

**CURS ACADÈMIC: 2004-2005**

**LLICENCIATURA: PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES**

**CURS: 3º**

<b>Codi:</b>	20672
<b>Assignatura:</b>	Estratègia, Conceptualització i Redacció del Missatge Publicitari
<b>Tipus d'assignatura:</b>	Troncal
<b>Nº de crèdits:</b>	10
<b>Professorat:</b>	Mariano Castellblanque, Joan R. Camps, Anna Fajula Castellà - Català
<b>Quatrimestre:</b>	2º

**OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:**

- Estudiar en profunditat el treball del redactor creatiu publicitari.
- Conèixer i practicar les diferents tècniques de redacció creativa en general i de cada mitjà en particular.
- Formar estratègics, conceptualitzadors i redactors creatius publicitaris.

**TEMARI:**

**PRIMERA PART**

**EL ROL DEL REDACTOR CREATIU EN LA COMUNICACIÓ PUBLICITÀRIA**

1. LA FIGURA DEL REDACTOR CREATIU (*copywriter*)

- 1.1. La noció d'anunci
- 1.2. La noció de redactor creatiu (*copywriter*)
- 1.3. Funcions del *copywriter*
- 1.4. Fonts d'informació del *copywriter*
- 1.5. La piràmide del *copywriter*
- 1.6. L'equip creatiu: *copywriter* i *art director*
- 1.7. Qualitats del *copywriter*
- 1.8. La presentació al client

2. ESTRATÈGIA, IDEA, PARAULA I LLENGUATGE CREATIU

- 2.1. El poder de l'estratègia
- 2.2. El poder de la idea. El concepte. L'eix
- 2.3. El poder de la paraula
- 2.4. De la creació a la redacció
- 2.5. El llenguatge creatiu en la comunicació

### 3. ELEMENTS DEL COPYWRITER

- 3.1. Parts d'un anunci (*copy*)
- 3.2. La importància del titular (*headline*)
- 3.3. Tipus de titulars
- 3.4. Títols i subtítols
- 3.5. Marca. Eslògan
- 3.6. Terminologia publicitària

### 4. EL TEXT (*bodi copy*)

- 4.1. La importància del cos de text (*bodi copy*)
- 4.2. Tipus de *bodi copy*
- 4.3. Els típics tòpics del *copywriting*
- 4.4. El text venedor
- 4.6. El text i el mitjà

## SEGONA PART

### COMUNICACIÓ *ABOVE THE LINE* (premsa, revistes, ràdio, TV, exterior, cine)

### 5. LA REDACCIÓ PUBLICITÀRIA A LA PREMSA

- 5.1. El llenguatge de la premsa diària
- 5.2. Els tipus d'anunci de premsa (gran format, reclams, tires i columnes; per paraules)
- 5.3. Els valors tipogràfics

### 6. LA REDACCIÓ PUBLICITÀRIA A LES REVISTES

- 6.1. El llenguatge de les revistes
- 6.2. Redacció segons el tipus de revista (informació general, femenines, tècniques, etc.)
- 6.3. Redacció per a anuncis en seccions especials

### 7. LA REDACCIÓ PUBLICITÀRIA A LA RÀDIO

- 7.1. El llenguatge de la ràdio
- 7.2. Falques de ràdio
- 7.3. El jingle
- 7.4. Sonoritacions (veu, música, efectes, etc.)

### 8. LA REDACCIÓ PUBLICITÀRIA EN TELEVISIÓ I CINE

- 8.1. El llenguatge de la televisió.
- 8.2. La terminologia professional.
- 8.3. L'*story-board*. Vídeo i àudio
- 8.4. Espots. Tipus.
- 8.5. Entrades de programes i patrocini a la TV

## 9. PUBLICITAT EXTERIOR

- 9.1. Els tipus de publicitat exterior
- 9.2. Tipografia i col·locació

### TERCERA PART

**COMUNICACIÓ *BELOW THE LINE* (màrqueting directe, màrqueting directe a Internet, màrqueting telefònic, PLV, patrocini i mecenatge, literatura de vendes, etc.)**

## 10. LA REDACCIÓ PUBLICITÀRIA EN COMUNICACIÓ *BELOW THE LINE*

- 10.1. Màrqueting directe (trameses, cartes, fullets, catàlegs, telebotiga, etc.)
  - Escriure per a màrqueting directe
- 10.2. Màrqueting directe a Internet i comerç electrònic
  - Escriure per a la web
  - Creació i redacció d'un lloc web com a forma publicitària
  - Formes publicitàries a la *world wide web*
- 10.3. Màrqueting telefònic
- 10.4. Publicitat punt de venda (marxandatge)
- 10.5. Patrocini i mecenatge

## 11. ELS GRANS MESTRES DE LA REDACCIÓ PUBLICITÀRIA

- 11.1. Els clàssics: Hopkins, Young, Ogilvy, Bernbach, Reeves, Burnet, Séguèla, etc.
- 11.2. Els moderns: D. Abbott, T. Cox, S. Henry, B. Levenson, A. Marcantonio, etc.

## BIBLIOGRAFIA

### BÁSICA:

- Crompton Alistair. *"The craft of Copywriting"*, Business Books, London, 1991.
- Norins, Hanley. *"The Compleat Copywriter"*, Mc. Graw-Hill, New Jersey, 1996.
- Castellblanque, Mariano. *"Manual del Redactor Publicitario"*, CIMS, Barcelona, 1997.
- Nueno J.L. *¿Por qué comercia tan poco el comercio electrónico?* IESE
- Canals, J. *Competitividad internacional y estrategia*, Ariel
- Andreu, R. Ricart, J.E. *Estrategia y sistemas de información*, McGraw Hill
- D&A. *"The Copy Book (How 32 of the world's best advertising writers write their advertising)"*, The Desingers & Art Director Association, London, 1996.
- Ward Burton, Philip. *"Advertising Copywriting"*, NTC Business Books, Illinois, 1991.
- Bly, Robert. *"The Copywriter's Handbook. A Step by Step Guide to Writing Copy that Sells"*, Henry Holt, New York, 1985.
- Quinn, Patrick. *"Secrets pour rédiger sa publicité"*, Top Editions, Paris, 1991.
- Rey, Juan. *"Palabras para vender, palabras para soñar"*, Paidós, Barcelona, 1996.

- Barry, Marie Ann. "El portafolio creativo del publicista", McGraw-Hill, México, 1992.
- Muela Molina, Clara "La publicidad radiofónica en España", Ymelia, 2001.
- Alonso, Carmen M. "El canto de las sirenas", Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 2004
- Lavilla, Montse, "La actividad publicitaria en Internet", Ra-Ma, Madrid, 1999
- Armstrong, Steven "La publicidad en Internet", Deusto.
- Nielsen, Jakob "Usabilidad. Diseño de sitios webs", Prentice Hall, 2000.
- De la Rica, "Marketing en Internet". Anaya Multimedia, Madrid, 1997
- Robert, J. Sternberg "La creatividad en una cultura conformista", Piados, 1997.
- Levy, Mark "Escritura y creatividad", Paidós, 2001.
- Portocarrero, Felipe "La escritura rentable", Editorial SM.

### **COMPLEMENTARIA:**

- Young Webb, James. "Una técnica para producir ideas", Eresma.
- Ricarte, José M. "Creatividad y comunicación persuasiva", Aldea Global, Bellaterra, 1998.
- Higgins, Denis. "El arte de escribir publicidad", Mc. Graw- Hill 1991.
- Timbal, Duclaux. "Escritura Creativa", Edaf, 1993.
- Castellblanque, Mariano. "Estructura de la actividad publicitaria", Paidós, 2001.
- Soriano, Claudio L. "Internet: el plan estratégico", Díaz de Santos, Madrid, 1998.
- Emery, Vince, "Negocios en Internet" Anaya Multimedia, Madrid, 1998.
- Moliné, Marçal. "Comunicación activa. Publicidad sólida", Deusto, 1988.
- Wheeler, E. "Frases que han hecho vender", Miracle, 1968.
- Hahn, Fred. "Do-It-Yourself Advertising", Wiley, New York, 1993.
- Salvi, M. "El arte de redactar", Lidium, 1982.
- Hauser, R. "Cómo concebir y Redactar una Publicidad Directa Eficaz", Deusto, 1989.
- Martín G.W. "Cómo comunicar mejor por escrito", Deusto.
- Harrison, T. "Manual de técnicas de publicidad" (cap. 19-25) Deusto.
- De Bono, E. "La práctica de pensar", Karios, 1973.
- Foster, T. R. "101 métodos para generar ideas", Deusto, 1992.
- Howard Gardner "Mentes creativas", Paidós, 2000.
- Guilford, J.; Lagemann, J.; Torrance, E. "Creatividad y educación", Paidós, 1994.
- Hayakawa, S.I. "El lenguaje en el pensamiento y en la acción", Uteha, 1967.
- Michalko, Michael "Los secretos de los genios de la creatividad", Gestión 2000.
- Strunk & White "The elements of style".
- Mihaly Csikszentmihalyi "Creatividad", Paidós, 1998.

### **METODOLOGIA DOCENT:**

#### **TEORIA**

Classes teoricopràctiques. Classes teòriques d'assistència obligada impartides pel professor.

Apunts de classe, bibliografia, dossier lectures i revistes professionals.

## PRÀCTIQUES:

Creació d'agències (logotip, 3/4 alumnes per agència, etc.).  
Pràctiques *individuals* i per *agències* realitzades a classe i fora de classe.  
Rol *anunciant*, rol *agència*, rol *conferenciant*. Investigar, desenvolupar i presentar oralment i per escrit un producte, una campanya, un tema (segons el rol).  
És molt important l'esforç en la *professionalitat de la presentació* per part de l'alumne.

## SISTEMA D'AVUACIÓ:

- Pràctiques *individuals* i per *agències* setmanalment/quinzenalment.
- Presentació escrita i oral a classe segons el calendari previst.
- Test de lectura d'articles de revistes professionals.
- Examen final de teoria (test).
- Cal aprovar totes dues parts (teoria i pràctica) per a poder-ne fer la mitjana.

## ALTRES QÜESTIONS

### OBSERVACIONS:

Aula amb ordinador, canyó, TV, vídeo, màquina de transparències.  
Teoria en una aula. Pràctiques en tres aules.



Signatura del Cap del Departament

Data