



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación Persuasiva

Materia	Comunicación Persuasiva			
Código	V01M094V01202			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Gutiérrez González, Pedro Pablo			
Profesorado	Gutiérrez González, Pedro Pablo			
Correo-e	pablogtz@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Trátase dunha materia profundamente ligada ao deseño gráfico publicitario e á súa relación coa impresión, ben sexa nos medios, artes gráficas, cartelismo ou calquera manifestación necesitada destas técnicas. A tipografía, a cor, os medios impresos, as artes gráficas, as publicacións de empresa e unha introdución ao deseño gráfico, conforman a columna vertebral da materia.			

Competencias

Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
C1	Poseer coñecementos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser orixinais e creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
C7	Planificar, estruturar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
C11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
D5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
D7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Analizar os procesos encamiñados á elaboración das mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación, da xeneración da idea ao seu emprazamento e posterior avaliación.	A2 C11
Planificar as estratexias e procesos encamiñados á creación e realización de mensaxes publicitarias.	C1 D5
Elaborar o produto publicitario e desenvolver a capacidade para elixir o máis axeitado a cada necesidade estratéxica.	A2 C11
Desenvolver a capacidade de traballo individual e en equipo, para presentar con solvencia propostas e proxectos aos clientes.	C7 D7

Contidos

Tema	
Tema 1. A comunicación persuasiva.	Concepto xeral. Comunicación persuasiva aplicada: A publicidade . Os produtos publicitarios. Os servizos de axencia na publicidade. Aspectos fundamentais da comunicación persuasiva: 10 claves.
Tema 2. A creación dunha Identidade Corporativa Gráfica	Principios xerais da identidade corporativa gráfica. Os compoñentes da identidade corporativa gráfica. Traballo sobre o nome da marca. Estructuras elementais: A linguaxe das formas. Logotipo e símbolo. Estudos de valoración e de aplicacións. Presentación ao cliente. Modalidades de presentación. Manual corporativo gráfico simple. Manual corporativo gráfico complexo.
Tema 3. Aspectos xerais da composición. Introducción ao deseño gráfico.	Apuntamentos sobre a percepción. Compoñentes básicos do proceso visual. Aspectos sensoriais e comunicacionais da cor. Dinámica, sensación e significado das cores. Estética e estilo na composición gráfica. Consideracións sobre o deseño gráfico publicitario.
Tema 4. A imaxe persoal.	A comunicación persuasiva no desenvolvemento da imaxe persoal. Aspectos do traballo en publicidade electoral. Relato dunha campaña: recursos e ferramentas.
Tema 5. A persuasión desde os sentidos.	Uso dos elementos sensoriais na creación de pezas e eventos. A mercadotecnia experiencial. Os criterios principais da creatividade aplicada.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos tutelados	5	10	15
Presentacións/exposicións	2	10	12
Sesión maxistral	3	8	11
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	5	10	15
Traballos e proxectos	5	17	22

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos tutelados	A case totalidade serán de carácter individual, aínda que existirá algún colectivo. Os seus contidos estarán estreitamente vinculados a todos os pasos que segue o produto publicitario impreso, desde a súa contratación inicial á súa inserción nos distintos medios e soportes.
Presentacións/exposicións	As presentacións dos traballos individuais será ao profesor. Ademais, a calidade da presentación terá unha importancia similar aos seus contidos. Os traballos que se realicen colectivamente, de calquera natureza, conclúen coa súa presentación ao resto da clase. Tamén ditas presentacións teñen a súa cualificación formal, independentemente dos contidos.
Sesión maxistral	A parte teórica da materia, explicarase en sesións de clase maxistral, aínda que coa participación dos alumnos e apoio de abundante material sonoro e audiovisual.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	A atención personalizada é incuestionable nesta materia, tendo en conta que a maior parte dos traballos son individuais. Adóitase aplicar o principio de que non hai suspensos, hai traballos que rexeitaría un cliente de publicidade. Nese sentido, todos dispoñen dunha relación personalizada que facilita as indicacións pertinentes para mellorar o traballo e volvelo a presentar.
Presentacións/exposicións	A atención personalizada é incuestionable nesta materia, tendo en conta que a maior parte dos traballos son individuais. Adóitase aplicar o principio de que non hai suspensos, hai traballos que rexeitaría un cliente de publicidade. Nese sentido, todos dispoñen dunha relación personalizada que facilita as indicacións pertinentes para mellorar o traballo e volvelo a presentar.
Probas	Descrición
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	A atención personalizada é incuestionable nesta materia, tendo en conta que a maior parte dos traballos son individuais. Adóitase aplicar o principio de que non hai suspensos, hai traballos que rexeitaría un cliente de publicidade. Nese sentido, todos dispoñen dunha relación personalizada que facilita as indicacións pertinentes para mellorar o traballo e volvelo a presentar.

Avaliación				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Traballos tutelados	Nesta materia, de orientación eminentemente práctica, soportan a maior porcentaxe de peso na nota final. Avaliáanse todos os traballos, individuais e colectivos, de maneira independente.	60	C1 C7 C11	D5 D7
Presentacións/exposicións	A actitude, coidado na preparación, brillantez, claridade, capacidade de síntese e forza *persuasiva, son avaliados neste nivel, xunto ao cumprimento dos contidos indicados.	5	C7	D7
Sesión maxistral	A avaliación da parte teórica, contempla un exame tipo test, sobre a materia explicada en clase.	30	A2 C1 C7 C11	D5 D7
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Valorarase a achega persoal ao traballo colectivo.	5	C7	D7

Outros comentarios sobre a Avaliación

A segunda edición de actas consistirá nunha proba acordada co docente.

Bibliografía. Fontes de información

- Gutiérrez González, P. P., **Teoría y práctica de la publicidad impresa**, 2006,
- González Solas, J., **Identidad visual corporativa. La imagen de nuestro tiempo**, 2002,
- Ricarte Bescós, J. M^a, **Creatividad y comunicación persuasiva**, 1998,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación Periodística/V01M094V01203
 Presentacións Eficaces/V01M094V01112
 Técnicas de Redacción en Español/V01M094V01103

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación e Linguaxe/V01M094V01102