

Projectes de Disseny Gràfic 5

Proyectos de Diseño Gráfico 5

GUÍA DOCENTE

1_ Dades d'identificació de l'assignatura

1_ Datos de identificación de la asignatura

Especialitat <i>Especialidad</i>	Diseño Gráfico				
Departament <i>Departamento</i>	Proyectos e Investigación				
Crèdits ECTS <i>Créditos ECTS</i>	8	Curs <i>Curso</i>	3º	Semestre <i>Semestre</i>	2º
Tipus d'assignatura <i>Tipo de asignatura</i>	Obligatoria				
Llengua d'impartició <i>Lengua de impartición</i>	Castellano / Valenciano				

2_ Objectius generals i contribució de l'assignatura al perfil professional de la titulació

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 alumnado 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_ Coneiximents previs

3_ Conocimientos previos

Para sacar el máximo partido a la asignatura, los alumnos y alumnas deben haber cursado y aprobado previamente las asignaturas proyectos básicos, I, II, III, IV, , técnicas de producción y edición digital 1 y 2, estética y tendencias contemporáneas, marketing y comunicación y además se recomienda cursar en paralelo proyectos de diseño gráfico audiovisual para coordinar contenidos.

4_ Competències de l'assignatura

4_ Competencias de la asignatura

CG1	Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
CG11	Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
CG20	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.
CG22	Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde los criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.
CE1	Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
CE4	Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
CE8	Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto.
CT13	Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.

5_ Resultat d'aprenentatge

5_ Resultados de aprendizaje

Resultats d'aprenentatge Resultados de aprendizaje	Competències relacionades Competencias relacionadas
RA1 - Analiza información, reflexiona sobre ello y define una estrategia de comunicación.	RA1. CT13, CG1, CG11, CG20, CG22, CE1, CE4, CE8
RA2 - Valora la importancia del entorno y características del mundo en	RA2. CT13, CG18, CE8

Resultats d'aprenentatge <i>Resultados de aprendizaje</i>	Competències relacionades <i>Competencias relacionadas</i>
que vivimos y hace un uso práctico de ello. RA3 - Desarrolla la capacidad profesional de analizar e investigar de manera crítica y sintética y sabe aportar soluciones útiles, innovadoras, inteligentes y sostenibles, RA4 - Genera ideas creativas a partir de la copy strategy y aplica la más adecuada de forma gráfica. RA5- Reflexiona sobre la funcionalidad, la sostenibilidad y el medio ambiente. RA6- Analiza el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos, midiendo la eficacia de la comunicación. RA7- Elabora un plan de medios y lo aplica en una campaña transmedia. RA8 - Soluciona problemas del diseño de forma crítica sobre el mundo que nos rodea. RA9- Expone, argumenta y defiende con claridad las claves comunicativas de las campañas publicitarias. RA10- Conoce las principales teorías existentes sobre comunicación y diseño y aplica la metodología proyectual.	RA3. CT13, CG1, CG22, CE1 RA4. CT13, CE1, CE4 RA5. CT13, CG1, CG22 RA6. CT13, CG1, CG20, CE1, CE4, CE8 RA7. CG1, CG11, CG20, CG22, CE1, CE4, CE8 RA8. CT13, CE1 RA9. CT13, CG11, CG20, CE1, CE4, CE8 RA10. CT13, CG1, CG20, CE8

6_ Activitats formatives

6 _ Actividades formativas

6.1. Activitats de treball presencials <i>6.1. Actividades de trabajo presencial</i>			
ACTIVITATS <i>ACTIVIDADES</i>	METODOLOGIA D'ENSENYANÇA-APRENTATGE <i>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE</i>	RELACIÓ AMB RESULTATS D'APRENTATGE <i>RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE</i>	VOLUM TREBALL (Nº HORES O ECTS) <i>VOLUMEN TRABAJO (Nº HORAS O ECTS)</i>
Classes presencial <i>Clases presencial</i>	Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	de R1 a R10	10
Classes pràctiques <i>Clases prácticas</i>	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.	de R1 a R10	30
Exposició treball en grup <i>Exposición trabajo en grupo</i>	Aplicación de conocimientos interdisciplinares.	de R1 a R10	15

Tutoria <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>	de R1 a R10	10
Avaluació <i>Evaluación</i>	<i>Conjunto de pruebas (audiciones, orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.</i>	de R1 a R10	4
SUBTOTAL			63

6.1. Activitats de treball autònom

6.1. Actividades de trabajo autónomo

ACTIVITATS <i>ACTIVIDADES</i>	METODOLOGIA D'ENSENYANÇA-APRENTATGE <i>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE</i>	RELACIÓ AMB RESULTATS D'APRENTATGE <i>RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE</i>	VOLUM TREBALL (Nº HORES O ECTS) <i>VOLUMEN TRABAJO (Nº HORAS O ECTS)</i>
Treball autònom <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, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	de R1 a R10	40
Estudi pràctic <i>Estudio práctico</i>	Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias, para exponer, interpretar o entregar durante las clases	de R1 a R10	40
Activitats complementàries <i>Actividades complementarias</i>	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, exposiciones, conciertos, representaciones, congresos, conferencias, etc.	de R1 a R10	7
SUBTOTAL			87
TOTAL			150

7_ Continguts de l'assignatura

7 _ Contenidos de la asignatura

CONTENIDOS:

BLOQUE 1

UD I: Introducción a la publicidad

- Publicidad, marketing y comunicación
- Agencias: organigrama y funcionamiento

UD II: Dirección de Arte y creatividad

- Información básica: briefing publicitario
- El insight
- Investigación y visual thinking
- Estrategia creativa
- Conceptualización
- Copy strategy

BLOQUE 2

UD III: Plan de publicidad

- Tipología publicitaria
- Géneros publicitarios
- Lenguaje y discurso publicitario UD IV: Medios

publicitarios

- Medios pagados, propios y ganados
- Plan de medios
- Objetivos de comunicación

BLOQUE 3

UD IV: Medios de comunicación y tendencias

8_ Sistema d'avaluació i qualificació

8 _ Sistema de evaluación y calificación

Aspectes generals

Aspectos generales

La matrícula en cualquier asignatura está limitada a cuatro convocatorias.

En cada curso académico tendrán lugar dos convocatorias por asignatura, primera y segunda

convocatoria respectivamente.

La directora o el director del centro podrá autorizar, a petición del estudiante, con carácter excepcional y por causas objetivas debidamente justificadas, como por ejemplo enfermedad grave o cualquier otra causa de fuerza mayor, la renuncia a una convocatoria por curso académico.

La directora o director de los centros superiores podrá autorizar, a petición del estudiante, con carácter excepcional y por causas objetivas debidamente justificadas, como por ejemplo enfermedad grave o cualquier otra causa de fuerza mayor, una nueva y única convocatoria. En caso de resolución negativa, se podrá recurrir en alzada ante la Dirección del ISEACV.

El alumnado que no supere la asignatura optativa correspondiente deberá acogerse a la oferta de asignaturas optativas del curso siguiente.

Se entiende que el alumnado ha perdido la evaluación continua cuando incumple el mínimo requerido de asistencia, que será igual o superior al 80% del porcentaje total de presencialidad previsto en los respectivos planes de estudio.

Cada profesor/a que imparte esta asignatura, redactará un documento denominado *Aplicación de la guía docente* en el que se especifican más detalladamente las actividades formativas, metodología, temporalización, criterios e instrumentos de calificación, sistemas de recuperación y, en su caso, medidas de apoyo no curriculares para deportistas de élite, personal técnico, entrenador, personal arbitral y juez de élite y las adaptaciones no curriculares para el alumnado con necesidades educativas específicas reconocidas.

La *Aplicación de la guía docente* se hará pública a los estudiantes al inicio de cada curso escolar.

La evaluación del proceso de aprendizaje del estudiante se basará en el grado y nivel de adquisición y consolidación de las competencias transversales, generales y específicas definidas en esta asignatura.

Las calificaciones de cada convocatoria se expresarán del 0 al 10, como No Presentado o como Matrícula de honor.

La condición de “no presentado” consume convocatoria.

La mención de “Matrícula de honor” podrá ser otorgada a quienes hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de las personas matriculadas en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

El alumnado podrá consultar sus calificaciones a través de ARTIC en las fechas especificadas en los calendarios de evaluación de cada convocatoria.

Además de estos aspectos generales, se atenderá a lo dispuesto en las instrucciones de inicio de cada curso académico que se publican en la web del ISEACV.

1ª Convocatòria: alumnat amb avaluació contínua

1ª Convocatoria ordinaria: alumnado con evaluación continua

Instrumento de evaluación	Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado
Asistencia/ participación en el aula	RA1 a RA10	10%
Proyecto 1. Autopromoción	RA2, RA3, RA8, RA9, RA10	35%
Proyecto 2. Campaña publicitaria	RA1, RA3, RA4, RA5, RA6, RA8, RA9, RA10	15%
Proyecto 3. Campaña transmedia	RA1, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8, RA9, RA10	40%

1ª Convocatòria: alumnat amb pèrdua d'avaluació contínua

1ª Convocatoria: alumnado con pérdida de evaluación continua

Instrumento de evaluación	Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado
Participación en el aula	RA1 a RA10	10%
Proyecto 1. Autopromoción	RA2, RA3, RA8, RA9, RA10	35%
Proyecto 2. Campaña publicitaria	RA1, RA3, RA4, RA5, RA6, RA8, RA9, RA10	15%
Proyecto 3. Campaña transmedia	RA1, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8, RA9, RA10	40%
Prueba teórico-práctica por no alcanzar la asistencia obligatoria, o no entregar/ aprobar ningún proyecto	ATO/NO APTO	–

2ª CONVOCATÒRIA: sistema de recuperació

2ª CONVOCATORIA: Sistema de recuperación

Todas las pruebas de recuperación se realizarán en la fecha establecida por Jefatura de Estudios. La evaluación en 2ª convocatoria se realizará siguiendo los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, con pérdida de evaluación continua.

Reclamació de qualificacions *Reclamación de calificaciones*

Si una vez efectuadas por el profesor/a las aclaraciones solicitadas, a la vista de las pruebas y otros medios que le sirvieran como elementos de juicio para calificar, se mantiene la reclamación, esta se presentará mediante escrito motivado dirigido a la dirección del centro dentro del plazo de reclamaciones de la convocatoria establecido en el calendario de evaluación.

La directora o el director tendrá que emitir y notificar resolución en el plazo de cinco días desde la recepción de la reclamación, a la vista del informe redactado por una comisión que convocará a tal efecto.

Contra la resolución de la directora o el director se podrá interponer recurso de alzada ante la Dirección del ISEACV en el plazo de un mes a contar a partir del día siguiente del día en que tenga lugar la notificación o publicación del acto.

9_ Bibliografia

9 _Bibliografía

Aaker, D. A., & Myers, J. G. (1984). Management de la publicidad: Tomo primero; Tomo segundo.

Hispano Europea.

Bassat, L. (2017). El libro rojo de la publicidad:(ideas que mueven montañas). Debolsillo.

Caro, F. J., & Gómez, J. D. F. (2016). Empresa publicitaria: administrar y emprender en publicidad.

Advoook.

Cerezo, J. M. (1999). Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital. Campgràfic.

De Andrés, A. J. (1996). La conquista del consumidor con los 8 magníficos del marketing. Editmex.

Douglas, T. (1987). Guía completa de la publicidad. Hermann Blume.

Gómez, J. D. F. (2014). Mecanismos estratégicos en publicidad: de la USP a las Lovemarks. Advoook.

Kleppner, O., Russell, J. T., & Lane, W. R. (2001). Kleppner publicidad. Pearson Education.

Lorente, J. (1986). Casi todo lo que sé de publicidad. Folio.

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2009). Diseño Gráfico: Nuevos fundamentos. Gustavo Gili, S.L.

Meggs, P. B. (1998). Historia del diseño gráfico. Mc Graw-Hill.

Newark, Q. (2002). ¿Qué es el Diseño Gráfico?. Gustavo Gili S.A.

Nielsen, D. Y Thurber, S. (2002). Conexiones creativas. Gustavo Gili S.A.

Ortega, E. (2004). La comunicación publicitaria. Pirámide.

Pelta, R. (2004). Diseñar Hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico. Paidós.

Salmon, C., Roig, M., & Bértolo, I. (2016). Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Península.

Satué, E. (1988) El diseño gráfico. Desde los orígenes a nuestros días. Alianza forma.

Uceda, M. (1995). Las claves de la publicidad (vol. I, II, III, IV). ESIC.

Recursos digitales / web: Google, Kahoot, Youtube, Vimeo, Instagram, La criatura creativa, Marketing Directo, DOMESTIKA...

Otros recursos: Selección actualizada relacionada con contenidos de temática publicitaria: vídeos de festivales de publicidad, anuncios y campañas. Revista Visual. Revista Archive. Revista (de la fundación) Adbusters. Revista Graffica. Prensa diaria. Noticias en Internet.

10_ Control de modificaciones

10 _Control de modificaciones

Revisión	Modificación	Fecha
0	Generación del documento según la plantilla <i>Guía docente</i> establecida en el procedimiento <i>PROGRAMAS FORMATIVOS. Control, revisión y actualización de los programas formativos</i> del Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad.	18/07/2025

Elaborado, revisado y aprobado en el Departamento de Proyectos e Investigación
