

Titulación	Tipo	Curso
Publicidad y Relaciones Públicas	OB	2

Contacto

Nombre: Carlos David Badajoz Dávila

Correo electrónico: david.badajoz@uab.cat

Equipo docente

Maria Leonor Balbuena Palacios

Jordi Olive Calvo

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

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.

Resultados de aprendizaje

1. CM30 (Competencia) Integrar las habilidades individuales (creatividad, uso de recursos expresivos y tecnológicos) en el desarrollo de proyectos colaborativos propios del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
2. CM31 (Competencia) Idear proyectos gráficos y audiovisuales en el ámbito de la comunicación persuasiva que respondan a las nuevas tendencias expresivas y tecnológicas.
3. CM32 (Competencia) Generar proyectos gráficos y audiovisuales transformadores que refuercen valores democráticos y amplíen derechos sociales.
4. KM33 (Conocimiento) Clasificar las técnicas y teorías estéticas que intervienen en el diseño gráfico y la dirección de arte en la elaboración de mensajes persuasivos.
5. SM30 (Habilidad) Operar con cámaras, micrófonos, mesas de mezclas, softwares de edición y retoque de imagen y sonido y otros efectos de postproducción para elaborar mensajes persuasivos comprensibles y atractivos.

Contenido

MÓDULO 1: Introducción al Diseño Gráfico y su Función Comunicativa

Definición, diferencia con arte y comunicación visual. Función en publicidad. Breve historia. Pensamiento visual. Principios básicos (contraste, repetición, alineación y proximidad).

MÓDULO 2: Proceso del Diseño Gráfico Publicitario

Etapas del proceso: briefing, investigación, conceptualización, desarrollo formal, entrega.

MÓDULO 3: Tipografía en Diseño Publicitario

Clasificación tipográfica. Jerarquía. Legibilidad. Expresividad. Psicología de la tipografía. Casos de uso.

MÓDULO 4: Color como Elemento de Construcción del Mensaje Visual

Teoría del color. Armonías, contraste, temperatura. Psicología del color. Elección cromática estratégica. Combinaciones tipografía-color.

MÓDULO 5: Composición y Percepción Visual

Principios compositivos. Reticula. Equilibrio. Dirección de la mirada. Espacio negativo. Leyes de la Gestalt. Alfabetización visual.

MÓDULO 6: Identidad Visual y Sistemas de Marca

Elementos identitarios. Coherencia visual. Branding aplicado. Estética de marca. Tendencias actuales. Adaptación a soportes y plataformas.

MÓDULO 7: Prácticas Aplicadas

Aplicación técnica y formal de los contenidos.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Teoría	15	0,6	
Trabajos	37,5	1,5	
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	

Trabajos	82,5	3,3
----------	------	-----

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.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
1. Pieza Gráfica Publicitaria: Visual (gráficos).	15	0,5	0,02	CM31, SM30
2. Pieza Gráfica Publicitaria: Textual (tipografía)	15	0,5	0,02	CM30, CM31, CM32, SM30
3. Manual de Imagen Visual (MIV)	20	1	0,04	CM30, CM31, CM32, SM30
4. Aplicaciones MIV	25	1,5	0,06	CM30, CM31, KM33, SM30
5. Teorización Gráfica	20	3	0,12	KM33
6. Portafolio	5	1	0,04	CM32, KM33, SM30

NOTA:

En esta asignatura no se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) en ninguna de sus fases. Cualquier trabajo que incluya fragmentos generados con IA se considerará una falta de honestidad académica y podrá conllevar una penalización parcial o total en la calificación de la actividad, o sanciones mayores en casos graves. Salvo indicación contraria en actividades muy puntuales.

Evaluación continua consiste en realizar las siguientes actividades:

1. Examen, 20 % sobre la calificación final.
2. Actividades teórico-prácticas: 80%.

Recuperación

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, cuyo peso 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, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en entregar 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.

Criterios para ser considerado no evaluable:

El alumnado que no haya completado al menos el 33% de las actividades de evaluación previstas en esta asignatura será considerado como *no evaluable*, y así constará en la calificación final.

Plagio

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad,...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, será calificado con 0 en dicho 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 la presentación de la asignatura. También se colgará 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.

Nota: El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo.

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://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC_UAB/1eqfv2p/alma991010498036406709
- 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://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC_UAB/1c3utr0/cdi_elibro_books_ELB117708
- 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.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	51	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(PLAB) Prácticas de laboratorio	52	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(PLAB) Prácticas de laboratorio	53	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Catalán	primer cuatrimestre	tarde