DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	COOLHUNTING		
Identificador:	31505		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2013 (BOE 10/07/2013)		
Módulo:	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	4	**Periodo lectivo:**	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	3	**Horas totales:**	75
Actividades Presenciales:	35	**Trabajo Autónomo:**	40
Idioma Principal:	Castellano	**Idioma Secundario:**	Castellano
Profesor:		**Correo electrónico:**	

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.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	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	Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes, medios, canales y dispositivos.
	E17	Capacidad para extraer del universo cultural e intelectual contemporáneo y circundante fuentes de inspiración para el desarrollo creativo de la profesión.
	E18	Asumir la innovación 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.
	E22	Destreza suficiente para desarrollar proyectos de investigación relacionados con la comunicación corporativa, el marketing y la publicidad, así como para aplicar después los resultados de dichas investigaciones, a la actividad profesional o a cualquier objetivo de otro orden.
	E23	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.
	E29	Ser capaz de adoptar una visión creativa de las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen de cara a la construcción de la estrategia publicitaria.
	E30	Ser capaces de anticipar tendencias y corrientes en la industria publicitaria y de marketing.
	E31	Adoptar una visión estratégica de los diferentes canales de comunicación publicitaria y de marketing que vayan surgiendo para contactar con los públicos.
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.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - COOLHUNTING. Desde las bases
1.1 - ¿Qué es cool?
1.2 - El método
1.3 - El arte de pronosticar. Clarividencia y evidencia
1.4 - Think Out of the Box!
2 - YOU ARE SO COOL...
2.1 - Muy Top y Mainstream
2.2 - Del "¡Mira, una moderna! a los Hipster
2.3 - Kotler, Freud y otros maestros
2.4 - "Happy", el documental. "Yo lo que quiero es ser feliz"
3 - Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece, me enoja
3.1 - Medir, registrar y compartir
3.2 - Volviendo a Maslow desde el fenómeno Snob
3.3 - Next! (El fenómeno)
3.4 - Last call to be cool. Viralizaciones varias y fenómeno fan
3.4.1 - El fenómeno Challenge. Del cubo de agua al Mannequin
3.4.2 - Gatos, Unicornios y Tinder
4 - Investigación e Internet
4.1 - Instagram es gratis, ¿o no?
4.2 - Investigación del comportamiento. Tendencias sociales
4.3 - Marketing emocional. Plan estratégico
4.4 - Mediciones tras acciones
5 - Desmontando a Coolhunting
5.1 - Método Delphi
5.2 - Moon Board
5.3 - Aprendiendo a mirar. "Veo, veo...¿qué ves?"

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	24
	Casos prácticos	6
	Debates	3
	Actividades de evaluación	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	2
	Estudio individual	21
	Preparación de trabajos en equipo	15
	Lecturas obligatorias	2
	Horas totales:	75

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos en equipo:	60	%
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.

Páginas web recomendadas:

Apple	http://www.apple.com/
ASOS	http://www.asos.com/
BLUR Films	http://www.blurfilms.tv/es/blur
Canadá Producciones	http://www.lawebdecanada.com/
Cats of Instagram	http://catsofinstagram.com/
Facebook	https://www.facebook.com/
i-D Vice	https://i-d.vice.com/es_es
IKEA	http://www.ikea.com/
Instagram	https://www.instagram.com/
La Barbuda Shop	http://www.labarbudashop.com/
La Criatura Creativa	http://lacriaturacreativa.com/
Lazy Oaf	https://www.lazyoaf.com/

Marina Abramovic	http://marinafilm.com/
Miranda Makaroff	http://hermanasmiranda.es/
Netflix	https://www.netflix.com
Polaroid	https://us.impossible-project.com/
Sasha Unisex	https://www.instagram.com/sashaunisex/
SPECTRUM COLLECTIONS	https://www.spectrumcollections.com/
VICE	https://www.vice.com/
VOGUE	http://www.vogue.com/

* Guía Docente sujeta a modificaciones