

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIONES					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PBP311					
4. Ubicación en la malla	III año, V semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía			
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

La asignatura, pretende que el estudiante logre adquirir las habilidades de pensamiento productivo, entendiendo que la creatividad aplicada es el resultado de un proceso. Además, será capaz de comprender la necesidad del análisis crítico y practicar de forma independiente herramientas de investigación prospectiva y planificación de escenarios.

Al finalizar el curso el estudiante desarrollará habilidades para la conceptualización y aplicará la capacidad de comunicar conceptos e ideas.

La asignatura está ubicada en el ciclo de licenciatura del plan de estudio de la carrera de Publicidad y pertenece a la línea de Creatividad, promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas UDD Futuro de “Autonomía” y “Comunicación”, y de las competencias específicas de “Creatividad” y “Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras”.

B. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Autonomía	Practica y aplica de forma independiente, herramientas para el proceso de pensamiento productivo.
Comunicación	Desarrolla la capacidad de visualizar y comunicar conceptos e ideas a través de modelos y metodologías específicas.
Competencias Específicas	
Creatividad	Incorpora la capacidad y potencial creativo para comprender la necesidad del pensamiento crítico y analítico en el proceso creativo y estratégico.
Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras	Diseña propuestas, considerando la ideación de soluciones con la selección de herramientas para la conceptualización, visualización y comunicación.

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>UNIDAD I: Introducción y análisis de entrada.</p> <ol style="list-style-type: none"> Orientaciones estratégicas. Investigación y análisis. Conclusiones y recomendaciones. 	Autonomía	<p>Identifica conceptos básicos del proceso, para el desarrollo de un pensamiento productivo, a través de revisión de ejemplos prácticos.</p> <p>Crea conciencia de que la creatividad aplicada o pensamiento productivo es el resultado de un proceso, mediante trabajo practico.</p>
<p>UNIDAD II: Planificación de escenarios</p> <ol style="list-style-type: none"> Definición de problemas Definición del problema de consumidor. 	Comunicación Creatividad	Planifica escenarios, definiendo y aplicando herramientas para la investigación prospectiva.

<p>3. Propuestas para una estrategia de comunicación.</p>		<p>Aplica herramientas para la planificación estratégica comunicacional con foco en la definición de problemas centrado en el usuario.</p>
<p>UNIDAD III: Generación de Ideas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de ideas 2. Generación de ideas de orden superior. 3. Selección de ideas finales. 4. Visualización de ideas 5. Conceptualización de ideas 	<p>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</p> <p>Creatividad</p> <p>Comunicación</p>	<p>Desarrolla habilidades para la ideación a través de herramientas metodológicas para la creación de múltiples soluciones.</p> <p>Elabora propuestas y ejecuta herramientas para el testeo con usuarios.</p>
<p>UNIDAD IV: Implementación de campañas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de campañas con concepto seleccionado. 2. Visualizaciones. 3. Aplicación de conceptos de medios, presentación, storytelling, venta y blindaje (5 pasos). 	<p>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</p> <p>Comunicación</p> <p>Creatividad</p>	<p>Aplica conceptos fundamentales del modelo 5 pasos, para campaña con concepto seleccionado.</p> <p>Diseña una presentación estructurada y fundamentada, utilizando el modelo de 5 pasos.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos, fomentando el análisis reflexivo del estudiante, mediante la resolución de problemáticas donde podrá aplicar los conocimientos trabajados en clases.

El curso se estructura en base a sesiones teóricas con participación y discusión de los temas tratados. Trabajos grupales prácticos. Actividades de análisis y crítica de casos (reales y supuestos).

F. Estrategias de Evaluación

La asignatura comprende diferentes momentos de evaluación, por tanto, incluye controles de lectura a fin de chequear la comprensión de los temas abordados durante el desarrollo de los contenidos, así como certámenes para determinar el logro de ciertos aprendizajes al término de una unidad o un cuerpo determinado de contenidos.

El trabajo grupal debe estar presente a lo largo de todo el semestre, buscando constatar el nivel de integración de la información por parte de los alumnos. Asimismo, evaluará la capacidad de presentar los trabajos de forma profesional y creativa usando el lenguaje técnico acorde a la asignatura.

En síntesis, las evaluaciones consideran dos certámenes, trabajos grupales, controles de lectura y un examen final.

Requisito de asistencia: *este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 80% de asistencia a las clases.*

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

- Johnson, S. (2011). *Quién se ha llevado mi queso*. Edición 45, Argentina, Empresa Activa.
- Robinson, K. (2011) *Out of our mind: learning to be creative*. Editorial Wiley.
- Kelly, K. (1998) *Nuevas reglas para la nueva economía*, España. Editorial Granica.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Prins, G. (2014). *Imagina lo imposible*. Chile. Rill Editores/Editorial UCSC.