

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma en Técnicas de Creación (Título Propio asociado a Publicidad)		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Herramientas de Diseño I: Illustrator y Photoshop		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	3
Curso:	1	Código:	33310
Periodo docente:	Primer semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Javier Jiménez Valero	j.jvalero@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura, Herramientas de diseño I, tiene como objetivo formar a los alumnos en las disciplinas de dirección de arte y diseño publicitario a través del aprendizaje y utilización de los programas del paquete CSS de Adobe, Illustrator y Photoshop.

Será necesario, dedicar ciertas clases a un conocimiento teórico previo que permitirá el manejo de cada programa orientándolo al campo de la creación y elaboración de mensajes publicitarios a través del lenguaje visual. La asignatura incide en dos partes diferenciadas, teoría y práctica, con el fin de relacionar el contenido de la materia con la creatividad y el diseño publicitario que por otro lado, no dejan de ser procesos habituales en las disciplinas de publicidad y comunicación gráfica.

Por tanto, se hace imprescindible la adquisición de destrezas tales como la utilización del color, tipografía, dibujo vectorial, retoque fotográfico, composición y jerarquización de elementos gráficos.

Propósito formativo:

1º: Despertar la vocación publicitaria, así como descubrir su capacidad crítica y creativa.

2º: Poner en juego las habilidades, personales y profesionales, para transformar conceptos en mensajes y productos narrativos publicitarios.

3º: Fomentar la ideación y la realización de proyectos publicitarios alternativos en base a una estrategia acorde a los públicos y medios de difusión, con una visión ética.

4º: Integrar conocimientos para producir campañas, definir herramientas de medición y profundizar en la responsabilidad con la que tendrán que actuar en el ecosistema empresarial publicitario.

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura es dotar a los estudiantes de conceptos de dirección de arte necesarios para el desarrollo de piezas visuales, adaptando los mensajes y aportando soluciones gráficas. Dichos conceptos inician al alumno en el universo publicitario a través de los diferentes lenguajes, como el color, la tipografía o la composición de un master gráfico.

Cada estudiante aprenderá a desarrollar las habilidades básicas para el correcto uso de los programas de diseño, necesarios en un entorno de producción visual y audiovisual.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

No son necesarios conocimientos previos de ningún tipo.

CONTENIDOS

1. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO PUBLICITARIO I
2. EDICIÓN Y RETOQUE FOTOGRÁFICO (PHOTOSHOP)
 - 2.1. Introducción a Photoshop
 - 2.2. Herramientas básicas para trabajar con Adobe Photoshop
3. DISEÑO CON ILUSTRACIONES Y GRÁFICOS (ILLUSTRATOR)
 - 3.1. Introducción a Illustrator
 - 3.2. Herramientas básicas para trabajar con Adobe Illustrator

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases teóricas
Clases practicas
Análisis de referencias visuales y audiovisuales
Realización de prácticas semanales
Realización de prácticas finales

Se combinarán breves sesiones teóricas con el trabajo de casos prácticos, con el fin de desarrollar competencias básicas y avanzadas en el dominio y conocimiento de las herramientas de diseño Photoshop e Illustrator. El aprendizaje práctico de las herramientas permite su comprensión profunda de manera que el alumno sea capaz de resolver de manera autónoma los problemas planteados.

El alumno dispondrá de material de apoyo y referencias dentro de la plataforma virtual CANVAS, que le permitirán complementar y profundizar aspectos relacionados con los contenidos dados en clase.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas
Clases teóricas 10h Clases prácticas 20h	Casos prácticos sobre contenidos teóricos 35h Ejercicios motivacionales individuales y en grupo 10h

COMPETENCIAS

Entender el entorno profesional de la actividad creativa publicitaria.

Manejar las herramientas Adobe Photoshop y Adobe Illustrator para la creación visual.

Comprender los diferentes lenguajes visuales.

Manejar las herramientas básicas de Adobe Photoshop para el tratamiento de imágenes y retoque digital.

Manejar las herramientas básicas de Adobe Illustrator para el trabajo con imágenes vectoriales e ilustraciones.

Seleccionar y utilizar correctamente la tipografía en una gráfica.

Elaborar de paletas de color para su aplicación en un proyecto visual.

Comprender el vocabulario específico publicitario y técnico.

Desarrollar el pensamiento crítico y fomentar la escucha activa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Desenvolverse en un entorno profesional de actividad creativa publicitaria.

Elaborar materiales gráficos de calidad y preparados para su publicación mediante los programas de diseño Adobe Photoshop y Adobe Illustrator.

Aplicar criterio estético en la creación de proyectos de diseño.

Aplicar los conceptos composición, encuadre y color en una imagen conforme a las necesidades del mensaje publicitario.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Para la convocatoria se utilizará un método de evaluación continua basado en la realización de varios ejercicios en clase y la entrega en la fecha asignada de los casos prácticos asociados a cada apartado del contenido de la asignatura. De esta manera, se podrán evaluar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

- Trabajos y prácticas de clase 50%
- Caso práctico Photoshop: 20%
- Caso práctico Illustrator: 20%
- Examen: 10%

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

La calificación total resultará de ponderar todos los apartados, siendo obligatorio presentar y aprobar los dos casos prácticos y todos los ejercicios que se realicen en clase para poder realizar la media final de la asignatura. En caso de no cumplir con cualquiera de estos requisitos dentro de la convocatoria ordinaria, el alumno deberá presentarse a la convocatoria extraordinaria inmediata, dentro del mismo curso, realizando un plan de trabajo y evaluación que previamente se haya establecido dependiendo de las condiciones del suspenso de cada alumno.

Importante: No se guardarán las calificaciones de los trabajos para cursos sucesivos. Si se repite la asignatura, se habrán de realizar de nuevo todos cometidos de la misma. Asimismo, no se repetirán prácticas, proyectos, ni exámenes a alumnos con una calificación aprobada que quieran subir nota. Los estudiantes que deseen optar a la calificación de Matrícula de Honor, deberán realizar todas las actividades propuestas en la asignatura con el máximo rendimiento, pues no se encomendarán actividades adicionales. Solo se otorgarán a los alumnos con una media igual o superior a 9. No obstante, ser candidato por un desempeño excepcional, no asegura la obtención de dicha mención, pues siempre dependerá de la consideración final del docente.

La asistencia responsable, respetuosa y participativa a clase es obligatoria (excepto dispensas validadas por la Dirección del Grado*). Por ello, la no asistencia superior al 20% sin causa debidamente justificada puede dar lugar a la pérdida del derecho a la evaluación continua y el profesor indicará al alumno las condiciones de su evaluación. En caso de no poder acudir regularmente a las clases presenciales se ha de contactar con el profesor a principio de curso (durante el primer mes) y exponer las causas para que este valore la situación. Cualquier circunstancia excepcional, deberá ser debidamente acreditada y autorizada por la Dirección Académica del Grado. Por tanto, el 20% queda a libre disposición del alumno, de modo que no se considerará ningún tipo de justificación médica,

otros exámenes no académicos, viajes familiares, etc. Si se produjeran intervenciones quirúrgicas y/u hospitalizaciones médicas de varios días, se deberá justificar al PEC del curso, quien informará al Claustro de Profesores. *Toda dispensa académica queda sujeta a la previa petición por parte del alumno y a la evaluación y aprobación por parte de la Dirección del Grado.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

López López A. M. (2013). "Diseño Gráfico. Fundamentos y técnicas". Editorial Anaya Multimedia.

Jardí, E. (2012). "Pensar con Imágenes". Editorial Gustavo Gili.

Caldwell, C. & Zappaterra, Y. (2014). "Diseño editorial. Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales". Editorial Gustavo Gili.

St Clair, K. (2016). "The Secret Lives of Colour". Ballantine Books.

Complementaria

Hellen, S. (2016). "El libro de ideas para el diseño gráfico: Inspiración de la mano de 50 maestros". Editorial Blume.

Jardí, E., (2007). "Veintidós consejo sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán)". Publicado por Actar.

Müller, J. (1982). "Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos". Editorial Gustavo Gili.

Victionary, (2021). "Dot, line, shape. The Basic Elements of Design and Illustration". Victionary.

Stoklossa U. (2005). "Trucos publicitarios. Instrucciones sobre seducción visual". Editorial Gustavo Gili.