

Guía docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Diseño Gráfico y Arte Final		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	1925
Periodo docente:	Cuarto semestre		
Materia:	Diseño y Producción de Mensajes		
Módulo:	Diseño y Producción de Mensajes Publicitarios (Herramientas)		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Se plantea un acercamiento teórico-práctico a las técnicas de diseño de mensajes audiovisuales de naturaleza gráfica. El alumno ha de conocer los principios básicos de diseño, teoría de la forma, color, tipografía y composición y ponerlos en práctica mediante el uso de herramientas informáticas.

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto

especializado como no especializado

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 hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

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

Adquirir el conocimiento propio de cada una de las materias que configuran los planes de estudio de publicidad.

Saber asesorar a un cliente para supuestos de comunicación publicitaria que no requieran un excesivo nivel de especialización.

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y las necesidades de los anunciantes para elaborar mensajes persuasivos que se difundan a través de los medios de comunicación como soporte.

Adquirir la capacidad de expresarse con corrección de forma oral, escrita y en soporte audiovisual o multimedia.

Adquirir el conocimiento para ser capaz de trabajar como gestor de soportes publicitarios convencionales, no convencionales y electrónicos.

Desarrollar la capacidad para desempeñar labores creativas y de gestión, como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.

Competencias específicas

Comprender los procesos de producción de anuncios, escritos o multimedia, en castellano e inglés.

Utilizar los recursos informáticos, las tecnologías y técnicas de diseño por ordenador, y fórmulas creativas afines a los distintos medios o sistemas mediáticos combinados o interactivos (multimedia).

Diseñar los aspectos formales y estéticos de los anuncios, adaptándolos a medios escritos, gráficos, audiovisuales, exteriores y digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la transmisión de mensajes interactivos.

Utilizar herramientas y técnicas de diseño e investigación específicas, aplicadas a los procesos de producción publicitaria o promocional.

Dominar y desarrollar la comunicación publicitaria en entornos multimedia y de la Red.

Utilizar y conocer las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir mensajes, así como para expresar y difundir creaciones publicitarias a través de los medios de comunicación. Especialmente, el diseño gráfico, la fotografía y la tecnología multimedia.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

OBJETIVO

Utilizar y conocer las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir mensajes, así como para expresar y difundir creaciones publicitarias a través de los medios de comunicación. Especialmente, el diseño gráfico, la fotografía y la tecnología multimedia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Adquirir los fundamentos básicos del diseño gráfico como técnica de comunicación.
- Experimentar las posibilidades gráficas en el ámbito de la comunicación de marca/producto.
- Conocer a fondo el proceso publicitario en el diseño gráfico desde la entrega del briefing a la presentación del producto final.
- Utilizar los recursos informáticos, tecnologías y técnicas de diseño por ordenador y fórmulas creativas afines.
- Manejar aspectos fundamentales del texto y la imagen en el diseño gráfico: familias tipográficas, color y texturas, ilustración, fotografía y señalética.
- Planificar acciones publicitarias que contribuyan a la creación y mejora de la imagen corporativa de una compañía con ayuda de software informático.
- Ejecutar diseños de publicidad impresa: folletos, carteles, dípticos, anuncios impresos para prensa o revistas.

TEMARIO

- A. Introducción al diseño gráfico
- 1. Fundamentos del diseño gráfico
- 2. La imagen
- 3. Texto
- 4. La imagen y texto
- 5. Gráfica aplicada en el espacio

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Se combinarán las sesiones teóricas por parte del docente con el trabajo práctico en laboratorio donde desarrollar competencias básicas para la ejecución de encargos publicitarios ligados al diseño gráfico.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación será continua y la calificación final, será el resultado de ponderar numéricamente una serie de calificaciones de carácter individual con otras obtenidas a través del trabajo en grupo. A su vez, a final de curso, se realizará una prueba escrita de tipo teórico-práctico sobre la materia.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- BILZ, S., MISCHLER, M. y KLANTEN, R. (2008) El pequeño sabelotodo, sentido común para diseñadores. Madrid: Index book.
- PAZ, F- y DELGADO, J.M. (2009). Ilustrator CS4. Barcelona: Anaya Multimedia.
- VVAA. (2010). Desarrollo de un proyecto gráfico. Madrid: Index Book.