

2019-20

Especialidad	EE. SS. de Diseño de Gráfico	Curso	3º
Asignatura	Proyectos II		
Materia			
Profesor/a	Dto. Diseño gráfico		
Departamento	Dto. Diseño gráfico		
Semestre	1º		
Horas semana	7		
Carácter	OB	Tipo	TP
Créditos ETSC	8		

Carácter: FB:Formación Básica), OB (Obligatoria de Especialidad), OP (Optativa) PEX (Prácticas externas), TFE (Trabajo fin de estudios)

Tipo: T(Teórica) TP (Teórico- Práctico), P (Práctica)

Introducción a la asignatura

En esta asignatura teórica-práctica el alumnado adquirirá competencias fundamentales relacionadas con la gráfica publicitaria y el diseño editorial que les permitan desarrollar proyectos propios de estas áreas desde su ideación hasta su producción.

Requisitos previos y recomendaciones

Poseer destrezas conceptuales para el análisis de una imagen.

Tener capacidades de gestión y generación del objeto del diseño, así mismo capacidad de trabajo en equipo.

Desarrollo de las capacidades organizativas y ejecutivas en relación a materiales y planificación.

Estar capacitado para recopilar información de fuentes diversas.

Conocimientos de historia, cultura del diseño y lenguaje gráfico digital.

Haber cursado la asignatura relacionadas con la materia en cursos anteriores.

Se recomienda para el desarrollo de la asignatura seguir el programa de evaluación continua y cumplir de manera regular la asistencia a clase.

Competencias

Competencias transversales:

- Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que realiza.
- Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
- Integrarse en equipos multidisciplinares y contextos culturales diversos.
- Liderar y gestionar grupos de trabajo.
- Buscar la excelencia y la calidad en la actividad profesional.
- Usar medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.

Competencias generales:

- Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
- Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
- Aplicar los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
- Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
- Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
- Optimizar la utilización de recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
- Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.
- Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas

comunicativos complejos.

Competencias específicas

- Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.
- Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas al objetivo del proyecto.
- Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto.
- Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.
- Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

Contenidos

Temario. Diseño editorial, adaptaciones digitales. Diseño publicitario, la campaña y sus aplicaciones sobre soportes físicos audiovisuales y Web. Tecnología digital para la presentación, defensa y la comunicación del proyecto. Diseño de interface multimedia y web. Defensa y presentación de proyectos cara a cara.

5.1- Temario de la asignatura

Orden	Tema	Apartados	Actividades Obligatorias (evaluables)
1º	Introducción Gráfica publicitaria	La publicidad como proceso de comunicación La agencia de publicidad El anunciante	Proyecto publicitario I Lectura obligatoria
2º	Creación Gráfica publicitaria	El briefing: el encargo La campaña publicitaria Los medios de comunicación	Proyecto publicitario II

3º	Introducción Diseño editor- rial	Organizar la información Anatomía de una página Retícula: composición, escala, con- traste y jerarquía	Proyecto editorial I Lectura obligatoria
4.	Creación Diseño edito- rial	Diseños habituales Periódicos y Revistas Libros	Proyecto editorial II

Metodología de enseñanza aprendizaje

Teórico Práctica. Presencial.

Aprendizaje basado en resolución de problemas y casos.

Trabajo individual y en equipo.

Portafolio

Tiempo de trabajo (Desarrollo de las competencias en cómputo de horas ECTS)

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS											
Metodología para la adquisición de la competencia				COMPETENCIAS	Estrategias evaluativas* (Ponderación para la evaluación)						
Estrategias metodológicas	Horas dedicadas al alumno				Pruebas	Présencia	Trabajos y proyectos	Informes y memorias	Autoevaluación	Trabajos de análisis	Porfolios
	Trabajo presencial	Trabajo autónomo	Total horas								
Clases teóricas											
Clases teórico- prácticas	25	19	44		x	x	x	x	x		
Clases prácticas	81		81			x	x	x	x	x	
Actividades obligatorias evaluables	12	55	67			x	x	x	x	x	
Tutoría (individual/colectiva, si procede)	8		8								
Seminarios/ Jornadas											
Pruebas evaluación											
Actividades complementarias											
Otros											Total
Total HORAS de trabajo estudiante	126	74	200								100 %

7.1- Calendario y/o cronograma de la asignatura.

Tema	Ejercicio, actividad o examen	Horas	Fecha
	Introducción a la asignatura	1 H presencial	24 septiembre
1º	Introducción gráfica publicitaria	28 H presenciales 15 H autónomas	25 septiembre
2º	Creación gráfica publicitaria	31 H presenciales 22 H autónomas	26 octubre
3º	introducción diseño editorial	28 H presenciales 15 H autónomas	30 noviembre
4º	Creación diseño editorial	31 H presenciales 22 H autónomas	18 enero
5º	Repaso y revisión de proyectos pendientes	7 H presenciales	25 enero

Evaluación y Calificación

8.1- Sistema de Evaluación

Resultados de aprendizaje - Gráfica Publicitaria

Realizar trabajos de profundización en el área de la comunicación publicitaria recabando información de fuentes bibliográficas y realizando síntesis de las mismas, así como presentar sus resultados y conclusiones de una forma eficaz.

Comprender y utilizar adecuadamente los conceptos relacionados con el proceso de comunicación publicitaria y la creación de un proyecto publicitario.

Crear campañas publicitarias partiendo de una búsqueda y análisis de la información.

Utiliza adecuadamente los conceptos y terminología básica relacionada con la publicidad.

Resultados de aprendizaje - Diseño editorial

Analizar y resolver problemas relacionados con el diseño editorial partiendo de un proceso de documentación previo.

Realizar proyectos básicos de diseño editorial partiendo de una búsqueda y análisis de información.

Conocer y aplicar las diferentes maneras de maquetar un texto en la creación de diferentes productos editoriales.

Conocer las diferentes partes de una página, un libro y sus tipologías.

Realizar y documentar correctamente los proyectos propuestos.

6. Utilizar con concreción la terminología propia del diseño editorial.

7. Mostrar conocimiento visual en lo referente al diseño corporativo.

8.2- Convocatorias

Primera convocatoria. Examen final.

Los alumnos que no hayan obtenido calificación positiva como resultado de no haber superado las actividades evaluables (proyectos y trabajo libro) correspondientes a las unidades didácticas podrán concurrir a la realización de un examen final que versará sobre todos los contenidos de la asignatura. Se realizará la fecha señalada por Jefatura de Estudios en el calendario académico.

El examen final podrá contener una parte de carácter práctica con uno o varios supuestos a desarrollar en el tiempo planteado.

En la fecha que se establezca, el alumno deberá presentar aquel o aquellos proyectos que no hayan obtenido en su momento calificación positiva (del listado de 4 proyectos realizados durante las distintas unidades además de los trabajos de lectura). Será necesario para aprobar la asignatura en el examen final obtener calificación igual o superior a 5 puntos en cada uno de los proyectos.

Segunda convocatoria.

Los alumnos que concurren a la segunda convocatoria del año académico realizarán un examen teórico-práctico sobre todos los contenidos de la asignatura en las fechas señaladas por jefatura de estudios.

A la entrada del examen el alumno deberá entregar los proyectos no superados de los planteados durante el curso. Esta entrega se realizará tal como establezca el brief de cada proyecto (y siguiendo lo planteado en la convocatoria del examen). Dichas prácticas deberán ser calificadas como APTAS para obtener el aprobado de la asignatura (con la ponderación que establezca cada brief o la convocatoria del examen). En caso contrario (proyecto no apto) se podrá obtener como máximo un 4 en la nota final y la asignatura será NO SUPERADA.

8.3- Criterios de evaluación y calificación

Resultados de aprendizaje (punto 8.1)

Criterios de promoción y mínimos exigibles.

Criterios de calificación.

Resultados de aprendizaje (punto 8.1)

8.4- Medidas excepcionales

No se plantean medidas excepcionales

8.5- Ponderación para la evaluación continua.

Las calificaciones se expresarán con un valor numérico de cero a diez con un decimal.

Cuadro de ponderación de calificación unidades didácticas y otras actividades (%)

Ud 1 Ud 2 Ud 3 Ud4 Act libro

20 25 20 25 10

8.6- Criterios para la evaluación de alumnos con reducción autorizada del porcentaje previsto de presencialidad.

Los alumnos con una reducción autorizada del porcentaje previsto del porcentaje previsto de presencialidad serán evaluadas según los porcentajes y criterios seguidos en la evaluación extraordinaria.

8.7- Criterios para la evaluación extraordinaria (Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación ordinaria)

8.6- Criterios para la evaluación de alumnos con reducción autorizada del porcentaje previsto de presencialidad.

Los alumnos con una reducción autorizada del porcentaje previsto del porcentaje previsto de presencialidad serán evaluadas según los porcentajes y criterios seguidos en la evaluación extraordinaria.

8.7- Criterios para la evaluación extraordinaria

Primera convocatoria. Examen final. ENERO-FEBRERO

Cuadro de ponderación Examen Final (%). Segunda convocatoria.	
Prácticas EF	Examen Final
70% (4 proyectos)	30% (examen y libro)

Segunda convocatoria. Examen final. SEPTIEMBRE

Cuadro de ponderación Examen Final (%). Segunda convocatoria.	
Prácticas EF	Examen Final
70% (4 proyectos)	30% (examen y libro)

8.7.1 Pruebas para 3º y 4º convocatoria

Los alumnos que no han asistido a clase por haber promocionado o asistieron en el pasado con otro profesor serán evaluadas según los porcentajes y criterios seguidos en la evaluación extraordinaria.

8.8- Criterios para la evaluación de alumnos con discapacidad

(Los profesores deberán realizar la correspondiente adaptación en función del tipo de discapacidad del alumno en cuestión)

Recursos y materiales didácticos

Aula: Proyector/ ordenador

Un ordenador por alumno (del centro)

Lectores de tarjeta

Videoprojector

Tabletas digitales

Recomendable que todos los alumnos dispongan de su propio ordenador,

Bibliografía

10.1- Bibliografía general.

Diseño Editorial. Periódicos y revistas. Yolanda Zappaterra. Ed. GG

Manual de edición y autoedición. José Martínez de Sousa. Ed. Pirámide.

El diseño en la publicidad. Robin Landa. Ed. Anaya

Publicidad. Williams Arena. Mc Gran Hill

Web y otras fuentes

www.domestika.org

www.behance.net

visual.gi

adsoftheworld.com