# Título Superior de Diseño

*Nivel 2, (GRADO) del MECES**

Guía docente de PROYECTOS DE PUBLICIDAD

**ESPECIALIDAD** DISEÑO GRÁFICO

Curso 2019/2020

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación • 3. Conocimientos recomendados 4. Competencias de la asignatura • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos 7. Volumen de trabajo/ Metodología • 8. Recursos • 9. Evaluación • 10. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro** | Escola d'Art i Superior de Disseny de València | | |
| **Título Superior de Diseño** | Diseño Gráfico | | |
| **Departamento** | Gráfico | | |
| **Mail del departamento** | | | |
| **Nombre de la asignatura** | PROYECTOS DE PUBLICIDAD | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | | | |
| **Lugar donde se imparte** | | **Horas semanales** | 8 |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | 8 |
| **Ciclo** | | **Curso** | 2º |
| **Duración** | Semestral | | |
| **Carácter de la asignatura** | Teórica-práctica | | |
| **Tipo de asignatura** | B Presencialidad 60% | | |
| **Lengua en que se imparte** | | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | | | |
| **Correo electrónico** | | | |
| **Horario de tutorías** | | | |
| **Lugar de tutorías** | | | |

* El **Título Superior de Diseño** queda incluido a todos los efectos en el nivel 2, de GRADO del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior y es equivalente al título universitario de GRADO. Siempre que la normativa aplicable exija estar en posesión del título universitario de **GRADO,** se entenderá que cumple este requisito quien esté en posesión del **Título Superior de Diseño.**

## 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

Comunicar desde premisas publicitarias obliga a la identificación de las estructuras de comunicación que existen en la actualidad entre las empresas o instituciones y la sociedad, a través de los medios cada vez más amplios y sujetos a los avances tecnológicos.

Por lo tanto, la asignatura dotará al alumno de las capacidades intelectuales e instrumentales para definir, visualizar, identificar y planificar una comunicación publicitaria, según sean las necesidades de la empresa, producto, institución o evento, así como sus valores a comunicar, y las estrategias de medios necesarios para difundirlos.

## 3. Conocimientos previos recomendados

Conocimientos superados de las asignaturas de *Diseño Básico* y *Fundamentos del Diseño*.

Conocimientos superados de la asignatura de *Tipografía* y *Proyectos Básicos*.

Conocimientos de dibujo y técnicas de representación visual.

Conocimientos básicos de software de edición y creación; *Adobe InDesign*, *Adobe Illustraitor*, y *Adobe Photoshop*.

## 4. Competencias de la asignatura

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de Proyectos de Publicidad.

**Competencias transversales**:

CT3- Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.

CT8- Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

C**ompetencias generales:**

CG 1- Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

CG 9- Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.

CG 13- Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

CG 20- Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

**Competencias específicas**:

CE2- Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.

CE3- Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.

CE4- Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.

CE8- Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conform

a los objetivos comunicacionales del proyecto.

CE9- Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.

CE12-Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.

## 5. Resultados de aprendizaje

| *RESULTADOS DE APRENDIZAJE* | *COMPETENCIAS RELACIONADAS* |
|---|---|
| 1. Identifica los usos persuasivos para la creación de una comunicación publicitaria. De igual modo, reconoce la evolución de los modos publicitarios. | CG9, CE3 |
| 2. Realiza un proyecto publicitario compuesto con todas las fases de elaboración; investigación, ideación y comunicación de la solución. En cada fase, domina las técnicas y procesos adecuados de ejecución. Elabora la memoria proyectual con una maquetación y ordenación apropiada. | CT3, CG1, CG20 |
| 3. Plantea propuestas narrativas creativas y diferentes ante un mensaje publicitario. Utiliza herramientas para pensar creativamente. A partir del análisis de un público concreto, sabe desarrollar una mensaje publicitario intencionado a través de la configuración gráfica y elementos tipográficos. | CT8, CE2, CE3 |
| 4. Domina el software específico para la creación de comunicación gráfica. De igual modo, resuelve correctamente cada solución gráfica, con el formato y resolución correspondiente. | CE12 |
| 5. Desarrolla una campaña publicitaria, junto con las estrategias de comunicación, creatividad y plan de medios. | CG13, CE8 |
| 6. Identifica los medios de difusión más demandados, audiencias y cobertura, como también asocia a cada medio de difusión, sus correspondientes soportes y estándares de lectura. | CE4, CE9, CE12 |

## 6. Contenidos

**U.D. 1 Diseño para la persuasión**

Introducción a la comunicación publicitaria.

Metodología e investigación en la comunicación publicitaria.

Evolución histórica de los modos publicitarios.

Evolución de los medios publicitarios.

La retórica. Tipos de figuras retóricas.

**U.D. 2 Estrategia creativa. La construcción del mensaje.**

La etapas de elaboración en la comunicación publicitaria.

El brief. La estrategia de comunicación.

Crear el mensaje. La estrategia creativa.

La tipografía con usos publicitarios.

**U.D. 3 Público objetivo. Discurso y medios de difusión.**

Estudio del público objetivo. Adecuación del discurso.

Medios de difusión asociados al público objetivo.

Tendencias y modos de lectura en la comunicación publicitaria.

La narrativa transmedia. Convergencia de medios.

**U.D. 4 La Campaña de publicidad. La estrategia de medios.**

La Agencia de publicidad. Estructura y competencias.

Las etapas de elaboración de una campaña publicitaria.

Soportes, audiencia y cobertura.

Plan y selección de medios de difusión.

La narrativa transmedia. Convergencia de medios.

**U.D. 5 Métodos de investigación en el diseño.**

El proceso proyectual como investigación en diseño.

## 7. Volumen de trabajo/ Metodología

| **7.1** | **Actividades de trabajo presencial** | | |
|---|---|---|---|
| *ACTIVIDADES* | *Metodología de enseñanza-aprendizaje* | *Relación con los Resultados de Aprendizaje* | *Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)* |
| *Clase presencial* | *Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.* | Resultado de A.1<br>Resultado de A.2<br>Resultado de A.5<br>Resultado de A.6 | 30 |
| *Clases prácticas* | *Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el profesor. Estudio de casos, proyectos, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones/conciertos/representaciones/audiciones…, búsqueda de datos, bibliotecas, en Internet, etc. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.* | Resultado de A.2<br>Resultado de A.3<br>Resultado de A.4<br>Resultado de A.5 | 80 |
| *Exposición trabajo en grupo* | *Aplicación de conocimientos interdisciplinares.* | Resultado de A.2<br>Resultado de A.3 | 2 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Tutoría* | *Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.* | Resultado de A.2<br>Resultado de A.3<br>Resultado de A.5 | 7 |
| *Evaluación* | *Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.* | Resultado de A.1 | 1 |
| | | SUBTOTAL | 120 |

**7.2 Actividades de trabajo autónomo**

| *ACTIVIDADES* | *Metodología de enseñanza-aprendizaje* | *Relación con los Resultados de Aprendizaje* | *Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)* |
|---|---|---|---|
| *Trabajo autónomo* | *Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,… para expone o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.* | Resultado de A.2<br>Resultado de A.3<br>Resultado de A.4<br>Resultado de A.5<br>Resultado de A.6 | 45 |
| *Estudio práctico* | *Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,… para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.* | Resultado de A.1<br>Resultado de A.2<br>Resultado de A.3<br>Resultado de A.4<br>Resultado de A.5<br>Resultado de A.6 | 33 |
| *Actividades complementarias* | *Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,…* | Resultado de A.1<br>Resultado de A.6 | 2 |
| | | SUBTOTAL | 80 |

| | |
|---|---|
| **TOTAL** | 200 |

## 8. Recursos

Pizarra.

Ordenadores.

Cañón de proyección.

Material audiovisual

Recursos multimedia

Repositorios web

Biblioteca

Centre de Documentación del Diseño, IMPIVA

# 9. Evaluación

| **9.1 Convocatoria ordinaria** | |
|---|---|
| *9.1.1 Alumnos con evaluación continua* | |
| *INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN* | Resultados de Aprendizaje evaluados |
| Los proyectos se calificarán del 1 al 10. Los presentados **fuera de plazo** serán calificados con una nota **máxima de 6**.<br>El profesor/a podrá otorgar distintos porcentajes a cada una de las fases del proyecto hasta sumar el 100% de la evaluación.<br>Para aprobar la asignatura **deberán estar todos los trabajos/proyectos entregados y con una calificación mínima de 5**.<br>Para evaluar los trabajos se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología. También se indicarán los porcentajes otorgados a cada uno de ellos. Este instrumento de evaluación será dado a conocer a los estudiantes.<br>La calificación final será el resultado de la media aritmética de los proyectos realizados.<br>Sistemas de recuperación. Los proyectos/actividades que no alcancen los resultados de aprendizaje previstos, deberán repetirse siguiendo las indicaciones dadas por el profesor y en los plazos que él determine. | *Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6* |
| *9.1.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)* | |
| *INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN* | Resultados de Aprendizaje evaluados |
| Trabajos prácticos. Suponen el 60% de la calificación total.<br>Prueba teórica/práctica. Supone el 40% de la calificación total.<br>Cada trabajo, así como una prueba, se calificará de 0 a 10. Se considera que la asignatura está superada si la nota final es igual o superior a 5 en todos y cada uno de los trabajos y en el examen.<br>Para evaluar tanto los trabajos como la prueba, se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología. | *Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6* |

| **9.2 Convocatoria extraordinaria** | |
|---|---|
| *9.2.1 Alumnos con evaluación continua* | |
| *INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN* | Resultados de Aprendizaje evaluados |

| | |
|---|---|
| Los proyectos se calificarán del 1 al 10. Los presentados **fuera de plazo** serán calificados con una nota **máxima de 6**.<br><br>El profesor/a podrá otorgar distintos porcentajes a cada una de las fases del proyecto hasta sumar el 100% de la evaluación.<br><br>Para aprobar la asignatura **deberán estar todos los trabajos/proyectos entregados y con una calificación mínima de 5**.<br><br>Para evaluar los trabajos se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología. También se indicarán los porcentajes otorgados a cada uno de ellos. Este instrumento de evaluación será dado a conocer a los estudiantes.<br><br>La calificación final será el resultado de la media aritmética de los proyectos realizados.<br><br>Sistemas de recuperación. Los proyectos/actividades que no alcancen los resultados de aprendizaje previstos, deberán repetirse siguiendo las indicaciones dadas por el profesor y en los plazos que él determine. | *Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6* |
| *9.2.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)* | |
| *INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN* | Resultados de Aprendizaje evaluados |
| Trabajos prácticos. Suponen el 60% de la calificación total.<br><br>Prueba teórica/práctica. Supone el 40% de la calificación total.<br><br>Cada trabajo, así como una prueba, se calificará de 0 a 10. Se considera que la asignatura está superada si la nota final es igual o superior a 5 en todos y cada uno de los trabajos y en el examen.<br><br>Para evaluar tanto los trabajos como la prueba, se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología. | *Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6* |

## 10. Bibliografía

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires. Infinito.

Pelta, R. (2005). *Diseñar hoy*. Barcelona. Paidós Diseño.

Rom, J. (2002). *Els fonaments del disseny gráfic. Procés proyectual i metodología*.Barcelona. Trípodos.

Shaughnessy, A. (2005). *Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma*. Barcelona. IB.

Samara, T. (2007). *Los elementos del diseño. Manual de estilo para los diseñadores gráficos*. Barcelona. G G.

V.V.A.A. (2010). *Desarrollo de un proyecto gráfico*. Barcelona. Indexbook.

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

Crow, D. (2008). *No te creas una palabra. Una introducción a la semiótica*. Barcelona. Promopress.

Fosteri / Fuszion collaborative. (2005). *Carteles nuevos diseñadores*. Barcelona. GG.

Sala, M. (2006). *Promo made in Spain*. Barcelona. Index Book.

Stoklossa, U. (2006). *Trucos publicitarios. Instrucciones sobre seducción visual*. Barcelona. G.G.

García, M. (2008). *Las claves de la publicidad*. Madrid. ESIC editorial.