



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: REDACCIÓN PUBLICITARIA
Código: CMN0504
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2023 a Febrero-2024
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. 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.

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Ejercicio de aplicación	Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE	5	Semana: 4 (10-OCT-23 al 14-OCT-23)
Evaluación escrita	Interciclo	Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE	10	Semana: 8 (06-NOV-23 al 11-NOV-23)
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios y trabajos varios	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE	15	Semana: 14 (18-DIC-23 al 23-DIC-23)
Evaluación escrita	Examen final	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Evaluación escrita	Supletorio	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Creatividad, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Ejercicios individuales y grupales. Lecturas.	Autónomo
Clases con aplicación práctica.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Ortografía, redacción, puntuación y cumplimiento con los lineamientos solicitados para las redacciones. Aplicación o control de lecturas.	Autónomo
Ortografía, redacción, puntuación y cumplimiento con los lineamientos solicitados para las redacciones.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

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

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Robert W. Bly	St. Martin's Griffin	The Copywriter's handbook	2021	978-1250238016
Samuel Mateus (Editor)	Cambridge Scholars Publishing	Media Rhetoric: How advertising and digital media influence us	2021	1-5275-6779-6
Shelle Rose Charvet	Institute for Influence	Words that change minds	2019	978-1-7336703-2-6
Adam Clark	Simple Effectiveness Publishing, Publisher.	SEO 2023	2023	
Nicki Krawczyk	Rockridge Press	Copywriting Strategies	2022	
Andy Maslen	KoganPage	Persuasive Copywriting	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
Lucas Edholm	Lucas Edholm	Fierce Copywriting for Sales	2022	
copyblogger	Rainmaker Digital, LLC	Copywriting 101 How to Craft Compelling Copy	2021	

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/09/2023**

Estado: **Aprobado**