



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos

Materia: REDACCIÓN PUBLICITARIA
Código: CMN0504
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2021 a Febrero-2022
Profesor: UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA
Correo electrónico: cugalde@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Código: CMN0200 Materia: COMUNICACIÓN Y LENGUAJE II

Nivel: 5

Distribución de horas.

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

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. 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)

5. 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.

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios varios de aplicación	Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE	10	Semana: 8 (08/11/21 al 13/11/21)
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios varios de aplicación	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE	15	Semana: 15 (al)
Evaluación escrita	Examen final con todos los contenidos vistos en el ciclo	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (23-01-2022 al 29-01-2022)
Evaluación escrita	Similar al examen final.	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (02/02/22 al 05/02/22)

Metodología

Criterios de Evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
-------	-----------	--------	-----	------

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

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Andy Maslen	Kogan Page	Persuasive Copywriting. Using psychology to influence, engage and sell	2015	978 0 7494 7400 3
Jim Edwards	Author Academy Elite	Copywriting Secrets: How Everyone Can Use The Power Of Words To Get More Clicks, Sales and Profits . . . No Matter What You Sell Or Who You Sell It To!	2019	978-1640854628
Robert W. Bly	St. Martin's Griffin	The Copywriter's handbook	2020	978-1250238016

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **16/09/2021**

Estado: **Aprobado**