

Titulació	Tipus	Curs
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Carlos David Badajoz Dávila

Correu electrònic: david.badajoz@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Cal haver aprovat Disseny en Publicitat i RRPP de 2n curs.

En cas contrari (Erasmus, Sócrates, visitant etc), es requereixen coneixements bàsics de disseny, i de programari de disseny (Affinity Publisher, Affinity Photo, Indesign, Illustrator, Photoshop).

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 menció en Creativitat. També està vinculada 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.

Resultats d'aprenentatge

- CM15 (Competència) Idear missatges creatius i persuasius que responguin a les necessitats comunicatives de les entitats anunciant sense vulnerar els valors democràtics ni els drets fonamentals dels públics.

2. KM18 (Coneixement) Enumerar els recursos expressius òptims dels llenguatges escrit, gràfic i audiovisual per construir missatges originals i atractius.
3. KM19 (Coneixement) Reconèixer els límits i oportunitats de les tecnologies en les diferents etapes del procés creatiu.
4. SM15 (Habilitat) Produir missatges publicitaris i de relacions públiques que responguin a les necessitats de persones clientes i consumidores amb tecnologies convencionals i emergents.

Continguts

Part 1

Fonamentació de la DA

Perfil professional de la DA

Context acadèmic de la DA

Competències de la DA

Part 2

Teorització de la DA

Brífling360

Conceptualització

Comunicació Visual

Visual Apple i Visual Attract

Codi Visual

Retòrica Visual

Representació Simbòlica

Part 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

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Seminaris	15	0,6	CM15, KM18, SM15, CM15
Teoria	15	0,6	KM18, KM19, KM18
Treballs	22,5	0,9	CM15, SM15, CM15
Tipus: Supervisades			
tutories	7,5	0,3	CM15, KM18, KM19, SM15, CM15
Tipus: Autònomes			
Treballs	82,5	3,3	CM15, SM15, CM15

La part presencial de l'assignatura té tres parts bàsiques: Teoria, Seminaris i Pràctiques.

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

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.

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

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.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Briefing 1 - Concepte	15	1	0,04	CM15, SM15
Briefing 2 - To	15	1	0,04	CM15, SM15
Briefing 3 - Insight	15	1	0,04	CM15, KM18, SM15
Briefing 4 - Posicionament	15	1	0,04	CM15, KM19, SM15
Briefing 5 - CTA	15	1	0,04	CM15, KM18, KM19, SM15
Briefing 6 - Art	15	1,5	0,06	CM15, KM18, KM19, SM15
Prova Escrita	10	1	0,04	KM18, KM19

Aquesta assignatura segueix avaluació continuada i no preveu avaluació única

L'assignatura consta de diferents activitats d'avaluació:

A. Prova escrita sobre la direcció d'art (10%)

B. Diferents peces (6) on caldrà demostrar els coneixements, habilitats i actituds en la realització d'activitats concretes 90% de la nota de l'assignatura). Estan indicades al quadre Activitast.

Procés de recuperació

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les que equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Tots les activitats d'avaluació són recuperables.

Alumnat no avaluat

Es considera que l'alumnat no pot ser avaluat quan concorrin algunes d'aquestes circumstàncies:

- Quan no s'hagin realitzat un mínim de 2/3 parts del total de les activitats avaluables.
- Quan els lliuraments dels treballs no es facin d'acord amb el cronograma de l'assignatura i les indicacions del professorat.
- Quan el professorat detecti indicis de còpia o plagi en les activitats.

Segona matrícula

En cas de segona matrícula de l'alumnat podrà realitzar una única prova de síntesi que consistirà a fer el lliurament, les activitats / rúbriques que no hagin estat superades durant el curs anterior.

La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova síntesi

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat, ...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Programació de l'assignatura

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

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 Publicaciones. 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*. Trípodos. Barcelona.
- Rom, Josep (2006) *Sobre la direcció d'art*. Trípodos. 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.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Anglès	segon quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Anglès	segon quadrimestre	tarda

PROVISIONAL