

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIONES					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PBL321					
4. Ubicación en la malla	III año, VI semestre					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	1	Clases Prácticas	3	Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	136	Ayudantía			
10. Pre-requisito	Taller V					

B. Aporte al Perfil de Egreso

Taller VI es parte de un conjunto troncal de Talleres que conforman la estructura medular de la carrera, en el sentido de desarrollar la habilidad de la observación, teniendo como objetivo principal el valor agregado que entrega la innovación tanto en la generación de ideas como en la elaboración de un proyecto en su totalidad.

La idea trascendental del curso es la innovación en todas las etapas el proceso estratégico, comunicacional y creativo, que el estudiante aprenda a generar propuestas integrales abordadas desde el comienzo y aplicarlas como elemento clave en la propuesta de valor del producto, o servicio.

La asignatura pertenece al ciclo de Licenciatura y su aporte al perfil de egreso se traduce también en que esta asignatura promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas UDD de “Emprendimiento y Liderazgo” y de las competencias específicas de “Creatividad”, “Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras” y “Trabajo en Equipo”.

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

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
<i>Emprendimiento y Liderazgo</i>	Desarrolla propuestas de innovación que abarcan desde la idea hasta la solución creativa de un nuevo producto o servicio.
Competencias Específicas	
<i>Creatividad</i>	Propone ideas basadas en el descubrimiento de hallazgos que conducen a innovaciones en el aspecto estratégico, comunicacional y creativo.
<i>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras.</i>	Propone innovaciones basadas en la investigación y oportunidades de negocios que se plasman desde el comienzo del proyecto en ideas de negocio, estrategias y tácticas.
<i>Trabajo en equipo</i>	Elabora propuestas de producto, de marketing y comunicacionales centradas en la innovación. Plantea soluciones concretas a problemáticas resueltas en su grupo de trabajo.

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>UNIDAD I: INNOVACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto de innovación 2. Tecnologías asociadas a la innovación 3. Tendencias 4. Estrategias de innovación desde un enfoque comunicacional 	<p>Emprendimiento y liderazgo</p> <p>Creatividad</p>	<p>Identifica la importancia de la innovación en el desarrollo de una propuesta de emprendimiento, considerando las tendencias actuales.</p> <p>Aplica tecnologías innovadoras en sus propuestas de comunicación.</p>
<p>UNIDAD II: EL PROCESO DE LA INNOVACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación como parte de la estrategia de valor de productos y servicios. 2. Relación entre la creatividad y la comunicación innovadora. 3. Metodologías de innovación. 	<p>Trabajo en equipo</p> <p>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</p>	<p>Entiende la innovación como pilar de desarrollo estratégico, mediante ejercicios grupales que utilicen herramientas metodológicas de innovación.</p> <p>Relaciona a través de aplicación de metodologías la creatividad con una propuesta comunicacional diferenciadora.</p>
<p>UNIDAD III: INNOVACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE MARKETING, COMUNICACIONAL Y CREATIVA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación alimentada por los usuarios 2. Metodologías de innovación aplicadas a la estrategia creativa. 	<p>Trabajo en equipo</p> <p>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</p>	<p>Elabora propuestas de marketing / comunicacionales y creativas aplicando herramientas como el Design Thinking.</p>
<p>UNIDAD IV: INNOVACIÓN EN MEDIOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Resignificación de mix de medios (creatividad) 2. Articulación el connection plan, identificando el aporte de todos los medios y puntos de contacto con la audiencia. 	<p>Emprendimiento y liderazgo</p> <p>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</p> <p>Creatividad</p>	<p>Construye proyectos creativos, plasmados en campañas para establecer una relación consumidor-marca fuerte.</p> <p>Propone, por medio de proyectos, propuestas creativas de medios con la finalidad de sorprender al consumidor con la campaña.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

El curso se desarrollará a través de sesiones teórico-expositivas, discusión y ejercicios sobre casos aplicados y trabajos de aplicación práctica; en modalidad de talleres.

Las clases se dividirán en dos partes, aunque la prioridad será la clase de aplicación práctica ya que el desarrollo de potencial creativo de los estudiantes se cumple “haciendo”.

Clases teóricas o expositivas, en esta instancia la clase se enfocará en la participación de los estudiantes, mediante lecturas, definiciones de conceptos y conversaciones que permitan ir aclarando y avanzando en la adquisición de los contenidos centrales de desarrollo de conceptos. Paralelamente a la clase teórica se desarrollará la aplicación en clases a modo de taller: algunas veces la instancia será grupal y otras veces en dúo o en forma individual. Los estudiantes deberán aplicar en la clase aquel concepto que desmembraron durante la clase expositiva.

F. Estrategias de Evaluación

La cátedra comprende distintos momentos de evaluación, tanto en trabajos grupales como en duplas e individuales, centrado fundamentalmente en la práctica, donde se deberá evidenciar la aplicación de los contenidos teóricos.

Se consideran dos certámenes, trabajos grupales y controles de lectura incluyendo un examen al final del semestre.

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

G. Recursos de Aprendizaje

OBLIGATORIA:

1. Kelly, K. (1998) *Nuevas reglas para la nueva economía*, España. Editorial Granica
2. Osterwalter, A. (2012) *Tu modelo de negocios*. Editorial Deusto.
3. Fried, J. (2010). *Rework*. Editorial Random House.