Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Taller de Creatividad II
Curso 2023/2024

Asignatura

Nombre Asignatura	Taller de Creatividad II
Código	100322037
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

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

Profesores

Nombre	María Eulalia Baldrich Sala

Universidad Villanueva

Datos Generales

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Haber cursado Taller de Creatividad 1

OBJETIVOS TEÓRICOS

Conocer y poner en práctica los aspectos centrales de la creatividad en el ámbito publicitario.

Explorar los distintos métodos de pensamiento para poder llegar a ideas y conceptos.

Captar la esencia de la profesión publicitaria a través de la práctica.

OBJETIVOS PRÁCTICOS

Desarrollar la creatividad dentro y fuera del ámbito publicitario

Desarrollar la capacidad de visión crítica

Desarrollar la capacidad de trabajar en equipo

Desarrollar la capacidad de abstracción

Desarrollar la capacidad artística

Desarrollar la capacidad literaria

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

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

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

CG3 - Conocimiento de los procesos de investigación e interrelaciónales entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.

CG4 - Conocimiento de la comunicación social persuasiva, así como los medios de comunicación y el ecosistema digital.

Competencias Específicas

CE1 - Aplicar las técnicas de comunicación, expresión oral y escrita, en especial las utilizadas en la gestión publicitaria y en la comunicación empresarial e institucional.

CE2 - Seleccionar los soportes y medios adecuados para la planificación de programas, campañas y acciones de publicidad y relaciones públicas.

CE3 - Implementar los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria.

CE4 - Manejar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios, de relaciones públicas y de otras formas de comunicación.

CE5 - 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.

CE7 - Gestionar las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE10 - Elaborar el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

CE11 - 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.

CE15 - Gestionar la publicidad y las relaciones públicas en el actual entorno digital y estar preparados para los nuevos avances tecnológicos que se puedan desarrollar.

CE19 - Diseñar una campaña publicitaria utilizando las herramientas informáticas específicas para cada soporte.

Competencias 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.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

1.- Introducción, normas de la asignatura y definición de objetivos

2.- Creación de Producto

3.- Creatividad para público objetivo de nicho

4.- Publicidad moderna para producto clásico.

5.- Creatividad bajo presión

6.- Generación de Personajes

7.- Publicidad con censura.

8.- Case Study: La manera de vender tu trabajo

9.- Brief final.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

AF1 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

N.º horas 46 Presencialidad 100%

AF2 CLASE PRÁCTICA

Clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.)

N.º horas 43 Presencialidad 100%

AF3 TRABAJOS (INDIVIDUALES Y COLECTIVOS)

Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.

N.º horas 31 Presencialidad 50%

AF4 TUTORIAS (INDIVIDUALES O COLECTIVAS)

Reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños

grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc

N.º horas 8 Presencialidad 60%

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,

N.º horas 19 Presencialidad 0%

AF6 PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes

N.º horas 3 Presencialidad 100%

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La asignatura sigue un sistema de evaluación continua, por lo que la asistencia a las clases o actividades resulta imprescindible y obligatoria para superar la asignatura.
La calificación final del alumno será la ponderación de tres notas, **siendo imprescindible tener aprobadas todas y cada una de ellas (al menos con 5 puntos sobre 10).**

1.Trabajo final de asignatura. (30% de la calificación final).
Se solicitará al final del cuatrimestre un trabajo personal o grupal que deberá ser entregado y presentado el día del examen final.
La presentación de este trabajo ante el profesor y los compañeros es imprescindible para poder aprobar.

2.Ejercicios prácticos desarrollados, entregados en periodo lectivo. (60% de la calificación final).
Se solicitarán diferentes trabajos (individuales o grupales) a lo largo del cuatrimestre.
NO se admitirán entregas fuera de fecha, ni en formatos diferentes al que se haya solicitado.
NO se admitirán trabajos que no estén entregados a través de la plataforma Blackboard
Si se realiza un trabajo en horario de clase, aquellos alumnos que no asistieron a la clase tendrán nota 0.0 en el mismo.

3.Asistencia a clase. (10% de la calificación final).
La no asistencia al 75% de las clases no permite aprobar la asignatura en convocatoria ordinaria. No se aceptarán certificados de ningún tipo (médicos, laborales, etc)
No se justifican faltas de asistencia. Los alumnos deberán asistir al 75% de las clases para poder presentarse al examen final. El alumno que falte a un ejercicio práctico realizado en clase tendrá nota 0.0 en ese ejercicio. El alumno que no esté presente en la fecha en que se debe presentar un trabajo tendrá nota 0.0 en ese ejercicio.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

1.Trabajo final. (70% de la calificación final).
Se solicitará al alumno un nuevo trabajo que deberá ser entregado y presentado el día del examen. La presentación de este trabajo ante el profesor y los compañeros es imprescindible para poder aprobar la asignatura.

2.Ejercicios prácticos solicitados durante el periodo lectivo. (30% de la calificación final)
Se deberá rehacer todos aquellos trabajos con nota inferior a 5.0. El profesor puede solicitar nuevos trabajos -con características similares- para evitar la copia/plagio
En el caso de que no se pueda repetir un trabajo por tratarse de una exposición ya pasada o una visita a la que no se asistió o una actividad irrepetible, se asignará otra actividad similar para cubrir esa nota.

ALUMNOS REPETIDORES

1.Trabajo final. (70% de la calificación final).
Se solicitará al alumno un nuevo trabajo que deberá ser entregado y presentado el día del examen. La presentación de este trabajo ante el profesor y los compañeros es imprescindible para poder aprobar la asignatura.ar.

2.Ejercicios prácticos desarrollados, entregados en periodo lectivo. (30% de la calificación final).
El alumno deberá entregar el día del examen los ejercicios prácticos que se solicitaron durante el semestre.
NO se admitirán trabajos que no estén entregados a través de la plataforma Blackboard

3.Asistencia a clase.
La asistencia a clase no es obligatoria y no se tendrá en cuenta para la calificación final.

NOTA ADICIONAL
En caso de plagio o copia, se suspenderá automáticamente la convocatoria en la que se hubiese cometido esta irregularidad, anulándose todas las notas calificadas hasta la fecha , que no se

guardarán para otras convocatorias.

ORTOGRAFÍA Y REDACCIÓN.
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.
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

Se irá entregando a medida que se realicen las actividades.

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Los alumnos podrán consultar sus dudas durante la clase y por medio de tutorías individuales o colectivas, presenciales.

Los alumnos podrán solicitar una tutoría a través del envío de un mail al profesor siendo los horarios disponibles: martes de 9:30 a 10:30 y miércoles de 12.30 a 13.30

El horario y el calendario de exámenes puede consultarse en el campus virtual.

Universidad Villanueva

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía ha sido elaborada según los criterios recogidos en la Memoria Oficial de Grado