

**Programa de Asignatura
Creativity Lab**

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIONES					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PBC321					
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	Annual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	1	Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	102	Ayudantía			
10. Pre-requisito	Pensamiento Creativo					

B. Aporte al Perfil de Egreso

Creativity Lab busca que el estudiante adquiera el manejo de la creatividad en cuanto a su uso y significado, adaptándose a las nuevas tendencias, a través del pensamiento divergente y el análisis de los significados comunicacionales.

Al finalizar el curso el estudiante podrá aplicar procedimientos y herramientas en el campo de la comunicación y creatividad en sus diferentes áreas. Logrará tener un autoconocimiento del potencial creativo, siendo proactivo con las tendencias que emergen en la sociedad.

La asignatura está ubicada en el ciclo de Licenciatura del plan de estudio de la carrera de Publicidad y pertenece a la línea de Creatividad, promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas UDD Futuro: “Comunicación, y de las Competencias Específicas de la carrera: “Creatividad” y “Adaptación al entorno”.

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

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Comunicación	Desarrolla su potencial creativo a través de procesos para la aplicación de soluciones diferenciadoras en la comunicación.
Competencias Específicas	
Creatividad	
Adaptación al entorno	Elabora racionales creativos que posibiliten una óptima descripción y validación de las propuestas realizadas.
	Diseña propuestas creativas acorde a las necesidades y tendencias para incorporarlas en el quehacer profesional.

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
UNIDAD I: Introducción a la creatividad. 1. Usos y significados de la creatividad. 2. Visión creativa.	<i>Creatividad</i>	Organiza conceptos básicos del proceso creativo en cuanto a su significado y uso, a través de trabajos prácticos.
UNIDAD II: Concepto versus ideas. 1. Pensamiento divergente: cómo se construyen las ideas. 2. Exploración de procesos creativos. 3. Dirección creativa.	<i>Creatividad Comunicación</i>	Aplica las distinciones que existen entre conceptos e ideas en la elaboración de procesos creativos efectivos. Evalúa los principales elementos constitutivos de las estrategias creativas para potenciar una propuesta de valor.
UNIDAD III: Racionales creativos eficientes. 1. Creatividad y contenido. 2. Perfiles del proceso. 3. Impacto de las soluciones.	<i>Adaptación del entorno</i>	Justifica las tendencias e iniciativas que se dan en el ámbito de la creatividad para reforzar su potencial creativo mediante trabajos prácticos.

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos, fomentando el análisis reflexivo del estudiante, mediante la generación de contenidos relevantes.

Este curso está basado en la participación activa de los estudiantes por medio de trabajos grupales prácticos.

F. Estrategias de Evaluación

La asignatura comprende diferentes momentos de evaluación, por tanto, incluye trabajos prácticos, análisis de casos y certámenes para determinar el logro de ciertos aprendizajes al término de una unidad o un cuerpo determinado de contenidos.

El trabajo grupal debe estar presente a lo largo de todo el semestre, buscando constatar el nivel de integración de la información por parte de los alumnos. Asimismo, se evaluará la capacidad de presentar los trabajos de forma profesional y creativa usando el lenguaje técnico acorde a la asignatura.

En síntesis, las evaluaciones consideran: dos certámenes, trabajos grupales y un examen final.

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

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Obligatoria:

- Kelley, T. and, Littman, J. (2001). *The Art of Innovation*. Currency Editorial.
- Kahneman, D. (2014). *Pensar rápido, pensar despacio*. Editorial Debolsillo.
- Tim, H. (2008). *¡Piensa Mejor!* Editorial Mc Graw-Hill. México.