

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	COOLHUNTING		
Identificador:	32466		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (CA) BOE 15/10/2014		
Módulo:	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	60	Trabajo Autónomo:	90
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:	PEREZ PALLAS, LARA (T)	Correo electrónico:	lperezp@usj.es

PRESENTACIÓN:

Esta materia aborda los sistemas de investigación que ayudan a evidenciar las tendencias actuales en el entorno psicosocial y económico.

La disciplina Coolhunting se posiciona como un sistema de trabajo necesario para comprender las tendencias actuales y su proyección como oportunidades de negocio. La investigación de mercado tradicional, la netnografía, la comprensión de los cambios sociales y estilos de vida o el trabajo colaborativo, serán algunos de los pilares básicos sobre los que se construye el Coolhunting.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Uso de las tecnologías de la información.
	G05	Trabajo en equipo.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G07	Compromiso ético.
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
	G11	Capacidad de investigación.
	Competencias Específicas de la titulación	E12
E17		Capacidad para extraer del universo cultural e intelectual contemporáneo y circundante fuentes de inspiración para el desarrollo creativo de la profesión, valorando la raíz cultural –especialmente artística- que da soporte constructivo a los estándares publicitarios a través de herramientas y metodologías mediadoras en la evolución de la actividad creativa.
E18		Asumir la innovación como pauta proyectual en la creación publicitaria y como variable que favorece fijar nuevas y resolutivas vías comunicativas relacionales dentro de las organizaciones, las cuales actúan como eje vertebral en la resolución de todo tipo de retos y problemas, relacionados o no con aspectos concretos la comunicación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido con valentía, y también prudencia y profesionalidad, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.
E19		Ejercitar y poner en uso el pensamiento creativo ante todo tipo de situaciones y de una manera habitual, dado el cariz expresivo -sostenido por matices audiovisuales y/ o discursivos- que demanda una profesión, la publicitaria y/ o de relaciones públicas, especialmente dinámica y consolidada gracias a parámetros persuasivos que requieren el uso de habilidades creativas por parte de los agentes que participan en su actividad.
E22		Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos,

		valores y principios consistentes con el progreso humano, al mismo tiempo que conociendo los preceptos que marca el ordenamiento jurídico propio del derecho de la comunicación publicitaria. Este último, encargado de analizar los límites reglamentarios a los que se encuentra sometida la actividad profesional publicitaria, atendiendo no sólo a sus deberes personales, sino también al régimen jurídico de los mensajes que se difunden y de las empresas vinculadas a dicha actividad.
	E23	Capacidad para gestionar las propias emociones, el estrés, y las frustraciones ante las dificultades que aparezcan en el desarrollo de los proyectos y retos profesionales dentro de un segmento profesional, el propio de la publicidad y las relaciones públicas, cuya actividad demanda, por un lado, un continuo tránsito de propuestas entre profesional y cliente, y por otro, una relación directa a nivel técnico y humano dentro del heterogéneo entramado de agentes que constituyen una organización.
	E29	Adoptar una visión estratégica de los diferentes canales de comunicación publicitaria y de marketing que vayan surgiendo para contactar con los públicos.
	E30	Entender los mecanismos de funcionamiento de la comunicación interna de las organizaciones, y saber plantear estrategias para la misma.
	E31	Capacidad para sacar el máximo partido a las herramientas de comunicación corporativa y de relaciones públicas con objeto de alimentar el desarrollo organizacional.
Resultados de Aprendizaje	R01	Saber detectar tendencias en los terrenos de interés del proyecto o cliente para el que trabaje.
	R02	Entender y practicar la metodología pertinente con rigor, para la correcta y eficaz detección de tendencias.
	R03	Tener una actitud despierta para la recolección de todo tipo de patrones nuevos de comportamientos sociales, con objeto de poder alinearlos con los planes estratégicos de los clientes.
	R04	Identificar tendencias socioculturales y de consumo y convertirlas en oportunidades de negocio y nichos de mercado, y abortar amenazas y costes de oportunidad.
	R05	Identificar tendencias socioculturales y de consumo y convertirlas en oportunidades de negocio y nichos de mercado, y abortar amenazas y costes de oportunidad.

REQUISITOS PREVIOS:

Interés por las tendencias, cambios sociales y estilos de vida, y su repercusión en la publicidad y estrategia de comunicación de las marcas

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

La programación de la materia podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc..) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada

Contenidos de la materia:

1 - Coolhunting. Desde las bases
1.1 - ¿Qué es cool?
1.2 - El método
1.3 - El arte de pronosticar.
1.4 - Think Out of the Box!
2 - Investigación e Internet
2.1 - Investigación de Tendencias
2.2 - Sistema de trabajo tradicional
2.3 - Sistema de trabajo digital
2.4 - Informe de Coolhunting
3 - El Nethunting
3.1 - La Captación
3.2 - El archivo
3.3 - La consulta
3.4 - La visualización
3.5 - El rendimiento
4 - Conceptualización de tendencias

4.1 - ¿Qué es conceptualizar?
4.2 - Técnicas de conceptualización
4.3 - Utilidad de la conceptualización
5 - Coolhunting colaborativo
5.1 - ¿Que es una red de coolhunting?
5.2 - Teorías sobre grupos
5.3 - Tipos de redes de trabajo
5.4 - Ventajas de trabajar en grupo
6 - La investigación de tendencias después del COVID
6.1 - La importancia de la prospectiva: escenarios del futuro
6.2 - Los efectos de la crisis del COVID en las megatendencias en curso
6.3 - La teoría de las 10 R del marketing en la era Post Covid

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

Previsión de actividades de aprendizaje:

Semana	Unidad/Bloque/Tema	Sesiones presenciales	Horas	Actividades de trabajo autónomo	Horas
1	12/09/2022	Presentación de la materia. Prueba individual (no cuenta para nota)	4	Lectura de la guía docente. Repaso de conocimientos básicos necesarios para la asignatura.	2
2	19/09/2022	1.Coolhunting. Desde las bases	4	Estudio. Investigación y búsqueda de información	4
3	26/09/2022	1.Coolhunting. Desde las bases	4	Estudio, Investigación y búsqueda de información.	5
4	03/10/2022	2.Investigación e Internet	4	Lecturas obligatorias.	5
5	10/10/2022	2.Investigación e Internet	2	Estudio, investigación y búsqueda de información.	5
6	17/10/2022	3.El Nethunting	4	Estudio. Investigación y búsqueda de información.	4
7	24/10/2022	3.El Nethunting	4	Estudio, investigación y búsqueda de información.	6
8	31/10/2022	4.Conceptualización de tendencias	4	Asistencia a tutorías. Investigación y búsqueda de información.	6
9	07/11/2022	4.Conceptualización de tendencias	4	Asistencia a tutorías. Investigación y búsqueda de información.	8
10	14/11/2022	5.Coolhunting colaborativo	4	Asistencia a tutorías. Investigación y búsqueda de información.	6
11	21/11/2022	5.Coolhunting colaborativo	4	Asistencia a tutorías. Investigación y búsqueda de información.	5
12	28/11/2022	6.La investigación de tendencias después del COVID	4	Estudio, investigación y búsqueda de información.	4
13	05/12/2022	6.La investigación de tendencias después del COVID	2	Estudio. Investigación y búsqueda de información.	4
14	12/12/2022	6.La investigación de tendencias después del COVID	4	Estudio, investigación y búsqueda de información.	4
15	19/12/2022	Práctica 7. Puesta en común	4	Estudio.	5
16	26/12/2022	Período vacacional.	0	Estudio.	5
17	02/01/2023	Período vacacional.	0	Estudio.	5
18	09/01/2023	Repaso de la asignatura.	2	Estudio.	4
19	16/01/2023	Realización de la prueba final y revisión de calificaciones. La fecha concreta aparecerá reflejada en el calendario oficial de exámenes.	0		2
20	23/01/2023	Tutoría individual	2	Tutoría	1
21	30/01/2023		0		0

Observaciones para alumnos exentos a la asistencia obligatoria por circunstancias justificadas:

Los alumnos que deseen acogerse a este régimen no presencial deberán justificar una inasistencia a sesiones presenciales superior al 20% de las horas totales. Dicha justificación atenderá a causas laborales o de salud, debiendo presentar el interesado -en Secretaría de CESUGA- un certificado oficial que avale esta circunstancia. Los alumnos que se acojan a la modalidad no presencial deberán comunicárselo a la profesora en los primeros 15 días del semestre para dejar clara su intención de realizar la materia de forma no presencial y establecer así un calendario de trabajo.

En caso de que el alumno no se ponga en contacto con la docente en la fecha indicada, se podría considerar que se trata de un alumno en modalidad presencial y, al no asistir a clase, puede perder el derecho a ser evaluado en primera convocatoria por haber superado el número de faltas permitidas.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

1. Sesiones teórico-prácticas: las sesiones teóricas serán desarrolladas en forma de clase magistral, desarrollando los puntos teóricos recogidos en el programa de la asignatura. Este tipo de clases necesitan de la utilización de un ordenador, por parte del profesor, mediante el cual se proyectarán lecciones en formatos de lectura (Power Point, PDF) así como la visualización de diferente material relacionado con el campo del Coolhunting: DVD's, videos, documentales y otros soportes como tablets y app móviles. Durante estas clases, se plantearán debates sobre diferentes temas expuestos en estos soportes, de manera que el alumno asimile conceptos con más facilidad y en profundidad, y aclare sus posibles ideas para poder llegar a realizar ejercicios prácticos con mayor resolución.

2. Sesiones prácticas: clases programadas enfocadas a la realización de casos aplicados a la teoría aprendida mediante los cuales se pretende profundizar en la investigación y conocimientos de tendencias y modas. En estas sesiones se dará forma a la parte práctica de la asignatura y se valorará la formulación de hipótesis, la capacidad de investigación, las estrategias y la medición de resultados de práctica

Integración de lengua inglesa en la materia:

Internationalization is one of the main objectives of CESUGA. The teaching staff will be gradually introducing materials, texts, audiovisual media and other content through english, in the subjects they teach. This course of action is included in the principles of the European Area of Higher Education programs. The aim is for students to naturally and effectively use english in authentic situations while studying subjects included in their degree programs. Exposure to the english language forms an intrinsic part of each degree programme's plan of studies.

Some activities in this subject will be carried out in english. These activities can be seen in the provisional activity plan and are marked: basically oral presentations, writing abstracts, use of sources in english, etc..

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	38
	Casos prácticos	8
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	4
	Debates	2
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	4
	Actividades de evaluación	2
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	4
	Estudio individual	44
	Preparación de trabajos en equipo	34
	Lecturas obligatorias	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	4
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Pruebas escritas:	20 %
Trabajos individuales:	35 %
Trabajos en equipo:	20 %
Prueba final:	25 %
TOTAL	100 %

Observaciones específicas sobre el sistema de evaluación:

PRIMERA CONVOCATORIA

¡IMPORTANTE! Durante los primeros días de impartición de la materia, la profesora someterá a una breve prueba individual a los alumnos con la finalidad de poder baremar el nivel de conocimientos adquiridos hasta el momento sobre el coolhunting, si es que los hubiera. Con esta prueba, que no tiene ningún tipo de peso sobre la nota parcial ni final de la asignatura, la profesora pretende vislumbrar en qué temas -dentro de la programación establecida- debería hacer más hincapié y ahondar en conocimientos con la finalidad de maximizar el nivel de conceptos adquiridos al final de la asignatura.

El sistema de evaluación de la asignatura en su modalidad presencial estará conformado por:

1) Durante las primeras semanas, tal y como se especifica en la previsión de actividades de aprendizaje, la asignatura se adentrará en la importancia del coolhunting y la caza de tendencias. El alumno, tras recibir teoría y casos de estudio varios sobre este tema durante las clases magistrales, formará un grupo y comenzarán a seleccionar un tema que consideren debería ser tendencia, e investigarán cómo convertirlo en un fenómeno. La estructura de la **práctica en equipo** se desarrollará en su debido momento, pudiendo la docente en todo momento reconsiderar el tema elegido por los alumnos si no lo considerase suficientemente relevante o adecuado. En principio, esta práctica debería exponerse frente a la clase. El peso sobre el total de la asignatura de **dicha práctica será de un 20 %**.

2) La **prueba final** de carácter teórico (examen) tendrá un peso del **25 %** sobre la nota final (45 % para los alumnos que no superen la prueba escrita liberatoria de mitad del cuatrimestre y, en consecuencia, se examinen de toda la materia). Es imprescindible aprobar el bloque teórico (25 % + 20 % del punto 4) para aprobar la asignatura.

3) El **35 %** de la asignatura será medible en **ejercicios individuales** que tendrán lugar durante el desarrollo total de la asignatura. La implicación y actitud durante el desarrollo de la asignatura también formarán parte del cómputo de este valor.

Se supera el bloque práctico (puntos 1 y 3) con una nota de un cinco sobre diez en la media

ponderada correspondiente,

4) Las pruebas escritas (20 %) consistirán en un examen parcial a mitad del cuatrimestre, que será eliminatorio para quien lo apruebe. En este caso, quien lo supere, solo se examinará en la prueba final de la parte no vista. Quien suspenda esta prueba parcial deberá volver a examinarse de la misma en la prueba final, siendo obligatorio aprobar el bloque teórico (esta prueba más la prueba final) para superar la asignatura.

En caso de que en primera convocatoria el alumno alcanzara, sumando las notas de cada bloque de evaluación (práctico más teórico), un aprobado pero tenga suspendido individualmente el bloque práctico y aprobado el teórico, en la nota del portal académico figurará la nota efectivamente alcanzada y estará, por tanto, aprobado.

En caso de que el alumno haya suspendido la parte teórica pero tenga aprobada la práctica, irá al examen de la segunda convocatoria con toda la materia teórica y se le guardarán las notas de la parte práctica, que representarán el mismo porcentaje sobre la nota final que en la primera convocatoria.

En caso de que el alumno hubiese suspendido todas las partes (teórico y práctico), deberá volver a examinar de la teoría, hacer los trabajos prácticos correspondientes, y entregarlos en la fecha de la segunda convocatoria. Para ello deberá ponerse en contacto previamente con la profesora para determinar exactamente qué deberá presentar en la fecha determinada. Es responsabilidad del alumno ponerse en contacto con la profesora para este fin, para lo que deberá aprovechar la revisión de exámenes de la primera convocatoria.

SEGUNDA CONVOCATORIA

En segunda convocatoria, se mantendrán los mismos criterios de evaluación que en primera convocatoria.

Si en segunda convocatoria se sigue suspendiendo la teoría o, aún aprobándola el balance final de la materia es inferior a un cinco, la asignatura estará suspendida definitivamente. En este caso, pues, han de darse las dos condiciones para superar la asignatura: aprobar la teoría (45 % de la nota final) y que la suma de teoría más práctica (55 % de la nota final) dé al menos un cinco.

Al amparo de los cambios en la norma idiomática en lengua española recogidos en la Ortografía de la lengua española (2010), publicada por la Real Academia Española, la Facultad de Comunicación ha establecido unos criterios de corrección vinculados a esta obra que se aplicarán en todas las pruebas de la materia. El documento que recoge el conjunto de criterios y su sanción se encuentra publicado en la Plataforma Docente Universitaria (PDU) de la materia.

Cualquier atisbo o certitud de plagio (total o parcial) supondrá la anulación total del ejercicio o trabajo. Copiar en un examen supondrá suspender la totalidad de la materia

Métodos de evaluación:

Instrumento de evaluación	Resultados de Aprendizaje evaluados	Criterios de evaluación	%
Trabajo en equipo	R01 R02 R03 R04 R05	Conocimientos expuestos en clase. Capacidad de división de tareas y de trabajo en grupo. Conocimiento sobre Coolhunting. Generación de ideas creativas. Capacidad para trabajar en equipo, tolerancia.	10
Trabajo individual	R01 R02 R03 R04 R05	Conocimientos expuestos en clase. Generación de ideas creativas. Capacidad de investigación	45
Prueba final	R01 R02 R03 R04 R05	Capacidad para extraer del universo cultural e intelectual contemporáneo y circundante fuentes de inspiración para el	25

		desarrollo creativo de la profesión, valorando la raíz cultural –especialmente artística- que da soporte constructivo a los estándares publicitarios a través de herramientas y metodologías mediadoras en la evolución de la actividad creativa. Capacidad de aplicar conocimientos	
Pruebas escritas	R01 R02 R03 R04 R05	Capacidad para extraer del universo cultural e intelectual contemporáneo y circundante fuentes de inspiración para el desarrollo creativo de la profesión, valorando la raíz cultural –especialmente artística- que da soporte constructivo a los estándares publicitarios a través de herramientas y metodologías mediadoras en la evolución de la actividad creativa. Capacidad de aplicar conocimientos.	20
Peso total:			100

Observaciones para alumnos exentos a la asistencia obligatoria por circunstancias justificadas:

PRIMERA CONVOCATORIA ALUMNOS EXENTOS A LA ASISTENCIA OBLIGATORIA (CAUSAS JUSTIFICADAS)

Los alumnos a tiempo parcial, los matriculados en programas de movilidad que cursan la materia a distancia o que, por otras determinadas circunstancias excepcionales comunicadas a la Dirección de Titulación (presentando, en su caso, el correspondiente certificado oficial que justifica su situación, en Secretaría), no pueden asistir a clase **serán evaluados de la misma manera que los presenciales**. Para ello, deberá seguir las actividades de clase colgadas a través de la PDU. El trabajo en grupo deberá realizarlo de forma coordinada con el resto de sus compañeros, y los trabajos individuales serán entregados en las mismas fechas.

El alumno deberá reunirse con la docente para planificar un calendario personalizado de tutorías.

Será indispensable que los alumnos aprueben tanto la parte teórica como las partes prácticas para poder superar la asignatura.

SEGUNDA CONVOCATORIA ALUMNOS EXENTOS A LA ASISTENCIA OBLIGATORIA (CAUSAS JUSTIFICADAS)

En segunda convocatoria, se mantendrán los mismos criterios de evaluación que en primera convocatoria. En caso de que el alumno hubiese superado cualquiera de las partes (teórica o prácticas), se le guardaría la nota de la misma y sólo debería examinarse de la parte suspendida. En caso de que el alumno hubiese suspendido todas las partes, deberá volverse a examinarse de teoría y práctica, rehaciendo los ejercicios suspensos.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

GIL MARTÍN, Victor Alejandro. Coolhunting. Barcelona: Ediciones Urano, 2009.

Bibliografía recomendada:

CÓRDOBA-MENDIOLA, Daniel. Coolhunting: Cazar y gestionar las tendencias y modas que mueven el mundo. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. 2009

LÓPEZ LÓPEZ, Anna María. Coolhunting digital: a la caza de las últimas tendencias. Madrid: Anaya. 2011

RIVEROS TOVAR, Paula. Coolhunting y tendencias: a la caza de grandes tendencias para la innovación. Madrid:

Starbook editorial. 2014
GLADWELL, Malcolm. El Punto Clave. Barcelona: Penguin Random House Grupo editorial. 2007
ERNER, Guillaume. Sociología de las tendencias. Barcelona: Ed gustavo Gili. 2010
BAUDRILLARD, Jean. La sociedad del consumo. Sus mitos, sus estructuras. Madrid: Siglo XXI. 2009
LIPOVETSKY, Giles. La sociedad de la decepción. Madrid: Anagrama. 2008

Páginas web recomendadas:

ASOS	www.asos.com
Facebook	www.facebook.com
Instagram	www.instagram.com
VOGUE	www.vogue.com
VICE	www.vice.com
SPECTRUM COLLECTIONS	www.spectrumcollections.com
SASHA UNISEX	www.instagram.com/sashaunisex/
NETFLIX	www.netflix.com
IKEA	www.ikea.com
CANADA PRODUCCIONES	www.lawebdecanada.com
POLAROID	www.us.impossible-project.com
LAZY OAF	www.lazyoaf.com
MARINA ABRAMOVIC	www.marinafilm.com
LA BARBUDA SHOP	www.labarbudashop.com
MIRANDA MAKAROFF	www.hermanasmiranda.es
CATS OF INSTAGRAM	www.catsofinstagram.com
APPLE	www.apple.com
LA CRIATURA CREATIVA	www.lacriaturacreativa.com
BLUR FILMS	www.blurfilms.tv/es/blur
ROLLER SKATES	www.rookieskates.co.uk
EUROMONITOR INTERNACIONAL	https://blog.euromonitor.com/
TRENDWATCHING	https://trendwatching.com/
VERIZON MEDIA	https://www.verizonmedia.com/
PANTONE	https://store.pantone.com/es/es/color-of-the-year-2020
IAB Spain	https://iabspain.es/
TRENDSHUNTER	https://www.trendhunter.com/
OPINNO	https://opinno.com/

OBSERVACIONES: