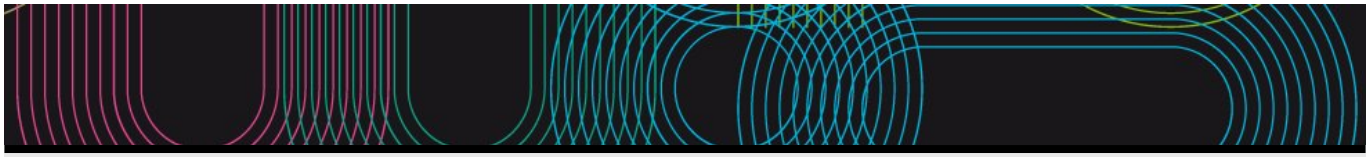

DATOS IDENTIFICATIVOS

Teorías acerca del Diseño, la Imagen y la Creatividad

Asignatura	Teorías acerca del Diseño, la Imagen y la Creatividad			
Código	P04M082V01101			
Titulacion	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descripción general	Conceptos básicos utilizados en diseño gráfico, teoría general de la imagen y la creatividad publicitaria como soluciones creativas de comunicación para las necesidades de un anunciante.			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
C1	Dotar a los estudiantes de la formación e instrumentos necesarios para el desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria.
C4	Desarrollar la capacidad para construir y planificar discursos propios de la comunicación publicitaria para la elaboración de campañas comunicativas, adecuando las estrategias y los mensajes a los objetivos establecidos y a los diferentes públicos.
C5	Fomentar la capacidad analítica, crítica y reflexiva en relación la creatividad publicitaria, con un conocimiento teórico, técnico y estético sobre el panorama actual y las nuevas tendencias de la dirección de arte en publicidad.
C8	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C9	Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.
C11	Conocimientos básicos para situar la actividad publicitaria en un contexto de competencia local, nacional e internacional, incidiendo en la importancia de las técnicas creativas como un activo publicitario diferencial.
C13	Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.
C18	Capacidad para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendiendo a los parámetros básicos del análisis creativo publicitario, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
C21	Conocimientos de las diferentes teorías del diseño, la imagen y la creatividad publicitaria.
C23	Capacidad para percibir críticamente la sucesión de tendencias creativas que ofrece el universo publicitario que nos rodea, donde las historias y los relatos son fruto de una sociedad determinada, producto de unas condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica concreta.
D3	Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje

Enunciar los puntos claves que se encuentran en las principales teorías de diseño, imagen y creatividad.	A1 A3	C8 C9 C18 C21 C23	
Desarrollar habilidades orientadas a generar y pronunciar discursos relacionados con la comunicación, válidos en diferentes ámbitos internacionales.		C4 C11	D3
Generar recursos analíticos, críticos y reflexivos en los alumnos, que se apoyen en los diferentes instrumentos y herramientas utilizados en la creación publicitaria.		C1 C5 C13 C18 C23	

Contenidos

Tema	
- El valor comunicativo de la imagen	Réplicas completas (artificiales) Facsimil, fotografía, taxidermia, escultura de cera representación, descripción detallada y formas gráficas icónicas mapas (cartografía diagramática), diagramas, modelos funcionales, estructuras formales árboles (genealógico) gráficos y símbolos pictografía, caricatura, imagen publicitaria, símbolos poético-artísticos (desde el nuevo sentido del símbolo con el romanticismo)
- Narración y gramática visual	El sistema narrativo audiovisual. Los modelos del análisis narrativo. El modelo gramatical. La sintaxis narrativa.
- La función del diseño	Elementos Conceptuales Elementos Visuales Elementos de Relación Elementos Prácticos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	5	30	35
Presentación	2	2	4
Debate	2	4	6
Lección magistral	5	25	30

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos	Estudio de identidades de marca por parte del alumno en las que apliquen los conocimientos aportados en las sesiones magistrales y de análisis sobre casos prácticos.
Presentación	Exposición individual del trabajo sobre la identidad visual que han elaborado en este módulo.
Debate	Debate sobre las tendencias creativas en la actividad publicitaria tomando en cuenta una muestra de piezas premiadas en diferentes etapas históricas.
Lección magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, aportando material audiovisual durante las sesiones.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	A través de casos recientes de casos en los que un producto, servicio o idea cuenta con una campaña que sirva de referente para la crítica, reflexión y aprendizaje de los mismos.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Presentación	Exposición del trabajo final del módulo.	15	A1 A3	C1 C4	D3

Debate	Como parte de la evaluación continua se tendrá en cuenta la participación y grado de preparación sobre la temática propuesta durante el debate.	15		C5 C8 C9 C11 C18 C21
Lección magistral	Se evaluará la aplicación práctica de los contenidos abordados en un trabajo que se entregará tras la impartición del módulo.	70	A1 A3	C8 C9 C13 C21 C23

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Adam J.M./ Bonhomme, M., **La argumentación publicitaria.**, Cátedra, 2000

Ambrose, Gavin. Harris, Paul., **Fundamentos del Diseño Creativo.**, Parramon, 2004

Ambrose, Gavin. Harris, Paul., **Imagen.**, Parramon, 2005

Ambrose, Gavin. Harris, Paul., **Layout**, Parramon, 2005

Añaños, A./Estaún, S./ Tena, D./ Mas, M.T./ Vally, A., **Psicología y comunicación publicitaria.**, Servei de Publicacions UAB., 2008

Dabner, David., **Dabner, David.**, Blume., 2005

Donal A. Norman., **El diseño Emocional,**, Paidós, 2005

Knight, Carolyn. Glaser, Jessica., **Create impact with type, image & color.**, Rotovision., 2007

Landa, Robin., **El diseño en la publicidad.**, Anaya Multimedia, 2004

Pete Barry, **The advertising concep Book.**, Thames & Hudson London, 2008

Phillips, P. L., **Cómo crear el briefing perfecto.**, Divine egg., 2005

Pricken, Mario., **Publicidad Creativa**, Gustavo Gili., 2004

RollieRoberto /Brabda, María, **La enseñanza del diseño en comnunicación visual**, FADU, 2007

Samara, Timothy., **Diseñar con y sin retícula.**, Gustavo Gili., 2002

Stoklossa, Uwe., **Trucos publicitarios, instrucciones sobre seducción visual.**, Gustavo Gili., 2005

Tena, Daniel., **Diseño Gráfico y Comunicación.**, Pearson-Prentice Hall., 2004

Tena, Daniel., **Diseñar para comunicar.**, Editorial Bosch, 2011

White, Alex W., **the elements of graphic design.**, Allwort press, 2009

Bibliografía Complementaria

Acaso, María, **El Lenguaje visual.**, Paidós, 2006

Bhaskaran, Lakshmi, **El diseño en el tiempo.**, Blume., 2007

Ruiz Collantes (ed.), **Creatividad, comunicación y mercado.**, Temes de disseny. Elisava edicions., 2000

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Dirección y Gestión de la Actividad Publicitaria/P04M082V01102
Movimientos Artísticos y Gráficos/P04M082V01103

Otros comentarios

Materia de caráctar introductorio