



GUÍA DOCENTE 2023-2024
Creatividad publicitaria

1. Denominación de la asignatura:

CREATIVIDAD PUBLICITARIA

Titulación

Máster Universitario en Comunicación y Desarrollo Multimedia

Código

7703

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Especialidad en Comunicación Multimedia

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Historia, Geografía y Comunicación

4.a Profesor/a que imparte la docencia (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :

Natalia Martínez Pérez (nmperez@ubu.es-947259504)
-CV:<https://investigacion.ubu.es/investigadores/326233/detalle>

4.b Coordinador/a de la asignatura

Natalia Martínez Pérez (nmperez@ubu.es-947259504) -CV:
<https://investigacion.ubu.es/investigadores/326233/detalle>

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Curso Primero, Semestre Segundo

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Optativa



7. Requisitos de formación previos para cursar la asignatura:

No existen requisitos pero es recomendable conocer conceptos básicos de publicidad y del proceso publicitario.

8. Número de créditos ECTS de la asignatura:

Cuatro (4) créditos ECTS

9. Competencias que debe adquirir el/la estudiante al cursar la asignatura

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

COMPETENCIAS GENERALES:

CG01 - Creatividad e innovación. Aplicación de soluciones y puntos de vista personales al desarrollo de los proyectos.

CG05 - Conocer y aplicar las técnicas y procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases.

CG09 - Conocimiento de las materias y tecnologías que capaciten para el aprendizaje y desarrollo de nuevos métodos y tecnologías, así como las que les doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

CT01 - Respeto a los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres en consonancia con la Ley Orgánica 3/2007, del 22 de marzo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

CE01 - Aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en los diferentes proyectos.

CE02 - Conocer y aplicar principios teórico-prácticos sobre creatividad a través de diversas herramientas y tecnologías.

CE03 - Capacidad para concebir, redactar, organizar, planificar, desarrollar y firmar proyectos en el ámbito de la comunicación multimedia y/o desarrollo multimedia que



tengan por objeto, la concepción, el desarrollo o la explotación de sistemas, servicios y aplicaciones.

CE09 - Conocer las dinámicas de trabajo relacionadas con la creatividad, desde la creación o producción de una idea hasta su desarrollo y difusión utilizando herramientas TICS para su desarrollo.

10. Programa de la asignatura

10.1- Objetivos docentes
La asignatura supone la inmersión dentro del mundo de la creatividad publicitaria. Desde la creación hasta la producción de una idea, conociendo sus fundamentos teóricos, técnicos, prácticos y estéticos. Se ofrecerá una visión detallada del proceso de creación de una idea publicitaria y de todos los factores necesarios para hacerla realidad. También se estudiará a los/las profesionales, las dinámicas de trabajo y el vocabulario que tienen un papel destacado en todo ello. A grandes rasgos, se aprenderá cómo se desarrolla el proceso de creación en publicidad, desde el sistema tradicional a las nuevas posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información. Al concluir la asignatura, el alumnado será capaz de: - Comprender los agentes y conceptos clave sobre creatividad en relación con la publicidad a partir de los diferentes enfoques teóricos. - Desarrollar una idea creativa desde su diseño inicial hasta su presentación final, identificando los pasos que la componen. - Conocer las tendencias estéticas y creativas en publicidad. - Familiarizarse con las dinámicas de trabajo del sector publicitario. - Asumir conocimientos avanzados de la metodología de trabajo en el campo de estudio.
10.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
1. Aproximación teórica a la creatividad 2 La creatividad en la actividad publicitaria 3. El concepto o idea creativa



4. Creatividad y medios publicitarios (audiovisuales, impresos, no convencionales)

5. Fomentar el proceso creativo: técnicas

10.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

C. Hernández Martínez, (2014) Manual de creatividad publicitaria, Síntesis, Madrid,
Luis, Bassat, (2022) La creatividad, Debolsillo, Madrid,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

B. López, (2007) Publicidad emocional. Estrategias creativas, ESIC, Madrid,
Bassat, Luis, (2020) El libro rojo de la publicidad, Debolsillo, Madrid,
C. Navarro, (2010) Creatividad publicitaria eficaz. Cómo aprovechar las ideas en el mundo empresarial, ESIC, Madrid,
C. San Nicolás, (2005) Introducción a la creatividad publicitaria: fundamentos teórico-prácticos, Diego Marín, Murcia,
J. M. Ricarte, (1999) Creatividad y comunicación persuasiva, Bellaterra, Barcelona,
M. Baños, (2001) Creatividad y publicidad, Laberinto, Madrid,

10.4- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=7703&auth=SAML

11. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el/la estudiante:

Las clases magistrales (clases teóricas) se complementarán con la proyección de materiales audiovisuales y lecturas de textos relacionados con la materia. Además, se estimulará la reflexión conjunta, la interacción entre el alumnado y el debate sobre diversos aspectos conceptuales, especialmente en las clases prácticas (pequeño grupo). A lo largo del semestre se aportarán textos básicos de lectura obligatoria para profundizar en el conocimiento teórico y desarrollar las competencias relacionadas.

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas con material de apoyo disponible en plataformas de apoyo al aprendizaje disponible en	CG05, CG09, CT01, CE02, CE09,	13	0	13



plataformas de apoyo al aprendizaje.				
Clases de resolución de problemas, prácticas en aulas específicas (informáticas y otras) y exposiciones orales prácticas en aulas específicas (informáticas u otras) y exposiciones orales	CB7, CB9, CG01	13	0	13
Trabajo y aprendizaje autónomo del estudiante	CB7, CE01, CE03, CE09	0	74	74
Total		26	74	100

12. Sistemas de evaluación:

Para superar la asignatura es necesario que en cada una de las pruebas se obtenga un mínimo de 5 puntos sobre 10.

Cada prueba puede incluir requisitos específicos para su superación, que se indican en el momento de efectuarla y que pueden incluir la imposibilidad de dejar preguntas en blanco o la obligatoriedad de contemplar un mínimo de respuestas acertadas.

La asignatura se evalúa siguiendo un modelo de evaluación continua, por lo que se entiende que el alumnado asiste de forma regular a clase. Debido a su propio carácter de evaluación continua, las pruebas prácticas NO son recuperables en la Convocatoria Extraordinaria, en la que son sustituidas por uno o varios casos prácticos.

Es necesario que el alumnado acceda regularmente a la plataforma UbuVirtual donde se colgarán materiales e indicaciones para el seguimiento de la asignatura.

La expresión y la ortografía se tienen en cuenta en la evaluación.

En caso de no superar la asignatura, en Convocatoria Extraordinaria únicamente se vuelven a evaluar las pruebas no superadas.



Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Ejercicios prácticos en grupo	40 %	0 %
Proyecto publicitario final	40 %	40 %
Asistencia a clase/Exposición pública de los proyectos	20 %	0 %
Trabajo 2º convocatoria	0 %	40 %
Ejercicio adicional 2º convocatoria	0 %	20 %
Total	100 %	100 %

Evaluación excepcional:

El alumnado que, por razones excepcionales, no pueda seguir los procedimientos ordinarios de evaluación continua podrá solicitar acogerse en su lugar a la “Evaluación Excepcional” (Reglamento de Evaluación de la UBU, art. 9). La solicitud, razonada y por escrito, se presentará al Decano/a del centro durante las dos primeras semanas de impartición de la asignatura. En caso de que la condición de excepcionalidad le sea admitida, constará de aquellas pruebas que considere el Departamento.

La evaluación excepcional consistirá en realizar las mismas prácticas y trabajos que realiza el alumnado que asiste regularmente a clase (a entregar/realizar en las mismas fechas) excepto las prácticas que, por su propia naturaleza, necesiten modificar sus requisitos de entrega. El alumnado a quien se le admita la evaluación excepcional deberá informarse de estas cuestiones en las tutorías presenciales. Será necesario obtener al menos un 5 sobre 10 en cada una de las pruebas para superar la asignatura.

La docente podrá flexibilizar, si así lo considerara necesario, el sistema de evaluación para alumnado de intercambio con el fin de atender a circunstancias excepcionales que pudieran presentarse.

En el caso que el/la estudiante se acoja a la Convocatoria Extraordinaria Fin de Estudios del Máster, realizará un proyecto final publicitario (que supone el 40%, igual que en la primera convocatoria), un trabajo individual (que sustituye el 40% de los trabajos prácticos en grupo); y un ejercicio adicional (que sustituye el 20% de la asistencia y exposición pública).

13. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Los recursos de aprendizaje y apoyo tutorial se recogen en la página web del máster: <http://www.ubu.es/master-universitario-en-comunicacion-y-desarrollo-multimedia>



14. Calendarios y horarios:

Disponibles en la página web del título: <http://ubu.es/master-universitario-en-comunicacion-y-desarrollo-multimedia>

15. Idioma en que se imparte:

Español