



DATOS IDENTIFICATIVOS

Publicidade, artes gráficas e tipografía

Materia	Publicidade, artes gráficas e tipografía			
Código	P04G190V01906			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descrición xeral	(*)En esta materia se abordarán, en modo introductorio, los fundamentos y líneas principales de la tipografía y sus diferentes aplicaciones. Del mismo modo, se conocerán las artes gráficas y, por extensión las distintas técnicas de estampación e impresión.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo
A2	Coñecemento da evolución histórica da comunicación publicitaria e das relacións públicas, así como dos aspectos industriais, sociopolíticos e estéticos que inciden nos seus elementos, formas e procesos
A7	Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación, na publicidade e/ou nas relacións públicas
A11	Estudo do departamento de comunicación nas empresas e institucións e das habilidades e técnicas necesarias para a súa dirección de comunicación e, en especial, da xestión do coñecemento e dos intangibles da empresa. Coñecemento teórico e práctico das técnicas de xestión en empresas de comunicación
A16	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva
A19	Destrezas investigadoras: coñecemento das metodoloxías e técnicas de investigación dos axentes e entornos implicados na comunicación
B2	Coñecemento das estruturas organizativas, corporativas e institucionais cos seus respectivos papeis na comunicación social mediada
B3	Capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina
B4	Capacidade de análise, de síntese e de xuízo crítico
B5	Capacidade de fixar obxectivos relacionando causas e efectos
B6	Capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos.	A1 A2
(*)Conocimiento teórico práctico de la publicidad y de las relaciones públicas tanto en sus procesos como en sus estructuras organizativas o redes sociales	A1 A2
(*)Estudio del departamento de comunicación en las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección de comunicación y en especial, de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en empresas de comunicación	A11

(*)Competencias imaginativas y conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación, en la publicidad y/o en las relaciones públicas	A11
(*)Destrezas investigadoras: conocimiento de las metodologías y técnicas de investigación de los agentes y entornos implicados en la comunicación	A7
(*)Conocimiento de las estructuras organizativas, corporativas e institucionales con sus respectivos papeles en la comunicación social mediada	A19
(*)Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) y para la creación en nuevos soportes	B2
(*)Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva	A16
(*)Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio	B3
(*)Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina	B4
(*)Capacidad de análisis, de síntesis y de juicio crítico	B5
(*)Capacidad de fijar objetivos relacionando causas y efectos	B6

Contidos

Tema	
(*)1.- Introducción histórica a la tipografía.	(*)De la caligrafía a los tipos móviles.
(*)2.- Familias, tipos y clasificaciones.	(*)Fuentes, estilos, anatomía del tipo, partes de los caracteres, estructuras y tendencias.
(*)3.- Disposición tipográfica.	(*)Tipometría, ojo medio, interlinea, interletra, justificación, maquetación y estética.
(*)4.- Tipos y tipógrafos.	(*)Tipos de letra y su diferenciación. Tipógrafos más importantes.
(*)5.- Introducción a las artes gráficas.	(*)Historia y actualidad.
(*)6.- Etapas del producto gráfico dentro de una imprenta.	(*)De la preimpresión al producto final.
(*)7.- Técnicas de impresión y de estampación.	(*)De la impresión tipográfica a los modernos sistemas. De la rotativa a la máquina de ocho cuerpos offset. Serigrafía, grabado, litografía, etc...
(*)8.- La relación profesional con la imprenta.	(*)Petición de presupuestos y elaboración de las hojas de pedido.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos tutelados	15	45	60
Seminarios	5	5	10
Sesión maxistral	15	15	30
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	10	20	30
Probas de tipo test	1	3	4
Observación sistemática	4	12	16

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos tutelados	(*) Constituyen la parte más importante de la materia. Se realizarán de manera individual o formando equipos y tendrán el mayor peso docente, tanto en horas como en el total de la evaluación.
Seminarios	(*) Se utilizarán, fundamentalmente, para la puesta en común de los trabajos realizados, para las consultas y debates sobre los temas centrales de la materia y para la realización de presentaciones individuales o colectivas.
Sesión maxistral	(*) Es, por definición, el tiempo dedicado a impartir los contenidos teóricos de la materia y algunos que, aunque de carácter más bien prácticos, necesitan una explicación sobre su función o funcionamiento.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	
Seminarios	
Probas	Descrición
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	

Avaliación		
	Descripción	Cualificación
Trabajos tutelados	(*) Evaluación de los trabajos colectivos y sus respectivas presentaciones	30
Seminarios	(*) Evaluación por participación y asistencia a los mismos.	10
Sesión maxistral	(*) Evaluación de los contenidos teóricos.	30
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales e/ou simuladas.	(*)Evaluación de los trabajos de carácter individual y sus presentaciones.	30

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Martín Montesinos, J. L. y Mas Hurtuna, M., **Manual de tipografía. Del plomo a la era digital.**, 2001,

Ambrose, G., **Fundamentos de la tipografía**, 2007,

Aicher, Otl, **Tipografía**, 2004,

Gutiérrez González, P.P., **Teoría y práctica de la publicidad impresa**, 2006,

Jury, D., **¿Qué es la tipografía?**, 2007,

Bann, David, **Actualidad en la producción de artes gráficas**, 2008,

Recomendacións

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Producción publicitaria impresa/P04G190V01505