

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Deseño Gráfico				
Materia	Deseño Gráfico			
Código	P04M082V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Molares Cardoso, Julinda			
Profesorado	Gayo Gramary, Jacobo Molares Cardoso, Julinda			
Correo-e	jmolares@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descrición xeral	Introducción aos programas de deseño gráfico asistido por ordenador, proporcionando aos estudantes os rudimentos necesarios para plasmar as súas ideas.			

Competencias	
Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
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 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.
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.
C17	Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.
C20	Habilidade lingüística para expoñer de forma adecuada o seu traballo académico, tanto de xeito oral como escrito e/ou por medios audiovisuais e informáticos conforme aos canons das disciplinas das ciencias da comunicación.
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.
D2	Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.
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

(*)	A2 C1 C8 C12 C13 C22 D2 D3
(*)	C9 C10 D1
(*)	C10 C17 D2
(*)	C4 C5 C10 C20

Contidos	
Tema	
1. Deseño gráfico vectorial	Fundamentos do deseño vectorial
Elementos básicos: estrutura, forma, cor, espazo, volume, composición e percepción. Recoñecer diferentes técnicas de expresión gráfica.	Creación dun proxecto de identidade corporativa gráfica Produción dun manual de identidade corporativa gráfica
Software	Proceso creativo do deseño de packaging
Técnicas de creatividade	Técnicas creativas
2. Fundamentos do deseño editorial e ámbitos de actuación	Fundamentos do deseño editorial
Capacidade para xerar un proxecto de deseño editorial e comprender os elementos craves	O deseño editorial: obxectivos e elementos Elementos editoriais e principios compositivos
Composición básica de *morfología *tipográfica, ritmo, composición de palabras e liñas de texto	A tipografía no deseño: familias, composición e xerarquía Selección e combinación tipográfica

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	30	0	30
Aprendizaxe baseado en proxectos	0	14	14
Actividades introdutorias	6	0	6
Cartafol/dossier	0	100	100
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.			

Metodoloxía docente	
	Descrición
Lección maxistral	
Aprendizaxe baseado en proxectos	
Actividades introdutorias	
Cartafol/dossier	

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Lección maxistral	
Cartafol/dossier	

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Lección maxistral	Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entregue trala impartión do módulo.	10	C5 D1 C10 D2 C12 D3 C22
Cartafol/dossier		90	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Dabner, D., **Diseño gráfico : fundamentos y prácticas**, Blume, 2015

Skolos, N., **El Proceso del diseño gráfico : del problema a la solución : 20 casos de estudio**, Blume, 2012

López López, Anna María, **Curso diseño gráfico : fundamentos y técnicas**, Anaya Multimedia, D.L, 2012

Wong, W., **Diseño gráfico digital**, Gustavo Gili, 2004

Chaves, N., **El ofocio de diseñar**, Gustavo Gili, 2001

Rodríguez, D., **Manual de tipografía digital**, Campgràfic, 2016

Aicher, O., **El mundo como proyecto**, Gustavo Gili, 1994

Recomendacións

Outros comentarios

Materia de carácter obrigatorio

Plan de Continxencias

Descrición

En caso de alerta sanitaria provocada polo COVID-19 as sesións manteranse de forma online a través do campus virtual.

As titorías pasarían a ser a través dos despachos virtuais