

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA: Aplicació de la nova tecnologia a la publicitat impresa. Per això, és necessari no només conèixer els mitjans, sino també quin és la metodologia de treball d'aquests, com s'ha de plantejar la feina, i com es pot treure el màxim profit. Per tant, és necessari basar l'assignatura en tres camps:

- comunicació visual
- disseny gràfic
- arts gràfiques

TEMARI:

- 1.- **La indústria gràfica.** Raons d'un publicista per conèixer-la. El procés gràfic. La publicitat impresa. Classificació dels impresos...
- 2.- **Concepte de comunicació. La comunicació visual.** El missatge visual i els seus components. El procés visual: components i tècniques.
- 3.- **Imatge de comunicació: què és una imatge i les seves característiques.** El món de les formes. Morfologia i tipologia de la imatge. La teoria de la Gestalt.
- 4.- **El disseny gràfic.** Història de l'art. Història del disseny. Fonaments del disseny, camps d'acció d'un dissenyador i diverses aplicacions.
- 5.- **Espai i composició gràfica.** Espai-format. Blancs i marges. Elements de la plana i la seva distribució. Classes i lleis de composició. Diagramació i arquitectura gràfica. Les retícules.
- 6.- **La tipografia, com a element estètic del missatge publicitari.** Història. Parts del tipus/caràcter. Estil/família/sèrie. El llenguatge tipogràfic. Tipometria. El text: tipus de paràgraf.
- 7.- **Fonaments de la teoria del color.** Colors primaris: additius i substractius. Com veiem el color. Colors complementaris. Les tres dimensions del color. La quadricromia. Psicologia, simbologia i estètica del color. El color en publicitat i en el disseny gràfic.
- 8.- **La comunicació visual en el món de l'empresa.** Identitat visual corporativa. El signe gràfic. Configuració de signes bàsics. Identitat visual corporativa. La marca i el logotip.
- 9.- **L'autoedició.** Components bàsics: software, hardware, perifèrics d'entrada i de sortida.. Sectors. Llenguatge informàtic bàsic.
- 10.- **Les arts gràfiques.** El paper. Sistemes d'impressió. Tot allò que s'ha de tenir en compte a l'hora de preparar un original per impremta.

RESUM: curs orientat a donar a conèixer tots aquells camps i professionals que hauran d'estar en contacte directe amb el publicista per que el seu producte sigui imprès, i ben imprès (que el resultat sigui el que ell esperava). També donar la possibilitat de que sigui el mateix publicista, es aquest cas l'alumne, el que controli tot el procés, des de la creació a la preparació abans d'entrar en impremta.

BIBLIOGRAFIA

1. ARMENTIA, J.L. (1993) *Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa*. Servicio Editorial, Universidad del País Vasco, Bilbao.
2. ARNOLD, E. (1984) *Diseño total de periódicos*. Edamex, México.
3. BEAUMONT, J.P. (1988) *Tipo & Color. Manual sobre el uso de la tipografía en el diseño gráfico*. Herman Blume, Madrid.
4. CANGA LAREQUI, J. (1994) *El diseño periodístico en la prensa diaria*. Bosc Comunicación, Barcelona.
5. EL-MIR, LALLANA, HERNANDEZ. (1995) *Diseño, color y tecnología*. Ed. Prensa Ibérica, S.A., Barcelona.
6. EVANS, H. (1985) *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. Gustavo Gili, Barcelona.
7. GARCIA, M. R. (1984) *Diseño y remodelación de periódicos*. Eunsa, Pamplona.
8. GARCIA, M. R. (1989) *Diseño de diarios a color*. IFRA, Darmstadt.
9. LOOCKWOOD, R. (1992) *El diseño de la noticia*. Ediciones B, Barcelona.
10. MARTIN AGUADO, J. A. (1991) *Lectura estética y técnica de un diario*. Alhambra Universidad, Madrid.
11. REHE, R. F. (1985) *Tipografía y diseño de periódicos*. IFRA, Darmstadt.
12. SATUE, E. (1988) *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Alianza Editorial, Madrid.
13. SWANN, A. (1990) *Bases del diseño gráfico*. Gustavo Gili, Barcelona.
14. WEST, S. (1991) *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía*. ACK Publish, Madrid.