

Direcció d'Art

Codi: 103145
Crèdits: 6

| Titulació | Tipus | Curs | Semestre |
|--|-------|------|----------|
| 2501935 Publicitat i Relacions Públiques | OT | 4 | 2 |

Professor/a de contacte

Nom: Ana I. Entenza Rodriguez
Correu electrònic: annaisabel.entenza@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

Prerequisits

Es requereixen coneixements de disseny, i de programari de disseny (Indesign, Illustrator, Photoshop o similars). En aquest sentit, aquesta assignatura està vinculada als coneixements adquirits a "Disseny en Publicitat i Relacions Públiques" de manera específica i, de manera més general, a les diverses assignatures de la Matèria de Creativitat.

També està vinculada, en la mesura que n'és complementària, a l'assignatura de Projecte de Tercer "Creativitat en Publicitat i Relacions Públiques". Haver superat les assignatures prèvies de manera adequada, assegura la capacitat en Direcció d'Art.

Objectius

Objectiu general

Desenvolupar les estratègies creatives en mitjans gràfics per a la confecció de missatges publicitaris. Aquest objectiu general es concreta de manera que, en finalitzar l'assignatura, l'estudiant serà capaç de (objectius específics):

- Demostrar les habilitats i coneixements necessaris per desenvolupar gràficament idees publicitàries amb la màxima eficàcia i eficiència.
- Demostrar els màxims coneixements dels elements que es consideren propis de la direcció d'art, i del disseny gràfic publicitari, per utilitzar-los d'una manera tècnicament correcta, eficaç i eficient.
- Demostrar conèixer i analitzar els corrents i les tendències del disseny gràfic, i de la comunicació publicitària, que marquen les grans línies de la publicitat actual.
- Demostrar solvència en l'estructuració de missatges publicitaris, des de la perspectiva formal, experimentant amb la construcció de peces gràfiques visuals i audiovisuals.

Competències

- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi valorant l'impacte social, econòmic i mediambiental.
- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària.
- Demostrar que coneix les teories de la composició fotogràfica.

- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.
- Utilitzar les diferents teories i tècniques de composició gràfica de textos.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar críticament els principis, valors i procediments que regeixen l'exercici de la professió.
2. Analitzar les desigualtats per raó de sexe/gènere i els biaixos de gènere en l'àmbit de coneixement propi.
3. Analitzar una situació i identificar-ne els punts de millora.
4. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
5. Classificar les teories estètiques i tècniques que intervenen en el disseny gràfic i la direcció d'art en publicitat.
6. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
7. Explicar el codi deontològic, explícit o implícit, de l'àmbit de coneixement propi.
8. Identificar els aspectes més significatius de la tradició fotogràfica publicitària.
9. Identificar les implicacions socials, econòmiques i mediambientals de les activitats acadèmicoprofessionals de l'àmbit de coneixement propi.
10. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
11. Ponderar els riscos i les oportunitats de les propostes de millora tant pròpies com alienes.
12. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
13. Proposar noves maneres de mesurar l'èxit o el fracàs de la implementació de propostes o idees innovadores.
14. Proposar projectes i accions que incorporin la perspectiva de gènere.
15. Proposar projectes i accions viables que potenciïn els beneficis socials, econòmics i mediambientals.
16. Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
17. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
18. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.
19. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
20. Utilitzar les tècniques d'enquadrament, exposició i edició de la imatge fotogràfica.
21. Valorar com els estereotips i els rols de gènere incideixen en l'exercici professional.
22. Valorar l'impacte de les dificultats, els prejudicis i les discriminacions que poden incloure les accions o projectes, a curt o llarg termini, en relació amb determinades persones o col·lectius.

Continguts

Tema 1

Fonamentació de la DA

Perfil professional de la DA

Context acadèmic de la DA

Competències de la DA

Tema 2

Teorització de la DA

Brífling360
Conceptualització
Comunicació Visual
Visual Apple i Visual Attract
Codi Visual
Retòrica Visual
Representació Simbòlica

Tema 3

Metodologia de la DA
Tendències i Estils
Creativitat, Comunicació i Estètica
Pensament, Procés i Gestió de disseny
Mitjans de Representació i Producció
Avaluació i Validació

Metodologia

L'assignatura té un 45% de presencialitat i un 55% de treball autònom.

La part presencial de l'assignatura té tres parts bàsiques: Teoria, Seminaris i Pràctiques. La part de Teoria representa el 10% del temps d'aprenentatge, la de Seminaris el 10% i la de Pràctiques el 15% restant.

Teoria: Fonamentat en les explicacions teòriques en classe, l'estudi de la bibliografia proposada i l'estudi personal sobre l'objecte. CE5, CE6, CE11

Seminaris: Fonamentat en el treball de l'estudiant - en grup o individual - i la guia del professor per resoldre problemes de coneixement sobre l'objecte de l'assignatura. CE10, CT3

Pràctiques: Fonamentat en la realització d'exercicis o activitats concretes que permeten treballar les habilitats pròpies de l'assignatura. CE10, CE11, CE14, CE23

L'assignatura contempla també les tutories personalitzades 5% (CE10, CE11, CE23), el treball individual de l'estudiant (treball autònom) 55% (CE5, CE6, CE11) i l'avaluació 5% (CE5, CE6, CE10, CE11) que completen el total de 150 hores d'aprenentatge (6 crèdits).

El professorat haurà de destinar aproximadament uns 15 minuts d'alguna classe a permetre que els seus estudiants puguin respondre les enquestes d'avaluació de l'actuació docent i d'avaluació de l'assignatura o mòdul.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

| Títol | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|---------------------|-------|------|--------------------------|
| Tipus: Dirigides | | | |
| Seminaris | 15 | 0,6 | 4 |
| Teoria | 15 | 0,6 | |
| Treballs | 22,5 | 0,9 | 19 |
| Tipus: Supervisades | | | |
| tutories | 7,5 | 0,3 | |

| | | | |
|----------|------|-----|----|
| Treballs | 82,5 | 3,3 | 19 |
|----------|------|-----|----|

Avaluació

L'assignatura consta de diferents activitats d'avaluació:

A. Proves escrites (2), on caldrà on reunir i interpretar dades, transmetre informació, classificar les teories estèti

1. Direcció d'Art 10% de la nota sobre la qualificació final

2. Dossier d'Art 10% de la nota sobre la qualificació final

B. Diferents peces (7) on caldrà demostrar els coneixements, habilitats i actituds en la realització d'activitats conc

1. B/N 10% de la nota sobre la qualificació final

2. Color 15% de la nota sobre la qualificació final

3. Forma 10% de la nota sobre la qualificació final

4. Declinacions 10% de la nota sobre la qualificació final

5. 360 10% de la nota sobre la qualificació final

6. Campanya 15% de la nota sobre la qualificació final

7. Defensa 10% de la nota sobre la qualificació final

Per facilitar el seguiment i l'avaluació de l'estudiant, al campus virtual de l'assignatura són accessibles els segües

Procés de recuperació L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'act

Alumnat no avaluat Es considera que l'alumnat no pot ser avaluat quan concorrin algunes d'aquestes circumstàncies
Segona Matricula En cas de segona matrícula de l'alumnat podrà realitzar una única prova de síntesi que consistirà

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'

Programació de l'assignatura

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà

Activitats d'avaluació

| Títol | Pes | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|------------------------|-----|-------|------|---|
| 1. Blanc i Negre (b/n) | 10 | 1 | 0,04 | 2, 4, 6, 8, 9, 14, 15, 18, 19, 20, 21 |
| 2. Color | 15 | 1 | 0,04 | 2, 4, 6, 8, 9, 14, 15, 18, 19, 20, 21 |
| 3. Forma | 10 | 1 | 0,04 | 2, 4, 6, 9, 14, 15, 18, 19, 21 |
| 4. Declinacions | 10 | 1 | 0,04 | 3, 4, 8, 10, 12, 17, 19, 20 |
| 5. 360 | 10 | 0,5 | 0,02 | 2, 4, 9, 14, 15, 18, 19, 21 |
| 6. Direcció d'Art | 10 | 0,5 | 0,02 | 5, 6, 16, 18 |
| 7. Dossier d'Art | 10 | 0,5 | 0,02 | 4, 5, 6, 16, 18 |
| 8. Campanya | 15 | 1 | 0,04 | 1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22 |
| 9. Defensa | 10 | 1 | 0,04 | 1, 3, 4, 7, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 18, 22 |

Bibliografia

- Barry Pete (2008). *The advertising concep Book*. Thames & Hudson London.
- Blackwel, Lewis (1992) *La Tipografía del siglo XX*. GG. Barcelona
- Berzbach, Frank (2013) *Psicología para creativos*. Gustavo Gili. Barcelona
- Bhaskaran, Lakshmi (2007). *El diseño en el tiempo*. Blume. Barcelona
- Burtenshaw, Ken/ Mahon, Nik / Barfoot, Caroline (2007) *Principios de publicidad*. GG. Barcelona.
- Cesar Newton. (2002) *Direção de arte*. Editorial Futura. Brasil
- Clavera Anna, (2007) *De lo bello de las Cosas*. GG. Barcelona.
- Contreras Fernando R. /San Nicolás Romera, César (2001) *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Ediciones Blur.
- Landa, Robin (2011). *Diseño gráfico y publicidad*. Anaya, Madrid
- Mazzeo, Cecilia. *Diseño y sistema : bajo la punta del iceberg*. BUENOS AIRES, Ediciones Infinito, 2017
<https://ebookcentral-proquest-com.ure.uab.cat/lib/uab/reader.action?docID=4870584>
- Philips Peter L. (2004) *Cómo crear el brief de diseño perfecto*. Divone Eggs Publicicaciones. 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
- Quarante, Danielle (1992). *Diseño Industrial 1*. CEAC. Barcelona
- Quarante, Danielle (1992). *Diseño Industrial 2*. CEAC. Barcelona
- Roca, David (2001) "Una manifestación de la creatividad en publicidad: la dirección de arte". En *Creatividad y Comunicación* núm. 6. 2001
- Rom, Josep (2006) *Del disseny gràfic a la publicitat*. Trípodus. Barcelona.
- Rom, Josep (2006) *Sobre la direcció d'art*. Trípodus. Papers d'estudi. Barcelona
- Satué, Enric (1992) *El diseño gráfico*. Alianza Editorial. Madrid
- Tena, Daniel (2017) *Diseño gráfico publicitario*. Editorial Síntesis. Madrid.
- White, Alex W. (2009) *The elements of graphic design*. Allwort press. New York.

Programari

A l'assignatura s'utilitzarà el programari Affinity (Publisher, Designer, Photo) o programari similar.

Igualment, l'alumnat pot utilitzar altres programes, prèvia comunicació i acord amb el professorat.