Teaching guide

IDENTIFICATION DETAILS

Degree:	Advertising
Field of Knowledge:	Social and Legal Science
Faculty/School:	Communication Science
Course:	SCRIPT AND COPYWRITING
Type:	Basic Training
ECTS credits:	6
Year:	1
Code:	3346
Teaching period:	Second semester
Area:	Communication
Module:	Foundations for a General Theory of Advertising
Teaching type:	Classroom-based
Language:	Spanish
Total number of student study hours:	150

SUBJECT DESCRIPTION

El objetivo del grado en Publicidad en la Universidad Francisco de Vitoria es formar personas con capacidad para planificar, construir y evaluar acciones propias del ámbito profesional de la titulación. Para ello, el alumno tendrá que conocer las técnicas que permitan adaptarse a las necesidades de los clientes sin renunciar a los principios éticos y a la responsabilidad social y cultural sobre los que habrán reflexionado, de ahí la importancia formativa del uso de la Lengua como vehículo integrador de saberes, por un lado; y por otro ,como pieza fundamental en la expresión de los procesos creativos de los mensajes comunicativos a los que están llamados nuestros alumnos a crear, y que exigen una responsabilidad en la materialización de los mismos.

Junto a la instrucción técnica, que permitirá el perfeccionamiento de habilidades propias de su profesión, el alumno recibirá una formación que facilite el desarrollo de sus destrezas intelectuales en el ámbito del pensamiento y en el de la comunicación. Lengua, es el sistema de signos organizado, jerarquizado, sistematizado que utilizan los seres humanos para comunicarse. Desde el punto de vista social la lengua es el instrumento de comunicación por excelencia. Desde el punto de vista individual, la lengua es soporte del pensamiento; nos permite crear, desarrollar la inteligencia y la personalidad. Es un medio imprescindible para el aprendizaje y para el progreso en cualquier actividad.

Por ello, el objetivo de la asignatura es formar publicitarios responsables en el uso de la lengua, capaces de desenvolverse con soltura en el desempeño de su labor profesional. Para ello, la asignatura se articula en una introducción y en tres temas donde se revisan, siempre tomando como referencia textos propios de la Publicidad, los principios fundamentales de la importancia que tienen las figuras retóricas para la redacción publicitaria. La correlación existente entre la Lengua y la redacción publicitaria, y por último las reglas de transferencia sobre el plano de la enunciación y del enunciado. Estos ejes vertebrales de la asignatura brindan conocimientos sobre las reglas y elementos narrativos de la Lengua, buscando siempre un área de aplicabilidad en el quehacer publicitario.

SKILLS

Basic Skills

Students must have demonstrated knowledge and understanding in an area of study that is founded on general secondary education. Moreover, the area of study is typically at a level that includes certain aspects implying knowledge at the forefront of its field of study, albeit supported by advanced textbooks

Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and possess skills that can typically be demonstrated by coming up with and sustaining arguments and solving problems within their field of study

Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgments that include reflections on pertinent social, scientific or ethical issues

Students must be able to convey information, ideas, problems and solutions to both an expert and non-expert audience

Students must have developed the learning skills needed to undertake further study with a high degree of independence

General Skills

To acquire the ability to express oneself correctly in oral and written form, and in audio-visual or multimedia

formats.

To critically reflect on texts, artistic works or cases in an extensive, in-depth and relational manner, linking them to personal circumstances.

To discover and critically value the social impact of the various communication processes and forms.

To learn how to acquire knowledge: to understand the dynamics of personal development through skills in communication, research, critical and creative thought, consideration and execution of action plans, and teamwork.

Specific skills

To communicate in the language specific to each media platform (press, journals, radio, television and beyond) and in various digital systems that act as a vehicle for communication and mass messages.

To set out reasoned ideas on the basis of argumentation and rhetoric.

DISTRIBUTION OF WORK TIME

CLASSROOM-BASED ACTIVITY	INDEPENDENT STUDY/OUT-OF-CLASSROOM ACTIVITY
60 hours	90 hours