

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
María Leonor Balbuena Palacios

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 el sector creativo.
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 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. 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
4. Propuesta de plan de trabajo

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:
2. Variables de la tipografía
3. Uso y representación
4. Macro y mricrotipografía

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
<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
<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

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

Evaluación

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

El profesorado destinará aproximadamente unos 15 minutos de alguna clase a permitir que sus estudiantes pue

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

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

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 el profesorado detecte indicios de copia o plagio

Programación de la asignatura

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expo

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). *Guía 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
- 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.

Software

En la asignatura se emplearán los programas Affinity Publisher, Affinity Photo y, como herramienta de lectura, el Acrobat Reader.

El profesorado dedicará cinco y dos horas, respectivamente, en la formación de los dos primeros.

Paralelamente, el profesorado proveerá de recursos en línea para que el alumno pueda complementar su formación, si así lo considera, con dedicación ilimitada.