



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE  
ESCUELA LICENCIATURA EN ARTE TEATRAL

### 1. Datos generales

**Materia:** PUBLICIDAD

**Código:** FDI0322

**Paralelo:**

**Periodo :** Marzo-2021 a Julio-2021

**Profesor:** ALARCON MORALES JHONN MANUEL

**Correo electrónico** jalarcon@uazuay.edu.ec

#### Prerrequisitos:

Ninguno

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

### 2. Descripción y objetivos de la materia

Es importante porque otorga al estudiante conocimientos sobre temas publicitarios que serán útiles para la promoción y difusión de los proyectos teatrales.

En esta asignatura teórico práctica, se abordarán las técnicas y estrategias del diseño publicitario aplicadas al teatro

Se articula con las materias de DGA de Proyectos Teatrales y Taller de Montaje

### 3. Contenidos

<b>01.</b>	<b>Introducción a la Publicidad</b>
01.01.	¿Qué es la comunicación? (1 horas)
01.02.	Tipos de comunicación (1 horas)
01.03.	¿Qué es la publicidad? (1 horas)
01.04.	Principios de la publicidad efectiva (1 horas)
01.05.	Objetivos de la publicidad (1 horas)
01.06.	Estrategia de publicidad (1 horas)
<b>02.</b>	<b>Cómo funciona la publicidad</b>
02.01.	Funciones y efectos de la publicidad (1 horas)
02.02.	Participantes claves (1 horas)
02.03.	Tipos específicos de publicidad (1 horas)
<b>03.</b>	<b>Formas de promocionar la actividades artísticas</b>
03.01.	Formas de difundir la obra teatral (1 horas)
03.01.01.	Afiche (1 horas)
03.01.02.	Pasacalle (1 horas)
03.01.03.	Cartel Afiche (1 horas)
03.01.04.	Entradas promocionales (1 horas)
03.01.05.	Volantes (1 horas)
03.01.06.	Boletín Informativo (1 horas)
03.01.07.	Gaceta (1 horas)
03.01.08.	Email (1 horas)
03.01.09.	Comparsa/Desfile (1 horas)
03.01.10.	Voceo (1 horas)
<b>04.</b>	<b>El "briefing" publicitario</b>

04.01.	Que es el briefing (1 horas)
04.02.	Brief de publicidad en teatro (1 horas)
04.03.	El plan publicidad: Qué es y cómo plantearlo? (1 horas)
<b>05.</b>	<b>Creatividad publicitaria.</b>
05.01.	Teoría de la retórica y la gestalt aplicados a la publicidad (1 horas)
05.02.	El mapa mental (1 horas)
05.03.	La publicidad creativa. (1 horas)
05.04.	Estrategia creativa. (1 horas)
05.05.	Principios de la curiosidad (1 horas)
05.06.	Los insights (1 horas)
05.07.	El humor en la publicidad (1 horas)
05.08.	Redacción para publicidad: Product placement (1 horas)
05.09.	Situaciones especiales: antipublicidad, BTL Vs. ATL (1 horas)

#### 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<b>aj. Adquirir, técnicas, hábitos, destrezas, orientados al trabajo práctico e investigativo</b>	
- Identificar las etapas del proceso de creación publicitario	-Informes -Investigaciones -Reactivos
-Identificar la información clave para el desarrollo del "brief publicitario"	-Informes -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
<b>as. Demostrar capacidad de organización y comunicación, de manera individual y con grupos multidisciplinares.</b>	
-Distinguir el papel del publicista y del actor en el proceso publicitario	-Informes -Investigaciones -Reactivos
<b>au. Mantener una cultura de aprendizaje permanente y conocimiento de su entorno.</b>	
-Reconocer los procesos creativos y su influencia en el entorno para generar mensajes publicitarios	-Informes -Investigaciones -Reactivos

#### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Lección en base a reactivos		APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 3 (29/03/21 al 01/04/21)
Informes	Análisis de afiches teatrales		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 4 (05/04/21 al 10/04/21)
Investigaciones	Formas de promocionar una obra de teatro		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 7 (26/04/21 al 29/04/21)
Informes	Análisis sobre modelos de las facetas publicitarias en la publicidad teatral		APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 11 (25/05/21 al 29/05/21)
Trabajos prácticos - productos	Elaboración de un brief de publicidad para teatro		EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Reactivos	Examen final en base a reactivos		EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Elaboración de un brief de publicidad para teatro		SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Reactivos	Examen final en base a reactivos		SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)

#### Metodología

1. Se realizará una exposición y explicación de cada tema para que el alumno conozca la teoría básica, mediante clases magistrales y exposición de videos. 2. Se realizarán análisis de textos relacionados con la publicidad. 3. Se efectuarán controles de lectura y lecciones escritas para comprobar el entendimiento de la materia. 4. Se realizarán trabajos o exposiciones individuales o grupales. 5. Tutorías para guiar el avance de los proyectos de publicidad.

## Criterios de Evaluación

a. Se efectuarán trabajos teóricos de aplicación de las distintas teorías aprendidas en clase b. Controles de lectura periódicos y análisis de casos sobre temas generales de la publicidad en el teatro. 3. Se realizarán un trabajo final en base la elaboración de un plan de publicidad para una obra teatral. 4. Se evaluará la originalidad de los textos, ortografía, redacción y coherencia de ideas en los informes.

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

---

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
William Wells ; Sandra Moriarty	Pearson	Publicidad : principios y práctica	2007	

---

#### Web

---

#### Software

---

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

---

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
RUSSELL, J. THOMAS	PEARSON EDUCACIÓN	PUBLICIDAD: KLEPPNER	2001	968-44-4423-0
Ferrer , Eduardo	Fondo de Cultura Económica	El Lenguaje de la publicidad	1995	

---

#### Web

---

#### Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: 12/03/2021

Estado: Aprobado