

## 1. FICHA TÉCNICA

---

CURSO ACADÉMICO: 2019-2020

ASIGNATURA: Creatividad en los Medios no Convencionales

PROFESOR(ES): Dña. Neus Portas Serra

CURSO: 3

TPO: OP

CÓDIGO: 019803686

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2019

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 28/08/2019 13:07:27

## 2. DATOS GENERALES

---

### OBJETIVOS GENERALES

#### Teóricos

---

- Conocer el panorama de los diferentes medios, su evolución, tendencia e impacto en el modelo publicitario.
- Analizar las particularidades creativas de cada medio no convencional y las claves de una correcta adaptación del mensaje a cada uno.
- Analizar la evolución de los medios convencionales y conocer las posibilidades creativas no convencionales que presentan.
- Adquisición por parte del alumno del conocimiento de las distintas alternativas creativas aplicables a los distintos medios.

#### Prácticos

---

- Capacidad para aplicar la creatividad a formatos no convencionales.
- Aplicación práctica de la creatividad en los diferentes medios no convencionales.
- Conocimiento de los diferentes formatos no convencionales en los diferentes medios.
- Capacidad para desarrollar una estrategia creativa con activaciones no convencionales que responda al briefing de cliente.

### COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

#### GENERALES

- Capacidad para la detección, análisis, y resolución de problemas de manera ágil.
- Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo capaz de dar respuesta a una necesidad del cliente.

#### TRANSVERSALES

- Esta asignatura está muy relacionada con otras asignaturas que traten de la Creatividad Publicitaria. Se hará foco en la aplicación de la creatividad de una manera no convencional en los diferentes medios.

- Capacidad de trabajo en equipo ya que se pondrán en marcha diferentes actividades donde se intercambiaran los roles con el objetivo de conseguir un mismo resultado / kpi.
- Capacidad de aplicación a casos reales.

#### ESPECÍFICOS

- Conocimiento teórico y aplicado de la creatividad en medios no convencionales. Conocimiento de los formatos, limitaciones, evolución y tendencia de los mismos para su correcta aplicación en el medio.

#### CONTENIDOS DEL PROGRAMA

- TEMA 1. Introducción
- TEMA 2. Procesos y Metodologías de Innovación
- TEMA 3. La Estrategia Creativa
- TEMA 4. Medios Convencionales
- TEMA 5. Medios No Convencionales
- TEMA 6. Formatos No Convencionales en Medios Convencionales
- TEMA 7. Internet, el Medio con Nombre Propio
- TEMA 8. Nuevas Realidades

#### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

##### BIBLIOGRAFÍA

- Ries, Eric. "LEAN STARTUP"
- Kelley, Thomas y Littman, Jonhathan . "THE ART OF INNOVATION: LESSONS FROM CREATIVITY IN IDEO."
- Mootee, Idris ; "DESIGN THINKING FOR STRATEGIC INNOVATION."
- Cuesta, Ubaldo. "PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CREATIVIDAD".
- Gallo, Carmine . "TALK LIKE TED"
- García, Santiago ( 2003). "EL LIBRO DEL VENDEDOR DE IDEAS"
- Polizzi, Joe. "CONTENT INC"
- Croll, Alistair; "LEAN ANALYTICS"
- Holiday, Ryan. "GROWTH HACKER MARKETING: A PRIMER ON THE FUTURE OF PR, MARKETING AND ADVERTISING."

##### RECURSOS BÁSICOS

- <http://www.marketingdirecto.com>
- <http://www.puromarketing.com>

<http://www.branzai.es>

<http://www.lacriaturacreativa.com>

<http://www.graffica.info>

<http://www.contentmarketinginstitute.com>

#### METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La metodología consta de:

- Exposición del temario por parte del profesor. Se impartirán clases teóricas con ejemplos prácticos actuales.
- Se analizarán, además, las diferentes campañas novedosas que vayan ocurriendo a lo largo del curso generando debate entre los alumnos, y resolviendo las dudas que puedan surgir.
- Con el objetivo de hacer las clases lo más prácticas posibles, contaremos con la visita de diferentes profesionales del sector.
- Los alumnos realizarán varias Prácticas en Grupo en las que se les dará un briefing real y desde el que deberán proponer soluciones efectivas desde un punto de vista estratégico y creativo.
- Los alumnos realizarán diferentes trabajos individuales con el objetivo de poner en marcha los conocimientos teóricos aprendidos.
- A lo largo del curso, tendremos diferentes tutorías para dar respuesta a las posibles dudas de los alumnos.

#### CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación es un sistema de evaluación continua por lo que la asistencia a clase es imprescindible para poder aprobar la asignatura. La calificación final del alumno se repartirá de la siguiente manera:

**Las entregas de trabajos** de la asignaturas suman un total del 30% de la nota.

**Ejercicio práctico final** desarrollado en grupo representará el 30% de la nota.

**Examen parcial.** Será un examen teórico práctico del contenido de los 5 primeros temas y representará el 10% de la nota.

**Examen Final.** Será un examen teórico práctico y representará el 30% de la nota.

Situaciones que provocan el suspenso de una de las partes de la asignatura:

- **Asistencia a clase.** La falta a más del 20% de las clases supone el suspenso de la parte práctica, pudiendo acceder sólo al examen.
- **Fallo en entregas:** la falta de más de 2 entregas supone el suspenso de la nota correspondiente a esta parte, aún teniendo aprobadas las demás entregas.
- **Suspensión del trabajo final:** la no aprobación del trabajo final implica la imposibilidad de hacer media con la nota de examen,

\* En convocatorias extraordinarias, el criterio de evaluación será sobre el examen y la entrega del trabajo final. En ningún caso se obtendrá una nota superior a 5 en convocatoria extraordinaria.

El alumno podrá contar con un sistema de tutorías presencial y online con el objetivo de resolver las posibles dudas. Alumnos y profesor determinarán el calendario de tutorías presenciales al inicio del curso.

#### MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Apuntes

---

Documentación Impresa
-----------------------

Internet
----------

Pizarra Digital
-----------------

Vídeos
--------