



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