

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Publicidad, artes gráficas y tipografía				
Asignatura	Publicidad, artes gráficas y tipografía			
Código	P04G190V01906			
Titulacion	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Gutiérrez González, Pedro Pablo			
Profesorado	Gutiérrez González, Pedro Pablo Molares Cardoso, Julinda			
Correo-e	pablogtz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	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	
Código	
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
C1	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.
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.
C13	Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva.
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas.

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia		Resultados de Formación y Aprendizaje	
Identificar el universo y de la historia de las artes gráficas		C1	
Identificar el universo y la historia de la tipografía		C1	
Reconocer la estructura empresarial de las artes gráficas y su entorno social y económico		C1	
Reconocer la actualidad empresarial de las fundiciones tipográficas y del negocio de la comercialización de tipos		C1	
Identificar las tendencias ideológicas en el desarrollo de la tipografía: Escuelas y grandes tipógrafos		C1	
Analizar la eficacia y adecuación de las distintas tipografías en los mensajes y soportes publicitarios		C5	
Demostrar la habilidad de atención de los clientes desde los departamentos comerciales de las imprentas.			D4
Practicar con los programas de diseño, orientados a la tipografía y a las artes gráficas.	A5	C13	
Demostrar las hablidades prácticas de creatividad en artes gráficas y creación de tipos.	A5	C5 C13	
Operar la investigación, técnica e historiográfica, en tipografía y en artes gráficas.		C1	
Organizar el trabajo sobre la distribución del tiempo de la materia para realizar los distintos encargos y establecimiento de plazos de entrega, como una recreación del trabajo real.			D4

Contenidos

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 carácteres, 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 en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajo tutelado	24	72	96
Seminario	1	3	4
Lección magistral	22	22	44
Examen de preguntas objetivas	2	2	4
Observacion sistemática	1	1	2

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

Metodologías

	Descripción
Trabajo tutelado	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.
Seminario	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.
Lección magistral	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

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	En las sesiones prácticas y los horarios de tutorías

Evaluación

	Descripción	Calificación		Resultados de Formación y Aprendizaje	
Trabajo tutelado	Evaluación de los trabajos colectivos y sus respectivas presentaciones	40		C5 C13	D4
Lección magistral	Evaluación de los contenidos teóricos.	20	A5	C1 C5	
Examen de preguntas objetivas	Prueba tipo test. Las respuestas correctas suman 1 punto y las incorrectas restan 0,5 puntos	20		C1 C5	
Observacion sistemática	Asistencia a clase	20		C1 C5	

Otros comentarios sobre la Evaluación

El examen será obligatorio para el alumnado que no haya aprobado los trabajo prácticos y que no asista a clase.Se valorará de forma individual la realización del examen para subir nota.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

Bibliografía Complementaria

Ambrose, G., **Fundamentos de la tipografía**, Perramón ediciones, 2007
Aicher, Otl, **Tipografía**, Ed. Campgráfic., 2004
Gutiérrez González, P.P., **Teoría y práctica de la publicidad impresa**, Ed. Campgráfic., 2006
Jury, D., **¿Qué es la tipografía?**, Ed. Gustavo Gili, 2007
Rodríguez, D., **Manual de tipografía digital**, Campgràfic, 2016

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201
Producción publicitaria impresa/P04G190V01505