

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Creatividad Publicitaria I
Código	E000005099
Título	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
Impartido en	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	
<b>Profesor</b>	
Nombre	Margarita María Velar Lera
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	mvelar@cesag.org

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<p><b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b></p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Director/a de comunicación, investigador/a y consultor/a estratégico en publicidad y relaciones públicas en todo tipo de empresas y organizaciones.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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).</li> <li>• Gestor/a de comunicación corporativa: profesional responsable de la gestión estratégica de la imagen y de la comunicación</li> </ul>

corporativa.

## Prerequisitos

-

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

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

#### TRANSVERSALES

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

#### ESPECÍFICAS

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

### Resultados de Aprendizaje

<b>RA1</b>	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

1. La creatividad (publicitaria)
2. La dupla creativa: art & copy

3. El proceso creativo
4. Desarrollo de las ideas

## METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura	
<b>Metodología Presencial: Actividades</b>	
Clases teóricas Presentación de Case Studies Desarrollo de talleres y actividades en clase para afianzar los conocimientos	CG09, CG12, CT02, CT03, CT07, CT08, CE02, CE03, CE06
<b>Metodología No presencial: Actividades</b>	
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	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba escrita en la que se valorará el contenido teórico de la asignatura	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.	40 %
Participación en talleres y actividades en clase	Estas actividades o talleres se realizarán en clase, en algunos casos será necesario haber leído	20 %

	previamente recomendados.	textos	
Prueba práctica en la que se ejecutará lo aprendido en la asignatura como si se tratase de un ejercicio profesional.	Para poder superar la asignatura se deberá obtener una puntuación en esta prueba igual o superior a 5 sobre 10		40 %

## Calificaciones

Tanto la prueba de respuesta corta escrita como los trabajos realizados durante el semestre 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.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Prueba de respuesta corta escrita	La indicada en el calendario oficial de exámenes del CESAG publicado en la página web	La indicada en el calendario oficial de exámenes del CESAG publicado en la página web
Trabajo correspondiente al bloque temático 2: Descripción de una agencia de publicidad de ámbito y reconocimiento nacional o internacional	Al finalizar el bloque temático 2	Se indicará en el aula virtual
Trabajo correspondiente al bloque temático 3: Presentación de un creativo o creativa publicitaria de ámbito y reconocimiento nacional o internacional	Al finalizar el bloque temático 3	Se indicará en el aula virtual
Trabajo correspondiente al bloque temático 4: Presentación de un festival publicitario de ámbito nacional o internacional.	Al finalizar el bloque temático 4	Se indicará en el aula virtual
Trabajo correspondiente al bloque temático 5: Análisis de una campaña de publicidad desde las teorías de la creatividad publicitaria	Al finalizar el bloque temático 5	Se indicará en el aula virtual

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

*El libro rojo de la publicidad (ed. actualizada).* Luis B. (2020). DEBOLS!LLO

*The advertising concept book: think now, design later. A complete guide to creative ideas, strategies and campaigns.* Barry, Pete. London: Thames & Hudson, c2008.9780500516232

## Bibliografía Complementaria

Creatividad, S.A.: Cómo llevar la inspiración hasta el infinito y más allá / Creativity, Inc. Edwin Catmull 2018. (Spanish Edition) Paperback.

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>