

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

| Datos de la asignatura |                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre completo        | Redacción Publicitaria                                                                                                                                                                                                              |
| Código                 | E000005103                                                                                                                                                                                                                          |
| Título                 | <a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>                                                                                                                                    |
| Impartido en           | Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]<br>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]                                                                                                                |
| Nivel                  | Reglada Grado Europeo                                                                                                                                                                                                               |
| Cuatrimestre           | Semestral                                                                                                                                                                                                                           |
| Créditos               | 6,0 ECTS                                                                                                                                                                                                                            |
| Carácter               | Obligatoria (Grado)                                                                                                                                                                                                                 |
| Departamento / Área    | Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)                                                                                                                                                                                |
| Responsable            | Rafel Vives                                                                                                                                                                                                                         |
| Horario                | Martes, de 12h a 15h                                                                                                                                                                                                                |
| Horario de tutorías    | Concertar cita previa                                                                                                                                                                                                               |
| Descriptor             | Aproximación teórica y práctica del proceso de elaboración de textos publicitarios. Habilidades y condicionantes del lenguaje publicitario. Estrategias de argumentación y retórica para medios convencionales y no convencionales. |

| Datos del profesorado |                                                      |
|-----------------------|------------------------------------------------------|
| Profesor              |                                                      |
| Nombre                | Rafael Vives Calvó                                   |
| Departamento / Área   | Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG) |
| Correo electrónico    | rvives@cesag.comillas.edu                            |

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| Contextualización de la asignatura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| La redacción publicitaria es, ante todo, redacción, escribir. Escribir en el ámbito de la publicidad. En definitiva, escribir para seducir. La figura del copy o redactor publicitario ha evolucionado con la sociedad actual y cuenta hoy en día con numerosas salidas profesionales. Redes, blogs, webs, guiones, perfiles, campañas... la sociedad demanda más y más contenido día a día. Un contenido que se genera a través de la redacción publicitaria. |
| <b>Prerrequisitos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Conocimiento de las reglas y normas gramaticales y ortográficas. Conocimientos "mínimos" de creación y mantenimiento de perfiles en redes sociales y blogs en entornos de PC o Mac                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| Competencias - Objetivos |
|--------------------------|
|--------------------------|

## Competencias

### GENERALES

|             |                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CG09</b> | Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.                                                                        |
| <b>CG10</b> | Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital. |

### TRANSVERSALES

|             |                                                                                                               |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CT07</b> | Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación . |
| <b>CT08</b> | Trabajar en equipo.                                                                                           |
| <b>CT12</b> | Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.           |

### ESPECÍFICAS

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CE02</b> | Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.                                                                                            |
| <b>CE03</b> | Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.                                                                                                                       |
| <b>CE04</b> | Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa. |
| <b>CE06</b> | Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria                                                                                                                                                                      |

## Resultados de Aprendizaje

|            |                                                                                                                                                                  |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RA1</b> | Conocer los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual, así como las herramientas específicas para la elaboración de guiones audiovisuales y multimedia. |
| <b>RA2</b> | Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.               |

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

- Funciones del copy & Redacción publicitaria (historia, tipos de mensaje, lenguaje..)
- Campañas offline (prensa, gráfica & exterior) / Marketing de guerrilla.
- Campañas online (banners, pop ups, e-mailing...)
- Redacción de guiones publicitarios para radio & tv.
- Storytelling (ventajas, estructura, función, ejemplos)
- Naming & la marca (naming vs branding) - Dominios - Ejemplos de éxito

- El eslogan (descripción, requisitos, ejemplos, prácticas)
- Marketing digital & Redacción community manager (redes & blogs)
- Contenidos página web (sitemap, textos, titulares, destacados...)
- Motores de búsqueda, indexación contenido, redacción SEO.
- El briefing (casos) - Brainstorming - Estrategia

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

El objetivo de la asignatura está dividido en 2 subobjetivos:

- 1) Estructurar las clases para adaptarse a las nuevas necesidades y funciones de los redactores online y offline en una nueva realidad en la que la tecnología y redes sociales han transformado las funciones que realizaban tradicionalmente.
- 2) Que los estudiantes conozcan y apliquen las diferentes metodologías de la redacción publicitaria desde una aproximación práctica.

### Metodología Presencial: Actividades

|                                    |                                                      |
|------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Clases teóricas y clases prácticas | CG09, CG10, CT07, CT08, CT12, CE02, CE03, CE04, CE06 |
| Talleres                           | CG09, CG10, CT07, CT08, CT12, CE02, CE03, CE04, CE06 |
| Exposición de trabajos             | CG09, CG10, CT07, CT08, CT12, CE02, CE03, CE04, CE06 |

### Metodología No presencial: Actividades

|                          |                                                      |
|--------------------------|------------------------------------------------------|
| Recepción del briefing   | CG09, CG10, CT07, CT08, CT12, CE02, CE03, CE04, CE06 |
| Preparación de trabajos  |                                                      |
| Presentación de trabajos |                                                      |

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

| HORAS PRESENCIALES                                                                 |                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Clases teóricas y clases prácticas                                                 | Seminarios, talleres y exposición de trabajos |
| 45.00                                                                              | 15.00                                         |
| HORAS NO PRESENCIALES                                                              |                                               |
| Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación |                                               |
| 90.00                                                                              |                                               |

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

| Actividades de evaluación | Criterios de evaluación                                                                                                          | Peso |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Evaluación continua 1     | Ejecución práctica de lo expuesto en clase a través de ejercicios y tareas semanales. Entrega en tiempo y forma establecidos.    | 40   |
| Evaluación continua 2     | Ejercicios prácticos realizados en el aula. Trabajo individual y/o en equipo.                                                    | 20   |
| Prueba final              | Prueba consistente en la ejecución y el desarrollo de varios ejercicios prácticos de los trabajados a lo largo de la asignatura. | 30   |
| Actitud e implicación     | Actitud y participación en clase.                                                                                                | 10   |

### Calificaciones

Los mínimos para superar la asignatura en cada actividad de evaluación son el 50%. Todas las pruebas son recuperables excepto la escala de actitudes

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

Kiss & Sell. **Redacción Publicitaria" (2006)**, de Robert Sawyer (Ed. Index Book).

### Otros recursos

- <https://www.reasonwhy.es/>
- <https://graffica.info/>
- <https://www.40defiebre.com/>
- <https://www.puromarketing.com/>

<http://adsoftheworld.com/>

<http://www.territoriocreativo.es/>

<http://lacriaturacreativa.com/>

<http://www.marketingdirecto.com/>

<http://www.juanmerodio.com/>

## Bibliografía Complementaria

CASTELLBLANQUE, Mariano R.: "Manual del redactor publicitario. ¿Reglas, Normas, Técnicas? Rómpelas" Madrid: ESIC Editorial, 2009(\*)

(\*) OJO: Edición 2009. No 2005.

D& AD The copy Book – Julius Wiedemann, TASCHEN BENEDIKT, 2012 CLAVES DEL NUEVO MARKETING – Del 1.0 al 2.0 Libro en formato PDF de Eva Sanagustín y diferentes autores. CÓMO ESCRIBIR PARA LA WEB – Libro en formato PDF de Guillermo Franco.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>