

Asignatura

Nombre Asignatura	Creatividad y Experiencia Estética
Código	100322029
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	3

Profesores

Nombre	Nieves Gómez Álvarez
Nombre	Teresa Calvo del Valle

Datos Generales

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Formar la sensibilidad estética de los alumnos y promover su creatividad y capacidades divergentes, de modo que sean capaces de apreciar las creaciones culturales y la peculiar naturaleza de los objetivos artísticos. Estudiarán también las distintas formas de expresión de la belleza. La asignatura es también práctica, de modo que los alumnos desarrollarán criterios personales sobre las manifestaciones artísticas.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Expresar puntos de vista divergentes e innovadores para fomentar expectativas positivas de desarrollo personal.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

BÁSICAS Y GENERALES

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.

CG1 - Valorar la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG5 Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

ESPECÍFICAS

Utilizar los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para

aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

1. Experiencia estética: qué es, cómo es, para qué es. La vida humana y la imaginación.
2. El lenguaje estético: arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética.
3. Las 3 grandes artes plásticas: arquitectura, escultura, pintura.
4. La novela como libre juego imaginativo de una perspectiva siempre fiel a sí misma. La novela y la vida humana.
5. El teatro y la representación.
6. La pequeña y gran pantalla. El cine como forma de arte. El mundo cinematográfico.
7. Nuevas formas de arte: de la realidad a la virtualidad. Fotografía. De cómics y videojuegos como formas de arte.

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Denominación N^o Horas % Presencialidad

Af1 Clase magistral 20 100

Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc. 30 100

Af5 Estudio independiente y trabajo

autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc. 70 0

Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes. 30 100

Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.

Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (problemas, prácticas de laboratorio, recogida de medidas psicofisiológicas, herramientas informáticas, etc.).

Aprendizaje cooperativo: procedimientos de enseñanza que parten de la organización de la clase en pequeños grupos mixtos y heterogéneos donde los alumnos trabajan conjuntamente de forma coordinada entre sí para resolver tareas académicas y profundizar en su propio aprendizaje.

Aprendizaje por proyectos: utilización de proyectos auténticos y realistas, basados en una cuestión, tarea o problema altamente motivador y relacionados directamente al contexto de la profesión, mediante el cual los alumnos desarrollan competencias en un enfoque colaborativo en busca de soluciones.

Seminarios: Conjunto de actividades que realizan en común profesores y alumnos, y que tiene la finalidad de encaminarlos a la práctica y la investigación relacionada con la disciplina.

Simulaciones: técnica que enseña algunos aspectos del mundo real mediante su imitación o réplica para facilitar el aprendizaje: actividades de rol-playing, simulaciones.

Conferencias o seminarios por parte de expertos

Debates

Análisis de casos: análisis de profundidad de un caso en específico de una sola persona o grupo.

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

Pruebas finales 40 %

Participación en clase 10 %

Evaluación trabajos individuales y en grupo 50 %

- 2 mapas mentales o trabajos escritos: 20%

- 1 exposición en grupo: 30%

Convocatoria extraordinaria y extraordinaria de fin de carrera: en este caso el profesor concretará con el alumno si debe recuperar parte de la evaluación continua (sin exigirle asistencia) y de qué manera o bien que la nota final dependa al cien por cien del examen.

Alumnos repetidores: los estudiantes que cursan por segunda vez la asignatura podrán evitar de acuerdo con el profesor su asistencia a clase por incompatibilidad con otras asignaturas o por otros motivos y recuperarla exclusivamente mediante examen Asistencia y participación: En cualquier caso, se tendrá en cuenta positivamente a la hora de calificar el haber mantenido una participación activa en clase.

La calificación de **NO PRESENTADO** se reserva para aquellos alumnos que no hayan sido evaluados de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen al menos el 30% de la ponderación de la calificación.

Solo serán evaluados aquellos alumnos que desarrollen su trabajo honestamente. Conductas como el plagio o la suplantación de identidad, entre otras (ver normativa de la Universidad), hará imposible la evaluación del alumno en la convocatoria correspondiente.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

- BARTHES, R. (2009). La cámara lúcida. Barcelona: Paidós Ibérica.
- DELCLAUX, F. (2018). El silencio creador. Madrid: Rialp.
- HITZ, Z. (2022). Pensativos. Los placeres ocultos de la vida intelectual. Madrid: Encuentro.
- KANDINSKY, V. (2018). De lo espiritual en el arte. Barcelona: Paidós.
- MARÍAS, J. (1969). La imagen de la vida humana. Madrid: Revista de Occidente. Disponible en Biblioteca Virtual Cervantes: <https://www.cervantesvirtual.com/obra/la-imagen-de-la-vida-humana/>
- MARÍAS, J. (1990). Reflexión sobre el cine. Discurso de entrada en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6282563.pdf>
- ORDINE, N. (2013). La utilidad de lo inútil: Manifiesto. Barcelona: Acantilado.
- ORTEGA Y GASSET, J. (2004). El Espectador I- VIII, en: Obras completas II. 1916. Madrid: Taurus-Fundación José Ortega y Gasset.
- PIÑERO, R. (2022). El arte de mirar: la trascendencia de la belleza. Madrid: Palabra.
- TATARKIEWICZ, W. (2001). Historia de seis ideas (arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética). Madrid: Tecnos, reimpr. Disponible en: <https://marisabelcontreras.files.wordpress.com/2013/11/tatarkiewicz-historia-de-seis-ideas.pdf>

PROYECTO DE LECTURA

Esta asignatura contará con un Proyecto de lectura voluntario, consistente en leer y hacer un mínimo de cinco trabajos sobre artículos de contenido estético, que se podrá realizar a lo largo de todo el curso y con el cual se podrá sumar hasta 1 punto en la nota final de la asignatura, siempre y cuando se haya sacado mínimo 5 en el examen final.

NORMAS COMUNES SOBRE EXPRESIÓN ESCRITA

Se aplican para la corrección de los exámenes escritos de la asignatura y de cualquier entrega de ejercicios escritos tanto en la convocatoria ordinaria como la extraordinaria: La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, desde el curso 2020/21 la Universidad adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad

(EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación. 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, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación. Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

La profesora estará a disposición de los alumnos para cualquier duda en tutorías, previa solicitud por correo electrónico (nieves.gomez@villanueva.edu) en función del grupo.

HORARIOS:

Lunes 10:45-11:45h

Martes 10:45-11:45h

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo con la memoria verificada de la titulación.