FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado	Comunicación
Asignatura	**Diseño Gráfico Publicitario**
Módulo	Módulo VII. Optativas Obligatorias de Mención (Publicidad y Relaciones Públicas)
Área Departamental	Ciencias Sociales y de la Salud
Semestre	Sexto semestre
Créditos totales	6
Curso	3º
Carácter	Formación Optativas
Lengua de impartición	Castellano

Modelo de docencia:	**Tipo B1**
a. Enseñanzas Básicas (EB):	60% (27 horas)
b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):	40% (18 horas)
c. Actividades Dirigidas (AD)	

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas y Generales

No se contemplan para esta asignatura.

2.2. Competencias Transversales

No se contemplan para esta asignatura.

2.3. Competencias Específicas

.

CEM19 - Capacidad y habilidad para la construcción de mensajes persuasivos utilizando imágenes visuales, acústicas o audiovisuales, particularmente a través de las técnicas de diseño gráfico y la representación digital, expresando el mensaje a través de códigos icónicos y audiovisuales.

CEM20 - Capacidad para ideación, planificación y ejecución de proyectos comunicativos. En concreto para desarrollar y proponer modelos y diseños de comunicación innovadores, capaces de adaptarse a nuevos contextos sociales, culturales, económicos y tecnológicos, haciendo uso de la creatividad.

CEM21 - Capacidad para analizar y desarrollar el Manual de Identidad Corporativa y el Proceso de Creación de una marca.

CEM22 - Capacidad y habilidad para la ideación, definición y representación de la identidad visual de una empresa, institución, marca o persona, generando una imagen conceptual expresada por medio de códigos icónicos y lingüísticos, comprensible y reconocido por el entorno que le rodea.

CEM25 - Capacidad para la ideación, generación y desarrollo de propuestas creativas originales para el lanzamiento de mensajes persuasivos en diferentes códigos y en todos los soportes empleados por la publicidad.

3. CONTENIDOS

Diseño gráfico publicitario: composición, equilibrio, ritmo, Redacción Aplicada a la Publicidad y las RRPP Identidad Visual Corporativa armonía, proporción. Diseño vectorial avanzado. Uso del color: matiz, brillo, saturación. Modos cromáticos. Pantones. Simbología. Tipografías. Identidad corporativa: elementos y funciones. Sistemas de reproducción y técnicas de impresión. Diseño en mapa de bits avanzado. Optimización de las imágenes. Normas de presentación y entrega.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Actividades Presenciales (AP): se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
Actividades Autónomas (AA): El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0

Actividades de Evaluación (AE): Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

Clases magistrales/expositivas (AP)
Conferencias (AP)
Realización de presentaciones en clase (AP)
Ejemplificación y estudio de casos (AP)
Prácticas de aula (AP)
Prácticas en talleres y laboratorio (AP)
Seminarios (AP)
Exposición de trabajos en grupo (AP)
Tutorías programadas (AA)
Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
Revisión de trabajos de la carpeta del estudiante/portfolio (AA)
Laboratorios y talleres abiertos (AA)
Preparación de trabajos de curso (AA)
Elaboración de proyectos (AA)
Revisión de Proyectos (AA)
Realización del portfolio (AA)
Estudio personal (AA)
Realización de actividades prácticas (AA)
Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
Preparación de presentaciones (AA)
Campus virtual (AA)
Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas
Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	**40 %**
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	**40 %**
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	**20%**

7. PROFESORADO

Nombre	
Centro	Centro Universitario San Isidoro
Áreas Departamentales	Ciencias Sociales y de la Salud
E-mail	