

Codi: 20688

INTRODUCCIÓ CREATIVITAT PUBLICITÀRIA**Fitxa de l'assignatura****Identificació**

- | | | | |
|-------------------------|--|--------------------|---|
| 1. Nom de l'assignatura | Introducció a la Creativitat Publicitària | | |
| 2. Àrea | CAP | Titulació | Publicitat i Relacions Públiques |
| 3. Tipus | <i>Troncal</i> | <i>Obligatòria</i> | <i>X</i> <i>Optativa</i> |
| 4. Crèdits (ECTS): | 8 | | |

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació: Adquisició dels coneixements al voltant del camp semàntic de la creativitat i del pensament productiu, i la seva aplicació en la comunicació publicitària. Adquisició dels coneixements al voltant de la persona i el procés creatiu. Adquisició dels coneixements sobre els mètodes creatius per a la ideació i adquisició de les habilitats per a la seva aplicació pràctica. Adquisició dels coneixements al voltant dels productes de la creativitat publicitària.

Aquesta assignatura es relaciona directament amb les assignatures: processos i tècniques creatives, estratègia creativa i laboratori de creativitat. I transversalment amb les assignatures relacionades amb el disseny-direcció d'art i la redacció.

El perfil pel qual prepara aquesta assignatura és el de creatiu, dissenyador i gestor de la producció.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Bloc 01

1. Crear es pensar
2. Naturalesa del procés creatiu
3. La invenció
4. Retòrica i comunicació persuasiva
5. Comportament i personalitat creativa
6. L'actitud creativa
7. Aptituds i capacitats creatives

Bloc 02

8. Les fases del procés de creació
9. La solució de problemes
10. Els mètodes del pensament creador
11. Models d'ideació

Bloc 03

12 Creativitat i comunicació persuasiva

2. Bibliografia comentada:

- o BAÑOS, Miguel (2001). Creatividad y publicidad. Madrid: Laberinto Comunicación.
- o HERNÁNDEZ, Caridad (1999). Manual de creatividad publicitaria. Madrid: Síntesis.
- o RICARTE, José Maria (1998). Creatividad y comunicación persuasiva. Barcelona; La aldea global.
- o YOUNG, J. W. (1982). Una técnica para producir ideas. Madrid: Eresma.
- o Altres referències: Campus Virtual.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

En el desenvolupament de l'assignatura es valorarà:

- o La preparació (treball previ, recerca...)
- o Desenvolupament (anàlisi i síntesi)
- o Qualitat de l'exercici (pensat i reflexionat, s'haurà d'evitar la improvisació)
- o Presentació (redacció, visual...)
- o Acompliment del calendari establert.

Aquestes pautes pretenen: que els alumnes sàpiguen en què es basa la seva nota, i que els professors, corregeixin de forma similar.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)	1. Portar a terme presentacions en públic. 2. Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball 3. Ser capaç de persuadir. 4. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	1. Analitzar i sintetitzar la informació. 2. Validar i verificar les idees, formes i conceptes. 3. Utilitzar tota mena de recursos tant formals (verbals, icònics, digitals, etc.) com conceptuals 4. Conèixer els principis bàsics de la publicitat i de les relacions públiques, de les relacions comercials, del marketing, de la planificació de mitjans, i de la gestió dels missatges persuasius.
Artístic i de la creativitat	1. Aplicar el pensament creatiu com a font de millora de l'entorn mitjançant les representacions visuals, sonores o d'altre mena i que són la representació del món. 2. Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals o sonores. 3. Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa. 4. Generar gran quantitat d'idees per a resoldre problemes de comunicació persuasiva.
Tecnològic	1. Posar en pràctica els coneixements teòrics.
Interpersonals	1. Facilitar la interrelació de l'alumne amb el seu entorn acadèmic, de treball i investigador. 2. Gestionar de forma adequada el temps. 3. Reconèixer i respectar el punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip, i integrar-los en benefici dels resultats del projecte. 4. Ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn.
Competències sistèmiques	1. Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques
Valor morals	1. Donar coherència interna i externa al sentit de les accions pròpies.
Valors estètics	2. Mostrar sensibilitat per tot tipus de manifestació (verbal i no verbal) com acció encaminada a tenir cura de la forma del missatges, procurant que generi un sentiment de bellesa. 3. Desenvolupar les capacitats empàtiques i potenciar la intel·ligència emocional per a la valoració de situacions dels objectes de l'entorn. 4. Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.
Desenvolupament de l'aprenentatge	1. Ser capaç d'aprendre a aprendre. 2. Gestionar el temps disponible mitjançant la planificació funcional i realista de la pròpia activitat segons els objectius assolibles i que representin un cert grau de repte personal. 3. Desenvolupar les habilitats de treball, d'estudi,

	d'investigació, tant personal com en equip.
4.	Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies.
5.	Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps.
6.	Adaptar-se a noves situacions.
7.	Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
1. Dossier teòric i pràctic	30%	Dossier teòric complementat per exercicis pràctics (temes 1 a 12).
2. Mapes mentals	20%	Resum de dos temes que permet avaluar els coneixements adquirits (temes 1 a 12)
3. Recerca qualitativa	10%	Entrevista a un creatiu publicitari (temes 1 a 7)
4. Treball de recerca	20%	Recerca al voltant del brief creatiu (tema 13)
5. Campanya	20%	Desenvolupament d'un peça gràfica, "resum" de tots els coneixements adquirits a l'assignatura (temes 8 a 13)

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatius, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
1. Crear és pensar 2. Naturalesa del procés creatiu 3. La invenció 4. Retòrica i comunicació persuasiva	Comunicatives Tractament i quantificació de la informació	Adquisició dels coneixements al voltant del camp semàntic de la creativitat i del pensament productiu, i la seva aplicació a la comunicació publicitària	® 1, 2, 4, 6			<u>100</u> 10	<u>200</u> 40	3, 7, 8
5. Comportament i personalitat creativa 6. L'actitud creativa 7. Aptituds i capacitats creatives 8. Les fases del procés de creació	Comunicatives Interpersonal	Adquisició dels coneixements dels conceptes al voltant de la persona i del procés creatiu	1, 2, 4, 6			30	40	3, 7, 8
9. La solució de problemes 10. El mètodes del pensament creador 11. Models d'ideació	Comunicatives Desenvolupament de l'autoaprenentatge	Adquisició dels coneixements dels mètodes creatius per a la ideació i adquisició de destreses per a la seva aplicació pràctica	1, 2, 3, 4, 6			30	60	3, 7, 8
12. Creativitat i comunicació publicitària	Comunicatives Sistèmiques	Adquisició dels coneixements al voltant dels productes de la creativitat publicitària	1, 2, 4, 6, 7			30	60	3, 6*, 7, 8, 9*

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol: **Introducció a la Creativitat Publicitària**
- Tema, mòdul o unitat: 1 a 2
- Nom de l'activitat: *Think small* 1 i 2 (dossier pel portoflio)

2. Descripció de l'activitat

Aplicació del coneixements teòrics en exercicis pràctics. Objectiu general: aprenentatge de la teoria a través de la seva aplicació pràctica.

- Metodologia: *Individual x (en parella)* *grup*

2. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: dossier d'apunts, bibliografia...
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Internet (*google* i portals especialitzats)
- o Sortides de camp: no.
- o Altres: tutoria.

3. Període i dates de presentació: febrer-març

Avaluació: lectura dossier i correcció amb *plantilla de notes*. Pes:¹ 30% (amb els 4 *think Small* restants).

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- Comunicació oral i escrita
- Científic
- Artístic i de la creativitat

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades.</i>	
▪ A Conèixer el camp semàntic de la creativitat i la seva aplicació en la comunicació publicitària. ▪ B Conèixer el procés i la persona creativa ▪ C Conèixer els mètodes creatius per a la ideació ▪ D Conèixer els productes de la creativitat publicitària	

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

competència	<i>Indicadors o descriptors de la competència</i>
Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)	• Portar a terme presentacions en públic. • Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball • Ser capaç de persuadir. • Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	• Analitzar i sintetitzar la informació. • Validar i verificar les idees, formes i conceptes. • Utilitzar tota mena de recursos tant formals (verbals, icònics, digitals, etc.) com conceptuals • Conèixer els principis bàsics de la publicitat i de les relacions públiques, de les relacions comercials, del marketing, de la planificació de mitjans, i de la gestió dels missatges persuasius.
Artístic i de la creativitat	• Aplicar el pensament creatiu com a font de millora de l'entorn mitjançant les representacions visuals, sonores o d'altre mena i que són la representació del món. • Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals o sonores. • Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa. • Generar gran quantitat d'idees per a resoldre problemes de comunicació persuasiva

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	2	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	3	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	20	
▪ Avaluació	15	

³ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Coordinació entre professors	1	
--------------------------------	---	--

Hores d'aula

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	0	
▪ Classes dirigides	1	
▪ Tutories individual/grupal	50	
▪ Exposició final	0	
▪ Debat / Seminari	0	

Hores de treball dels alumnes

▪ Recerca d'informació	8	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	2	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	5	
▪ Preparar l'avaluació	0	
▪ Autoavaluació	0	
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.	5	

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals)	Treball escrit i exposició	
--	----------------------------	--

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

X Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Tot ok.

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol: **Introducció a la Creativitat Publicitària**
- Tema, mòdul o unitat: 5, 6, 7 i 8
- Nom de l'activitat: *Entrevista a un creatiu*

2. Descripció de l'activitat

Entrevista a un creatiu. Objectiu general: conèixer la *persona creativa* a través d'una recerca cualitativa.

- Metodologia: *Individual x (en parella)* *grup*

4. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: dossier d'apunts, bibliografia...
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): internet (google i portals especialitzats)
- o Sortides de camp: sí.
- o Altres: tutoria.

5. Període i dates de presentació: abril-maig

Avaluació: presentació a la classe dels resultats. Pes:⁴ 10%

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁵

- Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)
- Científic
- Interpersonals

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades.

⁴ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

⁵ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

- A Conèixer el camp semàntic de la creativitat i la seva aplicació en la comunicació publicitària.
- B Conèixer el procés, el producte, l'entorn i especialment la persona creativa
- C Aprendre a través de la recerca personal.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

competència	<i>Indicadors o descriptors de la competència</i>
Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)	• Portar a terme presentacions en públic. • Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball • Ser capaç de persuadir. • Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	• Analitzar i sintetitzar la informació. • Validar i verificar les idees, formes i conceptes. • Utilitzar tota mena de recursos tant formals (verbals, icònics, digitals, etc.) com conceptuals • Conèixer els principis bàsics de la publicitat i de les relacions públiques, de les relacions comercials, del marketing, de la planificació de mitjans, i de la gestió dels missatges persuasius.
Interpersonals	• Facilitar la interrelació de l'alumne amb el seu entorn acadèmic, de treball i investigador. • Gestionar de forma adequada el temps. • Reconèixer i respectar el punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip, i integrar-los en benefici dels resultats del projecte. • Ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁶

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	1	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	2	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	1	
▪ Avaluació	15	
▪ Coordinació entre professors	2	

Hores d'aula

▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	1	
▪ Tutories individual/grupal	3	
▪ Exposició final	2	
▪ Debat / Seminari	0	

⁶ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

Hores de treball dels alumnes

▪ Recerca d'informació	3	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	1	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació	1	
▪ Autoavaluació	0	
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.	1	

Activitats d'Avaluació

▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals)	Treball recerca i exposició oral	
--	----------------------------------	--

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

X Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

--