1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Copy
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación.
Curso	Tercero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial / Hyflex
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2025/2026
Docente coordinador	Sergio Baltasar
Docente	Sergio Baltasar

2. PRESENTACIÓN

El presente curso se centra en los aspectos de creatividad desde el punto de vista de la redacción publicitaria y ofrece a los estudiantes la oportunidad de desarrollar y controlar los procesos de producción de una campaña.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CT1	Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
CT2	Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas.
CT4	Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
CT9	Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.
CE23	Capacidad para reconocer las diferentes teorías y corrientes de la comunicación social y los referentes históricos de la comunicación publicitaria.

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1,CT1, CT4, CE02, CB23	**RA1**. Conocer y proporcionar a los alumnos una visión, lo más completa posible, sobre el proceso de trabajo de la producción publicitaria en este país.
CB1, CT1, CT2, CT4, CE02, CB23	**RA2:** El presente curso se centra en los aspectos de producción y estratégicos del mercado publicitario, y ofrece a los estudiantes la oportunidad de desarrollar y controlar los procesos de producción.
CB2, CB4, CT1, CT2, CT4, CT9, CE02	**RA3.** El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión de producción.

4. CONTENIDOS

TEMA I – FUNCIONES DE UN/A COPY.

TEMA II - EL CONCEPTO, IDEA Y EJECUCIÓN. Uso de recursos de Inteligencia Artificial.

TEMA III - PRINTs, PROMPS Y OOH

TEMA IV - REDACCIÓN EN ENTORNOS DIGITALES.

TEMA I - REDACCIÓN EN PUBLICIDAD AUDIOVISUAL

TEMA VI - LA CAMPAÑA INTEGRAL. EL SHOWCASE PUBLICITARIO

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en proyectos.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	35
Análisis de casos	20
Actividades participativas individuales	15
Actividades participativas grupales	20
Trabajo autónomo	40
Tutoría	10
Pruebas de conocimientos	10
TOTAL	**150**

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Proyecto Real (Concepto, guion, showcase y presentación final).	30%
Otros entregables (trabajos y ejercicios creativos)	30%
Proyecto Showcase	30%
Prueba Objetiva	10%
Observación del desempeño	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

1.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en el proyecto real, en la prueba objetiva y en las prácticas para poder hacer media.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

1.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.
En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba de conocimiento (proyecto), para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.
Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Conceptualización 1. Imágenes por tonos.	Semana 2-3
Actividad 2. Campañas premiadas Print&Post.	Semana 4-5
Actividad 3. Concepto 2. Solo Copy. Ikea	Semana 6-8
Actividad 4. Exterior Netflix. OOH	Semana 9-10
Actividad 5. Slogan y Social Media. IA. Post-Story-Jingle. Pollo Pollo.	Semana 11-12
Actividad 6. Audiovisual. TV.	Semana 12-13
Actividad 7. Proyecto final Showcase	Semana 14-16

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Club de Creativos. https://www.clubdecreatividad.com/
- Cannes Lions https://www.lovethework.com/work-awards/results?festival_name=Cannes+Lions
- Madmen : temporada uno / [created by Matthew Weiner] porWeiner, Matthew | Hamm, Jon, int. | Moss, Elisabeth, int. | Kartheiser, Vincent, int..Editor: Madrid: Aurum Producciones, D.L. 2008
  Biblioteca Dulce Chacón UEM
- Solana, D. (2010): Postpublicidad: reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era

digital, Barcelona, DoubleYou.
- Solana, Daniel. *Desorden.* LID, 2015
- Archivo del Club de Creativos. http://archivodelacreatividadcdec.com/
- Anuarios del CdeC.
- Reposito de Cannes Lions.
- Repositorio historiadelapublicidad.com
- The One Show. (vol 12, 13, 14…) http://www.oneclub.org/

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.
Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.