



Pensamiento creativo
(*Design Thinking*)
Grado en Diseño
digital y multimedia



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Pensamiento creativo (*Design Thinking*) / *Creative thinking (Design Thinking)*

Titulación: Grado en Diseño gráfico y multimedia

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dra. D^a África Presol Herrero

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1 Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad especialmente en los procesos de diseño visual y creación de contenidos digitales.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de diseño visual y creación de contenidos digitales.
- Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Aplicar técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipos.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de contenidos digitales y en el desarrollo de procesos comunicativos y creativos.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Diseñar y editar contenidos digitales.
- Conocer y aplicar los fundamentos y métodos creativos en la generación de ideas en los proyectos de diseño visual y contenidos de creación digital.

1.2 Resultados de aprendizaje

Conocer los métodos y técnicas que forman parte del proceso creativo de trabajo en la generación de productos digitales y aplicar estas herramientas en el desarrollo de proyectos.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Métodos y técnicas que activan el proceso creativo para generar productos y proyectos digitales y su aplicación en el ámbito profesional.

Methods and techniques to activate the creative process to generate digital products and projects, and their application in the professional sphere.

2.3 Contenido detallado

1. **Definición de *Design Thinking***
Metodologías de innovación
2. **Introducción al *Design Thinking***
¿Qué es el *Design Thinking*?
Historia y evolución del *Design Thinking*
Áreas de aplicación y potenciales beneficios
3. **El proceso en *Design Thinking***
Creatividad y desarrollo de nuevos productos
Premisas fundamentales
El proceso de innovación
Innovación disruptiva vs innovación incremental
4. **Fase de empatía: el descubrimiento**
Empatía: La fase de descubrimiento
Investigación de mercado e investigación de *users*
Variables para la medición de proyectos: efectividad, eficiencia y satisfacción
Gestión de la información
Grupos de investigación
Customer's Journey Map
5. **Fase de empatía: el descubrimiento**
La fase de definición
Point of view statement
How might we?
El proyecto: definición, gestión (pasos) y cierre
6. **Desarrollo del proyecto: idea y prototipo**
El proceso de desarrollo
Trabajo multidisciplinar
Métodos de desarrollo
7. **Testeo y entrega del proyecto**
El proceso final
Testeo final
Aprobación y lanzamiento
Medición del impacto y *feedback*
8. ***Crash Course (Examen parcial: dos clases seguidas)***
Actividad Crash Course (Evaluable)
9. **Metodología en *Design Thinking***
Storytelling

<p>Storyboard Prototipado Casos de uso Prueba de usabilidad</p>

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollará una única actividad dirigida, que se irá completando, implementando aspectos de mejora propuestos:

Actividades dirigidas (30%)

- **Actividad Dirigida 1 (AD1). Cuaderno de Innovación:** El cuaderno de innovación estará compuesto por todas las prácticas que se irán entregando a lo largo del curso. La finalidad principal es recoger de forma individual, los ejercicios que se realicen en clase realizadas de forma individual y/o en grupo. Los ejercicios se irán entregando y recibirán las correcciones pertinentes que deberán ser aplicadas en los trabajos que constituirán el cuaderno completo (valor 20% sobre AD)
- **Actividad Dirigida 2 (AD2). Nebrija_Cicloplast:** <http://www.cicloplast.com/> Investigación y desarrollo de *Insight*. Del eslogan a la experiencia. (valor 10% sobre AD)

Examen parcial (10%)

Actividad en clase sobre un proceso de *Design Thinking* real basado en el *Crash Course de dschool*.

Examen final (50%)

Trabajo final a realizar en grupo. Los alumnos, divididos en grupos de 3 ó 4 personas, tendrán que resolver un *briefing* distinto sobre concepto_innovación. El día de la convocatoria oficial habrá que hacer entrega, presentación y exposición del trabajo final.

Asistencia y participación (10%)

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
7,0 - 8,9 Notable (NT)
9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Prueba parcial	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final	60%

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la

sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Brown, T. (2009). *Change by design*. US: Harper Business
- Gasca, J., & Zaragoza, R. (2014). *Designpedia. 80 herramientas para construir tus ideas*. LID Editorial.
- Krug, S. (2015). *No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la web*. Barcelona: Anaya
- Ortega, M. S., & Ceballos, P. B. (2015). *Design thinking: Lidera el presente. Crea el futuro*. ESIC Editorial.
- Ries, E. (2013). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Bilbao: Deusto.
- Rodríguez, D., & Rodríguez, A. (2015). *Innovación por Design Thinking: Creatividad para los negocios*. Consulting Design Editores.

Bibliografía recomendada

- Albert, W., & Tullis, T. (2013). *Measuring the user experience: collecting, analyzing, and presenting usability metrics*. US: Morgan Kaufmann.
- Barba, E. (2011). *Innovación: 100 consejos para inspirarla y gestionarla*. Barcelona: Libros de Cabecera.
- Garrett, J. J. (2011). *Elements of user experience, the: user-centered design for the web and beyond*. Pearson Education.
- Gothelf, J. (2014). *Lean UX: Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario*. UNIR Editorial.
- Kelley, T. y Littman, J. (2010). *Las diez caras de la innovación: estrategias para una creatividad excelente*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Norman, D. A. (2010). *La psicología de los objetos cotidianos*. España: Nerea.
- Knapp, J. (2016) *Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just 5 Days*. US: Simon + Schuster Inc.

Otros recursos

- Design & Thinking the Movie (2012)
- Documental Abstract. Netflix (2017)
- http://www.librodesignthinking.es/sadfDDDa/LibroDT_1a_ed_20130603_Espanhol_site.pdf

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	África Presol Herrero
Departamento	Arte
Titulación académica	Doctora en Publicidad y relaciones públicas
Área de especialización	Publicidad
Correo electrónico	apresol@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Profesora doctora con amplia actividad docente e investigadora centrada en líneas de investigación claras: creatividad publicitaria, teoría de la publicidad, diseño gráfico, nuevas tecnologías e imagen corporativa y publicitaria.</p> <p>Presenta artículos indexados de impacto: en SCOPUS, SJR, ISI SOCIAL SCIENCES CITATION INDEX, EMERGING SOURCES CITATION INDEX (ESCI CLARIVATE 2017, previo a web of SCIENCE CORE COLLECTION), dice y otras bases acreditadas como LATINDEX, INRECS, DOAJ, MIAR, FRANCIS, EBSCO, RESH. Muestra una importante actividad en libros y capítulos de libros, así como material docente, todos avalados por el prestigio la editorial.</p> <p>Asimismo, presenta varios trabajos de calado en obras artísticas, y una profusa actividad en congresos, nacionales e internacionales, como ponente y organizadora, en muchas ocasiones.</p> <p>Ha impartido docencia, en instituciones nacionales, públicas y privadas durante dieciocho años.</p> <p>Ha recibido dos premios docentes por su calidad educativa: Tercer premio a las Prácticas Docentes Excelentes y Mención especial de Calidad, en 2012/2013 y 2016/2017, respectivamente.</p> <p>Presenta numerosas participaciones en enseñanzas de postgrado, oficial y no oficial; con más de 800 horas de formación complementaria como docente y profesora universitaria, la dirección y valoración de trabajos fin de grado y trabajo fin de master, la coordinación de asignaturas y títulos, otros cargos de gestión, y varios proyectos de innovación educativa.</p> <p>Su formación académica, con una licenciatura por la UCM, un doctorado por la UCJC, el Certificado de Aptitud Pedagógica, un posgrado de Creatividad Publicitaria para televisión, y multitud de cursos de especialización, junto con su demostrada experiencia laboral en publicidad. En su bagaje profesional cuenta con haber trabajado para cuentas como Buena Vista International–Disney, Publirama, Talante de Comunicación y Oracle.</p>
---	---