



PROGRAMA DE CREATIVIDAD PUBLICITARIA

PARTE I: INTRODUCCION A LA CREATIVIDAD

PARTE II: LA CREATIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

PARTE III: EL PROCESO DE CREACION PUBLICITARIA

PARTE IV: CREATIVIDAD Y MEDIOS PUBLICITARIOS

PARTE I: INTRODUCCION A LA CREATIVIDAD

1. El concepto de creatividad: orígenes y significado.
2. La investigación de la creatividad.
3. Definición de creatividad.

PARTE II: LA CREATIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

1. La creatividad como actividad comunicativa: teorías y enfoques.
2. La creatividad como actividad profesional: modalidades, funciones y organización de la misma.

PARTE III: EL PROCESO DE CREACION PUBLICITARIA

1. Las fases previas a la creación: análisis del briefing y la estrategia.
2. La estrategia creativa I: la concreción del contenido del mensaje. Las instrucciones creativas. Modalidades.
3. La estrategia creativa II: la expresión creativa:
 - Relaciones entre estrategia y creatividad
 - Procedimientos para la obtención de ideas
 - El concepto creativo. Características.
4. La ejecución del concepto creativo:
 - El copy



- La dirección de arte
 - Los formatos
5. Investigación y creatividad.
 6. Valoración de la creatividad publicitaria.

PARTE IV: CREATIVIDAD Y MEDIOS PUBLICITARIOS

1. Los medios audiovisuales:

- Principios básicos a tener en cuenta desde un punto de vista creativo.
- El desarrollo del concepto creativo: el guión, el story board, el animatic...
- La producción de los anuncios.

2. Los medios impresos:

- Los elementos de la publicidad impresa. La publicidad exterior.
- El desarrollo del concepto creativo: el layout.
- La producción de los anuncios impresos.

3. Los medios sonoros: la radio.

- Características creativas de la radio.
- La elaboración de guiones.
- La producción de los mensajes.

4. Los medios directos.

5. La publicidad on-line.

BIBLIOGRAFIA BASICA RECOMENDADA



- AAKER, D.A. y MYERS, J.G. (1984): *Management de la publicidad*. Barcelona, Hispano Europea.
- ANGELES, J. de los (1996): *Creatividad Publicitaria. Concepto, estrategias y valoración*. Pamplona, EUNSA.
- ARENS, W.F. (1999): *Publicidad*. México, Mac Graw-Hill.
- BAÑOS, M. (2001): *Creatividad y Publicidad*. Madrid, Laberinto.
- BEAUDOT, A. (ed.) (1980): *La Creatividad*. Madrid, Narcea.
- BERRIO, J. (1983): *Teoría social de la persuasión*. Barcelona, Mitre.
- DAVIS; G.A. y SCOTT, J.A. (comps.) (1975): *Estrategias para la creatividad*. Buenos Aires, Paidós..
- DOUGLAS, T. (1986): *Guía completa de la publicidad*. Madrid, Blume.
- DRU, J.M. (1997): *Disrupción*. Madrid, Eresma & Celeste.
- GUILFORD, J.P (1977): *La naturaleza de la inteligencia humana*. Buenos Aires, Paidós.
- HERNANDEZ, C. (ed.)(1995): *Dimensión actual y tendencias de la creatividad publicitaria*. Madrid, Edipo.
- HERNANDEZ, C. (1999): *Manual de Creatividad Publicitaria*. Madrid, Síntesis.
- JEWLER, J.A. (1985): *Creative Strategy in Advertising*. Belmont, Wadsworth.
- JOANNIS, H. (1996): *La creación publicitaria desde la estrategia de marketing*. Bilbao, Deusto.
- MARIN IBAÑEZ, R. (1980): *La Creatividad*. Barcelona, CEAC.
- MOLINE, M. (1988): *La comunicación activa*. Bilbao, Deusto.
- - - - - - (1999): *La fuerza de la publicidad*. Madrid, Mc Graw-Hill.
- MORAGAS, M. (1982): *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili.
- MC QUAIL, D. (1985): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- NAVARRO, C. (2006): *Creatividad Publicitaria Eficaz*. Madrid, ESIC.



- OEJO, E. (1998): *Dirección de arte*. Eresma & Celeste, Madrid.
- REARDON, K. (1983): *La persuasión en comunicación*. Buenos Aires, Paidós.
- REEVES, R. (1997): *La realidad en publicidad*. Delvico Bates, Barcelona.
- RICARTE, J.M. (1998): *Creatividad y comunicación persuasiva*. Barcelona, UAB.
- RICKARDS, T. (1977): *La Creatividad*. Bilbao, Deusto.
- RIES, A. y TROUT, J. (1991): *Posicionamiento*. Madrid, Mc Graw-Hill.
- - - - - - (1993): *Las 22 Leyes inmutables del Marketing*. Madrid, Mc Graw-Hill.
- ROUQUETTE, M.L. (1977): *La Creatividad*. Buenos Aires, Huemul.
- SALAS, M^a I. de (1999): *La comunicación publicitaria interactiva en Internet*. Valencia, Fundación Universitaria San Pablo C.E.U.
- SCHULBERG, B. (1992): *Publicidad radiofónica*. México, Mc Graw-Hill.
- SOLER, P. (1997): *Estrategia de comunicación en Publicidad y en Relaciones Públicas*. Barcelona, Gestión 2000.
- STEEL, J. (2000): *Verdades, mentiras y Publicidad*. Madrid, Eresma & Celeste.
- ULMANN, G. (1972): *Creatividad*. Madrid, Rialp.
- WELLS, W., BURNETT, J. y MORIARTY, S. (1996): *Publicidad. Principios y prácticas*. México, Prentice-Hall Hispanoamericana.