



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción publicitaria impresa

Asignatura	Producción publicitaria impresa			
Código	P04G190V01505			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Molares Cardoso, Julinda			
Profesorado	Molares Cardoso, Julinda			
Correo-e	jmolares@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se trata de una materia profundamente ligada al diseño gráfico publicitario y su relación con la impresión, bien sea en medios, artes gráficas, cartelismo o cualquier manifestación necesitada de estas técnicas. La tipografía, el color, los medios impresos, las artes gráficas, las publicaciones de empresa y una introducción al diseño gráfico, conforman la columna vertebral de la asignatura.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
C3	Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: características, tipologías y problemáticas.
C5	Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y lenguajes de la publicidad y de las relaciones públicas en el contexto local/regional, nacional e internacional.
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidad y habilidad para establecer la estrategia, planificación y procesos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
C13	Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva.
D2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio.
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Identificar el ámbito publicitario impreso y su relación con el diseño gráfico.	C3		
Enunciar las estrategias para la creación y producción de mensajes publicitarios específicos para los medios impresos.	C5 C13		
Reconocer los soportes ideológicos del diseño gráfico: Escuelas y tendencias.	C5		
Describir los procedimientos técnicos para la creación y producción de mensajes publicitarios específicos para los medios impresos.	C5 C13		
Identificar y analizar los medios y soportes que utiliza la publicidad impresa.	C3		
Desarrollar los trabajos prácticos orientados a la atención continuada a un mismo anunciante, en el ámbito de las realizaciones publicitarias impresas.	C12	D2 D4	
Practicar con los diferentes programas de diseño vectorial.	C13 D2		
Analizar las posibilidades de desarrollo profesional, individual o en empresas.	A4	C12	D3 D4

Formular los objetivos generales de trabajo en el curso.	A4	C12	D3
Organizar la distribución del tiempo de la materia para realizar los distintos encargos y establecimiento de plazos de entrega, como una recreación del trabajo real.	A4	C12	D3 D4

Contenidos

Tema	
Tema 1. Identidad corporativa gráfica. El manual.	Principios generales de la identidad corporativa gráfica. Los componentes de la identidad corporativa gráfica. Trabajo sobre el nombre de la marca. Estructuras elementales: El lenguaje de las formas. Logotipo y símbolo. Estudios de valoración y de aplicaciones. Presentación al cliente. Modalidades de presentación. Manual corporativo gráfico simple. Manual corporativo gráfico complejo.
Tema 2. La elaboración del anuncio impreso.	El esquema del original publicitario. Concepto de bloques y retícula. Tipos de letras. Conceptos tipográficos para la publicidad. Legibilidad. Las palabras. Los titulares. El slogan y el texto. Los elementos gráficos: La ilustración y la fotografía. Los elementos de identificación. El montaje.
Tema 3. Introducción al diseño gráfico: Percepción y realización.	Consideraciones sobre el diseño gráfico publicitario. Apuntes sobre la percepción. Componentes básicos del proceso visual. Aspectos sensoriales y comunicacionales del color. Dinámica, sensación y significado de los colores. Estética y estilo en la composición gráfica. Aspectos básicos de las artes gráficas.
Tema 4. Los trabajos publicitarios de imprenta.	El cartel. Las publicaciones de empresa. Factores que inciden en la decisión de hacer una publicación de empresa. Tipos de publicaciones de empresa. Catálogo corporativo. Catálogo de producto. Catálogo mixto. Alternativas de distribución y costos.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	8	10	18
Trabajo tutelado	10	50	60
Presentación	8	16	24
Lección magistral	20	20	40
Examen de preguntas objetivas	1	4	5
Trabajo	1	0	1
Trabajo	1	0	1
Trabajo	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Seminario	Serán sesiones de trabajo en el aula informática o en seminarios pequeños. Sus contenidos harán referencia a: Introducción a algún software de diseño, preferentemente Adobe Illustrator; análisis de trabajos reales y otras actividades similares.
Trabajo tutelado	De carácter individual. Sus contenidos estarán estrechamente vinculados a todos los pasos que sigue el producto publicitario impreso, desde su contratación inicial a su inserción en los distintos medios y soportes.
Presentación	Las presentaciones de los trabajos individuales deberán ser de carácter impreso, dada la orientación de la materia. Además, la calidad de la presentación tendrá una importancia similar a sus contenidos. Las presentaciones tienen su calificación formal, independientemente de los contenidos.
Lección magistral	La parte teórica de la materia, se explicará en sesiones de clase magistral, aunque con la participación de los alumnos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	Durante las sesiones prácticas y en los horarios de tutorías. El objetivo es resolver posibles dudas que tenga el alumno que haya asistido a las sesiones teóricas y prácticas.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Examen de preguntas objetivas	Examen sobre los contenidos teóricos impartidos na materia. Examen tipo test de 50 preguntas. Las correctas suman 1 punto. Las incorrectas restan 0,5 puntos Esta prueba tiene un valor del 40% sobre el total de la nota siendo necesario obtener una cualificación mínima del 50% de la misma para aprobar esta parte.	40		C3 C5 C13	
Trabajo	Trabajo relacionado con la elaboración de un manual de identidad corporativa gráfica. Esta prueba tiene un valor del 20% sobre el total de la nota siendo necesario obtener una cualificación mínima del 50% de la misma para aprobar esta parte.	20	A4	C3 C5 C12 C13	D2 D3 D4
Trabajo	Trabajo relacionado con la elaboración de un anuncio impreso y un cartel. Esta prueba tiene un valor del 20% sobre el total de la nota siendo necesario obtener una cualificación mínima del 50% de la misma para aprobar esta parte.	20	A4	C3 C5 C12 C13	D2 D3 D4
Trabajo	Trabajo relacionado con la elaboración de un catálogo corporativo o de producto. Esta prueba tiene un valor del 20% sobre el total de la nota siendo necesario obtener una cualificación mínima del 50% de la misma para aprobar esta parte.	20	A4	C3 C5 C12 C13	D2 D3 D4

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA

Parte teórica

Para aprobar la parte teórica el alumnado debe superar un examen escrito individual (en la fecha oficial publicada por el centro) sobre los contenidos que se impartan en el aula y que están recogidos en el programa. El examen se valorará sobre un máximo de 10 puntos y supone el 40% de la evaluación de la materia.

Es necesario obtener una cualificación mínima del 50% (5 puntos) de la misma para aprobar esta parte.

Parte práctica

Para aprobar la parte práctica el alumnado debe entregar cada uno de los 3 trabajos impresos en las fechas indicadas al inicio de curso. Aquellas prácticas no entregadas el día indicado sin causa justificada (causas recogidas el reglamento sobre evaluación, calificación y calidad de la docencia aprobadas en el claustro del 18 de abril de 2023), se considerarán suspensas y el alumno deberá entregarlas en la convocatoria de segunda oportunidad.

Cada uno de los trabajos prácticos se valorará sobre un máximo de 10 puntos y supone el 20% de la evaluación de la materia. Es necesario obtener una cualificación mínima del 50% (5 puntos) en cada uno de los trabajos para aprobar esta parte. Una vez publicadas las notas provisionales de cada práctica se permiten 24h para revisión, una vez transcurridas la nota se considera definitiva.

La asistencia a las prácticas es obligatoria, aquellos alumnos que tengan 2 faltas de asistencia sin justificar no podrán ser evaluados y constarán como suspenso en esta parte y tendrán que ir a la convocatoria de segunda oportunidad.

Requisitos para superar la materia

-Tener aprobados todos lo trabajos prácticos

-Tener aprobado el examen teórico

-Asistencia a clase

La nota final es el resultado de la parte teórica y práctica. no se podrá aprobar la asignatura con alguna parte suspensa.

SEGUNDA OPORTUNIDAD

Parte teórica

Para aprobar la parte teórica el alumnado debe superar un examen escrito individual (en la fecha oficial publicada por el centro) sobre los contenidos que se imparten en el aula y que están recogidos en el programa. El examen se valorará sobre un máximo de 10 puntos y supone el 40% de la evaluación de la materia.

Es necesario obtener una cualificación mínima del 50% (5 puntos) de la misma para aprobar esta parte.

Parte práctica

El día oficial del examen el alumno deberá entregar en formato impreso aquellos trabajos que tenga suspensos. Cada uno de los trabajos prácticos se valorará sobre un máximo de 10 puntos y supone el 20% de la evaluación de la materia.

Es necesario obtener una cualificación mínima del 50% (5 puntos) en cada uno de los trabajos para aprobar esta parte.

La nota final es el resultado de la parte teórica y práctica, no se podrá aprobar la asignatura con alguna parte suspensa.

EVALUACIÓN GLOBAL El alumnado deberá informar al docente sobre su renuncia al sistema de evaluación continua en el plazo establecido por el centro para tal fin, adjuntando cubierto y firmado (por ambas partes, alumno y docente) el documento habilitado. Fuera del plazo previsto por el centro el alumnado no podrá acogerse a este sistema de evaluación.

La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horario previstos por el centro en el calendario de exámenes oficial. El alumno deberá superar todas y cada una de las pruebas de evaluación previstas que se detallan a continuación obteniendo una puntuación mínima de 5 puntos en cada una de ellas, en caso contrario no será evaluado y la materia estará suspensa.

Dada la extensión de las pruebas el alumnado que se acoja la evaluación global deberá disponer de 4 horas para la realización de las mismas a partir de la hora oficial de inicio del examen de la materia segundo el calendario oficial.

Descripción de las pruebas

Prueba 1. Examen teórico. Se realizará el examen teórico previsto para la materia tanto para la evaluación global como continua. El examen será evaluado con las mismas pautas para todo el alumnado. El examen tiene un valor del 40% sobre el total de la nota siendo preciso obtener una cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Una cualificación inferior no servirá como media con las otras pruebas.

Prueba 2. Trabajos prácticos. Hacer entrega de los tres trabajos propuestos por el docente. El conjunto de los trabajos (3) tiene un valor del 30% sobre el total de la cualificación. Debe obtenerse una cualificación mínima de 5 puntos en cada uno de los trabajos para superar esta parte. Una cualificación inferior no servirá como media con las otras pruebas. Los trabajos serán entregados en la fecha y horario del examen. El detalle de los contenidos de los trabajos, metodologías y criterios de evaluación serán facilitados a los estudiantes de evaluación global una vez finalizado el plazo de renuncia expresa a la evaluación continua.

Prueba 3. Actividad práctica. Tras la elaboración del examen los estudiantes de evaluación continua deberán asistir con el docente a sala de prácticas habitual, donde deberán realizar actividades prácticas semejantes a las realizadas por los alumnos de evaluación continua, empleando los mismos recursos y equipamientos empleados por estos. La prueba durará un máximo de dos horas desde el comienzo de la misma. El detalle de las pruebas así como los criterios de evaluación será remitido al alumnado en un plazo no superior a un mes desde la renuncia efectiva su evaluación continua. La selección de actividades prácticas, en su conjunto, tiene un peso del 30% sobre el total de la cualificación siendo preciso obtener una cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Una cualificación inferior no servirá como media con las otras pruebas.

Resumen de las pruebas y porcentaje de valoración:

Prueba 1. Examen. Valoración del 40% sobre el total de la nota.

Prueba 2. Trabajos prácticos. Valoración del 30% sobre el total de la nota.

Prueba 3. Actividades prácticas. Valoración del 30% sobre el total de la nota.

Los estudiantes deberán obtener una cualificación mínima de 5 puntos en todas las pruebas.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Lupton, E. y Cole, J., **Diseño gráfico. Nuevos fundamentos**, Ed. Gustavo Gili, 2016

Bibliografía Complementaria

González Solas, J., **Identidad Visual Corporativa**, Ed. Síntesis, 2002

Dondis, Donis A., **La sintaxis de la imagen**, Ed. Gustavo Gili, 2000

Costa, J., **Imagen Corporativa en el Siglo XXI**, Ed. La Crujía, 2001

Chaves, N., **El oficio de diseñar**, Ed. Gustavo Gili, 2001

Swan. A., **Bases del diseño gráfico**, Ed. Gustavo Gili, 2002

Zimmermann, Y., **Del diseño**, Ed. Gustavo Gili, 2002

Martín Montesinos, J.L., **Manual de tipografía**, Ed. Campgráfico, 2001

Heller, E., **Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón**, Ed. Gustavo Gili, 2004

Dabner, D., **Diseño gráfico : fundamentos y prácticas**, Blume, 2015

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Publicidad internacional/P04G190V01907

Publicidad, artes gráficas y tipografía/P04G190V01906

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303

Estructuras y actividad de la agencia publicitaria/P04G190V01403
