



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

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
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	16	56	120

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.01.	Introducción
1.02.	Escribir con un propósito
1.03.	Comprender al producto
1.04.	Conocer a la audiencia
2.01.	Conquistar el lenguaje
2.02.	Afilar el estilo
2.03.	Reglas y restricciones
3.01.	Cómo llegar a una idea
3.02.	Creatividad en la redacción comercial
3.03.	Contenido del brief creativo
4.01.	Fábrica de fantasías
4.02.	La hoja en blanco
4.03.	Ideas que comunican
4.04.	Copy con ingenio y humor

5.01.	Cómo escribir titulares
5.02.	Redacción del copy
5.03.	Redacción para exteriores
5.04.	Redacción para soportes on-line

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

be. Elabora el texto publicitario a utilizar en distintas aplicaciones

-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-DIC-20 al 23-DIC-20)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-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-ENE-21 al 30-ENE-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)
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-ENE-21 al 30-ENE-21)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Lecturas, trabajos grupales e individuales de redacción y briefing.	Autónomo
Explicaciones sincrónicas y asincrónicas	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se valorará la creatividad, el buen uso del lenguaje, el adecuado apego a las instrucciones.	Autónomo
Se tomará en cuenta la participación e iniciativa en clase.	Total docencia

6. 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

Revista

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

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **21/09/2020**

Estado: **Aprobado**