

FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado	Comunicación
Asignatura	Creatividad y Dirección de Arte
Módulo	Módulo VII. Optativas Obligatorias de Mención (Comunicación Publicitaria y Relaciones Públicas)
Área Departamental	Ciencias Sociales y de la Salud
Semestre	Octavo semestre
Créditos totales	6
Curso	4º
Carácter	Optativas
Lengua de impartición	Castellano

Modelo de docencia:	Tipo B1
a. Enseñanzas Básicas (EB):	60% (27 horas)
b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):	40% (18 horas)
c. Actividades Dirigidas (AD)	

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas y Generales

No se contemplan para esta asignatura.

2.2. Competencias Transversales

No se contemplan para esta asignatura.

2.3. Competencias Específicas

CEM18 - Capacidad y habilidad para la construcción de mensajes persuasivos a través de las técnicas de la redacción y el uso del lenguaje escrito.

CEM19 - Capacidad y habilidad para la construcción de mensajes persuasivos utilizando imágenes visuales, acústicas o audiovisuales, particularmente a través de las técnicas de diseño gráfico y la representación digital, expresando el mensaje a través

de códigos icónicos y audiovisuales.

CEM20 - Capacidad para ideación, planificación y ejecución de proyectos comunicativos. En concreto para desarrollar y proponer modelos y diseños de comunicación innovadores, capaces de adaptarse a nuevos contextos sociales, culturales, económicos y tecnológicos, haciendo uso de la creatividad.

CEM21 - Capacidad para analizar y desarrollar el Manual de Identidad Corporativa y el Proceso de Creación de una marca.

CEM22 - Capacidad y habilidad para la ideación, definición y representación de la identidad visual de una empresa, institución, marca o persona, generando una imagen conceptual expresada por medio de códigos icónicos y lingüísticos, comprensible y reconocido por el entorno que le rodea.

CEM23 - Capacidad para el análisis, planificación y ejecución de estrategias y procesos dirigidos a la construcción del mensaje persuasivo y a que éste sea percibido y aceptado en el momento oportuno por el público objetivo, con el objeto de lograr el posicionamiento de productos, marcas e ideas en el mercado.

CEM24 - Capacidad analítica para el desarrollo y ejecución de un plan de medios que contemple la selección de distintos soportes publicitarios y la distribución de los recursos entre dichos soportes, atendiendo a la estrategia de la campaña publicitaria.

CEM25 - Competencia para la ideación, generación y desarrollo de propuestas creativas originales para el lanzamiento de mensajes persuasivos en diferentes códigos y en todos los soportes empleados por la publicidad.

3. CONTENIDOS

Cultura creativa. Sujeto creativo. Actitudes creativas. Acumulación de recursos. Gestión de recursos. Optimización. Adecuación al cliente. Departamento creativo. *Copy* y director de arte. Argumentación publicitaria. Justificación. Investigación. Argumento vs. idea. El *briefing* creativo. Generación de ideas. Pensamiento lateral. Estilo creativo. Retórica. Modelos publicitarios. Corrientes creativas. La estrategia creativa. Técnicas creativas informales y formales. *Brainstorming*. La *sinéctica*. Géneros y estilos creativos. El proceso de creación. Codificación del mensaje. Condicionantes de la creatividad. Ética en la creatividad publicitaria.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Actividades Presenciales (AP): se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
Actividades Autónomas (AA): El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
Actividades de Evaluación (AE): Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

- Clases magistrales/expositivas (AP)
- Conferencias (AP)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Ejemplificación y estudio de casos (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Prácticas en talleres y laboratorio (AP)
- Seminarios (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Tutorías programadas (AA)
- Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
- Revisión de trabajos de la carpeta del estudiante/portfolio (AA)
- Laboratorios y talleres abiertos (AA)
- Preparación de trabajos de curso (AA)
- Elaboración de proyectos (AA)
- Revisión de Proyectos (AA)
- Realización del portfolio (AA)
- Estudio personal (AA)

Realización de actividades prácticas (AA)
 Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
 Preparación de presentaciones (AA)
 Campus virtual (AA)
 Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)
 Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	40 %
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	50 %
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	10%

7. PROFESORADO

Nombre	
Centro	Centro Universitario San Isidoro
Áreas Departamentales	Ciencias Sociales y de la Salud
E-mail	

