

# CONCEPTUALITZACIÓ I DIRECCIÓ D'ART DEL MISSATGE PUBLICITARI

---

## Fitxa de l'assignatura

### Identificació

1. Nom de l'assignatura	Conceptualització i direcció d'art del missatge publicitari		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	Troncal <input type="checkbox"/>	Obligatòria <input checked="" type="checkbox"/>	Optativa <input type="checkbox"/>
4. Crèdits (ECTS)	5		

### Descripció

---

#### Finalitats / propòsits de la formació :

- Demostrar les habilitats i coneixements necessaris per desenvolupar gràficament idees publicitàries amb la màxima eficàcia i eficiència.
  - Demostrar els màxims coneixements dels elements que es consideren propis de la direcció d'art i del disseny gràfic publicitari per utilitzar-los d'una manera tècnicament correcta, eficaç i eficient.
  - Demostrar conèixer i analitzar els corrents i les tendències del disseny gràfic i de comunicació publicitària que marquen les grans línies de la publicitat actual.
  - Demostrar solvència en l'estructuració de missatges publicitaris des de la perspectiva formal tot experimentant amb la construcció de peces gràfiques visuals i audiovisuals.
- 

#### 1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 Conceptualització del missatge publicitari

Tema 2 La direcció d'art en publicitat

Tema 3 Tendències i Estils en gràfica publicitària

Tema 4 El treball de director d'art

#### 2. Bibliografia obligatòria

Ambrose, Gavin. Harris, Paul. (2005) Imagen. Parramon. Barcelona.

Ambrose, Gavin. Harris, Paul. Layout. Parramon. Barcelona 2005.

Pricken, Mario. (2004) Publicidad Creativa. Gustavo Gili. Barcelona.

Knight, Carolyn. Glaser, Jessica. Create impact with type, image & color. Rotovision. Mies (Switzerland) 2007

Stoklossa, Uwe. (2005) Trucos publicitarios, instrucciones sobre seducción visual. Gustavo Gili. Barcelona.

### Bibliografia recomanada:

Ambrose, Gavin. Harris, Paul. Fundamentos del Diseño Creativo. Parramon. Barcelona 2004.

Bhaskaran, Lakshmi (2007). El diseño en el tiempo. Ed. Blume. Barcelona

Dabner, David. (2005) Diseño gráfico, fundamentos y prácticas. Blume. Barcelona.

Dorrian, M.; Gavin, L. (2006) Publicidad de guerrilla. Otras formas de comunicar. Gustavo Gili. Barcelona.

Lynch, P.; Horton, S. (2004) Manual de estilo web. Gustavo Pili. Barcelona

Pao & Paws (2002). E-project. A book of the most creative web sites around the world. Long Sea International Book Co., Ltd. Taiwán. 2002.

Swann, Alan. Bases del diseño gráfico. Gustavo Gili. Barcelona 2004.

Tena, Daniel. Diseño Gráfico y Comunicación. Pearson-Prentice Hall. Madrid. 2004

Viction Workshop. (2004) Si estamos hablando de diseño, estamos hablando de promoción. Index Books. Barcelona.

## 1. Referències per estructurar el treball de l'alumne

L'alumne ha de seguir les indicacions de l'equip de professors i especialment seguir les recomanacions de la Guia de l'estudiant.

## 2. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<b>Artística i de la Creativitat:</b> <i>Creativitat</i>	Aplicar el pensament creatiu en la creació del missatge publicitari i en el seu desenvolupament.  Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores.
<b>Científica:</b> <i>Anàlisi i síntesi; i Operar amb rigor científic</i> <i>Anàlisi i valoració</i>	Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
<b>De desenvolupament:</b>	Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

Capacitat d'autoaprenentatge autònom i continu; i Investigació	
----------------------------------------------------------------	--

## Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Temes 1 i 2	30% de la nota final.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individualment, resolució de problema de conceptualització i de treball amb els elements formals basats en diversos "briefings" de clients reals o ficticis que es passaran a classe.</li> <li>- Tutoria/Entrevista amb l'equip docent.</li> <li>- Els treballs formaran part del book final de l'alumne.</li> </ul>
Tema 3	30% de la nota final.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En grup, Treball col·laboratiu d'investigació sobre algun dels aspectes de la direcció d'art publicitària.</li> <li>- Tutoria/Entrevista amb l'equip docent.</li> <li>- Un extracte del treball formarà part del book final de l'alumne.</li> </ul>
Tema 4	40% de la nota final	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activitats pràctiques per el desenvolupament creatiu, realitzades individualment.</li> <li>- Tutoria/Entrevista amb l'equip docent.</li> <li>- Els treballs formaran part del book final de l'alumne.</li> </ul>





### 5. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i

#### Objectius en relació a les competències.

*Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .*

- Demostrar les habilitats i coneixements necessaris per desenvolupar gràficament idees publicitàries amb la màxima eficàcia i eficiència.
- Demostrar els màxims coneixements dels elements que es consideren propis de la direcció d'art i del disseny gràfic publicitari per utilitzar-los d'una manera tècnicament correcta, eficaç i eficient.
- Demostrar solvència en l'estructuració de missatges publicitaris des de la perspectiva formal tot experimentant amb la construcció de peces gràfiques visuals i audiovisuals.

les competències seleccionades

### 6. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

Competència	Indicador específic de la competència
<b>Artístic i de la Creativitat:</b> <i>Creativitat</i>	Aplicar el pensament creatiu en la creació del missatge publicitari i en el seu desenvolupament.  Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores.
<b>Científica: Anàlisi i síntesi; i Operar amb rigor científic</b> <i>Anàlisi i valoració</i>	Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
<b>De desenvolupament:</b> <i>Capacitat d'autoaprenentatge autònom i continu; i Investigació</i>	Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

### 7. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>3</sup>

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	2	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	1	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	1	

<sup>3</sup> Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Avaluació	1	
▪ Coordinació entre professors	1	
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	1	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final	0	
▪ Debat / Seminari	0	
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	2	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	1	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	2	
▪ Preparar l'avaluació	1	
▪ Autoavaluació	,30	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	,30	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).	Exposició escrit i oral	

**8. Avaluació vers els objectius establerts:** compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

x Molt

□ Força

□ Poc

□ Gens





### 5. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

#### Objectius en relació a les competències.

*Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .*

a. Demostrar els màxims coneixements dels elements que es consideren propis de la direcció d'art i del disseny gràfic publicitari per utilitzar-los d'una manera tècnicament correcta, eficaç i eficient.

b. Demostrar conèixer i analitzar els corrents i les tendències del disseny gràfic i de comunicació publicitària que marquen les grans línies de la publicitat actual.

### 6. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

Competència	Indicador específic de la competència
<b>Artístic i de la Creativitat:</b> <i>Creativitat</i>	Aplicar el pensament creatiu en la creació del missatge publicitari i en el seu desenvolupament.  Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores.
<b>Científica:</b> <i>Anàlisi i síntesi; i Operar amb rigor científic</i> <i>Anàlisi i valoració</i>	Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
<b>De desenvolupament:</b> <i>Capacitat d'autoaprenentatge autònom i continu; i Investigació</i>	Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

### 7. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>6</sup>

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	3	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	2	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	10	
▪ Avaluació	5	
▪ Coordinació entre professors	1	
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	3	

<sup>6</sup> Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Classes dirigides	1	
▪ Tutories individual/grupal	10	
▪ Exposició final	0	
▪ Debat / Seminari	0	
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	10	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	2	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	20	
▪ Preparar l'avaluació	5	
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	2	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).	Treball escrit i oral	

**8. Avaluació vers els objectius establerts:** compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

Força

Poc

Gens

**Fitxa d'activitat docent****1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Conceptualització i Direcció d'art del missatge publicitari** \_\_\_\_\_

Tema, mòdul o unitat 4

Nom de l'activitat **Concepte i Aspecte** \_\_\_\_\_**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

- 
- a. Desenvolupar la tasca de director d'art tot desenvolupant un concepte en una forma publicitària eficient.
  - b. Demostrar tenir criteris de defensa y millora dels objectes creats.
- 

- **Metodologia:** *Individual* *grupal* *X*

**3. Tipus de recursos necessaris**

- a. Exemples de classe
- b. Bibliografia de l'assignatura
- c. Recursos externs (Internet, campanyes en curs, etc.)

Període i dates de presentació: Segons la guia de l'estudiant \_\_\_\_\_

Avaluació: Entrega dels materials \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Pes:<sup>7</sup> 40% \_\_\_\_\_**4. Distribució de Competències a desenvolupar** (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>8</sup>

- *Creativitat*
- *Científica*
- *De desenvolupament*

**5. Objectius en relació a la competència.** (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)Objectius en relació a les competències.*Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .*<sup>7</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura<sup>8</sup> Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

- a. Demostrar les habilitats i coneixements necessaris per desenvolupar gràficament idees publicitàries amb la màxima eficàcia i eficiència.
- b. Demostrar els màxims coneixements dels elements que es consideren propis de la direcció d'art i del disseny gràfic publicitari per utilitzar-los d'una manera tècnicament correcta, eficaç i eficient.
- c. Demostrar conèixer i analitzar els corrents i les tendències del disseny gràfic i de comunicació publicitària que marquen les grans línies de la publicitat actual.
- d. Demostrar solvència en l'estructuració de missatges publicitaris des de la perspectiva formal tot experimentant amb la construcció de peces gràfiques visuals i audiovisuals.

**6. Indicadors d'observació de les competències.** (què observar en l'avaluació de cada competència)

Competència	Indicador específic de la competència
<b>Artístic i de la Creativitat:</b> <i>Creativitat</i>	Aplicar el pensament creatiu en la creació del missatge publicitari i en el seu desenvolupament.  Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores.
<b>Científica:</b> <i>Anàlisi i síntesi; i Operar amb rigor científic</i> <i>Anàlisi i valoració</i>	Validar i verificar les idees, formes i conceptes.
<b>De desenvolupament:</b> <i>Capacitat d'autoaprenentatge autònom i continu; i Investigació</i>	Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

**7. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>9</sup>**

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	8	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	2	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	2	
▪ Avaluació	15	

<sup>9</sup> Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Coordinació entre professors	3	
<b>Hores d'aula</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	3	
<b>Codi de temps assignatura</b>		

▪ Classes dirigides	5	
▪ Tutories individual/grupal	20	
▪ Exposició final	0	
▪ Debat / Seminari	3	
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	10	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	5	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	20	
▪ Preparar l'avaluació	3	
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	3	
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals).	Treball escrit i oral	

**8. Avaluació vers els objectius establerts:** compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

x Molt

□ Força

□ Poc

□ Gens

Nom professor	Assignació (%)	Hores d'alumne (100)	Hores setmanals (19 setmanes)	Codi*
Ensenyament directe presencial (mitjançant la intervenció oral, materials, problemes, etc.) del professor de la matèria a classe.	50	50	2,63	C
Laboratori, pràctiques, pràcticum, etc.	0	0	0,00	A
Elaboració dels informes de laboratori, de pràctiques, resolució dels problemes, etc.	0	0	0,00	A
Tutoria amb el professor/ra, individual, presencial o virtual (Campus virtual o altres modalitats)	0	0	0,00	A
Tutoria amb el professor/ra en grup, presencial o virtual	0	0	0,00	A
Sortides, treball de camp (temps de desplaçament inclòs)	0	0	0,00	A
Treball d'estudi autònom, individual	40	40	2,11	C
Treball d'estudi autònom, en grup	0	0	0,00	A
Buscar materials, documentació diversa, confeccionar dossiers de treball preparatoris per l'estudi.	1	1	0,05	A
Elaboració física dels treballs, presentacions, etc.	0	0	0,00	A
Seminaris, fòrums relacionats amb la matèria, en els quals has participat.	0	0	0,00	A
Avaluació (fer la preparació i temps previst per les proves)	9	9	0,47	A
<b>TOTALS</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>5,26</b>	

**NOM ASSIGNATURA** *Conceptualització i direcció d'art del missatge publicitari*

Magistral	En grup	Individual	Proves	TOTALS
50,0	0,0	41,0	9,0	100

\*Cap, A; Entre 1 i 2hores, B; Entre 3 i 4 hores, C; Entre 5 i 6 hores, D; Entre 7 i 8 hores, E.

**NOM ASSIGNATURA** *Conceptualització i direcció d'art del missatge publicitari*

Codi	Aules i Espais*	Activitat**	Professorat** Tipologia	Observacions***
	<i>Aules convencionals</i> x	Classes de teoria		
	<i>Aules polivalents</i> X <i>(Aules informatitzades)</i>	Realització dels treballs pràctics		
	<i>Aules laboratori</i> □			
	<i>Seminaris</i> □			
	<i>Despatx d'atenció individual a alumnes</i> x	Avaluació i hores d'atenció a l'alumne		

\* Indicar la mena d'espais que seran necessaris

\*\* Indicar en els casos pertinents

\*\*\* Indicar les necessitats tecnològiques especials o específiques en els casos pertinen