

Disseny en Publicitat i Relacions Públiques

2015/2016

Codi: 103144

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	2	1

Professor de contacte

Nom: Daniel Tena Parera

Correu electrònic: Daniel.Tena@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Equip docent

Ana Isabel Entenza Rodríguez

David Badajoz Dávila

Prerequisits

No s'han descrit.

Objectius

Aplicar els coneixements de la publicitat i de les relacions públiques en l'organització de la informació i en la comunicació en els medis gràfics.

Transmetre informació a través dels missatges gràfics.

Utilitzar els elements formals i adaptar els missatges gràfics tenint en compte els destinataris de la informació.

Formar professionals de la publicitat i de les relacions públiques preparats en organitzar la informació en els mitjans gràfics.

Descobrir les funcions de creativitat, disseny i producció de peces publicitàries.

Introduir els coneixements bàsics vinculats a la direcció creativa respecte al disseny de peces de comunicació publicitària i de les relacions públiques.

Introduir els coneixements bàsics vinculats a la direcció d'art respecte al disseny de peces de comunicació publicitària i de les relacions públiques.

Competències

- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Demostrar que coneix les teories de la composició fotogràfica.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària.
- Gestionar creativament la comunicació persuasiva.
- Utilitzar les diferents teories i tècniques de composició gràfica de textos.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
2. Classificar les teories estètiques i tècniques que intervenen en el disseny gràfic i la direcció d'art en publicitat.
3. Distingir els principis fonamentals de la relació dialèctica entre repetibilitat i originalitat-innovació.
4. Donar respostes creatives als problemes de comunicació de l'anunciant, tenint en compte les limitacions pressupostàries que condicionen una campanya.
5. Identificar els aspectes més significatius de la tradició fotogràfica publicitària.
6. Identificar els principis fonamentals de la notorietat i la diferència significativa.
7. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
8. Utilitzar les tècniques d'enquadrament, exposició i edició de la imatge fotogràfica.

Continguts

TEMA 1. PROCEDIMENTS

Bloc 1 Subjectes i Objectes

1. La direcció creativa i la idea creativa
2. La direcció d'art i la idea formal
3. Normes de correcció

Bloc 2 Art Final

1. Procés
2. Materials
3. Especificacions
4. Costos

TEMA 2. ELEMENTS

Bloc 3 Arquitectura Gràfica

1. Tipometria
2. Components
3. Variables

Bloc 4 Color

1. Espais color
2. Expressió
3. Ús i Reproducció

Bloc 5 Tipografia

1. Tipologia
2. Expressió
3. Ús i Reproducció

Bloc 6 Gràfics

1. Tipologia
2. Expressió
3. Ús i Reproducció

TEMA 3. FONAMENTS

Bloc 7 Fonamentació del disseny

1. Concepte de disseny
2. Standard
3. Teorització del disseny
4. Entipologia

Bloc 8 Estètica Gràfica

1. Aprehensió formal: Sensibilitat i Percepció
2. Orgànica i Inorgànica
3. Missatge Gràfic
4. Estat Estètic

Metodologia

Activitats formatives en crèdits ECTS, la seva metodologia d'ensenyament-aprenentatge i la seva relació amb les competències que ha d'adquirir els estudiant.

Activitats formatives	%ECTS; hores	Metodologia Ensenyament-Aprenentatge	Competències
Dirigida			
Classes Teòriques	10%; 15h.	Classes magistrals	CE6,
Seminaris	10%; 15 h.	Treball en grupo d'un tema o activitat específica.	CT3
Pràctiques en el Laboratori	15%; 22,5h.	Activitats amb equipament especialitzat en grups.	CE11, CE14, CE23
Supervisada			
Tutories	5%; 7,5h.	Activitats presencials individuals o en grupo orientades al desenvolupament dels coneixements en situacions pràctiques i resolució de problemes d'aprenentatge.	CE11, CE23
Autónoma			
Lectura, anàlisi i síntesi de textos, preparació i realització de treballs.	55%; 82,5h.	Lectura comprensiva de textos i estudi, recensions, assajos, bibliogràfics i realització d'esquemes, mapes conceptuals i resums...	CE5, CE6, CE11

Avaluació

Activitats d'avaluació	5%; 7,5h.	Expressió dels coneixements oral o escrita.	CE5, CE6, CE11
------------------------	-----------	---	----------------

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Teoria	15	0,6	3
Treballs	37,5	1,5	1, 2, 4, 5, 7, 8
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5, 8
Tipus: Autònomes			
Treballs	82,5	3,3	2, 3, 4, 7

Avaluació

Les competències d'aquesta assignatura són avaluades segons els següents sistemes d'avaluació:

- a) Exàmens a través de proves escrites que els estudiants han de desenvolupar individualment (20%: publicitat i estat estètic 10% + producte 10%);
- b) Treballs consistents en la resolució d'activitats pràctiques (65%: la resta d'activitats no incloses en a i c);
- c) avaluació de les intervencions dels estudiants en activitats en seminaris i demostració oral del seu aprenentatge (15%: Terminologia 5% + Llibre d'estil 10 %).

A més, els estudiants han de fer el seguiment de l'assignatura segons les indicacions docents i dels materials addicionals de l'assignatura:

1. Cronograma (es detallen les activitats docents, el lloc, els lliuraments, etc.)
2. Índex carpeta de l'estudiant (on consten totes les activitats, les dates d'entrega, la ponderació, etc.)
3. Fitxa de cadascuna de les activitats. (descripció de l'activitat i la rúbrica de la seva avaluació)
4. Guia de l'assignatura (amb els detalls per facilitar l'aprenentatge de l'estudiant)
5. Materials d'estudi i aprenentatges específics.

Les activitats tenen caràcter obligatori (80% de la nota de l'assignatura: 10 activitats de 13) o bé no obligatori (20% de la nota de l'assignatura: 3 activitats de 13). Per superar l'assignatura cal tenir superades (com a mínim amb un cinc) totes les obligatòries. En canvi, les de caràcter no obligatori poden no ser realitzades o quedar suspeses, si és el cas. En cas que l'estudiant no faci el lliurament en primera entrega de les activitats de caràcter no obligatori, s'entendrà que renuncia a ser avaluat d'aquestes activitats i en conseqüència la nota

final de l'assignatura no podrà assolir el 100%. En canvi, els estudiants que facin el lliurament en primera entrega, tindrà el seguiment docent corresponent i seran avaluats també, en funció del nombre d'activitats de caràcter no obligatori lliurades (només una, dues o les tres).

Per aquells estudiants que no superin l'assignatura en avaluació continuada, tinguin alguna activitat obligatòria no superada al final del període docent, o bé estiguin en condicions reals de millorar la seva qualificació final (en aquest darrer cas, caldrà valorar les opcions i posar-se d'acord amb el docent responsable de l'assignatura de manera prèvia) s'estableix un període addicional de reavaluació (veure cronograma). En aquesta reavaluació l'estudiant haurà de presentar totes les activitats realitzades durant el curs, incloïdes les ja superades fins el moment en el book final de manera que permetin observar els indicis de la superació mínima de les competències treballades en l'assignatura de manera global, o bé la millora d'aquelles que permetin una millora real de la nota final. Passada aquesta data, si no s'ha superat l'assignatura, l'estudiant haurà de repetir-la.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
1. Terminologia	5	0,5	0,02	7
10. Mixte	10	0,5	0,02	1, 2, 8
11. Manual: Llibre d'estil	10	0,5	0,02	2, 8
12. Pàgines: Home i Land Pages	10	1	0,04	1, 2, 8
13. Book	5	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
2. Publicitat i Estat Estètic	10	0,5	0,02	3, 5, 6
3. Impremta i Mostres	5	0,5	0,02	4, 7
4. Producte	10	0,5	0,02	4
5. Peça publicitària. Replanteig	5	0,5	0,02	1, 2, 7, 8
6. Nom: nom comercial	5	0,5	0,02	1, 2, 5, 8
7. Tipografia: Textual	10	0,5	0,02	1, 2, 8
8. Gràfics	5	0,5	0,02	1, 2, 8
9. Visual	10	0,5	0,02	1, 2, 8

Bibliografia

Landa, Robin (2004) El diseño en la publicidad. Anaya Multimedia. Madrid

Buzzard, Nick. (1991) Cómo combinar y elegir colores para el diseño gráfico. Gustavo Gili. Barcelona.

Colyer, Martin. (1999) Cómo encargar ilustraciones. Gustavo Gili. BCN.

Gordon, Maggie/Dodd, Eugenie. (1994) Tipografía decorativa. Gustavo Gili. Barcelona.

Lewandowsky, P./Zeischegg, F. (2005) Guía de diseño digital. Parramón. BCN

March, Marion. (1988) Tipografía creativa. Gustavo Gili. Barcelona.

Marshall, Hugh. (1990) Diseño fotográfico. Gustavo Gili. Barcelona 90.

Pape, Ian. (1992) Cómo combinar y elegir tipografía para el diseño gráfico. Gustavo Gili. Barcelona.

Swann, Alan. (1990) Como diseñar retículas. Gustavo Gili. Barcelona.

Tena, Daniel (2005) Diseño Gráfico y Comunicación. Pearson Prentice Hall. Madrid.

Tena, Daniel (2011) Diseñar para comunicar. Editorial Bosch. Barcelona.