

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Herramientas creativas y de producción I
<b>Titulación</b>	Grado en Marketing
<b>Escuela/ Facultad</b>	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	Primero
<b>ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Básica
<b>Idioma/s</b>	Castellano e inglés
<b>Modalidad</b>	Presencial / online
<b>Semestre</b>	Semestre 1
<b>Curso académico</b>	2025/2026
<b>Docente coordinador</b>	Dra. Laura Gómez Cuesta

## 2. PRESENTACIÓN

El contexto global, tecnológico y rápidamente cambiante en el que nos encontramos está provocando que disciplinas que antes no eran tan inherentes a la labor del profesional del marketing y la comunicación, sean ahora parte esencial de la descripción de los puestos de trabajo que demanda la nueva economía digital y el desarrollo sostenible.

El conocimiento y manejo a nivel básico de herramientas específicas y de tecnologías vinculadas al diseño de comunicaciones visuales, presentaciones e informes, tanto en soporte impreso como en soporte digital, facilitará al estudiante el desarrollo de competencias diferenciadoras y la adquisición de conocimientos que lo convertirán en un profesional mucho más completo, empático y flexible, capaz de trabajar en equipos multidisciplinares.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos

CON05 Reconocer las diferentes plataformas digitales relacionadas con el emprendimiento digital y el comercio electrónico, la comunicación online, nuevos entornos digitales y redes sociales, así como los nuevos sistemas de relación con clientes (CRM).

### Habilidades

HAB01 Manejar las herramientas que utilizarán en su incorporación al mundo laboral en el área del marketing digital, investigación de mercados y análisis de datos.

HAB04 Aplicar los conceptos de comunicación necesarios, generando mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.

HAB05 Aplicar las técnicas que permitan liderar y dinamizar las sesiones creativas para orientarlas hacia el diseño de acciones que sean respetuosas con los valores democráticos.

HAB06 Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para la búsqueda y análisis de datos, la investigación, la comunicación y el aprendizaje.

#### **Competencias**

CP08 Diseñar productos, servicios o piezas de comunicación, capaces de generar valor para el mercado y rentabilidad para la empresa.

## **4. CONTENIDOS**

- Comunicación visual y creatividad con enfoque comercial.
- Herramientas de creación y tratamiento de imágenes, tanto vectoriales como bitmap: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.
- Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa: Adobe Firefly, Copilot Designer, Chat GPT...
- Herramientas de presentaciones y publicaciones bajo un enfoque profesional y persuasivo: Word, PowerPoint, Canva...
- Gestión de la producción gráfica y digital.

## **5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

#### **MODALIDAD PRESENCIAL**

- Clase magistral
- Método del caso.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller
- Entornos de simulación

#### **MODALIDAD ONLINE**

- Clase magistral
- Método del caso.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller
- Entornos de simulación

## **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
Clases magistrales	12
Seminarios de aplicación práctica	18
Análisis de casos	16
Elaboración de informes y escritos	14
Investigaciones y proyectos	20
Trabajo autónomo	60
Actividades en talleres y/o laboratorios	8
Pruebas de evaluación presenciales	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

**Modalidad virtual:**

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	12
Clases virtuales síncronas	18
Análisis de casos	16
Elaboración de informes y escritos	14
Investigaciones y proyectos	20
Estudio de contenidos y documentación complementaria (trabajo autónomo)	60
Actividades en talleres y/o laboratorios	8
Pruebas de evaluación virtuales	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 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 de evaluación presenciales	40%
Informes y escritos	10%
Caso/problema	10%
Investigaciones/proyectos	20%

Cuaderno de prácticas de laboratorio/taller	10%
---	-----

**Modalidad virtual:**

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación presenciales	40%
Informes y escritos	10%
Caso/problema	10%
Investigaciones/proyectos	20%
Cuaderno de prácticas de laboratorio/taller	10%

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 5,0 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 extraordinaria 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 5,0 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 4-5

Actividad 2	Semana 8-9
Actividad 3	Semana 11-12
Proyecto integrador	Semana 14-15
Prueba de conocimientos	Semana 16-17

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

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Plataforma a través de la cual se tendrá **acceso a las licencias de Adobe** y a las principales herramientas de comunicación visual que se aprenderán en la materia:

<https://www.adobe.com/es/creativecloud.html> (Iniciar sesión con el correo y contraseña facilitada por la Universidad Europea a cada estudiante)

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.
- Arnheim, R. (1995). *Arte y percepción visual: psicología del ojo creador*. Madrid: Alianza Forma.
- Bassat, L. (2014). *La creatividad*. Barcelona: Penguin Random House.
- Castelló-Martínez, A. y Del Pino-Romero, C. (2019). *De la publicidad a la comunicación persuasiva integrada*. Madrid: ESIC.
- Chavarría, M. A. (2015). *La eficacia de la creatividad*. Madrid: ESIC.
- Carrasco, R. (2016). Creatividad y marketing. Revisión de teorías, tipos e importancia de la creatividad en el campo del marketing. *Palermo Business Review* Nº 14, 35-44.
- De Bono, E. (1994). *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Barcelona: Paidós.
- Diamond, S. (2013). *The Visual Marketing Revolution*. Indianápolis: Pearson Education.
- Dondis, D. (1997). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Duailibi, R., & Simonsen, H. (1992). *Creatividad & Marketing*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Edwards, M. (2016). *El libro de la comunicación visual. Dibujos, palabras y formas para comunicar ideas*. Madrid: LID Editorial Empresarial.
- Gallego, F. (2001). *Aprender a generar ideas. Innovar mediante la creatividad*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Harvey, W. (2005). *1.000 diseños con tipografía*. Gustavo Gili.
- Harvey, W. (2004). *Diseño de catálogos y folletos*. Gustavo Gili.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.

- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2000). *Dirección de marketing. Edición del milenio*. Madrid: Pearson.
- Kotler, P., & Rath, G. A. (1984). *Design: A Powerful but Neglected Strategic Tool*. Journal of Business Strategy.
- Küpper, H. (1995). *Fundamentos de la teoría de los colores*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Landa, R. (2011). *Diseño gráfico y publicidad*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2011). *Principios universales de diseño*. Blume.
- Lupton, E., & Cole Phillips, J. (2016). *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2012). *Intuición, acción, creación: graphic design thinking*. Gustavo Gili.
- Martín, J. R. (2013). *Comunicación visual*. Madrid: Centro de estudios financieros.
- Michalko, M. (2001). *ThinkerToys. Cómo desarrollar la Creatividad en la Empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Mora, F. (2017). *Cómo funciona el cerebro*. Madrid: Alianza.
- Reis, J. (2022). *Advanced Design: Universal Principles for All Disciplines (1.ª ed.)*. Springer International Publishing AG.
- Schnarch, A. (2010). *Creatividad aplicada. Cómo estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal y empresarial*. Madrid: Starbook.
- Valderrama, B. (2013). *Creatividad inteligente. Guía para convertir ideas en innovación*. Madrid: Pearson Educación.
- Villafañe, J., & Mínguez, N. (2009). *Principios de Teoría General de la Imagen*. Madrid: Pirámide.
- Wong, W. (2009). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (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](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## **11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN**

¡Tu 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.