

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Creatividad Publicitaria I
Código	E000005099
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas [CESAG - GPB-RPB]
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dra. Marga Velar
Horario	Consultar cesag.org
Horario de tutorías	Consultar Campus Virtual
Descriptor	La asignatura introduce al estudiante en la creatividad publicitaria como una competencia estratégica y una capacidad susceptible de desarrollarse mediante la práctica, la reflexión y la experimentación. A través del análisis de campañas, la resolución de retos creativos, el trabajo con briefings reales y un proceso de desarrollo personal basado en metodologías de creatividad, el alumnado aprenderá a generar ideas relevantes, transformarlas en conceptos de comunicación y desarrollar mensajes eficaces para diferentes medios y contextos. Asimismo, la asignatura fomenta el desarrollo de hábitos creativos, la confianza en el propio proceso de creación y el pensamiento crítico como competencias esenciales para el ejercicio profesional.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Margarita María Velar Lera
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	mmvelar@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Partiendo de los perfiles profesionales que marca la ANECA, determinaremos el interés de la asignatura de Creatividad I en el desarrollo profesional de esta titulación: • Director/a de comunicación, investigador/a y consultor/a estratégico en publicidad y relaciones públicas en todo tipo de empresas y organizaciones. • Investigadores/as, planificadores/as y compradores/as de medios: profesionales que planifican la idoneidad y características de los soportes para la difusión de las campañas de comunicación.

- Creativo/a y diseñador/a: profesional especializado en creatividad publicitaria en todo tipo de soportes. Se puede identificar las especialidades de director creativo, director de arte, redactor y webmaster (creatividad de la estructura de la Web).
- Gestor/a de comunicación corporativa: profesional responsable de la gestión estratégica de la imagen y de la comunicación corporativa.

Prerrequisitos

-

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG09	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
CG12	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT03	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
CT07	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
CT08	Trabajar en equipo.

ESPECÍFICAS

CE02	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
CE03	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual, así como las herramientas específicas para la elaboración de guiones audiovisuales y multimedia.
------------	--

Contenidos – Bloques Temáticos

Bloque 1. ¿Qué significa ser creativo?

- La creatividad como competencia profesional.
- Mitos y realidades sobre la creatividad.
- El pensamiento creativo y sus características.
- Bloqueos creativos y confianza creativa.
- Introducción al proceso de trabajo personal (*El camino del artista*).

Bloque 2. ¿Cómo nacen las ideas?

- El proceso creativo.
- Divergencia y convergencia.
- Técnicas de generación de ideas.
- Observación, inspiración y conexiones inesperadas.
- El papel de la curiosidad y la creatividad cotidiana.

Bloque 3. De la estrategia a la gran idea

- El briefing creativo.
- Insight.
- Concepto creativo.
- Promesa.
- Territorio de marca.
- Storytelling.
- Evaluación de ideas.

Bloque 4. Dar forma a las ideas

- Recursos verbales.
- Recursos visuales.
- Dirección de arte.
- Tono y estilo.
- Adaptación a distintos medios.
- Coherencia creativa.

Bloque 5. Laboratorio creativo

- Desarrollo de proyectos creativos.
- Resolución de briefings reales.
- Trabajo colaborativo.
- Presentación y defensa de ideas.
- Evaluación y mejora de propuestas.

Bloque 6. Creatividad e inteligencia artificial

- IA generativa como herramienta de exploración.
- Prompting creativo.
- IA y pensamiento divergente.
- Autoría y ética.
- Creatividad humana y creatividad asistida.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura se desarrollará mediante una metodología activa y experiencial basada en el aprendizaje por proyectos, la resolución de retos creativos y el análisis de campañas reales. Los contenidos teóricos se introducirán a partir de briefings, casos y problemas de comunicación que permitan comprender cómo se desarrolla el proceso creativo en el ámbito profesional.

A lo largo del semestre el alumnado desarrollará un proyecto continuado de entrenamiento creativo inspirado en El camino del artista (Julia Cameron), mediante ejercicios de observación, escritura, exploración, experimentación y reflexión personal orientados a fortalecer la confianza creativa, superar bloqueos y desarrollar hábitos que favorezcan la generación de ideas.

La asignatura concibe la creatividad como una competencia que se desarrolla mediante la práctica continuada, la experimentación, el diálogo y la reflexión crítica sobre el propio proceso creativo. Se fomentará un entorno de trabajo colaborativo en el que el error, la iteración y la mejora formen parte del aprendizaje.

Se incorporará el uso de herramientas de inteligencia artificial generativa como apoyo al proceso de ideación, exploración visual y desarrollo conceptual. El alumnado aprenderá a utilizar estas herramientas de manera crítica y estratégica, manteniendo siempre el liderazgo del proceso creativo y la responsabilidad sobre las decisiones adoptadas.

Metodología Presencial: Actividades

Clases teóricas	CG09, CG12, CT02, CT03, CT07, CT08, CE02, CE03, CE06
Presentación de Case Studies	
Desarrollo de talleres y actividades en clase para afianzar los conocimientos	

Metodología No presencial: Actividades

Estudio de la teoría	CG09, CG12, CT02, CT03, CT07, CT08, CE02, CE03, CE06
Preparación de trabajo final	
Lectura de casos de estudio y artículos de actualidad relacionados con la asignatura	

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos

45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba escrita compuesta por preguntas teóricas, análisis de campañas reales y un ejercicio breve de ideación publicitaria.	Para poder aprobar la asignatura y hacer media con la parte correspondiente a los trabajos y proyectos y a la prueba de ejecución de tareas reales se deberá sacar una puntuación igual o superior a un 5 sobre 10.	30
El alumno presentará un portfolio en el que recogerá los ejercicios realizados a lo largo del curso, acompañados de reflexiones personales sobre el proceso creativo, los aprendizajes adquiridos y su evolución individual.	Estas actividades o talleres se realizarán en clase, en algunos casos será necesario haber leído previamente textos recomendados.	40
Campaña creativa grupal y presentación final. En grupos de 2-4 personas, los alumnos desarrollarán una campaña creativa basada en un briefing entregado, integrando las distintas fases trabajadas en clase. La presentación final incluirá exposición oral, piezas gráficas y justificación estratégica.	Para poder superar la asignatura se deberá obtener una puntuación en esta prueba igual o superior a 5 sobre 10	30

Calificaciones

Tanto la prueba de respuesta corta escrita como el trabajo final son recuperables en la convocatoria extraordinaria.

Un 10% de la nota de cada prueba evaluativa se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

Bibliografía Básica

- Cameron, J. (2021). *El camino del artista*. Aguilar.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad*. Paidós.
- Hernández Martínez, C. (2007). *Manual de creatividad publicitaria*. Cátedra.
- Ricarte, J. M. (2004). *Creatividad y comunicación persuasiva*. Ariel.
- Arroyo Almaraz, I. (2016). *La profesión de crear*. Fragua.
- De Bono, E. (2018). *Seis sombreros para pensar*. Paidós.
- Rubin, R. (2023). *El acto de crear. Una manera de ser*. Reservoir Books.

Bibliografía Complementaria

- Johnson, S. (2010). *Las buenas ideas*.
- Heath, C. y Heath, D. (2007). *Made to Stick*.
- Ogilvy, D. *Confesiones de un publicitario*.
- Kleon, A. (2012). *Roba como un artista*.
- Sutherland, R. (2019). *Alchemy*.
- Obradors, M. (2014). *Creatividad y generación de ideas*.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>