

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
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	Primera aproximación a los fundamentos que sustentan el proceso de creación. Desarrollo de destrezas y capacidades intelectuales aplicadas a la creatividad en el mensaje publicitario. Qué es y qué implica la creatividad publicitaria, qué mecanismos, metodologías de trabajo, recursos y técnicas exige. Desarrollo teórico-práctico de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos medios de comunicación.

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.
------------	--

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Bloque 1. Introducción a la creatividad publicitaria

- ¿Qué es la creatividad y por qué es esencial en publicidad?
- Características del pensamiento creativo.
- Mitos y realidades sobre la creatividad.
- El rol del creativo en el proceso publicitario.

Bloque 2. Etapas y técnicas del proceso creativo

- Fases del proceso creativo aplicado a la comunicación.
- Herramientas para generar ideas: pensamiento lateral, mapas mentales, brainstorming, etc.
- Obstáculos a la creatividad y cómo superarlos.
- Trabajo individual y colaborativo en el desarrollo creativo.

Bloque 3. Estrategia creativa y construcción del mensaje

- Introducción al briefing y a la estrategia publicitaria.
- De la estrategia a la idea creativa: insight, promesa y concepto.
- La gran idea publicitaria: qué es, cómo nace, cómo se desarrolla.
- Claves de la narrativa publicitaria.

Bloque 4. Lenguaje creativo: texto, imagen y medios

- Recursos verbales y visuales en la comunicación persuasiva.
- Relación texto-imagen: coherencia, contraste y reforzamiento del mensaje.
- Tono, estilo y voz de marca.
- Introducción a los formatos creativos: print, digital, audiovisual.

Bloque 5. Laboratorio creativo

- Ejercicios de creación de mensajes publicitarios en distintos medios.
- Análisis y mejora de propuestas creativas.
- Presentación y argumentación de ideas ante distintos públicos.
- Evaluación de la creatividad: originalidad, pertinencia, eficacia y ejecución.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

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	
----------------------	--

Preparación de trabajo final

Lectura de casos de estudio y artículos de actualidad relacionados con la asignatura

CG09, CG12, CT02, CT03,
CT07, CT08, CE02, CE03,
CE06

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 Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Hernández Martínez, C. (2007). *Manual de creatividad publicitaria*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Ricarte, J. M. (2004). *Creatividad y comunicación persuasiva*. Barcelona: Ariel.

Arroyo Almaraz, I. (2016). *La profesión de crear: creatividad e investigación publicitarias*. Madrid: Fragua.

Navarro Gutiérrez, C. (2011). *Creatividad publicitaria eficaz: cómo aprovechar las ideas creativas en el mundo empresarial*. Madrid: ESIC.

Cuesta, U. (coord.) (2008). *Planificación estratégica y creatividad*. Madrid: Síntesis.

Bibliografía Complementaria

Creatividad general y procesos psicológicos

Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós.

Marina, J. A. (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona: Anagrama.

Goleman, D. (1996). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.

Landau, E. (1985). *El vivir creativo*. Buenos Aires: Paidós.

Técnicas de ideación y pensamiento lateral

De Bono, E. (2010). *El pensamiento lateral: manual de creatividad*. Barcelona: Paidós.

De Bono, E. (2018). *Seis sombreros para pensar* (ed. revisada). Barcelona: Paidós.

Johnson, S. (2010). *Las buenas ideas: una historia natural de la innovación*. Barcelona: Taurus.

Tharp, T. (2006). *The Creative Habit: Learn It and Use It for Life*. Nueva York: Simon & Schuster.

Aplicación y análisis publicitario

Barahona Navarro, N. (2012). *Creatividad publicitaria: ¿cómo juzgarla?*. Madrid: Fragua.

Gurrea Saavedra, Á. (2009). *Los anuncios por dentro*. Madrid: Fragua.

Obradors, M. (2014). *Creatividad y generación de ideas: estudio de la práctica creativa en cine y publicidad*. Barcelona: UOC.

Laermer, R. & Simmons, M. (2007). *Punk marketing*. Madrid: Empresa Activa.

Ogilvy, D. (2007). *Confesiones de un publicitario*. Barcelona: Grijalbo.

Heath, C. & Heath, D. (2007). *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. Nueva York: Random House.

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>