



## 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  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición | Castelán   |          |       |              |
| Departamento       |  |          |       |              |
| Coordinador/a      | Dopico Castro, Marcos  |          |       |              |
| Profesorado        | Dopico Castro, Marcos  |          |       |              |
| Correo-e           | mdopico@uvigo.es   |          |       |              |
| Web                | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>                    |          |       |              |
| Descrición xeral   | A produción editorial como soporte expresivo propio da produción gráfica e publicitaria. |          |       |              |

## Competencias

| Código |   | Tipoloxía           |
|--------|---|---------------------|
| CB3    | 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. |                     |
| CE8    | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.   | • saber             |
| CE9    | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.   | • saber             |
| CE10   | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.  | • saber facer       |
| CE11   | 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.  |                     |
| CE12   | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.   |                     |
| CE13   | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.  |                     |
| CE14   | Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.   |                     |
| CE21   | Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.   |                     |
| CE22   | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuir ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.  |                     |
| CT1    | Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.  |                     |
| CT3    | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.   | • Saber estar / ser |

## Resultados de aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe  | Competencias                                     |
|--|--|
| Definir os ámbitos da tipografía e o deseño editorial, e o seu *interrelación. | CB3<br>CE8<br>CE9<br>CE10<br>CE14<br>CE21<br>CT3 |

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

CE9  
CE11  
CE12  
CE13  
CE21  
CE22  
CT1

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

CE10  
CE14  
CT1  
CT3

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

CE11  
CE12  
CE13  
CT3

## Contidos

Tema

- Fundamentos de deseño editorial

- Información visual e coñecemento

- Proceso e técnicas de creación

- Análise de casos prácticos

- Nocións básicas de tipografía

- O papel da tipografía no desenvolvemento dunha comunicación visual

- Introducción ao Deseño de Tipografía

- Anatomía da letra e clasificacións tipográficas

- Base caligráfica e modular no deseño de tipografía

- Do bosquejo ao debuxo vectorial

- Xeometría e percepción óptica

- Introducción ao software de Deseño de tipografía

- Módulos e relacións formais, debuxo con vectores. Medidas básicas.

- Formatos dixitais, linguaxes e codificación.

## Planificación docente

|                   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Presentación      | 2             | 4                  | 6            |
| Lección maxistral | 15            | 15                 | 30           |
| Estudo de casos   | 3             | 6                  | 9            |
| Traballo          | 5             | 25                 | 30           |

\*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 e/ou dos estudos de casos que elaboraron neste módulo.  |
| 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 titorizado por vía electrónica unha vez finalizada a docencia presencial. |
| Probas       | Descrición   |
| Traballo     | Seguimento do desenvolvemento do traballo encargado na materia, xa sexa de maneira presencial e/ou mediante diferentes fórmulas virtuais           |

## Avaliación

| Descrición | Cualificación | Competencias Avaliadas |
|------------|---------------|------------------------|
|------------|---------------|------------------------|

|              |  |   |    |   |
|--------------|--|---|----|---|
| Presentación | Presentacions/exposicions  | Exposición do traballo final do módulo. | 15 | CE12<br>CE21<br>CE22<br>CT1<br>CT3                        |
| Traballo     | Elaboración dun traballo acorde ás competencias relacionadas co deseño editorial e tipográfico |   | 85 | CB3<br>CE8<br>CE9<br>CE10<br>CE11<br>CE12<br>CE13<br>CE14 |

---

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Bibliografía Básica**

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

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

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

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

Henestrosa, C.; Meseguer, L.; Scaglione, J., Como crear tipografías: Del boceto a la pantalla, Tipo-E Editorial, 2012, Madrid

Cheng, K., Designing type, Gustavo Gili, 2006, Barcelona

#### **Bibliografía Complementaria**

---

### **Recomendacións**

---

### **Outros comentarios**

Materia de carácter obrigatorio

---