

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Asignatura: Creatividad e Innovación en las Relaciones Públicas (42880)
 4º Curso del Grado de Publicidad y RRPP: 2º cuatrimestre. Optativa.
 Grupos 1 y 2

Créditos ECTS

3 Créditos ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

Dentro de las competencias generales y específicas de las listadas en el punto 3.2 de la memoria que se establecen para la Materia 3 (M3), las que desarrolla esta asignatura son:

- A. Competencias generales: CG1, CG2, CG4, CG6.
- B. Competencias específicas: CE1, CE5, CE6, CE10, CE14, CE15, CE21, CE24, CE26

A. Generales

- CG1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.
- CG-2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.
- CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos

B. Específicas -Académicas-Disciplinarias / Profesionales-

- Competencias Académicas-Disciplinarias

- CE1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinarios y competencias profesionales.
- CE5 Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.
- CE6 Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos.

- Competencias Profesionales

- CE10 Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia: es decir, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
- CE14 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.
- CE15 Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- CE21 Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Profundizar en el conocimiento de los elementos básicos de la creatividad y la innovación.
- Avanzar en la formación del criterio creativo, para el análisis y valoración de contenidos y mensajes.
- Desarrollar actitudes positivas y proactivas en la dirección de la creación.
- Potenciar las aptitudes creativas de los estudiantes, la cultura publicitaria y la formación del criterio creativo.
- Desarrollar las destrezas creativas básicas relacionadas con la producción de mensajes creativos y vinculados a las relaciones públicas.
- Conocer y manejar distintos códigos y formatos temáticos para la elaboración de contenidos.
- Aprender a utilizar recursos y técnicas para potenciar la creatividad.

Contenidos

- Introducción. Definición y conceptos generales.
- Aproximaciones teóricas.
- Creatividad, Innovación y Calidad.
- Proceso creativo.
- Barreras a la Creatividad.
- Creatividad y trabajo en grupo.
- Psicología de la Creatividad. Personalidad creativa.
- Técnicas. Estrategias y recursos.
- Evaluación de la creatividad.
- Creatividad, Comunicación y Persuasión.
- Creatividad en las Relaciones Públicas.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Clases teóricas.
- Prácticas de Creatividad.
- Preparación de temas / Exposiciones individuales.
- Trabajos en grupo.
- Elaboración de materiales creativos.
- Lecturas.

Criterios y sistemas de evaluación

Sistema de evaluación continua. Valoración de la asistencia y participación activa.

- Prácticas: 40%
- Prueba teórica: 60%

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Presentaciones PowerPoint, Prezzi, blogs, páginas web especializadas, proyecciones audiovisuales. Las tutorías se realizarán miércoles y jueves, en los horarios indicados previos y posteriores a la clase. La asistencia a las mismas ha de ser solicitada con antelación para posibilitar la organización óptima de las mismas.

gballenato@gmail.com

BIBLIOGRAFÍA

Management de la publicidad: perspectivas prácticas. (Tomo I) / David A. Aaker y John G. Myers

Management de la publicidad: perspectivas prácticas. (Tomo II) / David A. Aaker y John G. Myers

Creatividad publicitaria: concepto, estrategias y valoración / Juan de los Ángeles

Le publicitor / Bernard Brochand, Jacques Lendrevie; avec la coll. de M. Grandjean

Describir el escribir: cómo se aprende a escribir / Daniel Cassany

Guía completa de la publicidad / Torin Douglas ; asesor, Barry Day ; [traductor, Alfredo Cruz Hercé]

Fundamentos para la teoría del mensaje publicitario / Juan Antonio González Martín

Teoría general de la publicidad / Juan Antonio González Martín

Manual de creatividad publicitaria / Caridad Hernández Martínez

Dimensión actual y tendencias de la creatividad publicitaria : una imagen cuesta más que 1000 palabras / edición preparada por Caridad Hernández Martínez

Teoría de la inteligencia creadora / José Antonio Marina

La publicidad en el contexto digital: viejos retos y nuevas oportunidades / Marta Pacheco Rueda (coordinadora)

Publicidad y consumo: nuevas modas, viejas pautas y valores sociales / Luis Rodrigo Martín (coordinador) ; [autoras, M^a Isabel Martín Requero... (et al.)]

Otros fines de la publicidad / Susana de Andrés del Campo (coordinadora)

La comunicación activa : publicidad sólida / Marçal Moliné

Ogilvy & Publicidad / David Ogilvy

Tratado de la argumentación: la nueva retórica / Ch. Perelman y L. Olbrechts Tyteca ; traducción... de Julia Sevilla

Muñoz

Publicidad, innovación y conocimiento / Luis Rodrigo Martín (coordinador)

La enseñanza creativa / E. Paul Torrance, y R.E. Myers

Publicidad radiofónica / Bob Schulberg ; traducción, Angel Carlos González Ruiz

Hollywood lava más blanco / Jacques Séguéla ; traducción... Marta Pérez

Estrategia de comunicación: en publicidad y relaciones públicas / Pere Soler

Verdades, mentiras y publicidad: el arte de la planificación de cuentas / Jon Steel ; traductor, alfredo Cruz Hercé

Publicidad, principios y prácticas / William Wells, John Burnett, Sandra Moriarty ; traducción, Concepción Verania De Parres Cárdenas ; revisión técnica, Marcela Benassini Félix

Calendario y horario

Horarios G1: Miércoles, 18h. a 20 h. (opcionalmente a 21h. desdobles)

Horarios G2: Jueves, 18 h. a 20 h. (opcionalmente a 21h. desdobles)

Fechas G1: 11, 18, 25 de febrero, 4, 11, 18, 25 de marzo, 8, 15, 22, 29 de abril, 6, 13, 20 y 27 de mayo.

Fechas G2: 12, 19, 26 de febrero, 5, 12, 19, 26 de marzo, 9, 16, 23, 30 de abril, 7, 14, 21 y 28 de mayo.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Actividades formativas

Competencias

ECT's

Clases teóricas y expositivas

CG1, CG2, CG4, CG6, CE1, CE5, CE14

0,40

Prácticas

CE5, CE6, CE10, CE15, CE21, CE24, CE26

0,60

Trabajo autónomo individual

CG1, CG4

0,75

Trabajo grupal

CG1, CG4

0,75

Tutorías

CG1, CG2, CG4, CG6

0,25

Evaluación

CG1, CG2, CE1, CE5

0,25

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Guillermo Ballenato Prieto. Profesor Asociado de la UVA.

Psicólogo Especialista en Psicología Clínica y Educativa, por la Universidad Complutense de Madrid.

Responsable de la Orientación Psicopedagógica de la Universidad Carlos III de Madrid.

Autor de varios libros sobre Aprendizaje y Educación, Competencias y Bienestar Emocional.

Web: www.cop.es/colegiados/m-13106

E-mail: gballenato@gmail.com

Idioma en que se imparte

Español