

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Taller de creatividad
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español / inglés
Modalidad	Presencial
Semestre	S2
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Francisco Trujillo García-Ramos
Docente	Marta Medina García

2. PRESENTACIÓN

La asignatura *Taller de creatividad* tiene carácter obligatorio y se imparte durante el segundo semestre del **primer curso** del **grado de Publicidad** de la Universidad Europea de Canarias. Es la primera asignatura del bloque de materias llamado *Integración* que contine aquellas asignaturas del grado que tienen el afán de poner en práctica los conocimientos adquiridos de manera integradora.

La asignatura tiene como objetivo principal que el alumnado adquiera habilidades para desarrollar su creatividad y capacidad de resolución de problemas en el contexto publicitario. Se pretende crear un espacio de experimentación que fomente la autonomía y la confianza del alumnado, claves para convertirse en líderes creativos en su futuro profesional. Asimismo, el trabajo en grupo será una parte esencial del desarrollo de la materia.

Durante el semestre, se implementará una metodología de aprendizaje basada en proyectos, en la que los estudiantes trabajarán de forma práctica y realista en el desarrollo de soluciones publicitarias. Cada actividad se guiará por un briefing proporcionado por una empresa real o ficticia, lo que permitirá a los estudiantes enfrentarse a situaciones similares a las que encontrarán en su futuro profesional.

Además de potenciar sus habilidades creativas, los estudiantes se introducirán en el uso de herramientas fundamentales de la industria publicitaria, como Adobe Photoshop, Adobe After Effects, Adobe Premiere y Adobe InDesign. Estas aplicaciones les permitirán dar forma y materializar sus ideas a través de diferentes formatos y medios. **Adobe Photoshop** les proporcionará las herramientas para crear y retocar imágenes visualmente impactantes, mientras que **Adobe After Effects** les permitirá incorporar animaciones y efectos visuales a sus proyectos. Con **Adobe Premiere**, aprenderán a editar y montar contenido audiovisual, fundamental para la creación de piezas publicitarias en video. Finalmente, **Adobe InDesign** les facilitará el diseño y maquetación de proyectos gráficos, como folletos, carteles y otros materiales impresos. Al familiarizarse con estas herramientas, los estudiantes no solo fortalecerán su capacidad técnica, sino que estarán mejor preparados para desarrollar proyectos publicitarios completos y profesionales.



3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de
 estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que,
 si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican
 conocimientos procedentes de a vanguardia de su campo de estudio.
- **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 Responsabilidad**: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- CT2 Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- **CT3 Conciencia de los valores éticos**: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT4 Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma
 efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar
 en público de manera eficaz.
- CT5 Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz 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:



- CE1 Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y
 en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de
 mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- CE2 Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
- 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 de comunicación publicitaria.
- 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 comunicación.
- **CE6** Conocimiento para manejar 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 el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización 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 de comunicación publicitaria.
- CE8 Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.
- 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.
- CE10 Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.
- **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.
- CE12 Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear
 los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciante, y de esta forma de
 desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.
- **CE15** Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.



Resultados de aprendizaje:

- RA1 Integrar y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas en el grado en ámbito de estudio relacionado con el ámbito de la publicidad.
- RA2 Elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro de la publicidad.
- RA3 Reunir e interpretar datos relevantes y emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética relacionados con la publicidad.
- RA4 Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
- RA5 Desarrollo de la capacidad creativa e innovadora del estudiante.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CT1, CT3, CT4, CT6, CT7, CE1, CE2, CT4, CE5, CE6, CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE15	RA1 - Integrar y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas en el grado en ámbito de estudio relacionado con el ámbito de la publicidad.
CB2, CB4, CT3, CT4, CT1, CE12	RA2 - Elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro de la publicidad.
CB1, CB3, CT3, CT5, CT7, CT2, CE6, CE10, CE15	RA3 - Reunir e interpretar datos relevantes y emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética relacionados con la publicidad.
CB1, CB5, CT1, CT2, CT9, CE7	RA4 - Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
CB1, CT5, CT6, CT7, CT10, CT3, CE11	RA5 - Desarrollo de la capacidad creativa e innovadora del estudiante.

4. CONTENIDOS

- Técnicas de estimulación de la creatividad.
- El cartel, el collage y Adobe Photoshop.
- La animación gráfica y Adobe After Effects.
- Registro visual y Adobe Premiere.
- Estrategias creativas para la resolución de problemas publicitarios.
- Retroalimentación y autocrítica en el proceso creativo.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral.
- Método de caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Práctica en laboratorio de medios.



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
Sesiones magistrales	10 h – 100% presencial
Ejercicios prácticos	20 h – 100% presencial
Resolución de problemas	20 h – 75% presencial
Análisis de casos	14 h – 60% presencial
Debates y coloquios	8 h – 100% presencial
Seminarios, foros y/o mesas redondas	4 h – 100% presencial
Estudio autónomo	60 h – 0% presencial
Tutoría	14 h – 100% presencial
TOTAL	150 h

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
ACT 1. Cartel para la Mutua de Accidentes de Canarias con Adobe Photoshop.	30%
ACT 2. Animación publicitaria con Adobe After Effect.	
ACT 3. Mi prehistoria visual con Adobe Premier.	
ACT 4. Foto libro editado con Adobe Indesign.	

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

La convocatoria ordinaria tiene un carácter continuo y formativo. Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria se deberá obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

- Será necesario obtener una calificación mayor o igual que 5,0 en cada una de las actividades y en la prueba final, para que se pueda hacer la media ponderada.
- Si se obtiene una calificación menor a 5,0 en una o varias actividades, se le asignará un 4,0 en convocatoria ordinaria y deberá volver a presentarlos en convocatoria extraordinaria.



- Las notas de las actividades aprobados solo se guardan de convocatoria ordinaria a convocatoria extraordinaria del mismo curso académico.
- Si el/la alumna realiza la prueba final, ya no podrá constar como no presentado en convocatoria ordinaria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.
- Únicamente en situaciones excepcionales, recogidas en el siguiente <u>link</u>, el estudiante podrá solicitar la realización de pruebas de evaluación en fechas distintas a las oficialmente previstas.
- Los ejercicios procedimentales realizados en clase constituyen actividades evaluables, es por ello que el estudiante deberá asistir siempre a las clases con los medios materiales e informáticos suficientes para poder desarrollar estos ejercicios.
- La mención de "Matrícula de Honor" será otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5%, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.
- Las calificaciones finales se publicarán en el aula virtual, haciendo constar el lugar, la fecha y la hora para la revisión

La asistencia mínima para tener derecho a la evaluación continua será del 50%. Este 50% de asistencia será obligatoriamente presencial, entendiendo por presencial que el estudiante esté presente físicamente en el aula. La asistencia presencial tendrá que ser del 80% en las sesiones prácticas o talleres experienciales. El sistema HyFlex forma parte de nuestro modelo académico, por tanto, cada clase se grabará para que el alumnado pueda acceder y repasar las sesiones a través del repositorio de grabaciones. La asistencia virtual a través de HyFlex no contabilizará para la asistencia mínima necesaria para no perder la evaluación continua.

- La incorporación a la clase con más de 15 minutos de retraso se considera falta de asistencia del 50%
- La incorporación a la clase con más de 1 hora de retraso se considera falta de asistencia del 100%.
- El abandono de la clase antes de su finalización se considera falta de asistencia del 50%.
- La pérdida de la evaluación continua por faltas de asistencia significa el suspenso de la asignatura, salvo casos excepcionales que serán debidamente valorados por la profesora y la dirección.
- Para justificar una falta de asistencia se presentará el original a la Coordinación Académica y se le enviará escaneado con copia a la profesora de la asignatura.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Aquel alumnado que no hayan alcanzado los objetivos de aprendizaje de la materia tendrá la posibilidad de alcanzarlos en un **período de seguimiento académico intensivo**, coincidente con la finalización del curso académico en el que el estudiante esté matriculado. Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria se deberá **obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final** (media ponderada) de la asignatura.

- El alumnado suspenso en convocatoria ordinaria tendrá que realizar una actividad nueva por cada parte suspensa o no entregada.
- Será necesario obtener una calificación mayor o igual que 5,0 en cada una de las actividades y en la prueba final, para que se pueda hacer la media ponderada.



- Si se obtiene una calificación menor a 5,0 en una o varias actividades, se le asignará un 4,0 en convocatoria extraordinaria.
- Las notas de las actividades aprobados solo se guardan de convocatoria ordinaria a convocatoria extraordinaria del mismo curso académico.
- Se realizarán tutorías de seguimiento de las diferentes actividades durante el mes de julio con el horario establecido por la docente, con carácter obligatorio. La falta de asistencia a estas sesiones acarreará una penalización o la pérdida de la evaluación a criterio del docente y responderán a la situación específica de cada estudiante.

8. CRONOGRAMA

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

Actividades de evaluación	Fecha
ACT 1. Cartel para la Mutua de Accidentes de Canarias con <i>Photoshop</i> .	Semana 7
ACT 2. Animación publicitaria con Adobe After Effect.	Semana 10
ACT 3. Mi prehistoria visual con Adobe Premier.	Semana 12
ACT 4. Foto libro editado con Adobe Indesign.	Semana 15

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:

FARINA, Aurélien, CURE, Sophie & Muñoz Cunill, Jose; Diseño gráfico y pensamiento visual.

Cuaderno de actividades. Editorial Gustavo Gili, 2019.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

ACASO, María: El arte de educar creativamente, TEA Tenerife Espacio de las Artes, España: 2019

Berger, J. (1972). La apariencia de las cosas: Ensayos y artículos escogidos. Gustavo Gili.

Berger, J. (2001). Mirar. Gustavo Gili.

Berger, J. (2011). Sobre el dibujo. Gustavo Gili.

Berger, J. (2016). Modos de ver. Gustavo Gili.

BUYN-CHUL, Han, En el enjambre, Pensamiento Herder, 2014

Congdon, L. (2020). Encuentra tu voz artística. Gustavo Gili.

Kleon, A. (2012). Roba como un artista. Aguilar.

Lidwell, W., & Holden, K. (2020). Principios universales del diseño. Blume.

ZAFRA, Remedios, El bucle invisible. Ediciones Nobel, 2022.

ZAFRA, Remedios, El entusiasmo: Precariedad y trabajo creativo en la era digital, Anagrama, 2017.



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.