

Diseño en Publicidad y Relaciones Públicas

Código: 103144
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OB	2	1

Contacto

Nombre: Ana Isabel Entenza Rodríguez
Correo electrónico: Annalsabel.Entenza@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Marta Carrete Marin
David Badajoz Dávila

Prerequisitos

No se han descrito.

Objetivos y contextualización

Aplicar los conocimientos de la publicidad y de las relaciones públicas en la organización de la información y en
Transmitir información a través de los mensajes gráficos.
Utilizar los elementos formales, y adaptar los mensajes gráficos, teniendo en cuenta el contexto.
Formar profesionales de la publicidad y de las relaciones públicas para que sean capaces de:
Descubrir las funciones de creatividad, diseño y producción de piezas publicitarias.
Introducir los conocimientos básicos vinculados a la dirección creativa y de arte.
Introducir los conocimientos básicos vinculados a la dirección de arte y de diseño.

Competencias

- Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
- Demostrar que conoce la estructura y funciones del contexto tecnológico que interviene en el proceso de la comunicación publicitaria.
- Demostrar que conoce las características narrativas y expresivas de un mensaje publicitario creativo.
- Demostrar que conoce las teorías de la composición fotográfica.
- Gestionar creativamente la comunicación persuasiva.
- Utilizar las distintas teorías y técnicas de composición gráfica de textos.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
2. Clasificar las teorías estéticas y técnicas que intervienen en el diseño gráfico y la dirección de arte en publicidad.
3. Dar respuestas creativas a los problemas de comunicación del anunciante, teniendo en cuenta las limitaciones presupuestarias que condicionan una campaña.
4. Distinguir los principios fundamentales de la relación dialéctica entre repetibilidad y originalidad-innovación.
5. Identificar los aspectos más significativos de la tradición fotográfica publicitaria.
6. Identificar los principios fundamentales de la notoriedad y la diferencia significativa.
7. Utilizar las técnicas de encuadre, exposición y edición de la imagen fotográfica.
8. Utilizar los instrumentos tecnológicos de la composición y edición de mensajes gráficos.

Contenido

TEMA 1. PROCEDIMIENTOS

Bloque 1 Sujetos y Objetos

- 1 La dirección creativa y la idea creativa
- 2 La dirección de arte y la idea formal
- 3 Normas de corrección

Bloque 2 Arte Final

- 1 Proceso
- 2 Materiales
- 3 Especificaciones
- 4 Costes

TEMA 2. FUNDAMENTOS

Bloque 3 Fundamentación del diseño

- 1 Concepto de diseño
- 2 Standard
- 3 Teorización del diseño
- 4 Entipología

Bloque 4 Estética Gráfica

- 1 Aprehensión formal: Sensibilidad y Percepción
- 2 Orgánica e Inorgánica
- 3 Mensaje Gráfico
- 4 Estado Estético

TEMA 3. ELEMENTOS

Bloque 5 Arquitectura Gráfica

- 1 tipómetro
- 2 Componentes
3. El espacio gráfico

Bloque 6 Color

- 1 Espacios color
- 2 Expresión

3 Uso cultural

4 Reproducción

Bloque 7 Tipografía

- 1 Tipología
- 2 Expresión
- 3 Uso y Reproducción

Bloque 8 Gráficos

- 1 Tipología
- 2 Expresión
- 3 Uso y Reproducción

Metodología

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que ha de adquirir el alumnado

Actividades formativas	%ECTS; horas	Metodología enseñanza-aprendizaje	Competencias
Dirigida			
Clases Teóricas	10%; 15h.	Clases magistrales	CE6,
Seminarios	10%; 15 h.	Trabajo en grupo de un tema o actividad específica.	CT3
Prácticas en Laboratorio	15%; 22,5h.	Actividades con equipo especializado en grupos.	CE11, CE14, CE23
Supervisada			
Tutorías	5%; 7,5h.	Actividades presenciales individuales o en grupo orientadas al desarrollo del conocimiento en situaciones prácticas y resolución de problemas de aprendizaje.	CE11, CE23
Autónoma			
Lectura, análisis y síntesis de textos, preparación y realización de trabajos.	55%; 82,5h.	Lectura comprensiva de textos y estudio, recensiones, ensayos, bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales i resúmenes...	CE5, CE6, CE11

Avaluación

Actividades de evaluación	5%; 7,5h.	Expresión de conocimientos, oral o escrita.	CE5, CE6, CE11
---------------------------	-----------	---	----------------

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Teoría	15	0,6	4
Trabajos	37,5	1,5	1, 2, 3, 5, 8, 7
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	1, 2, 4, 3, 5, 7
Tipo: Autónomas			
Trabajos	82,5	3,3	2, 4, 3, 8

Evaluación

Las competencias de esta asignatura son evaluadas según los siguientes sistemas:

- Exámenes a través de pruebas escritas que el alumnado debe desarrollar.
 - Trabajos consistentes en la resolución de actividades prácticas o teóricas.
- Además, el alumnado tiene que hacer el seguimiento de la asignatura según:
- Cronograma (secuencia de las sesiones docentes durante el curso: horas).
 - Ficha de actividades (descripción de las actividades a realizar y las rúbricas).
 - Guía de la asignatura (detalles del desarrollo de la asignatura y las normas).
 - Materiales de estudio y aprendizajes específicos.

Las actividades tienen carácter obligatorio y pueden orientarse a la teoría (teorización gráfica) o a la práctica (resolución de problemas). La parte del alumnado que haya participado de la evaluación continua, y

Respecto de las actividades prácticas no superadas, se pueden recuperar en dos momentos: entregándolas otra vez o en el momento de la evaluación final.

Aquella parte del alumnado que esté en condiciones reales de mejorar su calificación final (deberá valorar las opciones de recuperación).

ALUMNADO NO EVALUADO

Se considerará que el alumnado no puede ser evaluado cuando concurra:
- Cuando no se hayan realizado un mínimo de 2/3 partes del total de las

- Cuando las entregas de los trabajos no se efectúen de acuerdo con el
- Cuando el profesorado detecte indicios de copia o plagio en las actividades

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Book	5	1	0,04	1, 2, 4, 3, 5, 6, 8, 7
Campaña Gráfica Publicitaria: Diseño WEB y Packaging	10	1	0,04	1, 2, 7
Manual de Imagen de Organizaciones (MIO): Diseño Logotipo y Aplicaciones	10	0,5	0,02	2, 7
Pieza Gráfica Publicitaria. Precisión	5	0,5	0,02	1, 2, 8, 7
Pieza Gráfica Publicitaria: Mixta	10	0,5	0,02	1, 2, 7
Pieza Gráfica Publicitaria: Textual (tipografía)	10	0,5	0,02	1, 2, 7
Pieza Gráfica Publicitaria: Visual (gráficos).	10	0,5	0,02	1, 2, 7
Teorización Gráfica	40	3	0,12	2, 4, 3, 6, 8, 7

Bibliografía

- Landa, Robin (2004) *El diseño en la publicidad*. Anaya Multimedia. Madrid
- Blanchard, Gérard (1990). *La letra*. CEAC, Barcelona
- Buzzard, Nick. (1991) *Cómo combinar y elegir colores para el diseño gráfico*. Gustavo Gili. Barcelona.
- Colyer, Martin. (1999) *Cómo encargar ilustraciones*. Gustavo Gili. BCN.
- Lewandowsky, Pina /Zeischegg, Francis (2005) *Guía práctica 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.
- Perfect, Christopher (1994). *Guía completa de la tipografía*. Blume. Barcelona
- Tena, Daniel (2005) *Diseño Gráfico y Comunicación*. Pearson Prentice Hall. Madrid.
- , (2011) *Diseñar para comunicar*. Editorial Bosch. Barcelona.
- , (2017) *Diseño Gráfico Publicitario*. Editorial Síntesis. Madrid.
- West, Suzanne (1991). *Cuestión de Estilo*. ACK Publish, Madrid.