

**Diseño en Publicidad y Relaciones Públicas**

Código: 103144  
Créditos ECTS: 6

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

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

## Contacto

Nombre: Ana I. 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

Jordi Colet Ruz

## 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 profesionales de la publicidad y de las relaciones públicas para comunicarlos de forma efectiva.  
Descubrir las funciones de creatividad, diseño y producción de piezas publicitarias.  
Introducir los conocimientos básicos vinculados a la dirección creativa de la publicidad.  
Introducir los conocimientos básicos vinculados a la dirección de arte de la publicidad.

## 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 anunciantre, 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. Elaborar ideas creativas de venta.
6. Identificar los aspectos más significativos de la tradición fotográfica publicitaria.
7. Identificar los principios fundamentales de la notoriedad y la diferencia significativa.
8. Utilizar las técnicas de encuadre, exposición y edición de la imagen fotográfica.
9. Utilizar los instrumentos tecnológicos de la composición y edición de mensajes gráficos.

## **Contenido**

### TEMA 1. PROCEDIMIENTO

#### Bloc 1 Sujetos i Objetos

1. La dirección creativa y la idea creativa
2. La dirección de arte y la idea formal
3. Estructuración del mensaje visual

#### Bloc 2 Producción

1. Edición
2. Proceso de producción
3. Normas de compaginación
4. Normas de corrección
5. Soportes y casados
6. Impresión
7. Postimpresión y costos
8. Formas web

### TEMA 2. ELEMENTOS

#### Bloc 3 Tipometría

1. Componentes
2. Variables

#### Bloc 4 Tipografía

1. Expresión formal: grafismos i contragrafismos
2. Variables de la tipografía
3. Tipología

#### Bloc 5 Color

1. Espacios de color
2. Expresión
3. Uso y Reproducción

#### Bloc 6 Gráficos

1. Variables
2. Tipología
3. Expresión

## Bloc 7 Arquitectura gráfica

1. Estrategia formal
2. Texto e imagen: visualización
3. Retórica visual
4. La forma percibida

## TEMA 3. FUNDAMENTOS

### Bloc 8 Fundamentación del diseño

1. Teorización del diseño
2. Concepto de diseño y movimientos

### Bloc 9 Estética Gráfica

1. Orgánica e Inorgánica
2. Comunicación Gráfica

## 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
<hr/>			
<i>Dirigida</i>			
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
<hr/>			
<i>Supervisada</i>			
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
<hr/>			
<i>Autónoma</i>			

---

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
--	-------------	--	----------------

---

### Evaluación

---

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

---

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Teoría	15	0,6	4
Trabajos	37,5	1,5	1, 2, 3, 6, 9, 8
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	7,5	0,3	1, 2, 4, 3, 6, 8
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Trabajos	82,5	3,3	2, 4, 3, 9

## Evaluación

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las

La asignatura consta de las actividades de evaluación:

1. Actividad Examen, 40% sobre la calificación final
  
2. Actividades teórico prácticas 60% sobre la calificación final
  - 2.1 Actividad Portafolio 5%
  
  - 2.2 Aplicaciones MIV 20%

2.3 Manual de Imagen Visual (MIV) 15%

2.4 Pieza Gráfica Publicitaria: Textual (tipografía) 10%

2.5 Pieza Gráfica Publicitaria: Visual (gráficos) 10%

Para poder aprobar la asignatura, habrá que obtener una nota mínima de 5 en cada una de las actividades

Además, el alumnado tiene que hacer el seguimiento de la asignatura según las indicaciones docentes y los ma

1. Cronograma (secuencia de las sesiones docentes durante el curso: horas, aulas, entregas ...).

2. Ficha de actividades (descripción de las actividades a realizar y las rúbricas para su evaluación).

3. Guía de la asignatura (detalles del desarrollo de la asignatura y las normas específicas de su funcionamiento)

4. Materiales de estudio y aprendizajes específicos.

Las actividades tienen carácter obligatorio y pueden orientarse a la teoría (Teorización gráfica) o en la práctica (r

Proceso de recuperación

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades e

Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura, se habrá tenido que obtener la nota media de 3,5.

La parte del alumnado que haya participado de la evaluación continua, y suspenda la prueba teórica, podrá recu

Respecto de las actividades prácticas no superadas, se podrán recuperar entregándolas, de nuevo, en fecha ind

Si no se han hecho las 2/3 partes, los estudiantes podrán acogerse a la prueba de nivel que se realizará a final c

#### Segunda matrícula

En caso de segunda matrícula del alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en hacer

La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis

#### Alumnado no evaluado

Se considerará que el alumnado no puede ser evaluado cuando concurren algunas de estas circunstancias:

- Cuando no se hayan realizado un mínimo de 2/3 partes del total de las actividades evaluables.
- Cuando las entregas de los trabajos no se efectúen de acuerdo con el cronograma de la asignatura y las indica
- Cuando el profesorado detecte indicios de copia o plagio en las actividades.

#### Programación de la asignatura

**El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.**

#### Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
1. Pieza Gráfica Publicitaria: Visual (gráficos).	10	0,5	0,02	1, 2, 5, 8

2. Pieza Gráfica Publicitaria: Textual (tipografía)	10	0,5	0,02	1, 2, 5, 8
3. Manual de Imagen Visual (MIV)	15	1	0,04	2, 8
4. Aplicaciones MIV	20	1,5	0,06	1, 2, 5, 8
5. Teorización Gráfica	40	3	0,12	2, 4, 3, 7, 9, 8
6. Portafolio	5	1	0,04	1, 2, 4, 3, 6, 7, 9, 8

## 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.
- Mazzeo, Cecilia. *Diseño y sistema : bajo la punta del iceberg*. BUENOS AIRES, Ediciones Infinito, 2017  
<https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/uab/reader.action?docID=4870584>
- Pape, Ian. (1992) *Cómo combinar y elegir tipografía para el diseño gráfico*. Gustavo Gili. Barcelona.
- Perfect, Christopher (1994). *Guia completa de la tipografía*. Blume. Barcelona
- Puente Balsells, Ma Luz ; Francisco Viñals Carrera. *Grafología digital, tipográfica y del diseño visual*. Barcelona : Editorial UOC, abril 2019 [https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C\\_\\_Rb2083370?lang=cat](https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2083370?lang=cat)
- 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.