



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Creatividade publicitaria

Materia	Creatividade publicitaria			
Código	P04G190V01304			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	2	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Vazquez Gestal, Montserrat Maria			
Profesorado	Vazquez Gestal, Montserrat Maria			
Correo-e	mvgestal@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*)Conocer la definición de creatividad, sus características y los rasgos que definen los productos creativos. Conocer las técnicas creativas y su aplicación a todos los ámbitos. Conocer el origen de la creatividad publicitaria en las fuentes e investigaciones de los primeros publicitarios. Conocer las conexiones entre creatividad y publicidad.			

## Competencias de titulación

Código	
A7	Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación, na publicidade e/ou nas relacións públicas
A10	Coñecemento das estratexias, e o seu desenvolvemento creativo, aplicables nas institucións e empresas públicas e privadas, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación
A14	Coñecemento das estratexias e procesos encamiñados á creación e realización de mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación
B1	Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo
B4	Capacidade de análise, de síntese e de xuízo crítico
B6	Capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas
B8	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio
B9	Capacidade de adaptación aos obxectivos organizativos e de traballo en equipo
B12	Capacidade para o traballo en equipo a través da comunicación oral e escrita
B13	Preparación para asumir o risco na toma de decisións

## Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
(*)Conocer las tipologías de estrategias creativas publicitarias y sus elementos	A10 A14	B1
(*)Capacidad de expresión oral y escrita en la presentación de ideas creativas		B4 B6 B8 B9 B12
(*)Capacidad de trabajar en grupo y resolver problemas para la presentación óptima de resultados creativos. Aceptar la toma de decisiones en conjunto		B4 B6 B8 B9 B12 B13

Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación, na publicidade e/ou nas relacións públicas	A7 A14	B8
Conocer das estratexias, e o seu desenvolvemento creativo, aplicables nas institucións e empresas públicas e privadas, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación		

### Contidos

Tema	
(*)Tema 1: Creatividade	(*)1.1.- Problemas en a definición 1.2.- Corrientes de investigación 1.3.- Técnicas 1.4.- Definición
(*)Tema 2: Creatividade e Publicidade	(*)2.1.- Influencia de los estudios de creatividade en el ámbito publicitario
(*)Tema 3: El proceso de creación publicitaria	(*)3.1.-La estrategia publicitaria
(*)Tema 4: Recursos e técnicas de la creatividade publicitaria	(*)

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentacións/exposicións	10	5	15
Traballos de aula	15.5	15.5	31
Seminarios	20	10	30
Sesión maxistral	28	28	56
Probas de resposta curta	6	12	18

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

	Descrición
Presentacións/exposicións	(*)Exposición por parte do alumnado ante o docente y/o un grupo de estudantes de un tema sobre contidos de la materia o de los resultados de un traballo, exercicio, proxecto... Se pode levar a cabo de maneira individual ou en grupo.
Traballos de aula	(*)El estudante desenvolve exercicios ou proxectos en el aula baixo as directrices e supervisión do profesor. Pode estar vinculado su desenvolvemento con actividades autónomas do estudante.
Seminarios	(*)Actividades enfocadas al traballo sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.
Sesión maxistral	(*)Exposición por parte do profesor de los contidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver por el estudante.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos de aula	

### Avaliación

	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións	(*)Presentación en el aula do traballo grupal. Se valorarán distintos aspectos establecidos con anterioridade	15
Traballos de aula	(*)Traballos en grupo desenvolvidos en el aula. Los contidos se explicarán previamente	35
Probas de resposta curta	(*)Prueba final y otras a lo largo del cuatrimestre	50

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

### Recomendacións