ESTRATEGIA CREATIVA Y CONCEPTUALIZACIÓN (2012-13)

DATOS GENERALES

Código 22520

Créditos ECTS 6

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
COMUNICACION Y PSICOLOGIA SOCIAL	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Contexto de la asignatura

El alumno de Publicidad y Relaciones Públicas debe generar ideas eficaces para comunicar. En concreto, debe dominar la conceptualización (expresión icónica y verbal) y la visualización (composición) de las mismas. Debe mostrarse competente en la expresión e implementación de la estrategia creativa de comunicación concibiendo una acción comunicativa adaptada al público buscado, realizable en el entorno mediático existente, ajustada a un presupuesto y a un plazo y evaluable. Además debe ser capaz de ejecutar y/o supervisar todo el proceso de producción y realización de las ideas creativas.

En la Memoria del Título de Grado en Publicidad y RR.PP. de la UA (págs. 17-19) se enumera una serie de objetivos, reflejados a su vez en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación (Parte V, págs. 328-330). De todos los relacionados, la asignatura "Estrategia creativa y conceptualización" responde principalmente al siguiente:

- "El Título de Publicidad y Relaciones Públicas debe proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, especialmente publicitaria y las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas".

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2012-13)

Despertar, entrenar y orientar el pensamiento estratégico-creativo en el alumnado.

Acompañar al alumnado en el proceso de aprendizaje.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2012-13)

1. Introducción: De la estrategia de comunicación a la estrategia creativa. El brief creativo (1)

2. Del eje de comunicación al concepto creativo. Beneficios, ventajas diferenciales, posicionamiento. Tipos de conceptos (2)

3. Tendencias en el nuevo consumidor, los medios y su consumo (2)

4. Estilos de creación (2)

5. El copy (1)

6. La dirección de arte (1)

7. La adaptación del mensaje: medios tradicionales. Protocolos del trabajo creativo (1)

8. La adaptación multicanal. Medios alternativos. Protocolos del trabajo creativo (1)

9. El criterio creativo. La medida de la creatividad (1)

10. La profesión de creativo. La cultura del porfolio. Ejercicio profesional (2)

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2012-13

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
EXAMEN FINAL	**ALUMNOS CON ASISTENCIA REGULAR: Con valor máximo de 2 puntos, optativo. Se recomienda seguir el sistema de evaluación continua.** **ALUMNOS SIN ASISTENCIA REGULAR: Deberán comunicar antes del fin de septiembre a la profesora, por email, la circunstancia que impide la asistencia y acreditarla formalmente. Podrán optar al examen con valor máximo de Aprobado.**	EXAMEN	20
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Ejercicios de potenciación del pensamiento estratégico y creativo.	Ejercicios de habilidades creativas	10
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Una presentación en clase con ppt. o similiar, medida en 6,40 minutos. "Las marcas que han marcado mi vida"	Pecha Kucha	10
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Implica trabajar en grupos de 4/5. Incluye sesiones de trabajo colaborativo (AC), 3 encargos (PE), tareas de trabajo autónomo individual, presentaciones (PPE) y auto evaluaciones.	Proyecto grupal	40
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Habilita la posibilidad de desarrollar una acción de comunicación, motivada por el briefing del proyecto grupal, que no haya sido elegida por el grupo.	Trabajo individual	10
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	**Individual, colaboración en teoría en los TEMA3 o TEMA10.**	Colaboración en el tema 3/10	10