



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

**Grado en Diseño Digital y
Multimedia
2023-24**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

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

Titulación: Grado en Diseño Digital y Multimedia

Curso Académico: 2023-24

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español / inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Pablo Alvarez de Toledo Müller

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 equipos multidisciplinares para la resolución de problemas y 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, encontrar soluciones 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. **Aproximación a la Creatividad.** - Presentación asignatura y objetivos.
 - Conceptos y recorrido histórico.
 - ¿Se puede enseñar la creatividad? ¿Nacemos creativos?
 - ¿Cómo y para qué debemos conectar con nuestra creatividad?
 - La creatividad en el siglo XX: Las ramificaciones de la Bauhaus.
(*Documental: 100 años de Bauhaus. El código, la utopía y el efecto*)
 - La creatividad como factor esencial de crecimiento en el Siglo XXI.
2. **Metodologías que fomentan la innovación.**
 - Creatividad individual y en la empresa/equipos.
 - Pensamiento lateral.
 - Brainstorming/Tormenta de ideas, pensar “fuera de la caja”. Etc.
 - Innovar o morir: El reto de las empresas.
3. **La metodología del Design Thinking.**
 - Introducción. ¿Qué es el *Design Thinking*?
 - Historia y evolución del *Design Thinking*
 - Áreas de aplicación y potenciales beneficios.
 - Premisas fundamentales. El proceso de innovación en la empresa
4. **La importancia del Storytelling: Atraer, convencer y seducir**
 - La narrativa: el arte de contar historias
 - Cómo se comunican los beneficios de un producto
5. **Fase final: entrega del proyecto**
 - Presentación al cliente
 - Medición del impacto
 - Aprobación y lanzamiento

2.4. Actividades Dirigidas

Se desarrollarán al menos dos actividades dirigidas:

1. Una **actividad dirigida grupal (AD1)**, que se irá completando en el transcurso de la clase y que conformará un **cuaderno de innovación**, con el fin de recoger los ejercicios que realizaremos en clase (50%)
2. Una **actividad dirigida individual (AD2)**, consistente en el desarrollo de una solución a través del pensamiento creativo, a un reto de una empresa. producto digital, Cada alumno deberá presentar las soluciones obtenidas a través de la metodología del Design Thinking en un problema concreto planteado en clase y que estructurará en un documento. (50%)

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%
--------------	-----

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

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.D

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.
- Ortega, M. S., & Ceballos, P. B. (2015). *Design thinking: Lidera el presente. Crea el futuro*. ESIC Editorial.
- Rodríguez, D., & Rodríguez, A. (2015). *Innovación por Design Thinking: Creatividad para los negocios*. Consulting Design Editores.
- Bono, E. (2019). *Seis sombreros para pensar*. Paidós.
- Bono, E. (2018) *El pensamiento lateral*. Paidós.
- Bono, E. (2016) *El pensamiento creativo: El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Paidós.

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	Dr. D. Pablo Álvarez de Toledo Müller
Departamento	Arte
Titulación académica	Doctor en Ciencias Sociales
Área de especialización	Arte, innovación y emprendimiento
Correo electrónico	palvarezt@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Artista visual y Doctor en Ciencias Sociales en la especialidad de emprendimiento, (Nebrija Universidad 2015). Máster of Fine Arts, MFA. Yale University (C.T.1989). Bachelor of Fine Arts, BFA. Cooper Union School of Art (N.Y.C.1986).</p> <p>-Su experiencia profesional en el ámbito de la Educación Superior se caracteriza por el diseño, desarrollo y liderazgo de proyectos formativos en las áreas de Artes y Humanidades, fundamentados principalmente en el emprendimiento y fomento de la creatividad.</p> <p>En la actualidad es director del Departamento de Artes y fundador y director del Instituto Nebrija de las Artes, en Nebrija. En su trayectoria profesional previa, ha asumido las siguientes responsabilidades:</p> <p>Director Institucional del Centro Universitario de las Artes TAI, (www.escuela-tai.com), centro adscrito a la URJC, especializado en enseñanzas artísticas en las áreas de Música y Danza, Artes Visuales y Diseño, Cinematografía y Nuevos Medios, Artes Escénicas y Escenografía.</p>

Director de Postgrado en U-Tad. Centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela y especializado en tecnología digital. Vicedecano de la Facultad de las Artes y las Letras y director del Departamento de Arte de la Universidad Nebrija.

Co fundador y director de la Fundación Claves de Arte, así como creador y primer director Académico del Master Universitario en *Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas*. Universidad Nebrija.

Asimismo, como artista visual cuenta con numerosas exposiciones individuales y colectivas. Su práctica artística se basa en el desarrollo de una narrativa figurativa basada en la práctica del dibujo y la pintura, que le sirve como pretexto para cuestionar ciertas realidades sociales a través de diferentes formatos y soportes.