



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Creatividad publicitaria audiovisual

Asignatura	Creatividad publicitaria audiovisual			
Código	P04G071V01307			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	3	1c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Torres Romay, Emma			
Profesorado	Torres Romay, Emma			
Correo-e	emmatr@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia tiene como objetivo acercar al estudiante a los métodos creativos, con especial referencia a la comunicación publicitaria en formatos audiovisuales. De esta forma, se trabajará en los procesos que permiten el desarrollo de la creatividad, en las habilidades precisas en el perfil profesional para poder aplicarlo y, finalmente, en poder producir los productos creativos diseñados.			

## Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B1	Conocer las características esenciales de la comunicación, sus elementos y sus resultados.
B5	Conocer los valores constitucionales, principios éticos y normas deontológicas aplicables a la comunicación audiovisual, en especial las relativas a la igualdad de hombres y mujeres, a la no discriminación de personas con discapacidad y al uso no sexista de la imagen femenina en los medios de comunicación de masas.
B6	Trabajar en equipo y comunicar las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio.
B7	Asumir riesgos expresivos y temáticos, aplicar soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos
B8	Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual
C1	Conocer el uso correcto oral y escrito de las lenguas oficiales como forma de expresión profesional en la industria audiovisual.
C11	Definir proyectos personales de creación innovadora que contribuyan al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o a su interpretación
C14	Conocer y aplicar los recursos, métodos y procedimientos empleados en la construcción y análisis de los relatos audiovisuales
C20	Escribir con fluidez guiones para los diferentes formatos audiovisuales
C23	Analizar e implementar estrategias de marketing para el desarrollo, distribución y consumo de productos audiovisuales y multimedia orientados al mercado.
D1	Comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

## Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Conocer los estudios de creatividad y las investigaciones actuales.	A2	B1 B7	C14 C23	D1
Identificar juegos y fórmulas de creatividad para resolver problemas.	A2 A4	B1 B6 B7	C11 C14	D1
Conocer y aplicar técnicas creativas para la construcción y formulación de ideas. Identificar las características de las ideas creativas.	A2 A4	B1 B7 B8	C14 C20	
Describir y clasificar tendencias y formatos creativos en el ámbito audiovisual.	A2	B1 B8	C14 C20	
Análisis de propuestas para saber identificar los productos creativos y sus características.	A2	B1 B7 B8	C11 C14	
Demostrar capacidad para expresarse oralmente y por escrito en la presentación de ideas creativas.	A2 A4	B1 B7 B8	C11 C14 C20	D1
Demostrar capacidad para trabajar en grupo y resolver problemas para la presentación de resultados.	A2 A4	B1 B6 B7 B8	C1 C11 C14 C20 C23	D1
Capacidad para generar ideas y propuestas creativas ajustadas a las necesidades de las marcas.	A2 A4	B5 B6 B7	C1 C14 C20 C23	D1

## Contenidos

### Tema

TEMA 1. LA CREATIVIDAD. ORIGEN Y PROCESOS	1.1. El origen de la creatividad como capacidad humana y como disciplina. 1.2. Autores y autoras de referencia. 1.3. Principales líneas y métodos creativos. 1.4. Habilidades creativas.
TEMA 2. PROCESOS DE INVESTIGACIÓN CREATIVA	2.1. El proceso de marketing: del briefing a la estrategia creativa. 2.2. La generación de ideas para el audiovisual: el guión audiovisual. 2.3. El proceso de conceptualización de las ideas: storyboards, maquetas, etc.
TEMA 3. FORMATOS Y TENDENCIAS CREATIVAS	3.1. Nuevos modos de desarrollo y consumo de medios audiovisuales. 3.2. De los formatos tradicionales a los nuevos formatos. 3.3. Hibridación de contenidos.
TEMA 4. NARRATIVA AUDIOVISUAL PUBLICITARIA	4.1. Formulación narrativa: construcción de personajes, actores y estilismo, elaboración de diálogos, arquitectura del tiempo e espacio. 4.2. Recursos narrativos: imágenes auditivas y audiovisuales, identidad visual y sonora, la música, el uso creativo de las expresiones, sintaxis sonora y locución.. etc. 4.3. Procesos de producción.

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	20	10	30
Aprendizaje-servicio	10	20	30
Design Thinking	2	0	2
Trabajo tutelado	10	10	20
Estudio de casos	2	10	12
Proyecto	2	30	32
Examen de preguntas objetivas	2	10	12
Estudio de casos	2	10	12

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Explicación de los conceptos teóricos y prácticos recogidos en el programa de la materia.
Aprendizaje-servicio	El alumnado desarrollará un proyecto publicitario para la Asociación de Mujeres Creativas reivindicando el papel de la mujer en el audiovisual en general y en la publicidad en particular. (Pendiente firma de convenio)
Design Thinking	Seminarios de desarrollo de ideas creativas.

Trabajo tutelado	Se realizarán seminarios de seguimiento de los proyectos que se elaborarán en la materia
Estudio de casos	Análisis y valoración de casos prácticos que permitirán el debate y la reflexión con el alumnado.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Atención personalizada a través de las tutorías. <a href="https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial">https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial</a>
Aprendizaje-servicio	Seguimiento directo de los proyectos en las sesiones prácticas de la materia. Atención personalizada a través de las tutorías. <a href="https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial">https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial</a>
Trabajo tutelado	Seguimiento directo de los proyectos en las sesiones prácticas de la materia. Atención personalizada a través de las tutorías. <a href="https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial">https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial</a>
Pruebas	Descripción
Proyecto	Seguimiento directo de los proyectos en las sesiones prácticas de la materia. Atención personalizada a través de las tutorías. <a href="https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial">https://calendly.com/emmatorresromay/titoria-presencial</a>

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Trabajo tutelado	Asistencia y aprovechamiento de las sesiones prácticas para el seguimiento de los proyectos de la asignatura. Se requiere un mínimo de asistencia para obtener un aprobado en este apartado (ver documento de evaluación de la asignatura)	20	A2 A4	B6 B8	C11	D1
Proyecto	Creación de piezas audiovisuales publicitarias según las instrucciones y las sesiones de formación desarrolladas en el aula.	40	A2 A4	B1 B5 B6 B7 B8	C1 C11 C14 C20 C23	D1
Examen de preguntas objetivas	Examen tipo test sobre los contenidos teóricos de la asignatura.	10		B1	C23	
Estudio de casos	Cuestionarios sobre los casos de estudio que se realizarán en las sesiones de clases teóricas.	30	A2 A4	B1 B5 B6 B7 B8	C1 C11 C14 C20 C23	D1

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### NORMATIVA DE EVALUACIÓN DE LA MATERIA - CURSO 2023-2024

La presente normativa se ajusta a lo establecido en el Reglamento sobre la evaluación, cualificación y la calidad de la docencia y del proceso de aprendizaje del estudiantado (Aprobado en el Claustro del 18 de abril de 2023) al que se refieren los artículos de esta normativa.

#### 1. DE LA NATURALEZA DE LA MATERIA

1.1. La materia Creatividad Publicitaria y Audiovisual está incluida en el plan de estudios del Grado en Comunicación Audiovisual como una materia de carácter **OPTATIVO** en el itinerario Publicidad Audiovisual. (Ver Memoria do Grao)

1.2. Esta materia se imparte en régimen **PRESENCIAL** por lo que es deber de los estudiantes asistir a las sesiones docentes prácticas y teóricas en el horario establecido por el centro (Ver horarios) (Artículo 13).

1.3. La evaluación de la materia se realiza mediante el sistema de **EVALUACIÓN CONTINUA** (Artículo 20), siendo preciso realizar una renuncia expresa por parte del estudiante para realizar una evaluación global (Ver reglamento del centro).

## **2. DE LOS BAREMOS DE EVALUACIÓN DE LA MATERIA**

### 2.1. EVALUACIÓN CONTINUA.

2.1.1. El sistema de **evaluación continua** de la materia se realiza atendiendo a tres factores:

- a) Superar la **parte práctica**, con la realización de las actividades programadas.
- b) Superar la **parte teórica**, mediante el sistema de evaluación continua.
- c) **Asistencia** y participación del alumnado en las clases teóricas y prácticas.

2.1.2. Para superar la **parte práctica** deberán realizarse las actividades programadas en tiempo y forma y siempre bajo la supervisión docente. Dichas actividades deberán realizarse en grupo y se pondrán en marcha en las sesiones de talleres y seminarios. Estas actividades se valorarán sobre un máximo de 10 puntos y suponen un 40% de la evaluación de la materia, subdividido en actividades diversas y teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

a) Cada una de las actividades da parte práctica será valorada con una puntuación máxima y tendrá asignada una carga de horas prácticas que le serán comunicadas al alumnado antes de realizar esta. De la misma manera se indicará un plazo de entrega que no podrá ser modificado en ninguna circunstancia.

b) Las actividades prácticas serán realizadas preferentemente en equipo, sen perjuicio, de que puedan realizarse actividades individuales de forma puntual. Todos los miembros del grupo de prácticas recibirán la misma cualificación, excepto en aquellos casos en los que un miembro del equipo se ausente de alguna sesión práctica sin causa justificada, lo que supondría la reducción de la cualificación de forma equivalente.

c) Todas las actividades prácticas se realizarán en las sesiones prácticas que están programadas en los horarios de docencia de la materia. Esto no evitará que, en algunos casos, los alumnos y alumnas tendrán que cumplimentar sus trabajos fuera del aula. En cualquier caso, será labor del docente intentar que los alumnos y alumnas saquen el máximo rendimiento de esas sesiones. Por su naturaleza, las actividades prácticas grupales no podrán ser repetidas ni cuando la ausencia sea por causa justificada (artículo 15 de. la normativa da Universidade de Vigo). Siendo valoradas en estos casos con un aprobado (5 puntos) para los estudiantes que se encuentren en esta circunstancia.

2.1.3. Para superar la **parte teórica** los alumnos y alumnas deberán superar las actividades individuales y grupales de evaluación continua que se desarrollarán en el aula o fuera del aula según las indicaciones del docente. Además, deberán realizar un examen teórico escrito individual sobre los contenidos teóricos que se impartan al aula e que están recogidos en el programa. La parte teórica de la materia se valorará sobre un máximo de 10 puntos y supondrá un 40% de la evaluación de la materia, teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

a) Las clases se desarrollarán mediante sesiones magistrales participativas que se combinarán con la realización de actividades individuales de refuerzo de los contenidos y evaluación del progreso de los estudiantes. El docente facilitará al inicio del curso una agenda de las actividades previstas.

b) Las actividades de evaluación continua de la parte teórica se realizarán prioritariamente en el aula, pudiendo ampliarse el plazo de entrega fuera del aula en casos concretos (por el volumen de la actividad o necesidades organizativas). La actividad sólo podrá realizarse fuera de la fecha prevista o fuera del aula cuando exista una ausencia justificada (artículo 15 de la normativa de la Universidad de Vigo) y siempre en un plazo no superior a dos semanas desde la celebración de la actividad. En el caso de actividades en grupo se aplicarán los mismos criterios que para la parte práctica de la asignatura (Ver apartado 2.1.2.c).

2.1.4. La asistencia a clase es obligatoria. Para obtener la máxima calificación en este apartado es necesario asistir al 100% de las clases. La calificación se reducirá en función de la falta de asistencia de forma exponencial aplicando la siguiente escala:

Tabla 1. Escala de calificación por asistencia. Creatividad Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

<b>Sesiones</b>	<b>Porcentaje de asistencia</b>	<b>Calificación</b>
-----------------	---------------------------------	---------------------

Menos de 16 sesiones	Menos de 50%	0 puntos
16-25 sesiones	51-75%	7 puntos
25-30 sesiones	76-90%	9 puntos
30-33 sesiones	91-100%	10 puntos

\* Para el curso 2023-2024 se establecen un total de 11 sesiones teóricas de 2 horas (total 22 horas) y 12 sesiones prácticas de 2 horas (total 24 horas), restando 2 horas para la presentación de trabajos y la realización de el examen final. Para el cómputo de la evaluación se tendrán en cuenta 33 sesiones.

2.1.5. La evaluación final de la asignatura se realizará aplicando la siguiente distribución:

- a) Teoría. Puntuación Máximo 10 puntos/ Porcentaje de nota 40%
- b) Práctica. Puntuación máxima 10 puntos / Porcentaje de la nota 40%
- c) Asistencia. Puntuación Máxima 10 puntos / Porcentaje de la nota 20%

Es requisito indispensable obtener un mínimo de 5 puntos en cada una de las partes. No se aplicará una media con una puntuación inferior en cualquiera de las tres partes.

En el caso de que un alumno no supere las actividades de evaluación continua (mínimo de 5 puntos sobre 10), se aplicarán los siguientes criterios:

Tabla 2. Criterios del sistema evaluación continua Creatividad Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

Elemento de Evaluación	Situación	Corrección de la calificación
Teoría	El alumno obtuvo menos de 5 puntos en las actividades de evaluación continua del aula.	El alumno deberá realizar el caso práctico en la convocatoria de junio.
Teoría	El alumno obtuvo menos de 5 puntos en el examen final de la asignatura	El alumno deberá repetir el examen teórico en la convocatoria de julio.
Teoría	El alumno obtuvo menos de 5 puntos en las actividades de evaluación continua y en el examen final de la asignatura.	El alumno deberá repetir el examen teórico y realizar el caso práctico en la convocatoria de julio.
Práctica	El alumno obtuvo menos de 5 puntos en el proyecto final de la asignatura.	El alumno deberá presentar un nuevo proyecto (individual) en la convocatoria de junio.
Asistencia	El alumno obtuvo menos de 5 puntos por cursar la asignatura.	El alumno deberá realizar el examen teórico de la evaluación global de la asignatura.

## 2.2. EVALUACIÓN GLOBAL.

2.2.1. El alumno deberá comunicar al profesor su renuncia expresa al sistema de evaluación continua en el plazo establecido por el centro al efecto, adjuntando el documento debidamente cumplimentado y firmado autorizado al efecto. Ningún otro sistema de comunicación es válido para hacer constar esta renuncia y se entiende que, de no tramitarse de esta forma, el alumno seguirá incluido en el sistema de evaluación continua de la asignatura.

2.2.2. El sistema de evaluación global de la asignatura se realiza en función de dos factores:

a) Superar la parte práctica, mediante la realización de las actividades que confirmen los resultados esperados.

b) Aprobar la parte teórica, mediante la realización del correspondiente examen final.

2.2.3. Para aprobar la parte práctica, el alumno que renuncie a la evaluación continua deberá presentar un proyecto audiovisual individual y realizar un análisis de contenido audiovisual (caso práctico) en la fecha del examen oficial. Las instrucciones y rúbrica correspondiente se facilitarán en un plazo máximo de un mes desde el inicio de las clases. Cada una de las actividades tendrá un peso del 30% en la calificación final de la asignatura.

2.2.4. Para aprobar la parte teórica, el alumno que renuncie a la evaluación continua deberá realizar un examen teórico específico y presentar un trabajo académico en la fecha del examen oficial. Las instrucciones y rúbrica correspondiente se facilitarán en un plazo máximo de un mes desde el inicio de las clases. Cada una de las actividades tendrá un peso del 20% en la calificación final de la asignatura.

2.2.5. La evaluación final en el sistema de evaluación global se realizará aplicando la siguiente distribución:

a) Teoría. Puntuación Máximo 10 puntos / Porcentaje de la nota 60% / Dos actividades con 30%

b) Práctica. Puntuación máxima 10 puntos / Porcentaje de la nota 40% / Dos actividades con 20%

Es requisito indispensable obtener un mínimo de 5 puntos en cada una de las partes. No se aplicará una media con una puntuación inferior en alguna de las actividades.

En resumen, la evaluación general debe abordar los siguientes elementos:

Tabla 3. Criterios del sistema de evaluación global Creatividad Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

Bloque	Actividad	Descripción	Porcentaje
Teoría	Examen teórico final de evaluación global.	Examen tipo test de 100 preguntas (1 hora)	20%
Teoría	Trabajo académico	Trabajo académico escrito sobre uno de los contenidos teóricos de la asignatura.	20%
Práctica	Proyecto audiovisual	Desarrollo de piezas audiovisuales según instrucciones y rúbricas específicas	30%
Práctica	Caso práctico final de evaluación global	Redacción de un análisis crítico de una campaña publicitaria audiovisual (30 min)	30%

2.2.6. Las pruebas de evaluación global se realizarán con el siguiente calendario de trabajo:

1. Examen teórico final. En la misma fecha y hora del examen de la convocatoria ordinaria según el calendario oficial aprobado por el centro.
2. Trabajo académico. Deberá presentarse a través de la plataforma Moovi antes de la fecha y hora de inicio del examen de la convocatoria ordinaria.
3. Proyecto audiovisual. Deberá presentarse a través de la plataforma Moovi antes de la fecha y hora de inicio del examen de la convocatoria ordinaria.
4. Estudio de caso. Tendrá lugar una vez finalizado el examen teórico de la asignatura.

### **3. DEL CONTROL DE ASISTENCIA**

3.1. En todas las sesiones prácticas y de seminario se tomará nota de los asistentes. En las clases de teoría, estas comprobaciones se pueden hacer aleatoriamente.

3.2. Solo se podrán justificar las ausencias que cumplan con lo dispuesto en el artículo 15 del Reglamento sobre evaluación, calificación y calidad de la enseñanza y del proceso de aprendizaje de los alumnos (Aprobado en clausura el 18 de abril de 2023).

3.3. El justificante de asistencia deberá presentarse por escrito en un plazo máximo de 2 semanas desde que se produjo la ausencia para permitir la correcta gestión de la documentación de la asignatura. En ese mismo plazo, deberá acordarse la posible recuperación de las actividades no realizadas de acuerdo con los criterios descritos en este reglamento. Las actividades no podrán ser reprogramadas más allá de ese período.

3.4. Las ausencias reiteradas no suponen, en ningún caso, el cambio de evaluación continua a evaluación global. Este cambio sólo podrá realizarse mediante renuncia expresa en el plazo y proceso que establezca el centro.

#### **4. DE LA CONVOCATORIA DE JULIO-2ª OPORTUNIDAD / EXTRAORDINARIA**

4.1. El sistema de evaluación de la convocatoria de julio-2ª Convocatoria y convocatoria extraordinaria (inmediatamente después de la primera convocatoria) es exactamente el mismo que el de la convocatoria ordinaria (artículo 23), es decir, se aplican los baremos recogidos en el apartado 2. Se considera requisito indispensable la obtención de un mínimo de 5 puntos en cada una de las partes. No se aplicará la media con una puntuación inferior en alguna de las partes.

4.2. Se observan las siguientes peculiaridades.

a) En la convocatoria de 2ª oportunidad de evaluación continua, las pruebas son las siguientes:

(1) Examen teórico. El mismo examen que en la convocatoria ordinaria.

(2) Actividades en el aula. Respuestas a cuestionarios resumen de los realizados en el aula.

(3) Proyecto audiovisual. Se deberá presentar un proyecto audiovisual similar al de la convocatoria ordinaria, pero desarrollado individualmente.

(4) Actividades prácticas. Redacción de un caso práctico de análisis de contenidos publicitarios audiovisuales.

b) En la convocatoria de 2ª oportunidad de evaluación global, las pruebas son las siguientes:

(1) Examen teórico. Examen específico de todo el contenido de la materia.

(2) Trabajo académico. Trabajo académico sobre el contenido de la materia.

(3) Proyecto audiovisual. Se deberá presentar un proyecto audiovisual similar al de la convocatoria ordinaria, pero desarrollado individualmente.

(4) Actividades prácticas. Redacción de un caso práctico de análisis de contenidos publicitarios audiovisuales.

c) De acuerdo con los contenidos superados en primera convocatoria, el alumno deberá realizar las tareas y actividades correspondientes, tal y como se resume en la siguiente tabla (Ö=prueba superada):

Tabla 4. Criterios de evaluación 2ª oportunidad. Creatividad Publicitaria Audiovisual. Curso 2023-2024.

<b>Evaluación continua</b>				
Examen teórico (1)	Actividades de aula (2)	Proyecto audiovisual (3)	Actividades prácticas (4)	2ª oportunidad
Ö				2, 3, 4
Ö	Ö			3, 4
Ö	Ö	Ö		4
	Ö	Ö	Ö	1
		Ö	Ö	1, 2
			Ö	1, 2, 3
				1, 2, 3, 4
<b>Evaluación global</b>				

Examen teórico (1)	Trabajo académico (2)	Proyecto audiovisual (3)	Caso práctico (4)	2ª oportunidad
0				1, 2, 3, 4
0	0			1, 2, 3, 4
0	0	0		1, 2, 3, 4
	0	0	0	1, 2, 3, 4
		0	0	1, 2, 3, 4
			0	1, 2, 3, 4
			0	1, 2, 3, 4

4.3. Las particularidades recogidas en el apartado anterior no pueden modificarse BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA y se basan en los siguientes criterios básicos:

a) Las notas de la evaluación continua sólo son válidas para las convocatorias del curso académico (ordinaria, 2ª convocatoria y extraordinaria inmediata). En el curso posterior, será necesario completar todos los elementos de evaluación.

b) Las notas de la evaluación global, por su propia naturaleza y de acuerdo con el Reglamento de la Universidad de Vigo, son "una alternativa dentro de la misma oportunidad de evaluación, subsiste la disposición del estudiante que renuncia a la evaluación" (artículo 19, apartado 3), únicamente serán válidos para cada convocatoria, por lo que será necesario superar todos los elementos de evaluación en cada oportunidad.

c) En todo caso, se garantiza el derecho del estudiante a optar por el título superior (artículo 19. inciso 6).

## **5. DE LA COLABORACIÓN DOCENTES / ESTUDIANTES**

5.1. Existe un sistema de reserva de tutorías a través del siguiente enlace:

<https://calendly.com/emmatordesromay/tutoria-presencial>. En las sesiones de tutoría (sólo presenciales) se resolverán dudas sobre los aspectos teóricos y prácticos de la materia, pero no se podrán facilitar apuntes ni impartir clases teóricas completas (artículo 16).

5.2. La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega se detallará a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumno estar atento a la información subida y recoger el material específico y complementario que sea necesario para la superación de la asignatura, teniendo en cuenta que no se proporcionarán notas escritas sino material de apoyo para las sesiones teóricas y prácticas, así como como bibliografía específica y complementaria

5.3. El profesor no enviará materiales de trabajo de forma individual ni enviará correos electrónicos de aviso (respetando las limitaciones establecidas por la normativa de tratamiento de datos personales) por lo que es responsabilidad del alumno activar las alertas correspondientes para que pueda disponer de los avisos y notificaciones que sólo ser enviado desde la plataforma Moovi.

**Esta normativa es aplicable a todos los alumnos matriculados en esta materia SIN EXCEPCIÓN**

Emma Torres Romay, xullo de 2023

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

Obradors Barba, Matilde, **Creatividad y generación de ideas. Estudio de la práctica creativa en cine y publicidad**, 978-84-490-2446-7, Universidad Autónoma de Barcelona, 2007

Carvajal Saénz, Alejandro, **La realización audiovisual publicitaria**, 978-84-16658-84-8, 2016, Punto Rojo Libros, 2016

Navarro Gutiérrez, Carlos, **Creatividad publicitaria eficaz**, 978-84-15986-56-0, ESIC Editorial, 2014

Muela Molina, Clara, **Manual de Estrategias creativas en publicidad**, 978-84-36839-75-3, 2018, Ediciones Pirámide, 2018

#### **Bibliografía Complementaria**

Albalad Aiguabella, José María; Bustos Salinas, Lorena; Muñiz Zúñiga, Vivana (Coords.), **Nuevos lenguajes de lo audiovisual**, 978-84-17341-99-2, Gedisa Editorial, 2019

Barahona Navarro, Nuria, **Creatividad publicitaria ¿cómo juzgarla?**, 978-84-91165-41-5, Editorial UOC, 2017

Medina, Agustín, **Introducción a la publicidad**, 978-84.36833-39-3, Ediciones Pirámide, 2019

### **Recomendaciones**

#### **Asignaturas que continúan el temario**

Estrategias publicitarias para productos audiovisuales/P04G071V01304



**Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente**

---

Guion audiovisual/P04G071V01209

Teoría y técnica del montaje/P04G071V01204

Realización audiovisual/P04G071V01303

---

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Comunicación: Comunicación escrita/P04G071V01104

---