



Datos generales

- Periodo extraordinario: **2024- I**
- Periodo de aplicación: **Del 25 de noviembre al 13 de enero del 2024**
- Duración (cuántas horas o días): A partir de este momento el alumno puede revisar la guía y comenzar su desarrollo, así como enviar sus dudas. Si en 24 hrs. no recibe respuesta volver a escribir. Recibirá asesoría desde el primer momento hasta concluir la guía y presentar la guía y el examen oral (charla).
- Nombre del profesor(a): **Mtra. Magda Lillalí Rendón García**
- Correo electrónico del profesor (a): **unamclases@yahoo.com.mx**
- Clave de la materia: 1833/2020
- Grupo: EK21
- Nombre de la materia: **Taller de Creatividad**
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: 7,8,9
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Optativa
- Número de créditos: 8

Características del examen

- Temario:

Para consultar el Programa Oficial de la materia Periodismo Gráfico ingresar a la página de la FCPS/UNAM en Internet: <http://www.politicas.unam.mx> en el menú de Oferta Académica, en Licenciatura (se abre una página con las diferentes Carreras), elegir Ciencias de la Comunicación, dar clic en Mapa Curricular y Plan de Estudios, buscar el semestre y la materia correspondiente, dar clic en el nombre para que se despliegue el Programa Oficial (puede consultarlo o imprimirlo).

- Contenidos a evaluar:

Para esta guía del examen extraordinario de la asignatura “Taller de Creatividad” es importante tomar en cuenta las materias antecedentes como base teórico - práctica del estudiante.

El eje central del Taller de Creatividad es lograr el libre albedrío del estudiante, orientado y canalizado por un esquema teórico – conceptual que le permita explorar su potencial imaginativo con el fin de desarrollar habilidades para que el alumno estudie y analice las estrategias y procedimientos creativos dentro del esquema publicitario para que sea capaz de instrumentar técnicas y elementos conceptuales para aplicarlos al discurso promocional, en el campo estético o semántico, apoyado en las distintas artes que alimentan su formación y creatividad.

- Bibliografía básica:

Carpeta de materiales para la asignatura Taller de Creatividad en <https://drive.google.com/open?id=1k5EeQpKil2VC8mgDuvn3oRkZuyfGWkkE>

- Recurso de evaluación

El extraordinario consta de dos partes: responder la guía y aplicar el examen. El alumno enviará por correo la guía resuelta dos días antes de la fecha del examen, mismo que se presentará en el mes de enero de 2024, vía zoom, por acuerdo entre alumno y docente, en los parámetros acordados por la Universidad. Sugiero como fecha límite el 10 de enero de 2024.

Examen

REQUISITOS

El alumno confirmará su participación al extraordinario con un mail enviado a la mtra. Magda Lillalí Rendón García al correo electrónico *unamclases@yahoo.com.mx* Es importante en asunto escribir: **ExtraTC_23_apellido** para presentarse, confirmar que sí trabajará el examen, y con ello, recibir todas las asesorías necesarias para resolver la guía en caso de dudas.

La guía podrá ser realizada en un documento de google drive, mismo que será compartido con permisos de edición a *magliren@politicas.unam.mx* de esta forma, el alumno podrá ser acompañado durante la elaboración de su trabajo escrito y su trabajo práctico. O pueden realizarla por su cuenta y enviarla dos días antes del examen por mail a *unamclases@yahoo.com.mx*.

El trabajo práctico se debe realizar utilizando los recursos digitales TIC y las url de éste se incluirán en la guía junto con una imagen o captura de pantalla.

PRESENTACIÓN DEL DOCUMENTO

Cuidar la ortografía, coherencia y claridad de lo que se escribe.

Es fundamental citar y señalar correctamente las fuentes de información consultadas.

Marcar el número de página sobre el total de éstas (1/10, 1 de 10) como se hace en este documento.

No presentar portada, DATOS EN LA PARTE SUPERIOR DE LA HOJA COMO ENCABEZADO, de la siguiente forma:

Apellidos, Nombres

Clave: 1833

Extra TC

Grupo: EK21

GUIA DE ESTUDIOS

PREGUNTAS

1.- Presentar dos definiciones (mínimo dos fuentes) y hacer una breve reflexión de lo que estas palabras aportan.

- Creatividad
- Proceso creativo
- Imaginación
- Imaginario social
- Cultura

[No olvides escribir las referencias]

2.- Elaborar un cuadro comparativo con las características de la publicidad comercial y social (máximo 1 cuartilla).

- 3.- Elaborar un cuadro sinóptico sobre texto, estructura y características de los distintos tipos de texto de los diferentes medios (Cartel, Periódico, Revista, Radio, Televisión, Internet, etc.) en máximo 3 cuartillas.
- 4.- Definir slogan y jingle. Ejemplificar (máximo 1 cuartilla).
- 5.- Investigar el concepto de marca y sus diferentes tipos, ejemplificar (máximo 1 cuartilla).
- 6.- Revisar la historia del envase, recomendando el texto “El envase en el tiempo”. Y hacer una breve reflexión (máximo 1 cuartilla).
- 7.- Leer el texto La imaginación Sociológica de E. Mills y elaborar una breve reflexión sobre éste y la creatividad en publicidad (máximo 1 cuartilla).
- 8.- Revisar la importancia del diseño y la comunicación de la publicidad en los distintos medios impresos y escribir una breve reflexión (máximo 2 cuartillas).
- 9.- Definir lo figurativo, lo abstracto y lo simbólico, diferenciarlo desde la creatividad, ejemplificar (máximo 2 cuartillas).
- 10.- En qué consiste el proceso de impresión y cuáles son las formas de reproducción (máximo 2 cuartillas).
- 11.- Explicar la metodología creativa e identificar los recursos audiovisuales y señalar los diferentes usos del sonido y de la imagen (máximo 2 cuartillas).
- 12.- Revisar el panorama mundial de las artes a lo largo de la historia y elaborar un cuadro sobre la o las corrientes o vanguardias que más les impacto (máximo 3 cuartillas).
- 13.- Elaborar un esquema, mapa conceptual o mapa mental sobre el pensamiento, sus características y tipos (máximo 1 cuartilla).
- 14.- Trabajo práctico.

TRABAJO PRÁCTICO

Elaborar tres propuestas. De c/u presentar una breve justificación por escrito sobre los qué's de sus actividades, es decir, señalar el objetivo, el público al que va dirigido y el contenido. La captura de pantalla o imagen y la url. Seleccionar medio, recurso, tema y audiencia:

MEDIO	RECURSO TIC	TEMA	AUDIENCIA
Radio	Audio	Estigma	Niñ@s
Cine	Audiovisual	Discriminación	Adolescentes (fem o masc)
Televisión		Problema social	Jóvenes (fem o masc)
Periódico	Infografía	Diversidad	Adultos Mayores (fem o masc)
Revista		Salud mental	Adultos jóvenes (fem o masc)

Por ejemplo:

Primera combinación: *cine* (medio), *audiovisual en powtoon* (recurso TIC), *problema social* (tema) para *adultos mayores* (público).

Segunda combinación: *radio* (medio), *audio en audacity* (recurso TIC), *estigma* (tema) para *adolescentes* (público).

Tercera combinación: *revista* (medio), *infografía en piktochart* (recurso TIC), *Discriminación* (tema) para *niñ@s* (público).


RECURSOS TIC

Un ejemplo de los recursos* que puedes elegir, de acuerdo con el medio que vas a trabajar:

Medio	Recurso	Url	Características
Radio	Audacity	http://www.audacityteam.org/	Editor de audio
	Apowersoft	https://www.apowersoft.es/grabador-de-audio-gratis	Grabador de audio online
	WavePad	https://www.nch.com.au/wavepad/es/index.html	Editor de audio
Cine / Televisión	OpenShot	http://www.openshot.org/	Editor de video
	MovieMaker	http://www.windows-movie-maker.org/	Editor de video
	Pow Toon	https://www.powtoon.com/home/g/es/	Presentación animada
Periódico / Revista	Piktochart	https://www.piktochart.com	Infografía
	Genial.ly	https://www.genial.ly/	Presentación dinámica
	Issue	https://issuu.com/	Publicación digital

*Puedes proponer otras herramientas, solo justifica por qué la elegiste.

Es importante que incluyas la **licencia creative commons**. Revisar los siguientes ejemplos:

Tema	Recurso	Url
Licencia Creative Commons	Piktochart	https://create.piktochart.com/output/8018932-cc_rendon
Trabajo colaborativo	Genial.ly	https://view.genial.ly/5b8ca42b4894e769dfd3ba6/trabajocolaborativomlrg
Estigma, discriminación y salud mental	Piktochart	https://create.piktochart.com/output/32424324-estigmadiscriminacionsmental_magliren
		ejemplo

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ARNHEIM, Rudolf. 1971. El pensamiento visual, Buenos Aires: Eudeba, 343 p. clasificación N70 A742
- AZNAR, H. Y CATALÁN, M. Códigos éticos de publicidad... (Clasificación en la biblioteca de la FCPyS es HF5831 A95)
- BELTRÁN y Cruces. Redacción publicitaria, Trillas... (Clasificación en la biblioteca de la FCPyS es HF5825 B45)
- CERVANTES, José. (1984) Glosario de términos publicitarios, México, Comunicación.
- COHEN, Dorothy. (1986) Publicidad comercial, México, Ed. Diana, 1986.
- DUAILIBI, A. (1990) Creatividad y Marketing, Bogotá, McGrawHill.
- DUNN, W. (1990) El portafolio creativo del publicista, Bogota, McGrawHill.
- DUNN, Watson. (1993) Publicidad, México, UTHEA/Noruega.
- ENEAS Crombers, Jorge (1985) Montajes audiovisuales, teoría y práctica, Diana, México.
- FERRO, Marc.(1994) Cómo se cuenta la historia a los niños del mundo, Fondo de Cultura Económica, México, 1995, pp. 9-15, 451-456 y 465.
- GARCÍA Sánchez, José Luis (1988) Lenguaje Audiovisual, Alambra, México.
- GEERTZ, Clifford. (2001) La interpretación de las culturas, Gedisa editorial, España, 386p.
- GUTIÉRREZ González, Mónica y Mítrala I. Villareal Barocio. (1999) Manual de producción para tv, Trillas, México, 160p.
- HERNÁNDEZ Fierro, V. (2003). Lenguaje: Creación y expresión del pensamiento. Razón y Palabra. Primer Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n19/19_vhernandez.html [septiembre, 2018].
- JOANNIS, Henry. (1990) El proceso de creación publicitaria, México, Planeta. Material audiovisual.
- KEMP, Jerroll E. (1973) Planeación y producción de materiales audiovisuales, Rochester, Representaciones y servicios de ingeniería KODAK.
- LOZANO Sánchez, Armando. (1989) Guía metodológica del proceso de producción de un audiovisual, ENEP – Aragón, UNAM, México.
- MALLAS, Santiago (1977) Técnicas y recursos audiovisuales, Oikos Tau, Madrid.
- MARTÍNEZ, H. N. (1995) La empresa publicitaria. Su organización y administración, Ed. Macchi, México.
- TAUSK, Petr. (1978) Historia De La Fotografía En El Siglo XX, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- v/a. (1998) Creatividad y solución de problemas, Desarrollo de habilidades profesionales, Ediciones Instituto de Investigación de Tecnología Educativa de la Universidad Tecnológica de México, México, 1ª. Edición, 70p.
- v/a.(1979) Montajes audiovisuales, Diana, México.
- VIDALES Giovannetti, María Dolores. (1999) El envase en el tiempo. Historia del envase, Trillas, México, 445p.
- VILCHES, Lorenzo. (1991) Teoría de la Imagen, México, Editorial Paidós, 248 Pp.
- VILÉM, Frosse. (1990) Hacia la Filosofía de la Fotografía, Editorial Trillas, 1ª. Edición, México.
- VILLAFÁÑE, Justo Y Ménguez, Norberto. (1996) Principios de Teoría General de la Imagen, Madrid, Pirámide, 341p.
- VILLAFÁÑE, Justo. (1992) Introducción a la Teoría de la Imagen, Madrid, Editorial Pirámide, 4ª. Edición, 230p.

PUEDEN CONSULTAR MATERIALES DIGITALES. CITAR CORRECTAMENTE

NOTA

Cualquier duda, establecer comunicación con la Mtra. Magda Lillalí Rendón García. Al mail institucional magliren@politicas.unam.mx o al mail unamclases@yahoo.com.mx

Nombre del profesor y correo electrónico
<p>Mtra. Magda Lillalí Rendón García</p> <p>Correo para confirmar examen y resolver dudas unamclases@yahoo.com.mx Asunto: ExtraTC_ApellidoNombre</p> <p>Los alumnos pueden ponerse en contacto todas las veces que consideren necesarias para resolver dudas y así poder realizar la guía sin problemas y en tiempo.</p> <p>Correo para compartir documento con permisos de edición magliren@politicas.unam.mx</p>
Criterios de acreditación
<p>El alumno deberá enviar la guía resuelta un par de días antes de la charla sobre los contenidos de la asignatura en una Videoconferencia, a manera de examen oral, sea en zoom o meet o en caso extrema videollamada en WhatsApp. No requiere más de 25 min. Dentro del periodo oficial del 25 de noviembre al 13 de enero del 2024. Sugiero fecha límite el 10 de enero de 2024.</p>