

## 1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	PENSAMIENTO CREATIVO
Titulación	Grado en Diseño Gráfico Digital y Doble Grado en Publicidad y Diseño Gráfico Digital
Escuela/ Facultad	Arquitectura, Ingeniería y Diseño
Curso	1º
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	1er
Curso académico	2024 - 2025
Docente coordinador	Enrique Carrasco Molina
Docente	Estefanía Cano López <a href="mailto:estefania.cano@universidadeuropea.es">estefania.cano@universidadeuropea.es</a>

## 2. PRESENTACIÓN

La asignatura pertenece al primer trimestre de Grado en Diseño Gráfico Digital 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.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

- 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:

- 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.

- 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: Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- CT6: Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
- CT7: Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- CT8: Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- CT9: Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- CT10: Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

#### **Competencias específicas:**

- CE2: Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica.
- CE3: Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.
- CE4: Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario.
- CE5: Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad.
- CE6: Conocimiento para mantener bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.
- CE7: Capacidad para asumir liderazgo, la organización, coordinación y temporización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.
- CE9: Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.
- CE11: Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.

## Resultados de aprendizaje:

- Compresión de las bases teórico-prácticas de la creatividad.
- Conocimiento de las herramientas tecnológicas aplicadas a la creatividad.
- Será capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales y de mercado propios de la profesión publicitaria.
- Será capaz de aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario

## 4. CONTENIDOS

### Tema 1. Creatividad y creación.

- 1.1. Introducción y concepto. Los límites son un mito.
- 1.2. Psicología de la creatividad.
- 1.3. Analogía y semejanza.
- 1.4. El Pensamiento Inventivo Sistemático y su aplicación en la Publicidad y el Marketing.
- 1.5. Cálculo de la escala “c” de la creatividad aplicada a spots publicitarios.
- 1.6. Técnicas de Creación:
  - 1.6.1. La Retórica Creativa.
  - 1.6.2. Método 3-6-5.
  - 1.6.3. Tormenta de ideas.
  - 1.6.4. Scamper.
  - 1.6.5. Seis sombreros para pensar.

### Tema 2. El pensamiento creativo aplicado (dimensiones y ámbitos)

- 2.1. Remoción y transformación de lo estándar. El pensamiento disruptivo. El pensamiento lateral.
- 2.2. La influencia del Ello y el automatismo creativo.
- 2.3. Elección sobre el binomio planificación/ensayo-error.
- 2.4. Dimensiones y ámbitos. (Contextos profesionales de aplicación).
- 2.5. La creatividad plástica.
- 2.6. La creatividad audiovisual (cine y televisión).
- 2.7. La creatividad arquitectónica y del interiorismo.
- 2.8. La creatividad de la palabra: Narrativa y escritura automática surrealista.
- 2.9. La creatividad musical (composición, interpretación, instrumentación).
- 2.10. La creatividad manual (escultura/modelado, magia, maquetismo).
- 2.11. La creatividad corporal (danza).

### Tema 3. El pensamiento creativo aplicado a la publicidad

- 4.1. La creatividad en la industria de los videojuegos (El ejemplo de Assassin’s Creed).
- 4.2. La creatividad en la industria juguetera.
- 4.3. La creatividad en la industria de los electrodomésticos.
- 4.4. La creatividad en el espacio comercial: PPV.
  - 3.11. La creatividad en el espacio público: Del performance al graffiti.
  - 3.12. La creatividad digital en espacios virtuales. Diseño, Animación 3D y Metaverso.

### Tema 4. Trabajo de Fin de Semestre. Proyecto ABR (Proyecto de Aprendizaje Basado en Retos).

Proyecto Creativo Publicitario resultado de convenio con una firma u organización. Los proyectos ABR son proyectos reales que, por su naturaleza, nacen en el seno de las organizaciones, (empresas, organismos, entidades públicas, etc.) y son ejecutados por equipos multidisciplinares de alumnos, supervisados por profesores de la Universidad.

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

### MODALIDAD PRESENCIAL

- Seminarios, foros y/o mesas redondas
- Tutorías
- Ejercicios prácticos y participación oral
- Estudio autónomo
- Resolución de problemas/Trabajos dirigidos
- Rol playing / Debates / Coloquios
- Análisis de casos / Trabajos en grupo / Investigaciones
- Clases magistrales asíncronas

## 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
Seminarios, foros y/o mesas redondas	24
Tutorías	6
Ejercicios prácticos y participación oral	15
Estudio autónomo	30
Resolución de problemas / Trabajos dirigidos	15
Rol playing / Debates / Coloquios	15
Análisis de casos / Trabajos en grupos / Investigaciones	10
Clases magistrales asíncronas	10
<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 presenciales de conocimiento	40%
Exposiciones orales	20%
Informes y escritos	10%
Caso/problema	20%
Observación del desempeño	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. Cada parte (el examen teórico y los trabajos prácticos) deben ser aprobados independientemente con más de un 5,0 para hacer media).

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 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. Cada parte (el examen teórico y los trabajos prácticos) deben ser aprobados independientemente con más de un 5,0 para hacer media).

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 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. Identificar y aplicar los elementos sustanciales del pensamiento creativo. Cuaderno Conceptovisual	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.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

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

- 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](http://www.encuentrosmultidisciplinares.org/Revistan%BA31/Manuela_Romo_Santos.pdf)
- Russell, P. (2013). Game Changers. The evolution of Advertising. Spain:Taschen.

## 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](mailto: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.



## DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Actividad 1.

Actividad 2.

Actividad 3.

Actividad 4.

...

## RÚBRICAS DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES



## REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.
- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.