

DATOS BÁSICOS

Asignatura	Pensamiento Creativo
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	1º semestre
Curso académico	24-25
Docente coordinador	Begoña Moreno

1. PRESENTACIÓN

La asignatura pertenece al primer trimestre de Grado en Publicidad y supone los conocimientos esenciales del Pensamiento Creativo: El mundo de las ideas. ¿Qué es una idea? El proceso creativo. Desarrollo de una actitud creativa. Aprender a pensar. La inspiración, La simplicidad. Reconocimiento de bloqueos. Pensamiento divergente, paralelo y lateral.

2. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

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 transversales:

CT1 - Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.

CT2 - Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido

CT3 - Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes

CT4 - Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos

CT6 - Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad

CT9 - Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

CE07 - Capacidad para aplicar las técnicas de producción para la generación de ideas innovadoras y creativas en un entorno profesional publicitario.

CE15 - Capacidad para producir soluciones creativas a las nuevas necesidades del consumidor

CE17 - Conocer las diferentes estructuras y procesos sistémicos que intervienen en los procesos profesionales de la comunicación publicitaria.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: ·Desgranar y comprender qué elementos configuran lo que denominamos pensamiento creativo.
- RA2: ·Aplicar dichos elementos a sus propias creaciones, dotándolas de un aspecto contemporáneo y atractivo.
- RA3: ·Entender la evolución del pensamiento creativo aplicado a publicidad y adquirir un cierto criterio creativo.

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB4, CT6, CE17	RA1
CB4, CT6, CE17	RA2
CB4, CT6, CE17	RA3

3. CONTENIDOS

- El mundo de las ideas.
- ¿Qué es una idea?
- El proceso creativo.
- Desarrollo de una actitud creativa.
- Aprender a pensar.
- La inspiración, La simplicidad.
- Reconocimiento de bloqueos.
- Pensamiento divergente, paralelo y lateral.

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

- Clase magistral/ web conference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Entornos de simulación

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	24
Lecciones magistrales asíncronas	6
Debates y coloquios	15
Análisis de casos	30
Resolución de problemas	15
Exposiciones orales de trabajos	15
Elaboración de informes y escritos	10
Tutorías grupales	10
Trabajo autónomo	25
TOTAL	150

6. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	40.0
Exposiciones orales	20.0
Informes y escritos	10.0
Caso/problema	20.0
Observación del desempeño	10.0

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

7. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Identificar y aplicar los elementos sustanciales del pensamiento creativo. Cuaderno Concepto visual	Semana 4-9
Actividad 2. Combinar conceptos y aplicarlos	Semana 6-7
Actividad 3. Establecer las bases conceptuales de un manifiesto	Semana 9-10
Actividad 4. Emplear la tecnología como recurso creativo	Semana 12-13
Actividad 5. Prueba final	Semana 18-19

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

8. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Arboleda Aparicio, J. C. (2007). Pensamiento Lateral y Aprendizajes. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Romo, M. (1998). "Teorías implícitas y creatividad artística". En Arte, Individuo y Sociedad, núm 10. Madrid: Servicio de Publicaciones Universidad Complutense de Madrid.
- De Bono, E. (1991). El Pensamiento Lateral. Manual de creatividad. Madrid: Paidós Plural.
- Gompertz, W. (2013). ¿Qué estás mirando? Barcelona: Taurus.
- Himpe, T. (2010). La publicidad de vanguardia. Barcelona: Ed- Blume.
- Marcus, G., y Alou, D. (1993). Rastros de carmín. Una historia secreta del siglo XX. Barcelona: Anagrama.

- Medina, A. (2007). Ideas para tener ideas. Cómo ser creativo sin tener una pizca de imaginación. Madrid: Pearson Educación.
- Ponti, F. y Ferràs, X. (2008). Pasión por innovar: de la idea al resultado. Un modelo novedoso que incentiva la creatividad empresarial. Barcelona: Ediciones Granica.
- Ponti, F. y Ferrer, J. M. (2010). Si funciona, cámbialo: cómo innovar sin morir en el intento. Barcelona: Ediciones Gestiones 2000.
- Romo, M. (2007) “Psicología de la ciencia y creatividad”. En Revista Creatividad y Sociedad, núm. 10. Disponible en:
<<http://www.creatividadysociedad.com/articulos/14/Creatividad%20y%20Sociedad.%20Psicologia%20de%20la%20ciencia%20y%20la%20creatividad.pdf>> [Consultado: 26 de octubre de 2013].
- Romo, M. (2009). “Pensamiento creador en tiempos de crisis”. En Encuentros Multidisciplinares, vol.11, núm. 31. Disponible en:
http://www.encuentrosmultidisciplinares.org/Revistan%BA31/Manuela_Romo_Santos.pdf
- Russell, P. (2013). Game Changers. The evolution of Advertising. Spain:Taschen.

9. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

10. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.