

# Grado en Enseñanzas Artísticas de Diseño

Guía docente de PROYECTOS DE PUBLICIDAD

Curso 2021/2022

**ESPECIALIDAD DISEÑO GRÁFICO**

## 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			

---

## 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 Illustrator*, 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.

### Competencias 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 Resultado de A.2 Resultado de A.5 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 Resultado de A.3 Resultado de A.4 Resultado de A.5	80
Exposición trabajo en grupo	Aplicación de conocimientos interdisciplinares.	Resultado de A.2 Resultado de A.3	2

<i>Tutoría</i>	<i>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.</i>	Resultado de A.2 Resultado de A.3 Resultado de A.5	7
<i>Evaluación</i>	<i>Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.</i>	Resultado de A.1	1
<b>SUBTOTAL</b>			<b>120</b>

## 7.2 Actividades de trabajo autónomo

<i>ACTIVIDADES</i>	<i>Metodología de enseñanza-aprendizaje</i>	<i>Relación con los Resultados de Aprendizaje</i>	<i>Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)</i>
<i>Trabajo autónomo</i>	<i>Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual 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.</i>	Resultado de A.2 Resultado de A.3 Resultado de A.4 Resultado de A.5 Resultado de A.6	45
<i>Estudio práctico</i>	<i>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.</i>	Resultado de A.1 Resultado de A.2 Resultado de A.3 Resultado de A.4 Resultado de A.5 Resultado de A.6	33
<i>Actividades complementarias</i>	<i>Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias, ...</i>	Resultado de A.1 Resultado de A.6	2
<b>SUBTOTAL</b>			<b>80</b>
<b>TOTAL</b>			<b>200</b>

## 8. Recursos

Pizarra.  
Ordenadores.  
Cañón de proyección.  
Material audiovisual  
Recursos multimedia  
Repositorios web  
Biblioteca  
Centre de Documentación del Diseño, IMPIVA

## 9. Evaluación

<b>9.1 Convocatoria ordinaria</b>	
9.1.1 Alumnos con evaluación continua	
<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b>	<b>Resultados de Aprendizaje evaluados</b>
<p>Los proyectos se calificarán del 1 al 10. Los presentados <b>fuera de plazo</b> serán calificados con una nota <b>máxima de 6</b>.</p> <p>El profesor/a podrá otorgar distintos porcentajes a cada una de las fases del proyecto hasta sumar el 100% de la evaluación.</p> <p>Para aprobar la asignatura <b>deberán estar todos los trabajos/proyectos entregados y con una calificación mínima de 5</b>.</p> <p>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.</p> <p>La calificación final será el resultado de la media aritmética de los proyectos realizados.</p> <p>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.</p>	<p><i>Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6</i></p>
9.1.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)	
<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b>	<b>Resultados de Aprendizaje evaluados</b>
<p>Trabajos prácticos. Suponen el 60% de la calificación total.</p> <p>Prueba teórica/práctica. Supone el 40% de la calificación total.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p><i>Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6</i></p>

<b>9.2 Convocatoria extraordinaria</b>	
9.2.1 Alumnos con evaluación continua	
<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b>	<b>Resultados de Aprendizaje evaluados</b>

<p>Los proyectos se calificarán del 1 al 10. Los presentados <b>fuera de plazo</b> serán calificados con una nota <b>máxima de 6</b>.</p> <p>El profesor/a podrá otorgar distintos porcentajes a cada una de las fases del proyecto hasta sumar el 100% de la evaluación.</p> <p>Para aprobar la asignatura <b>deberán estar todos los trabajos/proyectos entregados y con una calificación mínima de 5</b>.</p> <p>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.</p> <p>La calificación final será el resultado de la media aritmética de los proyectos realizados.</p> <p>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.</p>	<p><i>Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6</i></p>
<p>9.2.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)</p>	
<p><b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b></p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p>
<p>Trabajos prácticos. Suponen el 60% de la calificación total.</p> <p>Prueba teórica/práctica. Supone el 40% de la calificación total.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p><i>Resultado de A. 1, Resultado de A. 2, Resultado de A. 3, Resultado de A. 4, Resultado de A. 5, Resultado de A. 6</i></p>

---

## 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 gràfic. Procés projectual i metodologia*. Barcelona. Trípodós.
- 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.
- Foster / Fuzion 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.