

Titulació	Típus	Curs
2503873 Comunicació Interactiva	OB	2

Professor/a de contacte

Nom: Leila Mohammadi

Correu electrònic: leila.mohammadi@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Cap

Objectius

1. Plantejar una base teòrica sobre què és la creativitat, els seus processos i tècniques, la importància d'alimentar-se través de les referències i el coneixement de persones i projectes creatius des d'una mirada àmplia i multifaceta.
2. Practicar diverses tècniques creatives amb l'objectiu de donar eines per a la creació de qualsevol producte creatiu, interactiu o no, d'una manera senzilla i inspiradora.
3. Aprendre a pensar de manera disruptiva, a nodrir-se de referències i referents a través d'activitats diàries, experimentar i compartir idees.
4. Treballar en equip posant en pràctica els coneixements teòrics i pràctics de l'assignatura per crear un producte interactiu susceptible de ser consumit per milers de persones.
5. Aplicar la perspectiva de gènere en la investigació de projectes, en referències creatives i bibliogràfiques.
Ús de llenguatge inclusiu en les presentacions.
6. Divertir-se i descobrir que totes som creatives.

Competències

- Actuar amb responsabilitat ètica i amb respecte pels drets i deures fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Aplicar i integrar els coneixements en ciències socials i humanitats i els provinents de l'enginyeria per a generar productes i serveis complexos i a la mida dels ciutadans i de les seves necessitats.
- Cercar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges, treballs acadèmics, exposicions, etc.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.

- Que els estudiants hagin demostrat que comprenen i tenen coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es basa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda d'aquell camp d'estudi.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.

Resultats d'aprenentatge

1. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
2. Concebre idees originals aplicables a la creació de continguts i serveis interactius.
3. Contrastar i verificar la veracitat de les informacions aplicant criteris de valoració.
4. Diferenciar allò substancial d'allò rellevant en tots els tipus de documents de l'assignatura.
5. Exposar per escrit i oralment la síntesi de les anàlisis realitzades.
6. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
7. Interpretar i discutir documents de les principals teories de la creativitat.
8. Planificar i executar treballs creatius.
9. Presentar els treballs de l'assignatura en els terminis previstos i mostrar-ne la planificació individual o grupal aplicada.
10. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
11. Proposar projectes i accions que estiguin d'acord amb els principis de responsabilitat ètica i de respecte pels drets humans i els drets fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
12. Proposar projectes i accions que incorporin la perspectiva de gènere.
13. Transmetre de manera oral, clara i ordenada, els exercicis de la matèria.

Continguts

1. Què és la creativitat?
2. Procés creatiu
3. Les Referències
4. Tècniques creatives

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques sobre creativitat, procés i tècniques creatives	15	0,6	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 5, 11, 12, 9
Exercicis pràctics per aplicar diferents tècniques creatives	31	1,24	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9
Visionat de campanyes, projectes, productes, continguts, xerrades, articles ... rellevants per a la comprensió de la creativitat.	4	0,16	1, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 12, 9
Tipus: Supervisades			

Treball Final en grup. Producte Interactiu: La Creativitat i els seus Tècniques.	8	0,32	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9
Tipus: Autònomes			
Exercicis pràctics per aplicar diferents tècniques creatives	4,5	0,18	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9
Treball Final en grup. Producte Interactiu: La Creativitat i els seus Tècniques.	40	1,6	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9
Treball individual "La Meva Llibreta Creativa"	42,5	1,7	1, 2, 4, 6, 7, 8, 5, 10, 11, 12, 9

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura.

Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Metodologia

A la part teòrica sobre creativitat i tècniques creatives es sumaran:

1. Exercicis pràctics en grup o individuals per aplicar diferents tècniques creatives.
2. Visionat de campanyes, projectes, productes, continguts, xerrades, articles ... rellevants per a la comprensió de la creativitat.
3. Farem una recerca contínua de referències sorprenents i interessants que puguin inspirar el grup.
4. Treball individual "La Meva Llibreta Creativa".
5. Treball Final en grup. Crear un producte interactiu en el qual s'expliqui què és la creativitat, processos i tècniques. Es puntuarà l'aplicació del que s'ha après en el curs així com la forma en què es produeix. Que sigui senzill d'entendre, comestible, autèntic ... Pot ser en forma de bloc, web, app, IG, Tiktok (o fins i tot paper).

Fonts

1. Teòriques

1. Classes presencials.
2. Visionat de campanyes, projectes, productes, continguts, xerrades, articles ... rellevants per a la comprensió de la creativitat + debat a classe.

2. Pràctiques

1. Exercicis setmanals individuals o en grup a realitzar en classe durant la segona part de les classes teòriques i / o a casa.
2. Cerca contínua de referències creatives, sorprenents i interessants que puguin inspirar el grup. Preferentment relacionades amb la comunicació interactiva (webs, instal·lacions, projectes VR, accions, campanyes ...) però podran també incloure projectes WOW en qualsevol format.
3. Treball individual "La Meva Llibreta Creativa".

4. Treball Final en grup: La Creativitat i les seves Tècniques.

Tipus de docència

1. Presencial

1. Classes teòriques i pràctiques a l'aula.
2. Correcció i comentari en grup de les pràctiques.
3. Debats sobre lectures o vídeos que hàgim vist.
4. Tutories programades del Treball Final de Curs.

2. No presencial

1. Búsqueda de referències fora d'horari lectiu.
2. Algunes pràctiques s'acabaran fora d'horari lectiu i es compartiran el següent dia de classe. Elaboració del Treball de Curs que cada grup realitzarà fora de l'horari lectiu i que compartirà periòdicament amb el seu tutor en seminaris per grups al llarg de el curs.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Autoavaluació	5%	0,5	0,02	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9
Realització de pràctiques a classe	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9
Treball i Presentació Final d'un Producte Interactiu: "La Creativitat: Tècniques, Processos, Referents"	45%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 6, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9
Treball pràctic individual "La Meva Llibreta Creativa"	30%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 7, 13, 8, 5, 10, 11, 12, 9

1. Autoavaluació -> 5%

L'autocrítica és clau a l'hora de treballar amb les idees.

Ningú millor que tu sap el que has fet durant el curs.

Avalua amb honestedat el teu esforç, les teves ganes de treballar, l'originalitat de les teves idees, la recerca incansable de nous referents, els llibres que has llegit, la teva evolució ... Tot el que hagi fet créixer i estimular el teu múscul creatiu i les ganes de trobar camins creatius durant l'any.

Un 10, si no és real, no és opció.

2. Realització de pràctiques a classe -> 20%

Les pràctiques a classe i fora de classe són obligatòries.

3. Treball pràctic individual "La Meva Llibreta Creativa" -> 30%

Es lliuraran les llibretes d'idees a les tutores.

Es valorarà:

- la constància i el treball diari,
- les solucions als exercicis pràctics proposats a classe,
- les idees pròpies sobre creativitat,
- pensaments i referències creatives,
- l'ús de les tècniques creatives apreses
- la plasmació visual de l'contingut a través d'imatges, mapes mentals, dibuixos, retalls fotogràfics,
- i en general, qualsevol idea original que contribueixi al fet que el treball creatiu hagi estat realitzat diàriament.
- Esperem que t'hagis alimentat de creativitat cada dia.

4. Treball i Presentació Final d'un Producte Interactiu: "La Creativitat: Tècniques, Processos, Referents" -> 45%

Es valorarà:

- L'originalitat, la simplicitat, la funcionalitat, l'organització i el desenvolupament formal del producte interactiu (web, IG, tiktok, bloc, app ...) que reculli el que és la Creativitat, les seves tècniques, processos i referents ...
- La presentació oral, de manera entenedora, amena, simple i clara i estructurada de la feina.
- La presentació de totes les persones integrants de el grup.
- El lliurament formal i final del producte interactiu susceptible de ser usat per milers de persones.

REAVALACIÓ

- Tornar a presentar les pràctiques corregides i millorades i / o el Treball Final que no s'hagi aprovat.
- La reavaluació és en el mateix semestre; és la segona convocatòria. No hi ha tercera convocatòria.
- Es demanarà dedicació, ganes, autoexigència i diversió.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

L'activitat "La Meva Llibreta Creativa" queda exclosa de l'procés de recuperació per tractar-se d'un projecte a realitzar diàriament.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Avaluació única

Aquesta assignatura ofereix la possibilitat d'avaluació única. Les condicions per ser avaluats i avaluades amb aquesta modalitat s'explicaran el primer dia de classe.

Bibliografia

Lectures obligatòries

Martín Barranco, M. (2021). Ni por favor ni por favora. Cómo hablar con lenguaje inclusivo sin que se note (demasiado). Catarata

Lectures complementàries

Aced, C. (2013). Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: Editorial UOC

Adair, J. E. (2009). The Art of Creative Thinking: How to Be Innovative and Develop Great Ideas. Kogan Page

Andrews, R. J. (2019). Info We Trust: How to Inspire the World With Data. New Jersey: John Wiley & Sons

Anthony, J. (2015). Be Creative. A Quick Guide to Developing Brilliant Ideas & Unlocking Your Creative Potential. Jay Anthony Writing

Arden, P. (2005). Usted puede ser lo bueno que quiera ser. London: Phaidon

Arden, P. (2008). Pienses lo que pienses piensa lo contrario. London: Maeva

Banet-Weiser, S. (2012). Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture. New York: New York University Press

Bernard, A. (2020). Theory of the Hashtag. Cambridge: Polity Press

Blackmore, S. (2000). La máquina de los memes. Barcelona: Paidós

Buzan, T. (2004). Cómo Crear Mapas Mentales. Barcelona: Urano

Catmull, E. (2014). Creatividad, S.A.: Cómo llevar la inspiración hasta el infinito y más allá. Barcelona: Conecta

De Bono, E. (1998). El pensamiento lateral: Manual de creatividad. Barcelona: Paidós

De Bono, E. (2008). Seis sombreros para pensar. Barcelona: Paidós

De Bono, E. (2015). Serious Creativity: How to Be Creative Under Pressure and Turn Ideas Into Action. London: Vermillion

Fallon, P. y Senn, F. (2007). Exprime la idea. Madrid: LID

Goldberg, E. (2019). Creatividad: El cerebro humano en la era de la innovación. Barcelona: Crítica

Gordon, William J. J. (1963). Sinéctica. El desarrollo de la capacidad creadora. México : Herrero Hermanos Sucesores

grupo autónomo a.f.r.i.k.a., Brunzels, S. y Blisset, L. (2006). Cómo acabar con el mal: Manual de guerrilla de la comunicación. Virus

Harrison, G. P. (2013). Think: Why You Should Question Everything. New York: Prometheus

Holiday, R. (2019). El Ego es el enemigo. Ciudad de México: Paidós

Jenkins, H. y Ford, S. (2015). Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Barcelona: Gedisa

Johnson, S. (2011). Where Good Ideas Come From. The Natural History of Innovation. Penguin

Kaufman, J. C. (2016). Creativity 101. New York: Springer Publishing Company

Kelley, T. y Kelley, D. (2013). Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All. New York: Crown

Kelley, T. y Littman, J. (2010) Las diez caras de la innovación. Estrategias para una creatividad excelente. Madrid: Paidós

Kelso, T. (2018). The Social Impact of Advertising: Confessions of an (Ex-)Advertising Man. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers

Kessels, E. (2016). ¡Qué desastre! Cómo convertir errores épicos en éxitos creativos. London: Phaidon Press

Kleon, A. (2017). Roba como un artista. Un cuaderno para cleptómanos creativos. Barcelona: Gustavo Gili

Kleon, A. (2019). Keep Going: 10 Ways to Stay Creative in Good Times and Bad. New York: Workman Publishing

Lamarre, G. (2018). La vía del creativo: Guía para reinventar nuestra práctica y nuestra mirada. Barcelona: Gustavo Gil

Lanier, J. (2011). Contra el rebaño digital : un manifiesto. Barcelona: Debate

Lupi, G. (2016). Dear Data. London: Particular Books

MacLeod, H. (2009). Ignore Everybody: And 39 Other Keys to Creativity. New York: Portfolio

Mahon, N. (2012). Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias. Barcelona: Gustavo Gili

Michalko, M. (2011). Creative Thinkering. Novato, Calif: New World Library

Michalko, M. (2006). Thinkpad. Ten Speed Press.

Nielsen, D. y Thurber, S. (2018). Conexiones creativas. Barcelona: Gustavo Gili

Obradors, M. (2007). Creatividad y generación de ideas. Universitat de Valencia. Servei de publicacions

Osborn, A. (1997). Imaginación aplicada : principios y procedimientos para pensar creando. Madrid: Velflex

Padilla, M. (2012). El kit de la lucha en Internet. Madrid: Traficantes de Sueños

- Peirano, M. (2019). El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención. Barcelona: Debate
- Pérez Latre, F. J. (2017). Marcas humanas. Fundamentos de la publicidad en el siglo XXI. Barcelona: Editorial UOC
- Pinar Selva, M. L. (2010). Creatividad Publicitaria y nuevas formas de comunicación. Documentación. Universidad Complutense de Madrid. Área de Ciencias Sociales, Madrid, España <https://eprints.ucm.es/11256/>
- Pressman, A. (2019). Design Thinking: A Guide to Creative Problem Solving for Everyone. New York: Routledge
- Rodari, G. (1977). Gramática de la fantasía: introducción al arte de inventar historias. Barcelona: Avance
- Salmon, C. (2008). Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Barcelona: Península
- Schwartz, D. (1995). The Magic of Thinking Big. London: Pocket Books
- Solana, D. (2010). Postpublicidad: Reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria. Barcelona: Double You
- Springer, P. (2007). Ads to Icons. How Advertising Succeeds in a Multimedia Age. Philadelphia: Kogan Page
- Urmeneta, M. (2013). La creatividad supera la fricción: Una semana en el cerebro de Kukuxumusu. Planeta
- Von Oech, R. A. (1986). Kick in the Seat of the Pants: Using Your Explorer, Artist, Judge, & Warrior to Be More Creative. New York: Perennial Library
- Von Oech, R. A. (1992). Whack on the Side of the Head: How You Can Be More Creative. Grand Central Publishing.
- Wagner, M. (2017). What's Your Creative Type?: Harness the Power of Your Artistic Personality. Berkeley: Seal Press
- Weisberg, R. W. (2006). Creativity: Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention, and the Arts. New Jersey: John Wiley & Sons
- Whalen, J. (2019). Design for How People Think: Using Brain Science to Build Better Products. Beijing: O'Reilly Media, Inc.
- Wilson, E. O. (2018). Los orígenes de la creatividad humana. Barcelona: Crítica
- Wrigley, C. y Straker, K. (2018). Affected: Emotionally Engaging Customers in the Digital Age. Milton, Qld: Wiley.
- Yentzen, E. (2003). Teoría General de la Creatividad. Polis: Revista Latinoamericana, ISSN 0717-6554, ISSN-e 0718-6568, N.º. 6, 2003 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2798658>
- Zafra, R. (2017). El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital. Barcelona: Anagrama

Programari

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	61	Espanyol	segon quadrimestre	tarda
(PLAB) Pràctiques de laboratori	62	Català	segon quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	6	Espanyol	segon quadrimestre	tarda