

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Creaión de Identidad Corporativa Gráfica e Ilustración				
Asignatura	Creaión de Identidad Corporativa Gráfica e Ilustración			
Código	P04M082V01201			
Titulacion	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Mirón, Silvia			
Profesorado	Fernández Álvarez, Olalla García Mirón, Silvia			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descripción general	La identidad corporativa como representación gráfica del universo empresarial y la ilustración como técnica comunicativa.			

Competencias	
Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
C1	Dotar a los estudiantes de la formación e instrumentos necesarios para el desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria.
C5	Fomentar la capacidad analítica, crítica y reflexiva en relación la creatividad publicitaria, con un conocimiento teórico, técnico y estético sobre el panorama actual y las nuevas tendencias de la dirección de arte en publicidad.
C8	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C9	Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.
C10	Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.
C12	Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.
C13	Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.
D2	Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Desarrollar el conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, identificación de recursos, métodos de trabajo.	A2 C8
Construir los elementos de la identidad corporativa gráfica, desarrollar proyectos y diseñar mensajes en torno a la marca.	C10 C12 C13
Fomentar la creación de un espíritu crítico y analítico, con respecto a la creación publicitaria, con apoyo en las tendencias actuales.	C5 C9

Integrar la formación en los instrumentos necesarios para el desarrollo profesional, con la capacidad para afrontar trabajos de manera autónoma.	C1 D2

Contenidos

Tema	
- La marca dentro de la copy strategy	- El papel de la marca en dentro de la copy strategy
- El desarrollo gráfico de las marcas	- La Identidad Corporativa Gráfica: elementos - El manual de Identidad Corporativa Gráfica - Renovación y restyling
- Taller de ilustración	- La ilustración como reclamo - Principales técnicas de ilustración - Análisis de casos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Debate	1.5	4	5.5
Presentación	1.5	2	3.5
Estudio de casos	6	20	26
Talleres	4	2	6
Seminario	12	22	34

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

Metodologías

	Descripción
Debate	Debate sobre los contenidos de la asignatura tomando en cuenta una muestra de piezas premiadas en diferentes etapas históricas.
Presentación	Exposición individual del trabajo sobre los estudios de casos que han elaborado en este módulo.
Estudio de casos	Estudio de casos prácticos por parte del alumno en las que apliquen los conocimientos aportados en las sesiones magistrales y de análisis cada uno de ellos.
Talleres	Taller de ilustración: tipos, técnicas, casos, propuestas, adaptación para el ámbito publicitario
Seminario	Puesta en práctica de los contenidos impartidos en la materia mediante tutorización de la docente: creación del manual de identidad corporativa gráfica

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Durante las sesiones de seminario se darán las indicaciones y se tutorizará el trabajo centrado en la creación o restyling de un manual de identidad corporativa gráfica para una marca

Evaluación

	Descripción	Calificación		Resultados de Formación y Aprendizaje	
Debate	Como parte de la evaluación continua se tendrá en cuenta la participación y grado de preparación sobre la temática propuesta durante el debate.	15	A2	C1 C5	
Presentación	Exposición del trabajo final del módulo.	15	A2	C5 C13	
Seminario	Creación de un trabajo centrado en la creación o restyling de un manual de identidad corporativa gráfica	70		C8 C9 C10 C12 C13	D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Mono, **Identidad corporativa. De brief a la solución final**, Gustavo Gili., 2004

Hyland, A./King, E., **Cultura e identidad. El arte de las marcas**, Blume., 2006

Bibliografía Complementaria

Villafañe, Justo, **La gestión profesional de la imagen corporativa**, Pirámide, 2004

Olins, Wally, **La imagen corporativa internacional**, Gustavo Gili., 1995

Sanz González, M.A., **Identidad corporativa : claves de la comunicación empresarial**, ESIC, 2005

Currás Pérez, R., **Identidad e imagen corporativas : revisión conceptual e interrelación**, Teoría y Praxis, Nº. 7, 2010, págs. 9-34, 2010

Recomendaciones

Otros comentarios

Materia de carácter optativo

Plan de Contingencias

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===
Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS ===
* Se mantienen las siguientes metodologías docentes: seminarios, taller (con ciertas adaptaciones adecuadas a un formato virtual)

* Metodologías docentes que se modifican: el debate se adaptará a un análisis escrito sobre las propuestas relacionadas con el contenido de la materia

* Mecanismo no presencial de atención al alumnado (tutorías): utilización del sistema de "despachos" del Campus Remoto de la Universidade de Vigo y utilización del correo electrónico

* No se realizarán modificaciones de los contenidos a impartir

* Bibliografía adicional para facilitar el auto-aprendizaje
Se entregará documentación y bibliografía adicional con cada tema en función de las necesidades.

Indicaciones y ejemplos online de manuales de identidad corporativa gráfica:
- https://sirope.es/manual-de-marca-inspirar-2/
- https://publicidadpixel.com/manual-de-identidad-corporativa/
- https://esferacreativa.com/que-es-un-manual-de-identidad-corporativa/

* Otras modificaciones

=== ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN ===
No se realizan modificaciones en el sistema de evaluación, salvo la adaptación del debate a otro tipo de participación del alumnado y entrega por escrito del análisis y reflexión