

# INTRODUCCIÓ A LA 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 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 1  
Crear es pensar  
Naturalesa del procés creatiu  
La invenció  
Retòrica i comunicació persuasiva  
Comportament i personalitat creativa  
L'actitud creativa  
Aptituds i capacitats creatives

Bloc 2  
Les fases del procés de creació  
La solució de problemes  
Els mètodes del pensament creador  
Models d'ideació

Bloc 3  
Creativitat i comunicació persuasiva

## 2. Bibliografia comentada:

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

## 3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

En el desenvolupament de l'assignatura es valorarà:

La preparació (treball previ, recerca...)

Desenvolupament (anàlisi i síntesi)

Qualitat de l'exercici (pensat i reflexionat, s'haurà d'evitar la improvisació)

Presentació (redacció, visual...)

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
<i>Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)</i>	Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluida com a eina de treball Ser capaç de persuadir. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
<i>Científic</i>	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.
<i>Artística i de la creativitat</i>	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.

<i>Tecnològic</i>	Posar en pràctica els coneixements teòrics.
<i>Interpersonals</i>	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.
<i>Competències sistèmiques</i>	Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques
<i>Valor morals</i>	Donar coherència interna i externa al sentit de les accions pròpies.
<i>Valors estètics</i>	Mostrar sensibilitat per tot tipus de manifestació (verbal i no verbal ) com acció encaminada a tenir cura de la forma del missatge, procurant que generi un sentiment de bellesa. Desenvolupar les capacitats empàtiques i potenciar la intel·ligència emocional per a la valoració de situacions dels objectes de l'entorn. Desenvolupar una sensibilitat estètica per a resoldre i jutjar problemes de comunicació publicitària i de les relacions públiques.
<i>Desenvolupament de l'aprenentatge</i>	Ser capaç d'aprendre a aprendre. 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. Desenvolupar les habilitats de treball, d'estudi, d'investigació, tant personal com en equip. Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps. Adaptar-se a noves situacions. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

## Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Dossier teòric i pràctic	<i>30% de la nota final</i>	Dossier teòric complementat per exercicis pràctics (temes 1 a 12).
Mapes mentals	<i>20% de la nota final</i>	Resum de dos temes que permet avaluar els coneixements adquirits (temes 1 a 12)
Recerca qualitativa	<i>10% de la nota final</i>	Entrevista a un creatiu publicitari (temes 1 a 7)

Treball de recerca	<i>20% de la nota final</i>	Recerca al voltant del brief creatiu (tema 13)
Campanya	<i>20% de la nota final</i>	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 qualitatiu, 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

<p>9. La solució de problemes 10. El mètodes del pensament creador 11. Models d'ideació</p>	<p>Comunicatives Desenvolupament de l'autoaprenentatge</p>	<p>Adquisició dels coneixements dels mètodes creatius per a la ideació i adquisició de destreses per a la seva aplicació pràctica</p>	<p>1, 2, 3, 4, 6</p>			<p>30</p>	<p>60</p>	<p>3, 7, 8</p>
<p>12. Creativitat i comunicació publicitària</p>	<p>Comunicatives Sistèmiques</p>	<p>Adquisició dels coneixements al voltant dels productes de la creativitat publicitària</p>	<p>1, 2, 4, 6, 7</p>			<p>30</p>	<p>60</p>	<p>3, 6*, 7, 8, 9*</p>

## Fitxa d'activitat docent

### 1. Informació respecte l'assignatura

Títol Introducció a la Creativitat Publicitària \_\_\_\_\_

Tema, mòdul o unitat 1 i 2 \_\_\_\_\_

Nom de l'activitat Think small 1 i 2 (dossier pel portoflio) \_\_\_\_\_

### 2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

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

▪ Metodologia: Individual X (parella) grupal

#### 1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: dossier d'apunts i bibliografia \_\_\_\_\_
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): internet: google i portals especialitzats \_\_\_\_\_
- Sortides de camp \_\_\_\_\_
- Altres: tutories \_\_\_\_\_

2. Període i dates de presentació: Febrer- Març \_\_\_\_\_

3. Avaluació: lectura dossier i correcció amb plantilla de notes \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Pes:<sup>1</sup> 30% del total (amb els 4 think small restants) \_\_\_\_\_

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

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

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

<sup>1</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

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

Objectius en relació a les competències.

*Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.*

- Conèixer el camp semàntic de la creativitat i la seva aplicació en la comunicació publicitària.
- Conèixer el procés i la persona creativa
- Conèixer els mètodes creatius per a la ideació
- Conèixer els productes de la creativitat publicitària

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)</i>	Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluida com a eina de treball Ser capaç de persuadir. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
<i>Científic</i>	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.
<i>Artístic i de la creativitat</i>	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'activitat<sup>3</sup>

	t. estimat	t. validat
<b>Hores de preparació (professor)</b>		
▪ 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	
▪ Coordinació entre professors	1	
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	0	
▪ Classes dirigides	1	
▪ Tutories individual/grupal	50	
▪ Exposició final	0	
▪ Debat / Seminari	0	

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



### 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 portfolio o carpeta de l'alumne.	5	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	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

Explicació i objectius de l'activitat:

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

▪ **Metodologia:** *Individual X (parella)* *grupal*

#### 1. Tipus de recursos necessaris

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

2. Període i dates de presentació: Abril- Maig \_\_\_\_\_

3. Avaluació: presentació a classe dels resultats \_\_\_\_\_

Pes:<sup>4</sup> 10% del total \_\_\_\_\_

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

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

<sup>4</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

<sup>5</sup> 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)

<p>Objectius en relació a les competències.  <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conèixer el camp semàntic de la creativitat i la seva aplicació en la comunicació publicitària.</li> <li>▪ Conèixer el procés, el producte, l'entorn i especialment la persona creativa</li> <li>▪ Aprendre a través de la recerca personal.</li> </ul>

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Comunicació oral i escrita (expressió i comprensió)</i>	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.
<i>Científic</i>	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.
<i>Interpersonals</i>	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'activitat<sup>6</sup>

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	
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	

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

▪ Classes dirigides	1	
▪ Tutories individual/grupal	3	
▪ Exposició final	2	
▪ Debat / Seminari	0	
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ 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 portfolio o carpeta de l'alumne.	1	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).	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:*