

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Laboratorio de creatividad digital
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	4º
ECTS	6 ECTS
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	1º semestre
Curso académico	24-25
Docente coordinador	Begoña Moreno

2. PRESENTACIÓN

La materia de Laboratorio de Creatividad Digital del Grado de Publicidad en la Universidad Europea es una asignatura imprescindible para los estudiantes que desean desarrollar su perfil creativo y destacar en el campo publicitario. La asignatura se centra en enseñar a los estudiantes cómo crear y diseñar contenidos publicitarios digitales innovadores y efectivos, que les permitan destacar en un mercado cada vez más competitivo y tecnológico.

Durante la asignatura, los estudiantes aprenderán a utilizar herramientas y tecnologías digitales para crear contenido publicitario atractivo y efectivo. Aprenderán a diseñar y producir anuncios gráficos, vídeos, contenido para redes sociales y otras formas de publicidad digital. Además, se les enseñará a trabajar en equipo y colaborar en la creación de proyectos creativos y efectivos.

La asignatura se enfoca en desarrollar habilidades creativas como la generación de ideas, la conceptualización y la narrativa, la creatividad en el uso de tecnologías y la creación de historias y personajes persuasivos. Los estudiantes aprenderán a aplicar técnicas de pensamiento creativo para generar ideas originales y atractivas para campañas publicitarias.

Al finalizar la asignatura, los estudiantes serán capaces de crear contenidos publicitarios digitales efectivos y atractivos, así como de trabajar en equipo en la creación de proyectos creativos. Serán capaces de utilizar herramientas y tecnologías digitales para crear anuncios y contenido publicitario atractivo y efectivo, y de aplicar técnicas de pensamiento creativo para generar ideas originales y persuasivas. En resumen, la materia de Laboratorio de Creatividad

Digital del Grado de Publicidad en la Universidad Europea es una asignatura esencial para los estudiantes que desean destacar en el campo publicitario y desarrollar su perfil creativo.

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

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

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

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

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

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:

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: NO CONSTAN en la memoria aprobada

4. CONTENIDOS

Desarrollo de campañas por equipos de trabajo, que irán adquiriendo distintos roles a lo largo de su desarrollo. El objetivo es emular la escena profesional con el fin de fomentar sinergias y trabajo colaborativo que permita enriquecer el resultado final con la suma de lo que aportan sus integrantes.

Revisión de procesos de producción relacionados con las piezas que se estén desarrollando, para ello, sería deseable, la colaboración transversal con otras asignaturas que pudieran beneficiarse mutuamente de esta experiencia compartida.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

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

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	15
Lecciones magistrales asíncronas	5

Análisis de casos	10
Exposiciones orales de trabajos	10
Elaboración de informes y escritos	50
Tutorías grupales	10
Trabajo autónomo	50
TOTAL	150

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	20.0
Exposiciones orales	20.0
Informes y escritos	10.0
Caso/problema	20.0
Observación del desempeño	10
Carpeta de aprendizaje	20.0

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. Ensayo	Semana 4
Actividad 2. Retrato	Semana 8
Actividad 3. Bodegón	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:

- Boyd, D. (2014). It's complicated: The social lives of networked teens. Yale University Press.
- Brown, T. (2009). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. HarperBusiness.
- Creativity, Inc. (2014). Random House.
- De Bono, E. (1992). Serious creativity: Using the power of lateral thinking to create new ideas. HarperCollins.
- Goleman, D. (1998). Working with emotional intelligence. Bantam Books.
- Johnson, S. (2010). Where good ideas come from: The natural history of innovation. Penguin Books.
- Pink, D. H. (2006). A whole new mind: Why right-brainers will rule the future. Riverhead Books.
- Sawyer, R. K. (2012). Explaining creativity: The science of human innovation. Oxford University Press.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. Penguin Books.
- Whiting, A. (2016). The Psychology of Creative Writing. Palgrave Macmillan.

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.