

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 El cartel publicitario: SXIX y SXX

1.1.1 Influencia de los movimientos artísticos

1.1.2 Primeras agencias publicitarias

1.1.3 Gráfica publicitario hoy

1.2 Cine y Publicidad

1.2.1 Títulos de crédito y estilos visuales

1.2.2 Paleta de color

1.2.3 Captar la atención a través del encuadre

1.2.4 Composición en los carteles cinematográficos

1.3 Diseño en la ciudad

1.3.1 Publicidad exterior

1.3.2 Influencia del arte urbano en la publicidad

1.4 Música y diseño

1.4.1 Influencia de las portadas de discos en el diseño publicitario

1.5 Nuevos medios

1.5.1 Vanguardias publicitarias

Bloque 2: Expresión creativa de la imagen publicitaria:
Qué es y como diseñar el master gráfico publicitario.

2.3.1 El master gráfico

2.2.1 Elementos del master gráfico

2.2.2. Jerarquía de los elementos

2.2.3 Colocación y equilibrio de los elementos

2.2 El color

2.2.1 Psicología del color

2.2.2 Composición de una paleta de colores

2.2.3 Moodboard

2.3 Lenguaje tipográfico

2.3.1 Estilos

2.3.2 Comprensión y Usos

2.3.3 Composición

2.4.4 Fuentes tipográficas

- 2.4 Ilustración y metáforas visuales
 - 2.4.1 La ilustración en la actualidad y su aplicación a la publicidad.
 - 2.4.1.1 Principales referentes
 - 2.4.1.2 Campañas
 - 2.4.2 Uso de la metáfora visual en Publicidad
- 2.5 Sketchnothing
 - 2.5.1 Pensamiento Visual
 - 2.5.2 Cómo conectar Ideas y conceptos

Bloque 3: Construcción estética del layout

- 3.1 El briefing desde el punto de vista de la dirección de arte
 - 3.1.1 Interpretación del briefing creativo
 - 3.1.2 Puntos clave para empezar a trabajar la estética del proyecto
- 3.2 Fotografía y Banco de imágenes
 - 3.1.1 Síntesis del concepto
 - 3.1.2 Fotógraf@s publicitarios actuales
 - 3.1.3 Coherencia visual a través de la fotografía
 - 3.1.4 Uso de los buscadores de imágenes
- 3.3 Adaptarse al formato: Aplicaciones gráficas del Layout
- 3.4 Expresión digital: comunicación disruptiva

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.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempo de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
150 horas	0 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 puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

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

Convocatoria ordinaria:
Trabajos y prácticas individuales: 40%
Trabajo final: 40%
Examen final: 20%

Si un alumno supera el 20% de inasistencia, suspenderá automáticamente la asignatura en la convocatoria ordinaria, por lo que será calificado íntegramente en la convocatoria extraordinaria. El alumno en tales circunstancias, podrá seguir presentando los trabajos y prácticas que se realicen durante el curso, si bien su calificación se producirá por la convocatoria extraordinaria. De forma adicional, deberá presentar un trabajo extra en la convocatoria extraordinaria para compensar la falta de asistencia y poder aprobar la asignatura. Será responsabilidad del alumno contactar con el profesor para conocer las características de dicho trabajo. Página 3

La calificación total resultará de ponderar todas las partes, siendo necesario alcanzar una nota mínima de 5 en todas ellas para que se haga la media final de la asignatura. Aquellos alumnos que no obtengan la nota necesaria para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria en una de las partes, deberán realizar un proyecto completo de forma individual o repetir el examen, según cada caso, en la convocatoria extraordinaria inmediata dentro del mismo curso, que será la única para que se guardarán calificaciones superiores a 5 obtenidas previamente. **IMPORTANTE:** No se guardarán las calificaciones para cursos sucesivos. Si se repite la asignatura, se reinicia el historial en ella por completo. 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.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Milton Glaser. (1973). Milton Glaser: Graphic Design

Muriel Paris. (2008). Le petit Manuel de composition typographie. Muriel Paris.

Atelier Michel Bouvet (2017). Pop Music 1967 - 2017 / Graphisme et musique. Editions du Limonaire.

Michel Bouvet. (2015). Fête du graphisme 2. Editions du Limonaire.

Jennifer Morla. (2019). Morla: Design. Letterform Archive.

Cuaderno de actividades. (2019). Diseño gráfico y pensamiento visual. GG

Promopress. (2020). Typography for screen. Promopress

Michel Bouvet. (2020). Échirolles, 30 ans d'aventures graphiques. Editions du Limonaire.

Damien Gautier. (2020). Observer, comprendre et utiliser la typographie. Editorial 205

Varios Artistas. (2021). ExtraBold. Princeton Architectural Press.

Victionary. (2021). Type for type. Victionary.

Sara Caldas. (2021). Le Palette Parfaite - Pour le graphisme et l'illustration. Promopress

Victionary. (2021). Packaged for life. Victionary.