

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y MARKETING		
Identificador:	33519		
Titulación:	GRADUADO EN DISEÑO DIGITAL Y TECNOLOGÍAS CREATIVAS. PLAN 2020		
Módulo:	CAPACITACIÓN PROFESIONAL		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	3	Periodo lectivo:	
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	0	Trabajo Autónomo:	0
Idioma Principal:		Idioma Secundario:	
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

La creatividad, entendida como la capacidad para generar soluciones innovadoras y eficaces ante un problema planteado, es una de las competencias generales de la titulación y una disciplina transversal de gran importancia en cualquier ámbito profesional.

La materia de comienza con una aproximación a la creatividad como disciplina y objeto de estudio para, posteriormente, abordar el proceso de creación publicitaria desde una perspectiva estratégica. La originalidad es un atributo inherente a cualquier pieza creativa, pero, además, tanto la determinación del contenido como su expresión formal deben cumplir el criterio de eficacia entendida como la adecuación a los objetivos del anunciante, a la identidad de la marca y a la psicología del consumidor entre otros condicionantes.

A partir del análisis del brief del anunciante, el planner elabora el brief creativo donde se asientan las bases de la estrategia publicitaria, convirtiendo los objetivos del anunciante en una significación diferenciada para el consumidor. Mediante la realización de casos prácticos, los alumnos adoptarán la visión estratégica del planner y, posteriormente, el rol del creativo publicitario traduciendo las instrucciones del brief en conceptos que se materializarán en piezas publicitarias adaptadas a distintos soportes.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía recomendada:

Bibliografía básica:

Páginas web recomendadas:

* Guía Docente sujeta a modificaciones