

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Neurocreatividad
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	3º
ECTS	3 ECTS
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	1º semestre
Curso académico	24-25
Docente coordinador	Begoña Moreno

2. PRESENTACIÓN

En esta asignatura, los estudiantes estudiarán conceptos como la atención, la memoria, las emociones y la motivación, y cómo estos elementos influyen en la percepción y el comportamiento del consumidor. También se explorarán técnicas creativas que pueden aprovechar estos conocimientos para crear mensajes publicitarios más impactantes y memorables.

Al finalizar la materia, los estudiantes estarán equipados con una sólida comprensión de cómo funciona el cerebro humano y cómo aplicar esta comprensión para mejorar la creatividad y la eficacia de las campañas publicitarias.

Los estudiantes también aprenderán a trabajar en equipo y colaborar en proyectos, lo que les permitirá desarrollar habilidades de comunicación y trabajo en equipo, y adquirir experiencia en la gestión de proyectos y la toma de decisiones.

3. 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

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias transversales:

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

CT5 - Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes

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

Competencias específicas:

CE28 - Capacidad para resolver de forma creativa problemas solventando las necesidades de comunicación concretas de anunciantes.

CE29 - Comprender y participar en los procesos de trabajo y creación de los diferentes perfiles profesionales de los diferentes ámbitos de la creatividad publicitaria.

CE30 - Capacidad para aplicar las herramientas de comunicación necesarias para desarrollar cada trabajo de una forma profesional, implementando los conocimientos adquiridos en la ideación y producción de un portafolio de trabajos.

Resultados de aprendizaje:

RA1: Conocer las técnicas más importantes para el desarrollo de la creatividad.
Comprender los procesos de pensamiento creativo aplicados a la estimulación y activación cerebral.

RA2: Enfrentarse a briefings creativos utilizando dichas herramientas.

RA3: Gestionar los movimientos comunicativos corporales, y gestuales, que influyen determinadamente en las presentaciones y comunicaciones en público

RA4: Conocer y aplicar los últimos avances de la neurociencia aplicada a la creatividad.

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CT2, CE30	RA1

CB2, CT2, CE30	RA2
CB2, CT2, CE30	RA3

4. CONTENIDOS

- Conocimiento y aplicación de las técnicas de creación aplicadas a la Publicidad (Brainstorming, 7 sombreros, Inversión, Dramatización, Insights, Analogía Forzada)
- Aplicación de técnicas de neurocreatividad como (Body scan, dibujo proyectivo, googlestorming, storytelling, concentración profunda) para mejorar la capacidad narrativa.
- Avances tecnológicos y de neurociencia aplicados a la creatividad.
- Aplicación de la neurointeligencia emocional para la creación de marca personal.
- Procesos creativos publicitarios. Utilización de técnicas individuales y grupales para la realización de piezas reales de publicidad.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

- Clase magistral/ web conference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en proyectos

6. 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	13

Lecciones magistrales asíncronas	5
Debates y coloquios	15
Análisis de casos	5
Resolución de problemas	5
Elaboración de informes y escritos	12
Tutorías grupales	5
Trabajo autónomo	15
TOTAL	75

7. 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
Informes y escritos	10.0
Caso/problema	20.0
Observación del desempeño	30.0

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.

8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1.	Semana 4
Actividad 2.	Semana 8
Actividad 3. Portfolio final	Semana 12
Actividad 4. Prueba final	Semana 18

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

9. BIBLIOGRAFÍA

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

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Pulido, R. (2018). Neuromarketing: Cómo entender el cerebro del consumidor. ESIC Editorial.
- Fernández, A. (2019). La creatividad publicitaria desde la neurociencia. Editorial UOC.
- Delgado, M. (2019). La mente del comprador: Neuromarketing y comportamiento del consumidor. ESIC Editorial.
- Chamorro-Premuzic, T. (2019). El talento nunca es suficiente: Descubre las elecciones que te llevarán más allá de tu talento. LID Editorial.
- Toledo, L. (2020). La creatividad en la publicidad y el marketing: Una aproximación multidisciplinar. Editorial UOC.
- Medina, J. (2018). El cerebro del niño explicado a los padres. La Esfera de los Libros.

10. 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

11. 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.