Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

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: Patricia Lazaro Pernias

Correo electrónico: patricia.lazaro@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consutarlo a través de este enlace. Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Equipo docente

Maria Leonor Balbuena Palacios

Jordi Olive Calvo

Prerrequisitos

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 la comunicación de los medios gráficos.
Transmitir información a través de los mensajes gráficos.
Utilizar los elementos formales, y adaptar los mensajes gráficos, teniendo en cuenta los destinatarios de la información.
Formar profesionales de la publicidad y de las relaciones públicas para organizar la información en los medios gráficos.
Descubrir las funciones de creatividad, diseño y producción de piezas publicitarias.
Introducir los conocimientos básicos vinculados a la dirección creativa respecto al diseño de piezas de comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
Introducir los conocimientos básicos vinculados a la dirección de arte respecto al diseño de piezas de comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- 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.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Utilizar las distintas teorías y técnicas de composición gráfica de textos.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
3. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
4. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
5. Clasificar las teorías estéticas y técnicas que intervienen en el diseño gráfico y la dirección de arte en publicidad.
6. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
7. Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.
8. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
9. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
10. Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
11. Proponer nuevas maneras de medir el éxito o el fracaso de la implementación de propuestas o ideas innovadoras.
12. Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
13. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
14. Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
15. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
16. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
17. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
18. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
19. Utilizar los instrumentos tecnológicos de la composición y edición de mensajes gráficos.
20. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.
21. Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o largo plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.

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

Se combinarán sesiones teóricas con la realización de ejercicios prácticos.

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	
Trabajos	37,5	1,5	4, 19
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	4
Tipo: Autónomas			
Trabajos	82,5	3,3	19

Evaluación

La evaluación continuada consiste en realizar las siguientes actividades:

1. Examen, 30% sobre la calificación final
2. Actividades teórico-prácticas
2.1 Actividad Portafolio 5% sobre la calificación final
2.2 Aplicaciones MIV 20% sobre la calificación final
2.3 Manual de Imagen Visual (MIV) 15% sobre la calificación final
2.4 Pieza Gráfica Publicitaria: Textual (tipografía) 15% sobre la calificación final
2.5 Pieza Gráfica Publicitaria: Visual (gráficos) 15% sobre la calificación final.

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

Recuperación.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Todas las actividades de la asignatura son recuperables.

Segunda matrícula
En caso de segunda matrícula del alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en hacer la entrega, las actividades / rúbricas que no hubieran sido superadas durante el curso anterior.
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 enlas actividades.

Plagio

El alumnado que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad,...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

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.

Esta asignatura no contempla evaluación única.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
1. Pieza Gráfica Publicitaria: Visual (gráficos).	15	0,5	0,02	4, 6, 15, 16, 17, 19
2. Pieza Gráfica Publicitaria: Textual (tipografía)	15	0,5	0,02	4, 6, 15, 16, 17
3. Manual de Imagen Visual (MIV)	15	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21
4. Aplicaciones MIV	20	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 11, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21
5. Teorización Gráfica	30	3	0,12	15, 18, 19
6. Portafolio	5	1	0,04	1, 4, 11, 15, 17, 19, 21

Bibliografía

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.
Landa, Robin (2004) *El diseño en la publicidad*. Anaya Multimedia. Madrid
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
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 linea para que el alumno pueda complementar su formación, si así lo considera, con dedicación ilimitada.