

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción a la creatividad</p> <p>1.1. Introducción y objetivos</p> <p>1.2. Origen y uso del término «creatividad»</p> <p>1.3. Corrientes sobre creatividad</p> <p>1.4. Definición</p> <p>1.5. El estudio de la creatividad</p> <p>1.6. La creatividad en publicidad</p>	<p>Asiste a las clases en directo y aclara tus dudas preguntándole al profesor. Escribe la fecha de asistencia a la clase en el espacio de Comentarios y pulsa Enviar.</p> <p>Test tema 1(0,05 puntos)</p>	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	<p>Tema 2. Métodos y técnicas creativas</p> <p>2.1. Introducción y objetivos</p> <p>2.2. Métodos y técnicas creativas</p> <p>2.3. El método analógico</p> <p>2.4. Pensamiento lateral</p> <p>2.5. El análisis morfológico</p> <p>2.6. Brainstorming</p> <p>2.7. Solución creativa de problemas</p> <p>2.8. El design thinking o pensamiento de diseño</p>	Test tema 2(0,05 puntos)	Clase del tema 2
Semana 3	<p>Tema 3. La creatividad como actividad publicitaria</p> <p>3.1. Introducción y objetivos</p> <p>3.2. Naturaleza de la comunicación publicitaria</p> <p>3.3. Beneficios sociales de la publicidad</p> <p>3.4. El sistema publicitario</p> <p>3.5. La agencia de publicidad: perfiles profesionales</p> <p>3.6. Los concursos de ideas</p> <p>3.7. Las ideas en publicidad</p>	Test tema 3(0,05 puntos)	Clase del tema 3
Semana 4	<p>Tema 4. El proceso previo a la creación: la estrategia publicitaria</p> <p>4.1. Introducción y objetivos</p> <p>4.2. Del briefing a la estrategia</p> <p>4.3. Análisis de la situación: problemas y oportunidades</p> <p>4.4. El pensamiento estratégico como valor creativo</p> <p>4.5. Componentes de la estrategia publicitaria</p> <p>4.6. Elementos de la estrategia publicitaria</p>		Clase del tema 4

Semana 5	Tema 5. La estrategia creativa 5.1. Introducción y objetivos 5.2. La estrategia creativa: elaboración del mensaje 5.3. Elementos de la estrategia creativa 5.4. Modalidades de instrucciones creativas	Test tema 4(0,05 puntos) Test tema 5(0,05 puntos) Actividad grupal: «Encargo 1 de la campaña: concurso de ideas»(2 puntos)	Clase del tema 5
Semana 6	Tema 6. Comunicación emocional e <i>insights</i> 6.1. Introducción y objetivos 6.2. El lenguaje de los sentimientos 6.3. Anuncios memorables 6.4. Razones y emociones 6.5. Valores creativos emocionales 6.6. Los estereotipos en publicidad 6.7. <i>Consumer insights</i>	Test tema 6(0,05 puntos)	Clase del tema 6
Semana 7	Tema 7. La expresión creativa: el concepto o idea creativa 7.1. Introducción y objetivos 7.2. La estrategia creativa: cómo decirlo 7.3. El concepto o idea creativa 7.4. El salto creativo 7.5. La expresión creativa	Test tema 7(0,05 puntos)	Clase del tema 7
Semana 8	Tema 8. Recursos creativos 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Principios de la publicidad 8.3. Principales recursos creativos 8.4. Los diez grandes caminos creativos de Bassat	Actividad abierta: «Encargo 2 de la campaña: creatividad visual»(1,5 puntos) Test tema 8(0,05 puntos)	Clase del tema 8
Semana 9			Clase de resolución actividad grupal «Encargo 1 de la campaña: concurso de ideas» en clase presencial virtual de duración doble

Semana 10	Tema 9. Creatividad visual y verbal 9.1. Introducción y objetivos 9.2. El director de arte: pensador de imágenes clave 9.3. El layout 9.4. La dirección de equipo de arte y dirección de arte fotográfica		Clase del tema 9 Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 11	Tema 9. Creatividad visual y verbal (continuación) 9.5. La labor del <i>copy</i> 9.6. Titulares, subtítulos y cuerpo de texto 9.7. El <i>claim</i> o eslogan	Actividad abierta: «Encargo 3 de la campaña: creación de un animatic»(1,5 puntos) Test tema 9(0,05 puntos)	Clase del tema 9 y presentación de la actividad abierta
Semana 12	Tema 9. Creatividad visual y verbal (continuación) 9.8. El <i>concept-board</i>		Clase del tema 9
Semana 13	Tema 10. Creatividad en los medios 10.1. Introducción y objetivos 10.2. La creatividad en los en los medios publicitarios: <i>online</i>		Clase del tema 10 Clase de resolución actividad «Encargo 2 de la campaña: creatividad visual»
Semana 14	Tema 10. Creatividad en los medios (continuación) 10.3. La creatividad en los medios publicitarios: <i>offline</i> 10.4. La extensión del concepto creativo a otros medios	Test tema 10(0,05 puntos)	Clase del tema 10
Semana 15	Semana de repaso		Clase de repaso y resolución actividad abierta: «Encargo 3 de la campaña: creación de un <i>animatic</i> » en clase presencial virtual
Semana 16	Semana de examen		

Esta Programación semanal **puede ser modificada** si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.