



DATOS IDENTIFICATIVOS

Teorías acerca do Deseño, a Imaxe e a Creatividade

Materia	Teorías acerca do Deseño, a Imaxe e a Creatividade			
Código	P04M082V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS 3	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Ramahí García, Diana			
Profesorado	Gutiérrez González, Pedro Pablo Ramahí García, Diana			
Correo-e	dianaramahi@gmail.com			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descripción xeral	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	Posuér e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrentar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
C1	Dotar os estudantes da formación e instrumentos necesarios para o desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas á creatividade publicitaria.
C4	Desenvolver a capacidade para construír e planificar discursos propios da comunicación publicitaria para a elaboración de campañas comunicativas, adecuando as estratexias e as mensaxes aos obxectivos establecidos e aos diferentes públicos.
C5	Fomentar a capacidade analítica, crítica e reflexiva en relación á creatividade publicitaria, cun coñecemento teórico, técnico e estético sobre o panorama actual e as novas tendencias da dirección de arte en publicidade.
C8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C9	Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedimentos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.
C11	Coñecementos básicos para situar a actividade publicitaria nun contexto de competencia local, nacional e internacional, incidindo na importancia das técnicas creativas como un activo publicitario diferencial.
C13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.
C18	Capacidade para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendendo aos parámetros básicos da análise creativa publicitario, considerando as mensaxes icónicas como textos e produtos das condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica determinada.
C21	Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.
C23	Capacidade para percibir criticamente a sucesión de tendencias creativas que ofrece o universo publicitario que nos rodea, onde as historias e os relatos son froito dunha sociedade determinada, produto dunhas condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica concreta.
D3	Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)Formar a profesionales que desarrollen la actividad publicitaria desde el respeto a la igualdad de género	A1 A3 C8 C9 C18 C21 C23
(*)Desarrollar la capacidad para construir y planificar discursos propios de comunicación publicitaria para la elaboración de campañas adecuadas a las estrategias, así como mensajes dirigidos al público objetivo al que se pretende impactar.	C4 C11 D3
(*)Capacidad de análisis de campañas publicitarias atendiendo a los parámetros básicos de las teorías sobre creatividad considerando los mensajes icónicos como textos y productos en un contexto social y cultural específico.	C1 C5 C13 C18 C23

Contidos

Tema

1. O valor comunicativo da imaxe	1.1. A conceptualización da imaxe 1.2. A imaxe ao longo da historia 1.3. Imaxe e contemporaneidade
2. Narración e gramática visual	2.1. O sistema narrativo visual 2.2. Os modelos de análise visual 2.3. O modelo gramatical 2.4. A sintaxe visual
3. Os fundamentos do deseño	3.1. Elementos conceptuais 3.2. Elementos visuais 3.3. Elementos de relación 3.4. Elementos prácticos

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	5	10	15
Estudo de casos	10	25	35
Resolución de problemas	4	12	16
Presentación	1	3	4
Observación sistemática	5	0	5

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor/a de os contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo ou exercicio.
Estudo de casos	Análise de exemplos e casos prácticos da materia obxecto de estudo como complemento aos contidos abordados na lección maxistral.
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno/a debe desenvolver as soluciones adecuadas ou correctas tendo en conta o exposto en clase.
Presentación	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudiantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo ou exercicio.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descripción
Lección maxistral	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Estudo de casos	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Presentación	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Resolución de problemas	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.

Avaliación		Descripción	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
				C1	C4	C5
Resolución de problemas	Valoración das actividades propostas polo docente, baseadas na formulación de problemas e/ou exercicios relacionados coa materia aos que o alumno/a debe dar solucións adecuadas tendo en conta o exposto en clase.	70	A1 A3	C1 C4 C5 C8 C9 C11 C13 C18 C21 C23	D3	
Observación sistemática	Valoración baseada na presenza e participación activa do alumnado na aula.	30		C5 C9 C11 C18		

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os criterios de avaliación son os mesmos en todas as convocatorias.

Será preciso obter unha puntuación mínima do 50% en todas as partes availables para superar a materia.

Bibliografía. Fontes 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 comunicación 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

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Dirección e Xestión da Actividade Publicitaria/P04M082V01102
Movementos Artísticos e Gráficos/P04M082V01103

Outros comentarios

Materia de carácter introductorio