Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Publicidad
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
Asignatura:	Expresión Creativa de la Imagen
Tipo:	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Curso:	2
Código:	3356
Periodo docente:	Cuarto semestre
Materia:	Creatividad Publicitaria
Módulo:	Procesos de Ideación y Estrategias de Comunicación (Habilidades)
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	150

Equipo Docente	Correo Electrónico
Óscar Fernández Novoa	oscar.fernandez@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura Expresión Creativa de la Imagen está pensada para que el alumno, a partir de la comprensión y reflexión sobre el contexto móvil y digital de la comunicación actual, así como de la consecuente y compleja segmentación de audiencias, tenga las posibilidades de desarrollar aptitudes en torno a la creación de elementos gráficos creativos que dinamicen y acompañen la evolución de nuevas narrativas en dicho ámbito. De esta manera, obtendrán conocimientos y capacidades en aras de un mensaje publicitario adaptado a las circunstancias tecnológicas y comunicacionales globales actuales.

La asignatura, Expresión Creativa de la Imagen, es el punto de contacto de los estudiantes con la cultura visual. Este conocimiento profundo de la imagen es la base para el desarrollo expresivo de cada estudiante a través del color, la tipografía o las metáforas visuales en el mundo publicitario.

Expresión Creativa de la Imagen pretende, además, fomentar el desarrollo personal del criterio estético en cada estudiante.

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura es dotar a los estudiantes de una amplia cultura visual así como de los conocimientos teórico-prácticos necesarios para elaborar piezas gráficas en el desarrollo de una campaña publicitaria.

Los estudiantes aprenderán a interpretar códigos visuales, desarrollarán el criterio estético y sabrán tomar decisiones a la hora de realizar un proyecto gráfico.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los alumnos y alumnas deberán conocer las herramientas básicas de diseño, Adobe Photoshop y Adobe Illustrator.

CONTENIDOS

Bloque 1: Cultura Visual: Entender la expresión visual en la cultura popular para la práctica en el diseño publicitario

- 1.1 Expresión visual contemporánea Influencias del arte, la fotografía y el diseño gráfico en publicidad
- 1.2 Dirección de arte en la ciudad
  La gráfica en el día a día: análisis y aprendizajes

Bloque 2: Diseñar el master gráfico publicitario

- 2.1 El master gráfico 2.2.1 Elementos del master gráfico2.2.2. Jerarquía de los textos2.2.3 Colocación y equilibrio de los elementos
- 2.2 La tipografía Familias tipográficas¿Cómo elegir una tipografía?: El criterio en tipografíaUsos creativos de la tipografía
- 2.3 El color 2.3.1 Usos del contraste de color2.3.2 Sensibilidad al color2.3.3 Creación de paletas de color
- 2.4 Lenguaje fotográfico 2.4.1 La imagen al servicio del concepto2.4.2 Uso de los bancos de imágenes
- 2.5 Los recursos gráficos Qué son y como encontrarlos

Bloque 3: Las bajadas gráficas

- 3.1 Adaptarse al formato: Aplicaciones gráficas del Layout
- 3.2 Criterio y coherencia

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades formativas

Clases teóricas
Clases practicas
Análisis de referencias visuales y audiovisuales
Realización de prácticas semanales
Realización de práctica final
Contacto con profesionales del sector

Metodología:

Trabajo virtual: Los estudiantes tendrán acceso al aula virtual, donde encontrarán los materiales disponibles para su estudio, así como las prácticas propuestas por el profesor. Al mismo tiempo se guiarán las actividades programadas en tutorías presenciales y virtuales cuando fuese necesario.

Trabajo individual y en grupo: Basados en el aprendizaje de los concepto visuales. La finalidad de dicha metodología es la comprensión profunda de las herramientas para que resuelvan de manera autónoma los problemas planteados.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
75 horas	75 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

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 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

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

especializado como no especializado

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

Competencias generales

Saber incorporarse y adaptarse a un equipo de trabajo haciendo compatibles sus propios intereses con los del proyecto común

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

Descubrir y valorar críticamente el impacto social de las distintas formas y procesos comunicativos.

Aprender a aprender: comprender el propio dinamismo del desarrollo personal mediante las competencias de comunicación, investigación, pensamiento crítico-creativo, planteamiento y ejecución de planes de acción y trabajo en equipo.

Competencias específicas

Desarrollar la curiosidad, la perspicacia y la creatividad y estar atento a las distintas manifestaciones culturales y artísticas en auge, y los nuevos cauces de expresión que aparecen en la sociedad.

Aprendizaje de los códigos visuales para el desarrollo de piezas gráficas.

Formar al alumno en el pensamiento estratégico hacia la comunicación para alcanzar soluciones a problemas creativos.

Desarrollar la sensibilidad creativa necesaria elaborar un criterio estético.

Ser capaz de crear un master gráfico en base al aprendizaje teórico-práctico de los conceptos asociados a las expresión de la imagen.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Comprender el contexto visual actual

Entender los principios que rigen la dirección de arte.

Formar criterio estético en cuanto al uso tipográfico y del color en proyectos de diseño.

Desarrollar las habilidades específicas para la creación de un proyecto de diseño publicitario.

Ejecutar ejercicios prácticos en contextos reales.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Milton Glaser Graphic Design

Muriel Paris Le petit Manuel de composition typographie

Atelier Michel Bouvet Graphisme et musique

Jennifer Morla Design

Damien Gautier Observer, comprendre et utiliser la typographie

Sara Caldas Le Palette Parfaite - Pour le graphisme et l'illustration

Mark Van Wageningen Type And Color: How to Design and Use Multicolored Typefaces

David Hornung Color: A Workshop Approach

Martin Lorenz FLEXIBLE VISUAL SYSTEMS

Complementaria

Michel Bouvet Échirolle 30 ans d'aventures graphiques

Radim Malinic Book of Ideas: a journal of creative direction and graphic design