

Titulació	Tipus	Curs
Publicitat i Relacions Públiques	OP	4

Professor/a de contacte

Nom: Maria Leonor Balbuena Palacios

Correu electrònic: leonor.balbuena@uab.cat

Idiomes dels grups

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

Prerequisits

ERASMUS I MOBILITAT

ALUMNES ERASMUS I MOBILITAT INTERESSATS EN AQUESTA ASSIGNATURA, LA METODOLOGIA I LA LIMITACIÓ D'ESPAIS DE LABORATORI, POT LIMITAR EL CONTINGENT DE MATRICULA AMB LLISTA D'ESPERA,

ÉS IMPRESCINDIBLE CONCERTAR UNA ENTREVISTA A PRINCIPIS DE SETEMBRE, O EN TOT CAS SEMPRE ABANS DE L'INICI DE LES CLASSES, AMB LA PROFESSORA LEONOR BALBUENA A L'EMAIL: Leonor.Balbuena@uab.cat

NO S'ATENDRÀ DESPRÉS

Objectius

La CREATIVITAT GRÀFICA és la capacitat de trobar solucions creatives als problemes que planteja la comunicació a través de productes gràfics.

L'assignatura de Creativitat Gràfica aborda el procés de la realització de peces gràfiques i visuals de caràcter publicitari des de la conceptualització, fins a l'art final.

El *branding* serà l'eix conceptual de l'assignatura. A partir de la necessitat de comunicació d'una marca es plantegen les activitats del curs. Es planteja un coneixement transversal entre cultura visual, creativitat, comunicació i disseny gràfic.

Principals objectius formatius:

- Realitzar projectes reals de *branding* i marca gràfica
- Investigar i identificar elements d'anàlisi de marca i problemes de comunicació rellevants per a un/a client
- Experimentar tècniques i mètodes de disseny i comunicació gràfica
- Implementar en un projecte real aspectes de tipus conceptual, comunicatiu, i expressiu
- Defensar un projecte de manera professional i amb fonament gràfic

Resultats d'aprenentatge

1. CM15 (Competència) Idear missatges creatius i persuasius que responguin a les necessitats comunicatives de les entitats anunciantes 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

BLOC 01. Disseny i cultura visual

Cultura visual i comunicació

Anàlisi i tendències

Influencers. Referents de disseny i la comunicació gràfica

BLOC 02. Branding i Marca Gràfica

Creativitat de Marques i campanyes visuals

Metodologia del branding

Conceptualització i storytelling

Exploració i proposades

Ecosistema digital

BLOC 03. Personal branding

Troba la teva història. Qui ets?

Metodologies

Nota: El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
SESSIONS TEÒRIQUES I PRÀCTIQUES	52,5	2,1	
Tipus: Supervisades			
TUTORIES	7,5	0,3	
Tipus: Autònomes			
ESTUDI INDIVIDUAL	82,5	3,3	

S'aplicarà una metodologia activa basada en projectes, amb èmfasi al *learning by doing*.

La proposta és realitzar diferents projectes de caràcter publicitari a nivell corporatiu i des del *branding*.

El grup de treball formarà una agència o estudi i realitzarà els reptes estipulats en relació amb els blocs treballats.

PROJECTE: La metodologia segueix el concepte d'aprenentatge actiu. Mitjançant l'orientació de l'equip docent i la planificació inicial de les sessions presencials, a través dels mòduls integrats de teoria i pràctica, cada equip té l'encàrrec de desenvolupar una activitat o repte final (**PROJECTE: PORTAFOLI D'AGÈNCIA (web)**), a el que l'alumne també tindrà responsabilitats individuals. L'Aprenentatge Actiu també inclou materials virtuals i activitats que ajudin a complementar el procés, com ara les fitxes didàctiques, materials de lectura i anàlisi.

PROJECTE INDIVIDUAL: L'estudiant tindrà la possibilitat de fer un projecte gràfic individual.

TUTORIA: La tutoria serà permanent, es treballarà sobre la base de feedbacks i reunions contínues per corroborar el progrés de l'alumnat. Els dies de tutoria seran també els dies de prelliuraments i seguiment.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura i estarà també disponible al Campus Virtual de l'assignatura, on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Activitats de Projecte	75%	5,5	0,22	CM15, KM18, KM19, SM15
Sessions pràctiques	15%	1,5	0,06	CM15, KM18, KM19, SM15
Tutories	10%	0,5	0,02	CM15, SM15

Aquesta assignatura segueix l'avaluació continuada i no preveu avaluació única.

Les activitats d'avaluació són:

- Sessions pràctiques: 15%
 - Activitat 1. Catàleg de tendències, 10% sobre la qualificació final
 - Activitat 2. Creació gràfica, 5% sobre la qualificació final
- Activitats de Projecte: 75%
 - Activitat 3. Redisseny, 15% sobre la qualificació final
 - Activitat 4. Marca Gràfica. 360°, 30% sobre la qualificació final
 - Activitat 5. Marca personal, 20% sobre la qualificació final
 - Activitat 6. Memòria digital Portafoli estudi, 10% sobre la qualificació final
- Tutories, 10% sobre la qualificació final

L'assignatura se supera amb una qualificació final igual o superior a 5, resultat de la ponderació de totes les activitats d'avaluació. No és necessari obtenir un 5 en cadascuna de les activitats per separat. Les tutories no són recuperables per la seva naturalesa individual i presencial; en cas d'absència justificada, es podrà oferir una activitat alternativa equivalent.

Plagi. En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

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

No avaluable. *Es considerarà que un/a estudiant és "no avaluable" quan no hagi aportat prou evidències que permetin a l'equip docent avaluar el seu rendiment. En concret, tindrà la qualificació de "no avaluable" qui no hagi completat almenys el 30% de les activitats d'avaluació previstes. Aquesta qualificació indica que no ha estat possible valorar l'aprenentatge de l'assignatura de manera suficient.*

Ús d'Intel·ligència Artificial . *En aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) com a part integrant del desenvolupament del treball, sempre que el resultat final reflecteixi una contribució significativa de l'alumnat en l'anàlisi i la reflexió personal. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA es considerarà falta d'honestat acadèmica i pot comportar una penalització en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.*

Bibliografia

Fonamental

Argüello, Jorge. Identidad e imagen corporativa [Jorge Argüello]. Santa Fe, Argentina: [El Cid Editor], 2011. Print.

Chaves, Norberto. Marca gráfica corporativa, institucional y de lugar / Norberto Chaves. Madrid: Experimenta, 2021. Print.

Costa, Joan (Costa Solà-Sagalés). La Imagen de marca: un fenómeno social / Joan Costa. Barcelona [etc: Paidós, 2004. Print.

Kopp, Rudinei. "Changeable graphic design to hypermodern brands/Design grafico cambiante para marcas hipermodernas." Comunicação, Mídia e Consumo 12.34 (2015): 124-. Print.

Wheeler, Alina. Diseño de marcas / Alina Wheeler. Quinta edición. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia, 2018. Print.

Recomanable

Barker, Melissa S. et al. Social Media Marketing: a Strategic Approach / Melissa S. Barker, Donald I. Barker, Nicholas F. Bormann, Mary Lou Roberts, Debra Zahay. Second edition. Australia:: Cengage Learning, 2017. Print.

Gardetti, Miguel Àngel., and María Laura. Caruso. Lujo Sostenible: Creación, Desarrollo y Valores de una Marca. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: LID Editorial, 2020. Print.

Landa, Robin., and Miguel A. Mourelle Saugar. Diseño gráfico y publicidad: fundamentos y soluciones / Robin Landa; [traductor Miguel Àngel Mourelle Saugar]. Madrid: Anaya Multimedia, 2011. Print.

Jijena Sánchez, Rosario. Imagen profesional y corporativa como mejorarla, sostenerla o revertirla / Rosario Jijena Sánchez. Buenos Aires, Argentina: Nobuko, 2011. Print.

To be or not to be: el papel del diseño en la construcción de identidades. Barcelona: Fundación Historia del Diseño, 2020. Print.

Suarez-Carballo, Fernando, Fernando Galindo-Rubio, and J. Ramon Martin-Sanroman. "La simplicidad en el diseño de marcas graficas: analisis de la preferencia/[en] Simplicity in the design of graphic marks: analysis of preference." Arte, individuo y sociedad 30.2 (2018): 275-. Web.

Wang, Shaoqiang. Designing Your Identity: Stationery Design = Designs D'identité Visuelle = Diseño de Imagen Corporativa / Edited by Wang Shaoqiang. Barcelona: Promopress, 2015. Print.

Programari

El programari necessari per a poder desenvolupar l'assignatura és: Affinity Photo, Publisher, Designer, o sinó Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign, XD. Així com altres en línia, Wix, Wordpress, etc. S'aclareix que l'assignatura no té per objectiu ensenyar aquests programes, s'entén que els alumnes tenen cert maneig de programari. Es fomentarà el treball autònom en aquest sentit, proporcionant tutorials o enllaços relacionats.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través d'aquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Català/Espanyol	primer quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Català/Espanyol	primer quadrimestre	tarda