



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				
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descrición xeral	(*)La producción editorial como soporte expresivo propio de la producción gráfica y 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 y conocimiento	(*)- Información visual y conocimiento
(*)- Proceso y técnicas de creación	(*)- Proceso y técnicas de creación
(*)- Análisis de casos prácticos	(*)- Análisis de casos prácticos
(*)- Nociones básicas de tipografía	(*)- Nociones básicas de tipografía
(*)- El papel de la tipografía en el desarrollo de una comunicación visual	(*)- El papel de la tipografía en el desarrollo de una comunicación visual

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentacións/exposicións	2	2	4
Debates	2	4	6
Sesión maxistral	5	5	10
Estudo de casos/análises de situacións	5	50	55

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Presentacións/exposicións	Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que se teñen elaborado no módulo.
Debates	Debate sobre os contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.
Sesión maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudio de casos prácticos por parte del alumno nas que se apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistras e de análise de cada un deles.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Presentacións/exposicións	Encárgase un traballo que será exposto por parte do alumno/a.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Presentacións/exposicións	Exposición do traballo final do módulo.	15	C12 C21 C22 D1 D3
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

Sesión maxistral	Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entregará trala impartición do módulo.	70	C9 C10 C11 C12 C13 C14 C21 C22	D1 D3
------------------	--	----	---	----------

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións
