Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Creatividad en los Medios No Convencionales
Curso 2022/2023

Asignatura

Nombre Asignatura	Creatividad en los Medios No Convencionales
Código	100000267
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2020)
Carácter	OPTATIVA
Curso	3

Profesores

Nombre	Neus Portas Serra

Universidad Villanueva

Datos Generales

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Para el correcto seguimiento de la asignatura, se recomienda tener conocimientos básicos de:

- elementos que configuran una campaña de publicidad (briefing, contrabriefing, propuesta, dirección creativa, producción....).

- tipos de medios (ATL, BTL)

OBJETIVOS TEÓRICOS

- Conocer el panorama de los diferentes medios, su evolución, tendencia e impacto en el modelo publicitario.

- Analizar las particularidades creativas de cada medio no convencional y las claves de una correcta adaptación del mensaje a cada uno.

- Analizar la evolución de los medios convencionales y conocer las posibilidades creativas no convencionales que presentan.

- Adquisición por parte del alumno del conocimiento de las distintas alternativas creativas aplicables a los distintos medios.

OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Capacidad para aplicar la creatividad a formatos no convencionales.

- Aplicación práctica de la creatividad en los diferentes medios no convencionales.

- Conocimiento de los diferentes formatos no convencionales en los diferentes medios.

- Capacidad para desarrollar una estrategia creativa con activaciones no convencionales que responda al briefing de cliente.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

GENERALES

- Capacidad para la detección, análisis, y resolución de problemas de manera ágil.

- Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo capaz de dar respuesta a una necesidad del cliente.

TRANSVERSALES

- Esta asignatura está muy relacionada con otras asignaturas que traten de la Creatividad Publicitaria. Se hará foco en la aplicación de la creatividad de una manera no convencional en los diferentes medios.

- Capacidad de trabajo en equipo ya que se pondrán en marcha diferentes actividades donde se intercambiaran los roles con el objetivo de conseguir un mismo resultado / kpi.

- Capacidad de aplicación a casos reales.

ESPECÍFICAS

- Conocimiento teórico y aplicado de la creatividad en medios no convencionales. Conocimiento de los formatos, limitaciones, evolución y tendencia de los mismos para su correcta aplicación en el medio.

- Vínculo con la realidad a través de un proyecto real al que aportar soluciones a partir de los conocimientos adquiridos.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

Pensamiento Creativo

Procesos y Metodologías de Innovación: Design Thinking

Evolución de la creatividad y los medios.

Medios No Convencionales

Formatos No Convencionales en Medios Convencionales

Internet y Nuevas Realidades

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Desarrollo de una campaña de comunicación en medios no convencionales para la ONG Big Smiles, dentro del proyecto Aprendizaje Servicio.

Universidad Villanueva

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación es un sistema de evaluación continua por lo que la asistencia a clase (tanto si es presencial como online) es imprescindible para poder aprobar la asignatura.

- El proyecto ApS es la base de la asignatura y supone un 90% de la nota total repartido del siguiente modo:

o El proyecto (en equipo) es un 60% de la nota global de proyecto ApS.

o Las dinámicas y ejercicios individuales, un 10%.

o La asistencia y participación en clase, supone un 20%.

- El examen final supondrá un 10% de la nota total.

Situaciones que provocan el suspenso de una de las partes de la asignatura:

- Fallo en entregas/presentaciones: la falta de más de 3 entregas/presentaciones supone el suspenso de la nota correspondiente a las entregas de trabajos, aún teniendo aprobadas las demás entregas. La no asistencia en clase se considera falta de entrega de la parte correspondiente a ese día de clase.

Criterios de aplicación a la convocatoria Extraordinaria

En convocatorias extraordinarias, el criterio de evaluación se basará en:

- Proyecto presentado en formato escrito (50% de la nota).

- Examen en convocatoria Extraordinaria (50% de la nota).

Normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario.

Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, la Dirección del Grado en Periodismo del Área de Comunicación ha aprobado adoptar como norma interna los siguientes criterios de calificación.

Universidad Villanueva

Normas aplicables

a) Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.

b) La ortografía será juzgada en su totalidad letras, tildes y signos de puntuación y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.

c) Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.

ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.

iii. Por la reiteración de errores de puntuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la apreciación del corrector.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

BIBLIOGRAFÍA

Ries, Eric. "LEAN STARTUP"

Kelley, Thomas y Littman, Jonhathan ."THE ART OF INNOVATION: LESSONS FROM CREATIVITY IN IDEO."

Mootee, Idris ; "DESIGN THINKING FOR STRATEGIC INNOVATION."

De Bono, Edward. "EL PENSAMIENTO LATERAL".

De lectura obligatoria:

Savoia. "PRETOTYPE IT".

Ed Catmull. "CREATIVIDAD S.A."

RECURSOS BÁSICOS

http://www.marketingdirecto.com

http://www.puromarketing.com

http://www.branzai.es

http://www.lacriaturacreativa.com

http://www.graffica.info

http://www.contentmarketinginstitute.com

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Los horarios de tutoría serán los Lunes de 14.30h a 15.30h, previa petición de cita.

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

La metodología para el curso 2022/23 combinará una base de teoría, con una fuerte carga de aplicación práctica a través la metodología ApS.

Aprendizaje Servicio (ApS), es una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje académico y de servicio a la comunidad, en un solo proyecto bien articulado, en el que los participantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con el objetivo de mejorarlo.

Título del proyecto de ApS: Campaña de crowdfunding, utilizando medios no convencionales.

Entidad colaboradora: Big Smiles

Descripción del proyecto (tareas y funciones de los estudiantes): Realización de una campaña con la utilización de medios no convencionales para optimizar así el presupuesto. A lo largo de cada sesión, irán implementando los conocimientos adquiridos en las clases teóricas en la elaboración de un plan de comunicación para Big SMiles.

Características del proyecto: trabajo en grupos / obligatorio.

Práctica reflexiva: presentaciones y tutorías quincenales de seguimiento, y elaboración de un ensayo personal sobre lo que ha supuesto el proyecto.

Criterios y métodos de evaluación:

- El proyecto ApS es la base de la asignatura y supone un 80% de la nota total repartido del siguiente modo:

o El proyecto (en grupo) es un 70% de la nota global de proyecto ApS.

o El documento de reflexión final (individual) supone un 15% de la nota total de ApS.

o El proyecto elegido por la organización se lleva 1 punto más de la evaluación.

o Además, se hacen presentaciones y tutorías quincenales de seguimiento que suponen un 15% adicional.