



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño Editorial e Tipográfico

Materia	Diseño Editorial e Tipográfico			
Código	P04M082V01106			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descrición xeral	A produción editorial como soporte expresivo propio da produción gráfica e publicitaria.			

Competencias

Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar 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.
C8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C9	Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.
C10	Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.
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.
C12	Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.
C13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.
C14	Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.
C21	Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.
C22	Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.
D1	Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.
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		
Definir os ámbitos da tipografía e o deseño editorial, e o seu *interrelación.	A3	C8 C9 C10 C14 C21	D3

Identificar os distintos elementos que se utilizan no deseño editorial e publicitario.

C9
C11
C12
C13
C21
C22

D1

Adaptar a tipografía, á creación de pezas gráficas, cun criterio técnico e estético.

C10
C14

D1
D3

Recoñecer a importancia do deseño editorial e da elección *tipográfica, á hora de crear orixinais, tanto no ámbito local como no internacional.

C11
C12
C13

D3

Contidos

Tema

- Fundamentos de deseño editorial	- Fundamentos de deseño editorial
- Información visual e coñecemento	- Información visual e coñecemento
- Proceso e técnicas de creación	- Proceso e técnicas de creación
- Análise de casos prácticos	- Análise de casos prácticos
- Nocións básicas de tipografía	- Nocións básicas de tipografía
- O papel da tipografía no desenvolvemento dunha comunicación visual	- O papel da tipografía no desenvolvemento dunha comunicación visual

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentación	2	2	4
Debate	2	4	6
Lección maxistral	5	5	10
Estudo de casos	5	50	55

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Presentación	Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que elaboraron neste módulo.
Debate	Debate sobre os contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións.
Estudo de casos	Estudo de casos prácticos por parte do alumno nas que apliquen os coñecementos achegados nas sesións maxistras e de análises cada un deles.

Atención personalizada

Metodoloxías

Descrición	
Presentación	Encárgase un traballo que será exposto por parte do alumno/a. Seguimento *tutorizado por vía electrónica unha vez finalizada a docencia presencial.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Presentación	Presentacións/exposicións Exposición do traballo final do módulo.	15	C12 C21 C22 D1 D3
Debate	Debates Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.	15	A3 C8 D1 D3
Lección maxistral	Sesión maxistral Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega tras a impartición do módulo.	70	C9 C10 C11 C12 C13 C14 C21 C22 D1 D3

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

MARTÍN MONTESINOS, J. L. et al., **Lletraferits 2017**, Campgràfic, 2017

RODRÍGUEZ VALERO, D., **Manual de tipografía digital.**, Campgràfic, 2016

PUJOL SANMARTÍN, J. M., **Principios de la tipografía fundamental.**, Campgràfic, 2017

CASTRO VALENZUELA, I., **El abc del lettering**, Campgràfic, 2017

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Outros comentarios

Materia de carácter obrigatorio
