

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	CREATIVIDAD PUBLICITARIA		
Identificador:	32455		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (CA) BOE 15/10/2014		
Módulo:	COMUNICACIÓN COMERCIAL Y PUBLICITARIA		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	3	Periodo lectivo:	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	56	Trabajo Autónomo:	94
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:	AREVALO IGLESIAS, LORENA (T)	Correo electrónico:	larevalo@usj.es

PRESENTACIÓN:

La creatividad, entendida como la capacidad para generar soluciones innovadoras y eficaces ante un problema planteado, es una de las competencias generales de la titulación, y una disciplina transversal de gran importancia en cualquier ámbito profesional. Así, la asignatura permitirá al alumnado reflexionar acerca de cuestiones como las siguientes: ¿Qué papel juega la creatividad en la publicidad?, ¿Siempre fue así?, ¿Está la creatividad publicitaria en un buen momento?, ¿Puede sistematizarse el proceso creativo en una agencia?, ¿Es posible trabajar creativamente en equipo?

Uno de los objetivos de la asignatura es que cada alumna/ o elabore un portfolio online donde se muestren los trabajos desarrollados a lo largo del curso.

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.	
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.	
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).	
	G11	Capacidad de investigación.	
	Competencias Específicas de la titulación	E09	Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos, con lo que poder expresar con criterio fundamentado ideas y mensajes gráficamente, tanto de manera manual, como ayudados por las herramientas informáticas disponibles para ello.
		E10	Capacidad para la creación y el manejo de recursos audiovisuales para la construcción de mensajes publicitarios y/ o de comunicación corporativa.
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.	
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.	
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.	
E25		Capacidad para comunicarse eficaz y correctamente, y persuadir de manera responsable y asertiva, tanto de manera escrita como oral.	

Resultados de Aprendizaje	R01	Entender de forma correcta las diferentes fases del proceso creativo publicitario, con especial atención al concepto creativo y su plasmación en texto, imágenes, etc.
	R02	Gestar, desarrollar y elaborar ideas creativas eficaces aplicadas al campo de la comunicación publicitaria.
	R03	Elaborar una campaña publicitaria desde la acogida del briefing a la entrega de artes finales.
	R04	Desarrollar el juicio crítico ante la creatividad propia y ajena.
	R05	Afianzar su potencial creativo, entendiendo las características, actitudes y aptitudes necesarias para su desarrollo.
	R06	Conocer y comprender la importancia de la presentación de la pieza creativa al cliente.

REQUISITOS PREVIOS:

Esta materia no tiene requisitos, si bien resulta imprescindible un buen manejo del idioma español para poder comprender la asignatura en su totalidad.

Para la correcta realización de las prácticas es recomendable tener unos conocimientos básicos en el manejo de herramientas de diseño gráfico (Adobe Photoshop y Adobe Illustrator) y de edición de vídeo (Adobe Premiere, Avid o similares).

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

La asignatura de Creatividad Publicitaria comienza con una aproximación a la creatividad como disciplina y objeto de estudio para, posteriormente, abordar el proceso de creación publicitaria desde una perspectiva estratégica. La originalidad es un atributo inherente a cualquier pieza creativa pero, además, tanto la determinación del contenido como su expresión formal deben cumplir el criterio de eficacia, entendida como la adecuación a los objetivos del anunciante, a la identidad de la marca y a la psicología de la/ el consumidor/a, entre otros condicionantes.

A partir del análisis del brief del anunciante, la/el planner elabora el brief creativo donde se asientan las bases de la estrategia publicitaria, convirtiendo los objetivos del anunciante en una significación diferenciada para la/el consumidor/a. Mediante la realización de casos prácticos, el alumnado adoptará la visión estratégica de la/el planner y, posteriormente, el rol de la/el creativa/o publicitaria/o, traduciendo las instrucciones del brief en conceptos que se materializarán en piezas publicitarias adaptadas a distintos soportes.

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD
1.1 - Origen y uso del término
1.2 - Definición de creatividad
1.3 - Características de la personalidad creativa
2 - LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y SUS AGENTES
2.1 - El trabajo creativo en la agencia de publicidad
2.2 - La/el Planificador/a Estratégica/o
2.3 - La/el Director/a de Arte
2.4 - La/el Redactor/a Creativa/o
3 - LA ESTRATEGIA CREATIVA
3.1 - La estrategia creativa
3.2 - El briefing como punto de partida
3.3 - Contenidos del brief creativo
3.4 - El concepto creativo
3.5 - Características de un buen concepto
4 - EL DESARROLLO CREATIVO
4.1 - Los formatos o géneros creativos

4.2 - La sistematización de la creatividad

4.3 - Principales técnicas creativas

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	03/02/2025 1.INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD	A LA 1.1.INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD 1.1.Origen y uso del término Explicación del programa, planteamiento de la asignatura y sistema de evaluación. Creación de grupos de trabajo. Clase magistral. Planteamiento de la práctica 1A.	4	Lectura y comprensión de la Guía Docente de la asignatura. Localización de la asignatura en la PDU. Realización práctica 1A.	5
2	10/02/2025 1.INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD	A LA Explicación materia. Visionado de material audiovisual. Planteamiento de la práctica 1B.	2	Estudio de la materia. Trabajo en la práctica 1B.	5
3	17/02/2025 1.INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD	A LA Explicación materia. Visionado de material audiovisual.	4	Estudio de la materia. Lectura voluntaria. Trabajo en la práctica 1B.	4
4	24/02/2025 1.INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD	A LA Exposición Práctica 1 en clase. Resolución de dudas. Debate.	4	Estudio de la materia.	4
5	03/03/2025 2.LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y SUS AGENTES	2.1. El trabajo creativo en la agencia de publicidad 2.2. La/ el Planificador/ a Estratégica/ o 2.3.La/ el Director/ a de Arte 2.4. La/ el Redactor/ a Creativa/ o Explicación materia. Planteamiento y desarrollo en el aula de la práctica 2.	2	Estudio de la materia. Trabajo en la práctica 2.	8
6	10/03/2025 2.LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y SUS AGENTES	2.5 Grandes nombres de la creatividad Explicación materia. Visionado de material audiovisual.	4	Estudio de la materia. Trabajo en la práctica 2.	6
7	17/03/2025 3.LA CREATIVA ESTRATEGIA	3.1 El briefing como punto de partida. Explicación materia. Desarrollo en el aula de la práctica 2.	4	Estudio de la materia. Realización de la práctica 2.	6
8	24/03/2025 3.LA CREATIVA ESTRATEGIA	3.2 Contenidos del brief creativo Explicación materia. Exposiciones y comentarios práctica 2.	4	Estudio de la materia.	6
9	31/03/2025 3.LA CREATIVA ESTRATEGIA	3.3 Otros modelos de instrucciones creativas 3.4 La estrategia creativa Explicación materia. Planteamiento y desarrollo en el aula de la práctica 3.	4	Estudio de la materia. Realización de la práctica 3.	4
10	07/04/2025 3.LA CREATIVA ESTRATEGIA	3.5 El concepto creativo 3.6 Características de un buen concepto Explicación materia. Exposición en el aula de la práctica 3.	6	Estudio de la materia. Realización de la práctica 3. Asistencia a tutoría.	4
11	14/04/2025	Semana Santa	0	Estudio libre de la materia.	2
12	21/04/2025 3.LA CREATIVA ESTRATEGIA	Explicación materia. Exposiciones y comentarios práctica 3. Entrega brief práctica 4.	4	Estudio de la materia.	6
13	28/04/2025 4.EL CREATIVO DESARROLLO	Clase magistral. Desarrollo brief, contrabriefing y concepto de la práctica 4.	2	Estudio de la materia. Fase de producción práctica 4.	8

				Fase de producción práctica 4.			
14	05/05/2025	4.EL CREATIVO	DESARROLLO	Explicación materia. Visionado de material audiovisual. Fase de producción práctica 4.	4	Estudio de la materia. Finalización de la práctica 4.	4
15	12/05/2025	4.EL CREATIVO	DESARROLLO	Clase magistral. Exposición en clase práctica 4.	2	Estudio de la materia.	8
16	19/05/2025	4.EL CREATIVO	DESARROLLO	4.1 Los formatos o géneros creativos. 4.1 La sistematización de la creatividad Explicación materia. Realización de prueba escrita.	4	Estudio de la materia.	6
17	26/05/2025			Pruebas evaluación 1ª convocatoria. La fecha concreta de la prueba final se publicará en el calendario oficial de exámenes.	2	Estudio de la materia.	7
18	02/06/2025			Pruebas evaluación 1ª convocatoria. Revisión de los materiales evaluados.	0	Asistencia a tutoría.	1
				HORAS TOTALES PRESENCIALES:	56	HORAS TOTALES T. AUTÓNOMO:	94

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

El alumnado que, por razones justificadas (previamente comunicadas en secretaría), prevea no poder asistir al 80% de las clases teóricas o quienes cursen la materia en una convocatoria que no sea la primera deberán ponerse en contacto con la profesora encargada de la asignatura al principio del semestre (fecha límite el 16 de febrero de 2025) y concertar una tutoría, en la que se analizará cada caso en particular, para valorar si es posible establecer un plan de trabajo personalizado en la modalidad de evaluación no presencial. Para que se pueda aplicar esta modalidad de evaluación es requisito mínimo imprescindible que el alumnado asista a las tutorías previamente acordadas con la profesora, y siga el plan docente consensuado y diseñado de forma personalizada para cada caso. De no cumplirse con este requisito no podrán superar la asignatura. Es responsabilidad única y exclusiva del alumnado ponerse en contacto con la profesora, que en una tutoría en persona le explicará detalladamente el sistema de evaluación.

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

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

- **Sesiones teóricas:** La exposición se planteará de forma interactiva fomentando la participación del alumnado por medio de preguntas que faciliten la asimilación de los conceptos teóricos. El esquema se basará en el planteamiento de definiciones y notas teóricas para pasar a comprobar la realidad mediante ejemplos prácticos.

- **Presentación de trabajos:** La presentación oral de las prácticas pretende ser un espacio de defensa y debate del trabajo realizado. En este marco, el alumnado deberá participar activamente tanto en su propia presentación, conociendo todos los aspectos de la práctica que presenta, como en el debate generado al finalizar las exposiciones.

- **Sesiones prácticas:** A lo largo del curso se realizarán prácticas grupales e individuales con el objetivo de aplicar y evaluar los conocimientos adquiridos en cada tema. Las sesiones prácticas en el aula permiten el desarrollo y puesta en común de los trabajos por parte del alumnado y la supervisión y resolución de dudas por parte de la profesora.

- **Tutorías:** La asistencia a tutorías pretende ser una herramienta de apoyo que permita al alumnado acercarse a la profesora, bien sea de forma física o mediada a través de la plataforma docente. En el tiempo de tutoría, el alumnado deberá consultar todas aquellas dudas que no puedan ser resueltas directamente en el aula. Así, las/ os estudiantes podrán solicitar asesoramiento sobre la forma de abordar las prácticas planteadas durante el curso, pedir información adicional y realizar un seguimiento de su aprendizaje de tal manera que el estudio le sea más sencillo. También serán factibles tutorías grupales para la resolución de cuestiones relacionadas con los trabajos en equipo o para la supervisión de las tareas desarrolladas en clase.

Integración de lengua inglesa en la materia:

Esta materia incluye algunas partes expositivas en inglés. This subject includes activities in English.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	22
	Casos prácticos	10
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	12
	Debates	2
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	6
	Proyección de películas, documentales etc.	2
	Actividades de evaluación	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	2
	Estudio individual	28
	Preparación de trabajos individuales	21
	Preparación de trabajos en equipo	30
	Realización de proyectos	5
	Portafolios	8
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Pruebas escritas:	15	%
Trabajos individuales:	25	%
Trabajos en equipo:	45	%
Prueba final:	15	%
TOTAL	100	%

Observaciones específicas sobre el sistema de evaluación:

Nota final (primera convocatoria): Cada nota obtenida sumará para la nota final lo que corresponda a su ponderación (25% en el caso del trabajo individual, 45% los trabajos en equipo, 15% la prueba final y un 15% un comentario escrito a realizar durante el curso). Para alcanzar una nota final igual o superior a cinco es necesario que los trabajos medien como mínimo un aprobado en su conjunto. En el caso de que un trabajo no se presente en la fecha y las condiciones estipuladas se calificará con 0 (cero). También es necesario obtener como mínimo un 5 en el examen final para superar la asignatura. Los trabajos prácticos y el examen final son obligatorios. Si se suspende la materia la calificación que aparecerá en el expediente será de 4 en el caso de que la suma de las calificaciones supere el 5 pero no se cumpla alguno de los requisitos para aprobar (por ejemplo, suspender la parte teórica).

Nota final (segunda convocatoria): En caso de no superar la asignatura (tanto en la modalidad de evaluación presencial como en la no presencial) en primera convocatoria el alumnado será evaluado en segunda convocatoria de forma similar a la primera: deberá superar tanto la parte práctica como la teórica, por lo que será examinado de las no superadas en primera convocatoria, esto es, si suspende la teoría irá a una prueba teórica que valdrá el 30% de la nota final, y si suspende la práctica deberá rehacer los trabajos no superados en primera convocatoria. Se guardarán las notas de los trabajos prácticos realizados a lo largo del curso que hayan sido superados. Por último, es necesario obtener una calificación total de 5 para poder superar esta convocatoria.

Ortografía: Se aplicarán los criterios recogidos en la Ortografía de la Lengua Española (2010), publicada por la Real Academia Española.

Plagio: Cualquier atisbo o certitud de plagio (total o parcial) supondrá una calificación de cero en cualquiera de las pruebas y prácticas de la asignatura. En el caso de observar una práctica ilegal en el examen final se suspenderá toda la materia.

Asistencia: La normativa respecto a este punto se atiene a lo dictado por el reglamento de la Universidad San

Jorge. Asimismo, se tendrá en cuenta la actitud, la participación y el comportamiento del alumno en clase.

Plazos de entrega: Cualquier trabajo no presentado en la fecha y condiciones estipuladas será evaluado con una calificación de 0.

Regulación por plagio y prácticas ilícitas

Las actuaciones que constituyan copia o plagio, total o parcial, de un instrumento de evaluación supondrá que el alumno será calificado, en dicho instrumento de evaluación, con un suspenso (cero). En el caso de instrumentos de evaluación grupales, se calificará de la misma manera, tratando de individualizar la responsabilidad de cada uno de sus miembros, si es posible. Si dicha individualización de responsabilidades no es posible o la responsabilidad es claramente colectiva de todos los miembros, todos ellos tendrán la misma calificación de suspenso (cero).

En el caso de las prácticas externas, la calificación resultante (suspenso, cero) conlleva la obligación de repetir dichas prácticas.

La valoración final del alcance de la calificación (suspenso, cero) en un instrumento de evaluación con respecto a la calificación final de la materia corresponde en todo caso al docente de la asignatura.

Para conocer más acerca de qué es el plagio y cómo poder evitarlo, podéis consultar: <https://www.usj.es/alumnos/vidauniversitaria/biblioteca/investigacion/como-publicar/plagio>

Regulación por uso de sistemas IA

El uso de cualquier forma de Inteligencia Artificial en la realización de las actividades de aprendizaje como trabajos y exámenes, incluyendo proyectos, tareas, ensayos o investigaciones, requiere la debida autorización y supervisión del profesorado correspondiente. Esta autorización aparecerá en el enunciado específico de la actividad de aprendizaje evaluable y se deberá respetar estrictamente el ámbito y los límites establecidos en la misma.

Cuando se autorice el uso de IA para la elaboración de una actividad de aprendizaje, ésta se limitará principalmente a las etapas tempranas de la investigación, donde puede servir de inspiración o sugerir direcciones, pero no para producir contenido que se incluya directamente en las entregas. En caso de que se autorice a reproducir textos generados por IA, el alumno deberá divulgar claramente este hecho en el documento entregado. Esta divulgación se realizará indicando expresamente los métodos y herramientas de IA utilizadas. En cualquier caso, el alumno deberá proporcionar una explicación detallada sobre cómo ha empleado la IA en el proceso de investigación o producción de la actividad y/ o trabajo, incluyendo los «prompts» que empleó durante su uso, las verificaciones realizadas para garantizar la autenticidad de la información propuesta por la IA y las modificaciones realizadas al contenido generado por la IA.

El uso de la IA en las actividades de aprendizaje y/ o trabajos académicos deberá respetar los principios éticos de integridad académica y honestidad intelectual. Si el alumno hace un uso inadecuado de la IA incumpliendo la regulación establecida, el resultado de la calificación en la actividad de aprendizaje correspondiente será de suspenso (cero).

La valoración final del alcance de la calificación (suspenso, cero) en un instrumento de evaluación con respecto a la calificación final de la materia corresponde en todo caso al docente de la asignatura.

Métodos de evaluación:

Instrumento de evaluación	Resultados de Aprendizaje evaluados	Criterios de evaluación	%
Trabajos individuales	R02 R03 R04 R05 R06	Adecuación a las instrucciones facilitadas por la profesora. Estructura y calidad de los contenidos. Aplicación de los nuevos conocimientos adquiridos. Originalidad. Entrega de en la fecha prevista. Ortografía y presentación.	25
Trabajos en equipo	R01 R02 R03 R04 R05 R06	Adecuación a las instrucciones facilitadas por la profesora. Estructura y calidad de los contenidos. Aplicación de los nuevos conocimientos adquiridos. Originalidad. Entrega de en la fecha prevista. Ortografía y presentación.	45
Prueba final	R01	Conocimientos de los contenidos teóricos y conceptos básicos. Dominio de la terminología específica. Capacidad de análisis y de síntesis. Ortografía, redacción y expresión.	15
Prueba escrita	R01 R04 R06	Conocimientos de los contenidos teóricos y conceptos básicos.	15

		Dominio de la terminología específica. Capacidad de análisis y de síntesis. Ortografía, redacción y expresión.	
			Peso total: 100

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

El alumnado que curse la asignatura en una modalidad no presencial deberá ponerse en contacto obligatoriamente con la profesora durante el primer mes de curso (fecha límite el 16 de febrero de 2025) para conocer el sistema de evaluación adecuado a sus circunstancias y que será similar al del alumnado presencial. En cualquier caso, la asignatura se divide en una parte teórica que será evaluada mediante un examen y supondrá el 15% de la nota final, y los trabajos prácticos que suponen el 70% de la calificación, correspondiendo el otro 15% a la prueba a realizar en clase y que se anunciará oportunamente. Estos casos prácticos se comentarán en tutorías planificadas. Ambas partes deberán alcanzar una calificación de 5 puntos sobre 10 para poder aprobar la asignatura. El alumnado no presencial deberá estudiar la materia teórica y realizar todas las reflexiones y prácticas necesarias para adquirir las competencias establecidas en esta guía al mismo nivel que el presencial, y deberá cumplir las mismas normas de ortografía, plazos de presentación y plagio.

Es responsabilidad única y exclusiva del alumnado ponerse en contacto con la profesora, que en una tutoría en persona le explicará con más detalle el sistema de evaluación aplicable a cada una de las partes de la asignatura.

En caso de no superar la asignatura en primera convocatoria el alumnado deberá presentarse en segunda convocatoria y será evaluado de forma similar a la primera: deberá superar tanto la parte práctica como la teórica, por lo que será evaluado de las partes o ejercicios no superadas en primera convocatoria, esto es, si suspende la teoría irá a una prueba teórica que valdrá el 30% de la nota final, y si suspende la práctica deberá rehacer los trabajos no superados en primera convocatoria. Se guardarán las notas de los trabajos prácticos realizados a lo largo del curso que hayan sido superados. Por último, es necesario obtener una calificación total de 5 para poder superar esta convocatoria.

Tanto en materia de plagio como de corrección gramatical y plazos de entrega se mantienen los criterios establecidos en la guía y en la normativa universitaria.

Regulación por plagio y prácticas ilícitas

Las actuaciones que constituyan copia o plagio, total o parcial, de un instrumento de evaluación supondrá que el alumno será calificado, en dicho instrumento de evaluación, con un suspenso (cero). En el caso de instrumentos de evaluación grupales, se calificará de la misma manera, tratando de individualizar la responsabilidad de cada uno de sus miembros, si es posible. Si dicha individualización de responsabilidades no es posible o la responsabilidad es claramente colectiva de todos los miembros, todos ellos tendrán la misma calificación de suspenso (cero).

En el caso de las prácticas externas, la calificación resultante (suspenso, cero) conlleva la obligación de repetir dichas prácticas.

La valoración final del alcance de la calificación (suspenso, cero) en un instrumento de evaluación con respecto a la calificación final de la materia corresponde en todo caso al docente de la asignatura.

Para conocer más acerca de qué es el plagio y cómo poder evitarlo, podéis consultar: <https://www.usj.es/alumnos/vidauniversitaria/biblioteca/investigacion/como-publicar/plagio>

Regulación por uso de sistemas IA

El uso de cualquier forma de Inteligencia Artificial en la realización de las actividades de aprendizaje como trabajos y exámenes, incluyendo proyectos, tareas, ensayos o investigaciones, requiere la debida autorización y supervisión del profesorado correspondiente. Esta autorización aparecerá en el enunciado específico de la actividad de aprendizaje evaluable y se deberá respetar estrictamente el ámbito y los límites establecidos en la misma.

Cuando se autorice el uso de IA para la elaboración de una actividad de aprendizaje, ésta se limitará principalmente a las etapas tempranas de la investigación, donde puede servir de inspiración o sugerir direcciones, pero no para producir contenido que se incluya directamente en las entregas. En caso de que se autorice a reproducir textos generados por IA, el alumno deberá divulgar claramente este hecho en el documento entregado.

Esta divulgación se realizará indicando expresamente los métodos y herramientas de IA utilizadas. En cualquier caso, el alumno deberá proporcionar una explicación detallada sobre cómo ha empleado la IA en el proceso de investigación o producción de la actividad y/ o trabajo, incluyendo los «prompts» que empleó durante su uso, las verificaciones realizadas para garantizar la autenticidad de la información propuesta por la IA y las modificaciones realizadas al contenido generado por la IA.

El uso de la IA en las actividades de aprendizaje y/ o trabajos académicos deberá respetar los principios éticos de integridad académica y honestidad intelectual. Si el alumno hace un uso inadecuado de la IA incumpliendo la regulación establecida, el resultado de la calificación en la actividad de aprendizaje correspondiente será de suspenso (cero).

La valoración final del alcance de la calificación (suspenso, cero) en un instrumento de evaluación con respecto a la calificación final de la materia corresponde en todo caso al docente de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

HARRISON, Steve. Creatividad. Madrid: Prentice Hall Iberia, 2010.
HIMPE, Tom. La publicidad ha muerto. ¡Larga vida a la publicidad! Barcelona: Blume, 2007.
VILAJOANA ALEJANDRE, Sandra. ¿Cómo diseñar una campaña de publicidad? Barcelona: UOC, 2015.

Bibliografía recomendada:

AITCHISON, J. Cutting edge advertising. New York: Pearson, 2004.
BASSAT, Luis. El libro rojo de la publicidad. Barcelona: Debolsillo, 2001.
CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Creatividad, el flujo y la psicología del descubrimiento invención. Barcelona: Paidós, 1998
DE BONO, Edward. El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Barcelona: Paidós, 1995.
FRANK, Thomas. La conquista de lo cool. El negocio de la cultura y el nacimiento del consumismo moderno. Madrid: Alpha Decay, 2020.
MOLINÉ, Marçal. La comunicación activa. Publicidad sólida. Bilbao: Deusto, 1988.
OGILVY, David. Ogilvy on advertising. Nueva York: Random House USA, 1988.
PRICKEN, Mario. Publicidad Creativa. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
SULLIVAN, Luke. Hey, Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads. Paperback, 2016.

Páginas web recomendadas:

Behance (portfolio online)	www.behance.net
Ads of the world	www.adsoftheworld.com
Cannes Lions	www.canneslions.com
Club de Creativos y Creativas (edec)	www.clubdecreativos.com
D&AD	www.dandad.org
Dafont	www.dafont.com
Festival El Sol	www.elsolfestival.com
Lüerzer's Archive	www.luerzersarchive.com
The One Club	www.oneclub.org

OBSERVACIONES: