UNAM

UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Dirección de Arte y Copywriter

Grado en Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2025-2026

Índice

RESUMEN
DATOS DEL PROFESORADO
REQUISITOS PREVIOS
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA
CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA
METODOLOGÍA
ACTIVIDADES FORMATIVAS
EVALUACIÓN
INFORMACIÓN ADICIONAL
BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Comunicación
Asignatura	Dirección de Arte y Copywriter
Materia	Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas
Carácter	Formación Optativa
Curso	4º
Semestre	2
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2025-2026

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Javier Pérez Martínez
Correo Electrónico	javier.perez@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas:

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.

CB2

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.

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.

CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

CG1

Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG2

Capacidad para adaptarse a los objetivos de las organizaciones tanto en los niveles más básicos como en los directivos.

CG3

Comprender la evolución histórica del mundo moderno con especial hincapié en los hechos culturales, políticos y económicos que lo definen.

CG4

Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía en el ámbito del protocolo y la organización de actos.

CG6

Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

Competencias transversales:

No existen datos.

Competencias específicas:

CE1

Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

CE2

Saber manejar las partidas económicas que determinan la ejecución de una estrategia de comunicación.

CE3

Capacidad y habilidad para idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos.

CE4

Entender los principios, éticos, jurídicos y deontológicos inherentes al ejercicio de la profesión y saber aplicarlos en la práctica profesional.

CE6

Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información, con especial hincapié en los nuevos soportes.

CE8

Saber desarrollarse profesionalmente de forma autónoma mediante la consultoría a agencias o clientes particulares.

CE9

Diseñar imágenes, gráficos, textos o símbolos en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).

CE10

Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacidad para responsabilizarse de las direcciones de comunicación de instituciones públicas o privadas.
- Capacidad para diseñar estrategias de comunicación.
- Capacidad para conocer los condicionantes del marketing y para saber segmentar el mercado.
- Capacidad para manejar el presupuesto y las técnicas de gestión.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- El director de arte.
- Creatividad y estrategia.
- El concepto creativo.
- El mensaje publicitario.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Unidad 1: El papel del director de arte
Unidad 2: El proceso y planificación de proyectos
Unidad 3: Herramientas de creación de ideas
Unidad 4: Pensar para escribir bien
Unidad 5: Redactar anuncios
Unidad 6: El humor y el personaje publicitario
Unidad 7: Escribir en diferentes medios
Unidad 8: Análisis del anuncio

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

SEMANA	TEMA
1	Presentación de la asignatura, actividades y metodología
2	El papel del director de arte y el papel de *copywriter*
3	Conceptos fundamentales: enfoque publicitario y marca
4	Proceso y planificación de proyectos: *briefing* y *contrabriefing*
5	Herramientas de creación de ideas. Mapas mentales
6	La inspiración y la creatividad
7	Pensar para escribir: cualidades de la escritura
8	Escribir titulares e imágenes
9	*Bodycopies* y eslóganes
10	El humor en publicidad
11	*Storytelling* y crear personaje (invitado)
12	Escribir para audiovisual y escribir para prensa
13	Escribir para radio y *podcast*
14	Escribir para *web* y redes
15	Análisis del mensaje publicitario
16	El plan de actuación para mejorar el anuncio: concurso

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA

- Método expositivo. Lección magistral
- Estudio individual
- Resolución de problemas
- Metodología por proyectos
- Tutoría presencial (individual y/o grupal)
- Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Sesión presencial	30
Proyectos y trabajos	24
Tutoría	6
Trabajo autónomo del alumno	90

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% exceptuando el trabajo autónomo del estudiante.

EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación	10%
Realización de trabajos y prácticas	40%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%

Asistencia y participación: Se propondrán distintas actividades a lo largo del semestre, y se medirá por su realización para optar al 10% de la nota. Se facilitará al alumno instrucciones y material de cada actividad respecto a dicho 10%.

Realización de trabajos y prácticas: Para aprobar el porcentaje de 40% se espera la realización de un análisis y una presentación en grupo como Trabajo Final de Asignatura, que deberá seguir los pasos establecidos previamente. Este trabajo deberá estar aprobado para superarse la asignatura.

Pruebas de evaluación teórico-prácticas: Para superar el apartado del 50% de pruebas de evaluación teórico-prácticas se tendrá que superar un examen, mitad tipo test y mitad de desarrollo o creación publicitaria.

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

Sistemas de evaluación

- Primera matrícula

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorarán de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el estudiante haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases**.

En el caso de que los estudiantes asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el estudiante no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

En primera matrícula los estudiantes deberán superar cada una de las partes evaluativas de la asignatura para que se haga media en el cálculo de la nota final de la asignatura.

- Convocatoria ordinaria:

  La convocatoria ordinaria estará conformada por los elementos de evaluación reflejados en los sistemas de evaluación; cada uno de los cuales debe ser superado para proceder al cálculo de la nota de la asignatura.

- Convocatoria extraordinaria:

  Los estudiantes podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria. Se podrá acudir con aquellas partes de la evaluación que no superase en convocatoria ordinaria.

  Si ha suspendido la parte de realización de trabajos deberá presentar nuevamente dichos trabajos que podrán ser o no los mismos según indique el docente.

  Si la parte no superada es el examen deberá presentarse a un nuevo examen en su totalidad (teoría y/o práctica) según la estructura que posea el mismo y del que habrá sido informado el estudiante a inicios de la asignatura.

Dispensa académica:

Para aquellos estudiantes que hayan obtenido dispensa académica por causa justificada, se establecerá un sistema alternativo de evaluación siguiendo lo recogido en Normativa de Evaluación de la Universidad.

El sistema alternativo de evaluación estará conformado por los elementos del sistema de evaluación reflejado en esta guía docente

- Segunda y siguientes matrículas

Las segundas y siguientes matriculas poseerán una evaluación idéntica a la expuesta en primera matrícula en la que no tendrán en consideración las entregas de cursos anteriores ni notas de pruebas de evaluación de la matrícula anterior. A todos los efectos el estudiante debe volver a realizar y superar todas las partes reflejadas el sistema de evaluación recogidas en esta guía.

-Convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia:

En el caso de convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia se aplicará el sistema de evaluación de dispensa académica.

Si el estudiante no supera el examen de la asignatura, en actas aparecerá la calificación obtenida en la prueba.

Si el estudiante no se presenta al examen final en convocatoria oficial, figurará como “No presentado” en actas.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

Normativa | Universidad Atlántico Medio

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:
0 – 4,9 Suspenso (SS)
5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
7,0 – 8,9 Notable (NT)
9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 estudiantes o fracción.

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

Normativa-de-Evaluacion.pdf

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

Programa_atencion_diversidad.pdf

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Caballé May, Jordi (2024). *Una palabra vale más que mil imágenes: Copywriting para persuadir a las audiencias*. Editorial UOC. https://elibro.net/es/ereader/atlanticomedio/254928?page=10
- Vélez-Ochoa, C. I. y Calle-Vásquez, P. A. (2023). Visión y desarrollo del director de arte publicitario local en el siglo XXI. *Designio*, 5 (2), 8. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/atlanticomedio/234901?page=14.

Complementaria

- Albaladejo, T. (1989). *Retórica.* Síntesis.
- Martín Jiménez, A. (junio 2014). La retórica clásica y la neurociencia actual: las emociones y la persuasión, en *Rétor*, 4. 1, pp. 56-83.
- Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad. (2020, febrero 18). Conoce la importancia de la dirección del arte en la publicidad. http://www.cump.edu.mx/artículos-de-interés/item/339-conoce-la-importancia-de-la-direcci ón-del-arte-en-la-publicidad
- Godoy, M. (2015). La autoconciencia. Argumento definitivo para la consideración artística de la publicidad. Estudios Filosóficos, 64(187), 473–490. https://estudiosfilosoficos.dominicos.org/ojs/article/view/1243
- Ochoa, A. (2017). Dirección de Arte Publicitaria. Análisis de la teoría desde el ejercicio profesional [Trabajo de grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio institucional Universidad de Valladolid.
- Mahon, N. (2010). Dirección de arte: publicidad. Barcelona: Gustavo Gili.
- Péninou, G. (1976). *Semiótica de la publicidad*. Editorial Gustavo Gili.
- Vélez, C. y Muñoz, O. (2021). El director de arte publicitario y las competencias del contexto visual con variables artísticas. Gráfica, 9(17), 29-36. https://doi.org/10.5565/rev/grafica.189
- Victoroff, D. (1980). La publicidad y la imagen. Gustavo Gili.