

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	COOLHUNTING		
Identificador:	31906		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	66	Trabajo Autónomo:	84
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:	NAVARRO MAGAÑA, GRETA (T)	Correo electrónico:	gnavarro@usj.es

PRESENTACIÓN:

Esta materia aborda los sistemas que predicen las tendencias actuales del mercado, ayudando a anticipar el comportamiento del consumidor.

Mediante el constante flujo de Internet y sus redes sociales, la información que los propios usuarios brindan, sumado a una serie de comportamientos sociológicos y culturales, la palabra Coolhunting se posiciona como un fenómeno necesario para comprender y dar valor a la importancia de profundizar en las estrategias de diferentes tipos de marketing, unido a las investigación de mercados, la producción y la distribución de productos y servicios.

Algunos de estos sistemas no tienen una metodología exacta ni perfectamente medible, si bien mantienen una correlación directa con una parte humana e intuitiva del ser, en sí mismo. Se estudiará el complejo de la materia desde bases pertenecientes al campo del marketing y la filosofía, para ser aplicadas a técnicas de implicación y medición de redes sociales, así como se instará al alumno/ a a una autoescucha reflexiva y sentida con la intención de conectar con sus intuiciones y observaciones en relación a su entorno.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Uso de las tecnologías de la información.
	G05	Trabajo en equipo.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G07	Compromiso ético.
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
	G11	Capacidad de investigación.
	Competencias Específicas de la titulación	E12
E17		Capacidad para extraer del universo cultural e intelectual contemporáneo y circundante fuentes de inspiración para el desarrollo creativo de la profesión, valorando la raíz cultural –especialmente artística- que da soporte constructivo a los estándares publicitarios a través de herramientas y metodologías mediadoras en la evolución de la actividad creativa.
E18		Asumir la innovación como pauta proyectual en la creación publicitaria y como variable que favorece fijar nuevas y resolutivas vías comunicativas relacionales dentro de las organizaciones, las cuales actúan como eje vertebral en la resolución de todo tipo de retos y

		problemas, relacionados o no con aspectos concretos la comunicación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido con valentía, y también prudencia y profesionalidad, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.
	E19	Ejercitar y poner en uso el pensamiento creativo ante todo tipo de situaciones y de una manera habitual, dado el cariz expresivo -sostenido por matices audiovisuales y/ o discursivos- que demanda una profesión, la publicitaria y/ o de relaciones públicas, especialmente dinámica y consolidada gracias a parámetros persuasivos que requieren el uso de habilidades creativas por parte de los agentes que participan en su actividad.
	E22	Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes con el progreso humano, al mismo tiempo que conociendo los preceptos que marca el ordenamiento jurídico propio del derecho de la comunicación publicitaria. Este último, encargado de analizar los límites reglamentarios a los que se encuentra sometida la actividad profesional publicitaria, atendiendo no sólo a sus deberes personales, sino también al régimen jurídico de los mensajes que se difunden y de las empresas vinculadas a dicha actividad.
	E23	Capacidad para gestionar las propias emociones, el estrés, y las frustraciones ante las dificultades que aparezcan en el desarrollo de los proyectos y retos profesionales dentro de un segmento profesional, el propio de la publicidad y las relaciones públicas, cuya actividad demanda, por un lado, un continuo tránsito de propuestas entre profesional y cliente, y por otro, una relación directa a nivel técnico y humano dentro del heterogéneo entramado de agentes que constituyen una organización.
	E29	Adoptar una visión estratégica de los diferentes canales de comunicación publicitaria y de marketing que vayan surgiendo para contactar con los públicos.
	E30	Entender los mecanismos de funcionamiento de la comunicación interna de las organizaciones, y saber plantear estrategias para la misma.
	E31	Capacidad para sacar el máximo partido a las herramientas de comunicación corporativa y de relaciones públicas con objeto de alimentar el desarrollo organizacional.
Resultados de Aprendizaje	R01	Saber detectar tendencias en los terrenos de interés del proyecto o cliente para el que trabaje.
	R02	Entender y practicar la metodología pertinente con rigor, para la correcta y eficaz detección de tendencias.
	R03	Tener una actitud despierta para la recolección de todo tipo de patrones nuevos de comportamientos sociales, con objeto de poder alinearlos con los planes estratégicos de los clientes.
	R04	Identificar tendencias socioculturales y de consumo y convertirlas en oportunidades de negocio y nichos de mercado, y abortar amenazas y costes de oportunidad.
	R05	Transmitir convincentemente al cliente u otros la relevancia de determinadas tendencias para la dirección estratégica de empresas, marcas, productos, servicios o instituciones.

REQUISITOS PREVIOS:

Interés por las tendencias, modas y actualidad social.

Interés por indagar y comprender hasta cierto grado cómo funciona nuestra mente frente a una serie de estímulos audiovisuales (redes sociales), así como frente a un acto que se defiende a sí mismo como una autoescucha y que ocurre antes de que el fenómeno que se ponga en entredicho de ser estudiado se convierta en fenómeno en sí mismo.

Se trata de intentar comprender qué rodea a las personas en un entorno de mercadeo; cómo algo comienza siendo una sola parte para formar -después- parte de un todo que rodea a los consumidores y estos eligen escogerlo.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - Coolhunting. Desde las bases (Conexión circular con unidad 6)
1.1 - ¿Qué es cool?
1.2 - El método. Reglas del Coolhunting. M.Gladwell
1.3 - Tipos de coolhunters. Webs y referencias.
1.4 - Think Out of the Box!
1.5 - El arte de pronosticar. Clarividencia y evidencia, conexión teorías unidad 6.
2 - Tendencias, funciones y misiones
2.1 - Novedad, Tendencia y Moda

2.2 - Permeabilidad. Tendencia global /Local
2.3 - Investigación del comportamiento. Tendencias sociales. Medición acción.
2.4 - It's back! Vida cíclica. Retro vib: El caso Polaroid
3 - You are so cool...
3.1 - CSI del Coolhunter
3.2 - Triángulo de la Verdad del consumidor
3.3 - Insights
3.4 - MoodBoard / Holístico
3.5 - Muy Top, Mainstream, Must Have
3.6 - Millennial Generation. Generación Y, X, Z...
4 - Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece, me enoja
4.1 - Last call to be cool. Viralizaciones varias y fenómeno fan
4.1.1 - El fenómeno Challenge. Del cubo de agua al Mannequin
4.1.2 - Gatos, Unicornios y Tinder
4.1.3 - EL challenge ecológico. Ecologismo, Veganismo y Fenómeno Plastic Free
5 - Desmontando a Coolhunting
5.1 - Método Delphi/ Teoría de los Seis Grados /Pensamiento Colmena(r) / Teoría de Cuerdas / Planos cuánticos Aplicación
5.2 - Teoría Sociológica Influencers
5.3 - MoodBoard (Panel de tendencias: pasado, presente. futuro)
5.4 - MindFullness, Autoescucha y detección de patrones

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

1. Sesiones teórico-prácticas: las sesiones teóricas serán desarrolladas en forma de clase magistral, desarrollando los puntos teóricos recogidos en el programa de la asignatura. Este tipo de clases necesitan de la utilización de un ordenador, por parte del profesor, mediante el cual se proyectarán lecciones en formatos de lectura (Power Point, PDF) así como la visualización de diferente material relacionado con el campo del Coolhunting: DVD's, videos, documentales y otros soportes como tablets y app móviles. Durante estas clases, se plantearán debates sobre diferentes temas expuestos en estos soportes, de manera que el alumno asimile conceptos con más facilidad y en profundidad, y aclare sus posibles ideas para poder llegar a realizar ejercicios prácticos con mayor resolución.

2. Sesiones prácticas: clases programadas enfocadas a la realización de casos aplicados a la teoría aprendida mediante los cuales se pretende profundizar en la investigación y conocimientos de tendencias y modas. En estas sesiones se dará forma a la parte práctica de la asignatura y se valorará la formulación de hipótesis, la capacidad de investigación, las estrategias y la medición de resultados de práctica.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	48
	Casos prácticos	5
	Debates	6
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	2
	Actividades de evaluación	2
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	3
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	3
	Estudio individual	40

	Preparación de trabajos en equipo	33
	Lecturas obligatorias	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	4
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	30 %
Trabajos en equipo:	30 %
Prueba final:	40 %
TOTAL	100 %

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

GIL, Víctor Alejandro. Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias. Barcelona: Empresa Activa, 2009.

Bibliografía recomendada:

CÓRDOBA-MENDIOLA, Daniel. Coolhunting: Cazar y gestionar las tendencias y modas que mueven el mundo. Barcelona: Gestión 2000, 2009.

LÓPEZ LÓPEZ, Anna María. Coolhunting Digital: a la caza de últimas tendencias. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia, 2011.

CAMERON, Julia. El camino del artista. Un curso de descubrimiento y rescate de tu propia creatividad. Barcelona, Penguin Random House, 2015.

REQUENA, Gema. Una coolhunter en Nueva York. Manual práctico de una cazatendencias. Barcelona, Editorial Océano, 2010.

Tres Iniciados, EL KYBALIÓN (basado en Hermes Trimegisto), Editorial Sirio, 2012.

Páginas web recomendadas:

ASOS	http://www.asos.com/
Facebook	https://www.facebook.com/
Instagram	https://www.instagram.com/
VOGUE	http://www.vogue.com/
VICE	https://www.vice.com/
SPECTRUM COLLECTIONS	https://www.spectrumcollections.com/
Sasha Unisex	https://www.instagram.com/sashaunisex/
Netflix	https://www.netflix.com
IKEA	http://www.ikea.com/
Canadá Producciones	http://www.lawebdecanada.com/
Polaroid	https://us.impossible-project.com/
Lazy Oaf	https://www.lazyoaf.com/
Marina Abramovic	http://marinafilm.com/
i-D Vice	https://i-d.vice.com/es_es
La Barbuda Shop	http://www.labarbudashop.com/
Miranda Makaroff	http://hermanasmiranda.es/
Cats of Instagram	http://catsofinstagram.com/
Apple	http://www.apple.com/
La Criatura Creativa	http://lacriaturacreativa.com/
BLUR Films	http://www.blurfilms.tv/es/blur
Roller Skates	http://www.rookieskates.co.uk/
Cats Of Instagram	https://www.instagram.com/cats_of_instagram
Beyoncé	https://www.beyonce.com/

Jaime Altozano	https://www.youtube.com/channel/UCa3DVIGH2_QhvWuWIPa6MDQ
HBO España	https://es.hboespana.com/
Rosalía	https://www.instagram.com/rosalia.vt/?hl=es
El poder de la mente (documental). Física cuántica	https://www.youtube.com/watch?v=IV_b_LxCfM4
DMT: La molécula del espíritu (documental)	https://www.youtube.com/watch?v=k7eaf9NRpN8
Economía Circular: descubre lo que es antes de que reviente el Planeta.	https://www.youtube.com/watch?v=Lc4-2cVKxp0
TED Talks	https://www.ted.com/talks