

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Identidad Visual y Diseño Gráfico
Código	E000004412
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Segundo Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Susana Rodríguez
Horario	Consultar en la web del centro (cesag.org)
Horario de tutorías	Consultar en el Aula Virtual
Descriptor	Estudio de aspectos relacionados con el diseño aplicados a medios (portadas, distribución de la información, maquetación, infografía, etc.) y a otras herramientas de comunicación (carteles, folletos, catálogos, etc.). El manual de identidad visual corporativa. El color, la tipografía. El análisis de la marca. Logotipos, isotipos, símbolos y logosímbolos. Motion graphics. Procesos y terminología de pre-impresión e impresión.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Susana Rodríguez Medina
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	srmedina@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<p>Aportación al perfil profesional de la titulación</p> <p>Partiendo de los perfiles profesionales que marca la ANECA determinamos el interés de la asignatura de Identidad Visual y Diseño Gráfico en el desarrollo profesional de esta titulación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Director/a de comunicación, investigador/a y consultor/a estratégico en publicidad y relaciones públicas en todo tipo de empresas y organizaciones. • Investigadores/as, planificadores/as y compradores/as de medios: profesionales que planifican la idoneidad y características de los soportes para la difusión de las campañas de comunicación. • Creativo/a y diseñador/a: profesional especializado en creatividad publicitaria en todo tipo de soportes. Se puede identificar las especialidades de director creativo, director de arte, redactor y webmaster (creatividad de la estructura de la Web). • Gestor/a de comunicación corporativa: profesional responsable de la gestión estratégica de la imagen y de la comunicación

corporativa.

Prerequisitos

Se recomienda tener conocimientos básicos del uso de programas específicos como Illustrator, InDesign o Photoshop

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG03	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
CG10	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT03	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
CT07	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .

ESPECÍFICAS

CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria
-------------	---

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual, así como las herramientas específicas para la elaboración de guiones audiovisuales y multimedia.
RA2	Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

1 Introducción al diseño gráfico

Elementos de diseño: tipografía, color, imagen

Composición

Diferentes medios: características medio impreso, medio digital.

Recursos

2 Teorización del diseño

Historia y movimientos.

Tendencias

3 Disciplinas de diseño gráfico

Publicitario, editorial, identidad corporativa, diseño web, packaging, tipográfico, motion graphics, diseño de información...

2 Identidad visual

Componentes visuales, Proyecto. Desarrollo de aplicaciones

IVC, Branding, MIC

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Centradas en el profesor:

- Clases teóricas
- Clases prácticas

Centradas en el estudiante:

- Seminarios-Talleres
- Exposición de trabajos
- Actividad Evaluativa

Metodología No presencial: Actividades

Estudio y trabajo individual:

- Estudio de Teoría
- Preparación de trabajos
- Preparación actividad de evaluación

Estudio y trabajo en grupo:

- Estudio de Teoría

- Preparación de trabajos
- Preparación actividad de evaluación

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
30.00	30.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba escrita que evalúa el conocimiento teórico en la materia (presencial)	<p>Conocimiento de los contenidos teóricos, capacidad de reflexión, eficiencia comunicativa.</p> <p>La prueba se desarrolla durante el periodo de exámenes. En el caso de no superarla, la recuperación se realiza en la convocatoria extraordinaria.</p> <p>Para poder superar la asignatura se deberá obtener una puntuación en esta prueba igual o superior a 5 sobre 10.</p>	40 %
Pruebas de actividades propuestas (presencial/no presencial) presentadas en el aula virtual Práctica 1	<p>Asimilación de los contenidos teóricos y demostración de habilidades de la materia. y eficiencia en las resoluciones.</p> <p>Para superar la asignatura la media de las prácticas ha de superar el 5 sobre 10.</p>	10 %
Pruebas de actividades propuestas (presencial/no presencial) presentadas en el aula virtual Práctica 2	<p>Asimilación de los contenidos teóricos y demostración de habilidades de la materia. y eficiencia en las resoluciones.</p> <p>Para superar la asignatura la media de las prácticas ha de superar el 5 sobre 10.</p>	10 %

Pruebas de actividades propuestas (presencial/no presencial) presentadas en el aula virtual Práctica 3	Asimilación de los contenidos teóricos y demostración de habilidades de la materia. y eficiencia en las resoluciones. Para superar la asignatura la media de las prácticas ha de superar el 5 sobre 10.	20 %
Pruebas de actividades propuestas (presencial/no presencial) presentadas en el aula virtual Práctica 4	Asimilación de los contenidos teóricos y demostración de habilidades de la materia. y eficiencia en las resoluciones. Para superar la asignatura la media de las prácticas ha de superar el 5 sobre 10.	20 %

Calificaciones

En el caso que el alumno sólo supere una de las 2 actividades de evaluación, en la convocatoria extraordinaria sólo tendrá que repetir la no superada.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Prueba escrita	En los siguientes días a la finalización del contenido teórico	Período de exámenes
Práctica 1	Al finalizar el bloque temático	Al finalizar el plazo
Práctica 2	Al finalizar el bloque temático	Al finalizar el plazo
Práctica 3	Al finalizar el bloque temático	Al finalizar el plazo
Práctica 4	Al finalizar el bloque temático	Al finalizar el plazo
Recuperación de las pruebas de actividades	El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura	Última semana de clase

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Calvera, A. (2003): Arte ¿ ? Diseño. Madrid: GG Diseño
- Castellblanque, M. (2006): Perfiles profesionales de publicidad y ámbitos afines. Barcelona: Editorial UOC
- Flusser, Vilém, (2002): Filosofía del diseño: la forma de las cosas. Madrid: Síntesis

- Jardí E. (2012): Pensar con imágenes. Barcelona: Gustavo Gili
- Landa, R. (2004): El diseño en la publicidad. Anaya Multimedia.
- Landa, R. (2011): Publicidad y diseño. Las claves del éxito. Madrid: Anaya Multimedia
- Mono (2006): Identidad corporativa. Del brief a la solución final. Barcelona: Gustavo Gili
- Montes Vozmediano, M. & Vizacaíno-Laorga, R. (2015): Diseño gráfico publicitario : principios fundamentales para el análisis y la elaboración de mensajes visuales. Madrid: OMMPress
- Navarro, G. (2007). Creatividad publicitaria eficaz. Madrid: ESIC Editorial
- Newark Q. (2002): ¿Qué es el diseño? Manual de diseño. Barcelona: Gustavo Gili
- Pricken, M. (2009): Publicidad creativa. Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales. Barcelona: Gustavo Gili
- Pujagut, J y García, S. (2010): Desarrollo de una proyecto gráfico. Barcelona: Gustavo Gili
- Rom, J. (2014): Las Claves del Diseño Gráfico. Lenguaje, Metodología y Proceso en el Diseño de la Comunicación Visual. Barcelona: Trípodós.

Bibliografía Complementaria

Bibliografía complementaria y webgrafía se facilitará a través de Aula Virtual

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)