

## Asignatura

Nombre Asignatura	Dirección de Arte
Código	100322017
Créditos ECTS	3.0

## Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	2

## Profesores

Nombre	María Eulalia Baldrich Sala
--------	-----------------------------

## Datos Generales

### ➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos

### ➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Conocer los aspectos centrales de la dirección de arte en el ámbito publicitario. Conocer dónde se encuadra el director de arte dentro de la empresa publicitaria y en una campaña publicitaria. Explorar los distintos campos del diseño que pueden influir en la dirección de arte publicitaria. Captar la esencia de la dirección de arte dentro del relato gráfico y audiovisual publicitario.

### ➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Adquirir autonomía, destreza y rapidez en la búsqueda de ideas y en la relación entre público objetivo, producto y concepto creativo. Definición y consecución de un estilo propio mediante el manejo de los elementos creativos: maquetación, color, fotografía, tipografía, etc. Aumentar la capacidad creativa formal mediante la construcción gráfica y física de las ideas derivadas del concepto creativo.

Manejar con destreza las herramientas necesarias para el desarrollo de soluciones creativas. Presentar las ideas creativas y su desarrollo de modo que el cliente comprenda los conceptos y asimile las soluciones ofrecidas.

### ➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Generales

- CG1. Conocimiento de la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.
- CG3. Conocimiento de los procesos de investigación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.

Transversales

- CT1. Capacidad para obtener provecho de las diversas fuentes de información al alcance del

alumno en las distintas materias de estudio para maximizar su formación y alcanzar así un rendimiento óptimo en el plano académico, personal y, posteriormente, profesional.

- CT2. Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional.
- CE3. Conocimiento teórico y aplicado de los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria: métodos, estrategias, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.
- CT4. Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo en aquellas situaciones que requieran de una solución novedosa y eficaz; involucrándose en su ejecución y adoptando un funcionamiento ágil y flexible. Específicas
- CE5. Conocimiento de los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.
- CE13. Conocimiento, estudio y análisis de los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación, atendiendo al propio ámbito y en su reflejo en los distintos públicos, así como de los modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

## ➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

### **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

TEMA 1.- Introducción.

TEMA 2.- La cultura y el mundo visual

TEMA 3.- La figura del director de arte.

TEMA 4.- La tipografía desde la creatividad.

TEMA 5.- El color desde la creatividad.

TEMA 6: La fotografía

TEMA 7.- El lay-out y composición.

TEMA 8.- El packaging.

EXAMEN FINAL

## ➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

AF1 CLASE MAGISTRAL

Presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante

Nº horas 46% Presencialidad 100%

#### AF2 CLASE PRACTICA

Clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.)

Nº horas 43% Presencialidad 100%

#### AF3 TRABAJOS (INDIVIDUALES Y COLECTIVOS)

Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.

Nº horas 31% Presencialidad 50%

#### AF4 TUTORIAS (INDIVIDUALES O COLECTIVAS)

Reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc

Nº horas 8% Presencialidad 60%

#### AF5 ESTUDIO INDEPENDIENTE Y TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE

Tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos,

Nº horas 19% Presencialidad 0%

#### AF6 PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes

Nº horas 3% Presencialidad 100%

## ➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA

La asignatura sigue un sistema de evaluación continua, por lo que la asistencia a las clases o actividades resulta imprescindible y obligatoria para superar la asignatura.

La calificación final del alumno será la ponderación de tres notas, **siendo imprescindible tener aprobadas todas y cada una de ellas (al menos con 5 puntos sobre 10).**

#### 1.Trabajo final de asignatura. (30% de la calificación final).

Se solicitará al final del cuatrimestre un trabajo personal o grupal que deberá ser entregado y presentado el día del examen final.

La presentación de este trabajo ante el profesor y los compañeros es imprescindible para poder

aprobar.

**2.Ejercicios prácticos desarrollados, entregados en periodo lectivo. (60% de la calificación final).**

Se solicitarán diferentes trabajos (individuales o grupales) a lo largo del cuatrimestre.

NO se admitirán entregas fuera de fecha, ni en formatos diferentes al que se haya solicitado.

NO se admitirán trabajos que no estén entregados a través de la plataforma Blackboard

Si se realiza un trabajo en horario de clase, aquellos alumnos que no asistieron a la clase tendrán nota 0.0 en el mismo.

**3.Asistencia a clase. (10% de la calificación final).**

La no asistencia al 75% de las clases no permite aprobar la asignatura en convocatoria ordinaria.

No se aceptarán certificados de ningún tipo (médicos, laborales, etc)

**No se justifican faltas de asistencia. Los alumnos deberán asistir al 75% de las clases para poder presentarse al examen final. El alumno que falte a un ejercicio práctico realizado en clase tendrá nota 0.0 en ese ejercicio. El alumno que no esté presente en la fecha en que se debe presentar un trabajo tendrá nota 0.0 en ese ejercicio.**

## **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA**

**1.Trabajo final. (70% de la calificación final).**

Se solicitará al alumno un nuevo trabajo que deberá ser entregado y presentado el día del examen. La presentación de este trabajo ante el profesor y los compañeros es imprescindible para poder aprobar la asignatura.

**2.Ejercicios prácticos solicitados durante el periodo lectivo. (30% de la calificación final)**

Se deberá rehacer todos aquellos trabajos con nota inferior a 5.0. El profesor puede solicitar nuevos trabajos -con características similares- para evitar la copia/plagio

En el caso de que no se pueda repetir un trabajo por tratarse de una exposición ya pasada o una visita a la que no se asistió o una actividad irrepetible, se asignará otra actividad similar para cubrir esa nota.

## **ALUMNOS REPITENTES**

**1.Trabajo final. (70% de la calificación final).**

Se solicitará al alumno un nuevo trabajo que deberá ser entregado y presentado el día del examen. La presentación de este trabajo ante el profesor y los compañeros es imprescindible para poder aprobar la asignatura.ar.

**2.Ejercicios prácticos desarrollados, entregados en periodo lectivo. (30% de la calificación final).**

El alumno deberá entregar el día del examen los ejercicios prácticos que se solicitaron durante el semestre.

NO se admitirán trabajos que no estén entregados a través de la plataforma Blackboard

### 3.Asistencia a clase.

La asistencia a clase no es obligatoria y no se tendrá en cuenta para la calificación final.

### NOTA ADICIONAL

En caso de plagio o copia, se suspenderá automáticamente la convocatoria en la que se hubiese cometido esta irregularidad, anulándose todas las notas calificadas hasta la fecha , que no se guardarán para otras convocatorias.

### ORTOGRAFÍA Y REDACCIÓN.

Normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, la Dirección del Grado en Periodismo del Área de Comunicación ha aprobado adoptar como norma interna los siguientes criterios de calificación.

Normas aplicables

- a) Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.
- b) La ortografía será juzgada en su totalidad letras, tildes y signos de puntuación y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.
- c) Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:
  - i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, **se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.**
  - ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.
  - iii. Por la reiteración de errores de puntuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la apreciación del corrector.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

### ➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Ambrose, G. (2007) Layout. Edit: Parramon

Ambrose, G. (2008) Formato. Edit: Parramon

Ambrose, G. (2008) Retículas. Edit: Parramon

Dondis, D. A. La Sintaxis de la Imagen. Introducción al Alfabeto Visual. Gustavo Gili/Comunicación visual. Barcelona.

Gordon, B. (2009) 1000 fuentes tipográficas. Edit: Gustavo Gili.

Henry, T. (2012) Creatividad práctica. Edit: Conecta.  
Herriatt, L. (2010). Dirección de Arte, proyectos impresos. Edit: Gustavo Gili  
Jardí, E. (2007) 22 cosas que nunca debes hacer con las letras. Edit: Actar  
Koren y Meckler. (2009) Recetario de Diseño Gráfico: Propuestas, combinaciones y soluciones gráficas. Edit: Gustavo Gili.  
Landa, R. (2011) Publicidad y Diseño. Las Claves del éxito. Anaya Multimedia.  
Mahón, N. ( 2011) Dirección de Arte y Publicidad. Edit: Gustavo Gili  
Sedon y Waterhouse. (2009) Diseño gráfico para no diseñadores. Edit: Oceano

### ➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

**Los alumnos podrán consultar sus dudas durante la clase y por medio de tutorías individuales o colectivas, presenciales o no presenciales (a través de Blackboard Learn) previa solicitud al profesor.**

El **horario y el calendario de exámenes** puede consultarse en el campus virtual.

### ➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.