



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos

Materia: REDACCIÓN PUBLICITARIA
Código: CMN0504
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
Profesor: UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA
Correo electrónico: cugalde@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 72		Total horas	Créditos
		Sistemas de tutorías	Autónomo		
48	0	16	56	120	4

Prerrequisitos:

Código: CMN0200 Materia: COMUNICACIÓN Y LENGUAJE II

2. Descripción y objetivos de la materia

Usa herramientas de redacción para la elaboración de textos en piezas publicitarias para diferentes medios.

Permite relacionar al producto con su audiencia a través de un brief creativo, lenguaje, estilo, reglas y restricciones, el copy, y demás aplicaciones

3. Contenidos

1.	Propósito, producto y audiencia
1.01.	Introducción (1 horas)
1.02.	Escribir con un propósito (1 horas)
1.03.	Comprender al producto (2 horas)
1.04.	Conocer a la audiencia (2 horas)
2.	Lenguaje, estilo, reglas y restricciones
2.01.	Conquistar el lenguaje (1 horas)
2.02.	Afilar el estilo (1 horas)
2.03.	Reglas y restricciones (1 horas)
3.	Creatividad
3.01.	Cómo llegar a una idea (2 horas)
3.02.	Creatividad en la redacción comercial (3 horas)
3.03.	Contenido del brief creativo (2 horas)
4.	Creando un copy efectivo
4.01.	Fábrica de fantasías (2 horas)
4.02.	La hoja en blanco (5 horas)

4.03.	Ideas que comunican (5 horas)
4.04.	Copy con ingenio y humor (2 horas)
5.	Algunas aplicaciones
5.01.	Cómo escribir titulares (5 horas)
5.02.	Redacción del copy (3 horas)
5.03.	Redacción para exteriores (5 horas)
5.04.	Redacción para soportes on-line (5 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

be. Elabora el texto publicitario a utilizar en distintas aplicaciones

Evidencias

-Usa herramientas de redacción para la elaboración de textos en piezas publicitarias para diferentes medios.

-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Aportes varios de carácter práctico	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE DESEMPEÑO	10	Semana: 14 (21/12/20 al 23/12/20)
Trabajos prácticos - productos	Examen asincrónico	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	examen	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Trabajos prácticos - productos	examen	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Trabajos prácticos - productos	Examen asincrónico	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)

Metodología

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Fernando Labarta	Almuzara	Guía para crear mensajes y contenidos publicitarios	2014	978-84-1610009-5
Castellblanque, Mariano	ESIC	Manual del Redactor Publicitario	2005	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Dru, Jean Marie	Planeta	Disrupción	2009	
Castellblanque, M., & Ronco, V.	ESIC Editorial.	Manual del redactor publicitario offline-online: ¿Reglas, normas, técnicas? ¡Rómpelas!.	2020	
Hood, C.		Copywriting: 3 Manuales en 1.	2019	
Pricken, Mario	Gustavo Gill	Publicidad creativa: Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales	2007	
Luis Bassat	Crítica	Confesiones personales de un publicitario	2008	

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **21/09/2020**

Estado: **Aprobado**