



Escritura y
argumentación

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Escritura y argumentación

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Carácter: Básica

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2025-26

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Inés Fernández Pandal

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender los conceptos generales de comunicación, las variables, procesos, agentes y referentes históricos que intervienen en el ámbito de la Publicidad y de las Relaciones públicas.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones relativos al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas a un público tanto especializado como no especializado

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Conocimiento y manejo de las diferentes técnicas de redacción y argumentación para fomentar la práctica de la escritura y mejorar las habilidades expresivas de redacción de los alumnos.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

Presentación	de	la	asignatura:
<p>Redactar un texto no es solo dominar la ortografía y la gramática: es concebir la redacción como un proceso en el que hay que tener en cuenta varios factores.</p> <p>Esta asignatura constituye una introducción a la escritura y la argumentación, orientada a dotar al estudiante de herramientas para la producción y análisis de textos que utilizarán a lo largo de su formación académica y en su futura vida profesional. Asimismo, la materia no solo busca mejorar sus habilidades expresivas, sino también fomentar el pensamiento crítico, la capacidad de análisis, la organización del pensamiento y la alfabetización informacional y mediática.</p>			

UNIDAD 1. FUNDAMENTOS DE LA ESCRITURA

- Tipos de escrito
- Tema y organización de ideas
- Estructura del texto
- Registro, tono y estilo
- Ortografía y gramática
- Uso de herramientas de escritura
- Generación de texto con IA: utilidad, limitaciones y riesgos
- Referencias, coincidencias y plagio

UNIDAD 2. TÉCNICAS DE LA ESCRITURA

- Arquitectura del párrafo
- Arquitectura de la frase
- Puntuación
- Selección y precisión léxica

UNIDAD 3. DESCRIPCIÓN Y EXPOSICIÓN

- Principios de la descripción
- Procedimientos descriptivos
- La descripción como elemento de la exposición
- Técnicas de la exposición
- Características lingüísticas de la exposición

UNIDAD 4. ARGUMENTACIÓN

- Conceptos básicos de lógica y argumentación
- Relación con la oratoria, la retórica, la dialéctica
- Elementos de la argumentación
- La persuasión en la comunicación
- La refutación

Falacias formales e informales más comunes

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Taller de escritura I

Sobre un tema dado, los estudiantes identifican sus áreas de mejora en relación a los fundamentos y técnicas de escritura aprendidos durante las sesiones teóricas.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Taller de escritura II

Redacción de un texto expositivo y descriptivo.

Actividad Dirigida 3 (AD3): Taller de escritura III

Redacción de un texto argumentativo.

Durante el cuatrimestre, los alumnos participarán en diversas charlas impartidas por profesionales de la industria publicitaria, las cuales les servirán como apoyo para el desarrollo de las Actividades Dirigidas.

3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1 Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría y práctica	45	45 (100%)
AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7,5	7,5 (100%)
AF4 Evaluación	7,5	7,5 (100%)
Total	150	60

4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 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 alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	
Convocatoria ordinaria	
Modalidad presencial	PONDERACIÓN
SE1 Asistencia y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%
Convocatoria extraordinaria	
Modalidad presencial	PONDERACIÓN
SE1 Asistencia y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Álvarez, M. (1996). *Tipos de escrito I: narración y descripción*. Arco Libros.
- Álvarez, M. (1997). *Tipos de escrito II: exposición y argumentación*. Arco Libros.
- Bordes, M. (2011). *Las trampas de Circe: falacias lógicas y argumentación informal*. Cátedra.
- Cassany, D. (1996). *La cocina de la escritura*. Anagrama.
- Montolío, E. (2012). *Manual de escritura académica y profesional: estrategias gramaticales y discursivas*. Ariel.
- Weston, A. (2003). *Las claves de la argumentación*. Ariel.

Bibliografía recomendada

- Booker, C. (2004). *The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories*. Bloomsbury Academic.
- Campo Vidal, M. (2013). *Comunicación eficaz para profesionales*. Conecta.
- Cialdini, R. B. (2022). *Influencia: la psicología de la persuasión*. Harper Collins.
- Hall, T. (2021). *Manual de escritura para persuadir: cómo poner a la gente de tu parte*. Berenice.
- Leith, S. (2012). *¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama*. Taurus.
- Platin, C. (2015). *La argumentación*. Ariel.
- Vicente, D. (2021). *El arte de escribir: manual de escritura creativa*. Berenice.

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D ^a Inés Fernández Pandal
Departamento	Departamento de Publicidad
Titulación académica	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciada en Periodismo - Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas - Diploma en el Curso Radio y Televisión
Correo electrónico	ifernanp@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Licenciada en Periodismo, con diploma en Radio y Televisión, y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Antonio de Nebrija, cuenta con una sólida formación académica con más de dos décadas de experiencia en el sector de la comunicación y la creatividad publicitaria.</p> <p>Comenzó su carrera profesional mientras finalizaba sus estudios universitarios, compaginando su último año de carrera con su primer contrato como directora de arte en Absolut Marbella, en Puerto Banús. Poco después, en 2004, se incorporó al recién creado Club de Creativos, donde fue parte clave en la organización del primer Día C de los Premios Nacionales de Creatividad, evento que hoy, veinte años después, se ha consolidado como el mayor encuentro profesional del sector en España.</p> <p>Durante dos décadas ejerció como Directora de Comunicación y Marca del Club, liderando la comunicación estratégica de la entidad y, en paralelo, desarrollando labores de dirección de arte y diseño de toda la identidad visual de la marca.</p> <p>Con una visión integral del sector publicitario, que combina comunicación, creatividad, diseño y estrategia, hace dos años se incorporó a la agencia Sra. Rushmore como Directora de Comunicación y Marca.</p> <p>Su trayectoria aúna visión estratégica, pensamiento creativo y un profundo conocimiento del funcionamiento real y actual de la industria publicitaria.</p> <p>Este mismo año recibió el Premio a la Trayectoria Profesional Alumni en el Festival NEA organizado por la Universidad Antonio de Nebrija.</p>