

Disseny en Publicitat i Relacions Públiques

Codi: 103144

Crèdits: 6

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

Professor de contacte

Nom: Daniel Tena Parera

Correu electrònic: Daniel.Tena@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

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. FONAMENTS

Bloc 3 Fonamentació del disseny

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

Bloc 4 Estètica Gràfica

- 1 Aprehensió formal: Sensibilitat i Percepció
- 2 Orgànica i Inorgànica
- 3 Missatge Gràfic

4 Estat Estètic

TEMA 3. ELEMENTS

Bloc 5 Arquitectura Gràfica

- 1 Tipometria
- 2 Components
- 3 Variables

Bloc 6 Color

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

Bloc 7 Tipografia

- 1 Tipologia
- 2 Expressió
- 3 Ús i Reproducció

Bloc 8 Gràfics

- 1 Tipologia
- 2 Expressió
- 3 Ús i Reproducció

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 grup orientades al desenvolupament dels coneixements en situacions pràctiques i resolució de problemes d'aprenentatge.	CE11, CE23
----------	-----------	--	------------

Autònoma

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:

- Exàmens a través de proves escrites que els estudiants han de desenvolupar individualment (40%);
- Treballs consistents en la resolució d'activitats pràctiques o teòriques (50%: 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 (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 (seqüència de les sessions docents durant el curs: hores, aules, lliuraments...).
2. Fitxa d'activitats (descripció de les activitats a realitzar i les rúbriques per la seva avaluació).
3. Guia de l'assignatura (detalls del desenvolupament de l'assignatura i les normes específiques del seu funcionament).
4. Materials d'estudi i aprenentatges específics.

Les activitats tenen caràcter obligatori i poden orientar-se a la teoria (Teorització gràfica) o a la pràctica (reste d'activitats d'avaluació). Per superar l'assignatura cal tenir superades totes les activitats (com a mínim amb un cinc).

Els alumnes que hagin participat de l'avaluació continuada i suspenguin la prova teòrica podran recuperar-la sempre que hagin obtingut una nota mínima de 3 punts i hagin realitzat la revisió ordinària. Si es dóna aquest cas, l'estudiant s'haurà de presentar a la prova de reavaluació consistent en la realització d'un treball teòric individual segons un guió establert pel docent.

Respecte de les activitats pràctiques no superades, també poden recuperar-se lliurant-les de nou segons les indicacions docents. Si el lliurament es fa en dues setmanes des del dia de la devolució de l'activitat revisada, la nota màxima assolible serà del 75% del valor assignat. També es pot fer el lliurament a final de curs segons les indicacions docents. En aquest darrer cas, la nota màxima assolible d'aquestes proves serà del 50% del valor assignat.

Aquells estudiants que estiguin en condicions reals de millorar la seva qualificació final (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, incloses 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
Book	5	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Campanya Gràfica Publicitària: Disseny WEB i Packaging	10	1	0,04	1, 2, 8
Manual d'Imatge d'Organitzacions (MIO): Disseny Logotip i Aplicacions	10	0,5	0,02	2, 8
Peça Gràfica Publicitària: Mixte	10	0,5	0,02	1, 2, 8
Peça Gràfica Publicitària. Replanteig	5	0,5	0,02	1, 2, 7, 8
Peça Gràfica Publicitària: Textual (tipografia)	10	0,5	0,02	1, 2, 8
Peça Gràfica Publicitària: Visual (gràfics).	10	0,5	0,02	1, 2, 8
Teorització Gràfica	40	3	0,12	2, 3, 4, 6, 7, 8

Bibliografía

- 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.
- Tena, Daniel (en prensa) Diseño Gráfico Publicitario. Editorial Síntesis. Madrid.