



Centro adscrito



# **GRADO EN DISEÑO MULTIMEDIA Y GRÁFICO**

## **PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA**

### **GUÍA DOCENTE**

#### **FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD**

**CURSO ACADÉMICO 2018 – 2019**

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Título:</b>	Grado Diseño Multimedia y Gráfico
<b>Módulo:</b>	Diseño
<b>Denominación de la asignatura:</b>	Fundamentos de la Creatividad
<b>Código:</b>	39005
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	Primero
<b>Tipo de asignatura</b> (básica, obligatoria u optativa):	Obligatoria
<b>Créditos ECTS:</b>	6
<b>Modalidad/es de enseñanza:</b>	Presencial
<b>Profesor:</b>	Dra. María José Pérez-Luque
<b>Lengua vehicular:</b>	Español
<b>Página web:</b> <a href="http://www.esne.es">www.esne.es</a>	

## 2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

### Profesor:

Dra. María José Pérez-Luque

### Datos de contacto:

mariajose.perezluque@esne.es

TUTORÍAS ACADÉMICAS: Para todas las consultas relativas a la materia, y para todos los grupos de primero, se atenderá en la sala de profesores los lunes de 15:00 a 15:45, previa cita concertada con la profesora a través de correo electrónico.

## 3. REQUISITOS PREVIOS

### Esenciales:

Los propios del título.

### Aconsejables:

Conocimientos básicos sobre dibujo, fotografía y diseño asistido por ordenador.

## 4. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS

### Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura.

Esta asignatura pertenece a la materia de Diseño.

### Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

La creatividad es una habilidad esencial para los profesionales del siglo XXI, especialmente en el ámbito del diseño. Gracias a las investigaciones de Guilford, sabemos que todos los seres humanos pueden cultivar y desarrollar su creatividad.

La asignatura Fundamentos de la Creatividad está orientada a conseguir que el alumno descubra y potencie su capacidad creativa mediante la combinación de la intuición creativa con una metodología de diseño estructurada, el Design Thinking.

Esta metodología creativa facilitará al alumno la capacidad de desarrollar un proyecto completo de diseño, desde la recepción del briefing hasta la presentación al cliente.

Esta asignatura se articula como plataforma base para desarrollar estructuras de pensamiento, actitudes y hábitos creativos que ayudarán a afrontar, de manera profesional, el desarrollo y la ejecución de las prácticas y proyectos de diseño que realizarán los alumnos durante todo el Grado, así como para el desempeño de su futura carrera profesional. Se considera uno de los cimientos más importantes para todo diseñador y se dirige a todos los perfiles profesionales para los que capacita el grado.

## Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

La asignatura realizará un énfasis especial en el desarrollo creativo de las habilidades esenciales para todo profesional del diseño multimedia y gráfico:

Adquisición de cultura visual orientada al diseño: análisis y búsqueda de referencias:

- Color.
- Silueta, dibujo e ilustración.
- Palabras y lenguaje.
- Texto e imagen tipográfica (Type “faces”).
- Fotografía.
- Patrones visuales.
- Composición, proporciones, escala.
- Iconos, símbolos.

Actitud creativa:

- Estimulación de la creatividad: percepción (cinco sentidos); observación, imaginación, juego.
- El camino de la creatividad como un experimento constante con lo desconocido. Aceptar el riesgo. Perder el miedo. Aprender a manejar el fracaso como un paso necesario hacia el éxito.
- Superar bloqueos, críticas negativas y pensamientos rígidos.
- Desarrollar hábitos creativos. Decisiones intuitivas. Motivación.

Análisis y síntesis:

- Investigación de productos, servicios, procesos y comunicación/publicidad.
- Investigación de usuarios: desarrollo de diseño centrado en el usuario. Diseño orientado a personas. Comunicación orientada al usuario. Diseño emocional.
- Técnicas de creatividad, y técnicas de pensamiento lateral y creativo (Guilford y Gardner, E. Bono, Ken Robinson, Roger Van Oech, G. Wallas, N. Mahon, entre otros).
- Técnicas de ideación y conceptualización.

Creatividad en el entorno empresarial:

- Metodología Design thinking.
- La importancia de las técnicas creativas de trabajo en equipo para proyectos cooperativos (brainstorming, brainwriting, mind mapping, etc.).
- Entornos interdisciplinarios. Aprender a visualizar la perspectiva general de un diseño, comprendiendo su contexto y el resto de factores implicados.
- Manejo del tiempo y gestión de equipos de trabajo.
- Comprender el negocio para el cual se diseña.
- Visualizar la creatividad: diseñar documentos y presentaciones profesionales.
- Innovación y progreso para adaptarse a los avances tecnológicos y de la sociedad.

## 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

### COMPETENCIAS GENÉRICAS

**CG0** - Hablar bien en público

**CG3** - Desarrollará la comprensión del lenguaje visual y evaluará y adaptará la gráfica para su desarrollo posterior

**CG4** - El estudiante aprenderá a usar una gama de técnicas y generación de ideas creativamente.

**CG5** - Originar ideas complejas y elaborar los objetivos de comunicación gráfica.

**CG9** - Trabajar con un equipo humano de forma efectiva en la generación y desarrollo de ideas. Y planificar y diseñar presentaciones y comunicaciones de ideas de forma efectiva.

**CG12** - Habrá desarrollado un aprendizaje específico de los procesos básicos del diseño, como un método de creación y de fabricación, de elementos de aplicación en el Diseño Multimedia y Gráfico; podrá aplicar métodos para la elaboración de proyectos completos; habrá adquirido conocimientos legales que le permitan en el futuro ejercer una actividad dentro del marco normativo, y, finalmente, podrá desarrollar el programa requerido por un Proyecto de Diseño Multimedia y Gráfico, donde se trabajen aspectos conceptuales, formales y técnicos, desarrollando la documentación específica necesaria.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

**CE4** - Aplicará estos conocimientos en la creación de elementos formales para provocar una respuesta personal/emocional.

**CE5** - El estudiante debe demostrar que entiende las técnicas gráficas y creativas, y que las usa para generar ideas propias. Ha de ser capaz de producir ideas originales para satisfacer objetivos de comunicación gráfica específicos y producir ideas complejas que se rodeen de múltiples influencias.

**CE7** - El estudiante deberá interpretar independiente e imaginativamente los briefs de diseño para hallar las intenciones de los objetivos comunicativos gráficos y complejos e interpretar estos briefs para cumplir tareas de comunicación gráfica compleja de forma efectiva imaginativa. Deberá adaptar las ideas para cubrir una amplia variedad de aplicaciones.

**CE8** - Actuar de forma efectiva como miembro de un equipo creativo. Aclarar y cumplir el alcance y objetivos de tareas complejas. Generar y desarrollar una amplia variedad de ideas. Seleccionar formatos de presentación apropiados para las ideas y el público objetivos y prepararlas ideas para una presentación imaginativa en un Standard profesional.

**CE10** - Sabrá traducir una idea desde su concepción inicial a través de los dibujos preparatorios para diseños gráficos y hará uso de herramientas, filtros y efectos en la producción de originales gráficos.

**CE14** - Se situará al estudiante dentro del marco legal de la posible actuación como diseñador. Y se le orientará en el desarrollo del plan personal de su propio negocio.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LA ASIGNATURA

- Trabajar y explotar sus ideas creativas.
- Observar y analizar composiciones publicitarias.
- Tener una percepción histórica y práctica del diseño.
- Entender el concepto de creatividad.
- Incrementar la creatividad del estudiante.
- Aprender de forma ordenada y práctica los pasos del proceso creativo gráfico y publicitario.

## 6. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

### Breve descripción de los contenidos

Análisis de los principios básicos del Diseño gráfico y del concepto de creatividad desde todas sus vertientes, centrándose, en particular, en el estudio en profundidad del proceso creativo publicitario.

- Diseño gráfico: Objetivos y planning. El logotipo y sus opciones reales.
- Conceptos básicos de diseño. Elementos de relación.
- Semantización en diseño.
- Estructuras y módulos.
- Color. Óptica y física del color. Atlas y volúmenes de color. Percepción del color.
- Tipografía. Tipometría.
- La Composición.
- Tecnología de diseño.
- Metodología de trabajo.
- Concepto de creatividad. El paso previo a la creación: del briefing a la estrategia.
- Técnicas para estimular la creatividad. Fundamentos teóricos.
- La estrategia creativa. El concepto creativo.
- Creatividad y medios.
- Dirección de arte.
- Creatividad y marketing.
- Investigación y creatividad.
- Valoración de la creatividad.

Para actualizar la asignatura de acuerdo a las tendencias del mercado laboral de las industrias creativas y a los cambios científicos y digitales que modelan nuestra sociedad, se han ajustado y ampliado los contenidos de la misma para que los alumnos se ejerciten como profesionales creativos, utilicen metodologías de diseño actuales, combinándolas con las tradicionales, estén capacitados para trabajar en equipos de trabajo interdisciplinarios y adquieran la actitud de aprender constantemente y evolucionar con las tendencias del mercado y la sociedad.

## Temario detallado

La filosofía del aprendizaje de esta asignatura está basada en la realización de proyectos (*learn by doing*): trabajos, diseños y proyectos, tanto individuales como en equipo, que puntuarán para la nota final.

Por tanto, durante las clases presenciales, en las que la profesora expondrá los conceptos teóricos y prácticos de la asignatura, se podrán también establecer tiempos para realizar ejercicios creativos, sesiones tipo taller, y para presentar y discutir los proyectos realizados por los alumnos.

### **Bloque 1.** Introducción a la creatividad en el ámbito del diseño.

- Qué es un diseñador del siglo XXI.
- Creatividad y procesos de pensamiento.
- Algunas teorías para el estudio de la creatividad.
- Técnicas para estimular y potenciar la creatividad.

**Bloque 2.** Creatividad y cultura visual orientada al diseño: investigación, análisis y búsqueda de referencias visuales (Color; Silueta, dibujo e ilustración; palabras y lenguaje; texto e imagen tipográfica “type faces”; fotografía; patrones visuales; composición, proporciones, escala; iconos, símbolos, etc.).

### **Bloque3.** Design Thinking

Introducción y objetivos de la metodología de Design Thinking.

Técnicas propias de cada etapa del proceso:

- Investigación de diseño.
- Empatía - investigación de usuarios.
- Definición.
- Ideación.
- Prototipado.
- Testing.

### **Bloque 4.** Creatividad en el entorno empresarial.

- Técnicas de trabajo colaborativo en entornos interdisciplinares.
- Técnicas y métodos creativos de trabajo en equipo.
- Co-creación.
- Gestión de equipos y del tiempo en proyectos colaborativos.
- Visibilizar la creatividad. Presentación de proyectos al cliente.

## 7. CRONOGRAMA

Durante el primer semestre se trabajarán proyectos individuales y en equipo orientados a adquirir principalmente las habilidades de los bloques 1 y 2, junto con la introducción de alguna técnica de ideación del bloque 3, y la parte correspondiente al trabajo en equipo del bloque 4.

Durante el segundo semestre, se desarrollarán proyectos de Design Thinking en equipo, orientados a adquirir los conocimientos y habilidades específicos de los bloques 3 y 4, y a poner en práctica los conseguidos durante en el primer semestre.

El proyecto final de la asignatura, consistirá en el desarrollo completo de un proyecto, en equipo, desde el briefing hasta la presentación al cliente (bloques 1, 2, 3, y 4).




UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
<p><b>Semestre 1. Desarrollo de proyectos individuales y en equipo</b></p> <p>Bloque 1. Introducción a la creatividad en el ámbito del diseño.            Bloque 2. Cultura visual del diseñador. Investigación, análisis y búsqueda de referencias.</p> <p>(Bloque 3. Introducción a algunas técnicas de ideación.            Bloque 4. Introducción a algunas técnicas de trabajo en equipo.)</p>	Septiembre-enero
<p><b>Semestre 2. Proyectos Design Thinking en equipo</b></p> <p>Bloque 3. Metodología de Design Thinking.            Bloque 4. Creatividad en el entorno empresarial.</p>	Enero-Junio

Esta programación inicial podrá sufrir modificaciones si la profesora lo considera oportuno para el correcto desarrollo de los trabajos, diseños y proyectos.

Algunos trabajos y proyectos se realizarán en colaboración con otra(s) asignatura(s) y, al menos, un proyecto se desarrollará en colaboración con un cliente real.



## 8. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENC.	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clases teóricas 	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Exposición de los temas.</li> <li>-Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía.</li> <li>-Repasos al inicio de la clase.</li> <li>-Resolución de dudas: temas y lecturas.</li> <li>-Pruebas de evaluación.</li> </ul>	CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14	50	20	70
Clases prácticas 	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Resolución de ejercicios.</li> <li>-Debates sobre los temas y especialmente sobre ejercicios y lecturas.</li> <li>-Presentaciones.</li> <li>-Pruebas de evaluación</li> </ul>	CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14	10	10	20
Tutorías	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preparación de clase mediante lectura de los temas.</li> <li>-Planificación de debates y comentarios mediante la preparación de las lecturas.</li> <li>-Resolución de ejercicios. Comentarios y resolución de dudas presencialmente o por correo electrónico.</li> </ul>	CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14	10	-	10
Trabajo personal del alumno 	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Lecturas: preparación y búsqueda de información complementaria.</li> <li>-Estudio personal.</li> <li>-Preparación de comentarios y debates.</li> <li>-Tutorías libres y voluntarias.</li> </ul>	CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14	-	50	50

## 9. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Asistencia Participativa	Grado de participación en el desarrollo de las clases	10%
Examen individual	Corrección del examen individual	10%
Proyecto individual	Proyectos varios individuales	15%
Proyectos en equipo	Proyectos varios en equipo	40%
	El proyecto final de la asignatura (en equipo)	25%

### CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

#### Asistencia a Clase

- La asistencia a clase es obligatoria. Sin una asistencia demostrada de al menos un 80%, el alumno no podrá presentarse a examen debiendo acudir a la siguiente convocatoria. No es necesario justificar las faltas, y por tanto no se admitirán justificantes de las mismas, por lo que superado el 20% de faltas de asistencia, el alumno deberá presentarse en convocatoria extraordinaria.
- La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental, debiendo ser aprobadas por la Dirección Académica de ESNE.
- Se exigirá puntualidad al alumno en el comienzo de las clases. Una vez transcurridos cinco minutos de cortesía, el profesor podrá denegar la entrada en el aula.

#### Entregas de Trabajos

- En convocatoria ordinaria, los alumnos deben presentar y aprobar todas las entregas que se les soliciten. La no entrega de un trabajo supondrá suspender la asignatura.
- La entrega de trabajos se realizará en formato físico si así se requiere, pero siempre el alumno debe subir la correspondiente evidencia digital al campus virtual. El profesor no podrá calificar proyectos cuya evidencia digital no esté subida al campus.
- Los trabajos deben entregarse en las fechas (y el formato) que solicite el profesor, no admitiéndose entregas posteriores. Si excepcionalmente se aceptase un trabajo fuera de plazo, la máxima calificación a obtener será 7.
- En los trabajos en grupo, la calificación será individual por cada alumno, atendiendo a criterios de conocimiento de la materia, esfuerzo, presentación, asistencia a tutorías, etc. Por tanto, miembros de un mismo grupo pueden tener calificaciones diferentes.
- En los trabajos en equipo, cada uno de los miembros del equipo, aunque se trate de un mismo trabajo, deberá subir al campus virtual el proyecto individualmente. Si no lo hace, aunque todos sus compañeros hayan obtenido una calificación X, el alumno que

no haya subido el proyecto, no podrá ser calificado.

- Los alumnos deberán haber obtenido una calificación superior a 5 en cada uno de los componentes de evaluación: en el examen, en los proyectos individuales, y en los proyectos en equipo. Y, además, obtener una calificación superior a 5 en la nota final.
- Los trabajos, una vez calificados, deben ser retirados por los alumnos en el tiempo que se determine. Pasado este plazo, los trabajos podrán ser destruidos.

#### **Evaluación Extraordinaria**

- En la evaluación extraordinaria, los alumnos deben volver a presentar los trabajos que no hayan sido aprobados en convocatoria ordinaria. Además, el profesor de la asignatura podrá solicitar la realización de un trabajo extra en la evaluación extraordinaria.
- En la evaluación extraordinaria, los trabajos realizados de forma grupal tendrán que ser realizados de forma individual si el alumno no los ha llevado a cabo durante el desarrollo del curso.
- Si en la convocatoria ordinaria el alumno aprueba las entregas solicitadas y suspende el examen teórico tendrá que volver a examinarse de la parte teórica en la convocatoria extraordinaria. En ambos casos, convocatoria ordinaria y extraordinaria, es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar el examen teórico.

#### **Asignatura Anual**

- Al final del primer semestre el profesor podrá convocar una presentación o examen —a modo de parcial liberatorio— incluido en el calendario de exámenes.
- En caso de no superarlo podrá volverse a examinar en convocatoria oficial ordinaria junto con el resto del contenido de la asignatura.
- Para la convocatoria extraordinaria el alumnado deberá presentar y/o examinarse de la asignatura completa y entregar todos los trabajos, tanto individuales como grupales. En caso de no haberlos realizado en grupo durante el curso, los tendrá que afrontar de forma individual.

#### **Convocatorias**

- Los estudiantes matriculados en esta asignatura dispondrán únicamente de un total de 6 convocatorias para aprobarla.
- Cuando en el acta de la asignatura el estudiante sea calificado como “Suspenso” o “No presentado”, dicha convocatoria se habrá consumido.

## **10. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

- Cross, N. (2011): “Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work”. Bloomsbury Academic.
- Bono, E. (2012): “Seis sombreros para pensar”. Paidós.
- Spencer, J. y Juliani, A.J. (2016): “Launch: Using Design Thinking to Boost Creativity and Bring Out the Maker in Every Student”. Dave Burgess Consulting, Inc.
- Mahon, N. (2012): “Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias”. Gustavo Gili.
- Ingledew, J. (2017): “Cómo tener ideas geniales. Guía de pensamiento creativo”. Blume.

- Bono, E. (2013), “El Pensamiento Lateral”, Paidós.
- Rich, J.C. (2003): “Brain Storm: Tap into Your Creativity to Generate Awesome Ideas and Remarkable Results”. Career Press.
- Foster, J. (2007): “How to get ideas”, Berrett-Koehler Publishers.
- Hernández, C. (2004): *Manual de creatividad publicitaria*, Síntesis, Madrid.
- García, C. (2006): *El libro de Bob. La nueva publicidad del siglo XXI*, Bob, Madrid.
- Arroyo, I. (2005): *La profesión de crear. Creatividad e Investigación publicitarias*, Laberinto, Madrid.

Durante el curso se irá facilitando progresivamente material bibliográfico de libre distribución y webgrafía correspondiente a los temas impartidos.

## 11.- OBSERVACIONES

La copia, el plagio o el uso indebido de imágenes y referencias (ausencia de fuentes, citas de autores, etc.) puede ser motivo de la pérdida de evaluación en convocatoria ordinaria.

La asistencia es absolutamente obligatoria. Sin una asistencia demostrada de, al menos un 80%, los exámenes y resto de trabajos no serán evaluados, debiendo acudir a la siguiente convocatoria.

Todas las entregas deberán realizarse en el formato establecido por el profesor y en formato digital.