SAN ISIDORO
CENTRO UNIVERSITARIO

Ficha técnica
Campaña publicitaria

1. Descripción de la asignatura

Grado	Diseño Gráfico y Creatividad Digital
Asignatura	Campaña publicitaria
Módulo	Módulo 7: Marketing y publicidad
Área Departamental	Industrias Culturales: Diseño, animación, cinematografía y producción audiovisual.
Semestre	4º semestre
Créditos totales	6
Curso	2º
Carácter	OB (Obligatoria)
Lengua de impartición	Castellano
Observaciones	

Modelo de docencia	A1 (70-30)
Enseñanzas Básicas	31,5 horas
Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD)	13,5 horas
Actividades Dirigidas	0

SAN ISIDORO
CENTRO UNIVERSITARIO

2. Resultados del proceso de formación y aprendizaje

a) Conocimientos

C02	Conoce y analiza los principios del lenguaje visual y la teoría del color en su aplicación en diferentes contextos y formatos de comunicación y marketing.	Conocimientos o contenidos
C10	Conoce y comprende los fundamentos del diseño sostenible y accesible, así como la necesidad de la comunicación inclusiva y respetuosa con los principios de igualdad y no discriminación, evitando lenguajes e imágenes sexistas que perpetúen estereotipos de género y fomenten o normalicen las violencias sexuales contra las mujeres.	Conocimientos o contenidos

b) Competencias

COM01	Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos –la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros–; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión social; (d) el tratamiento de la sostenibilidad y del cambio climático.	Competencias
COM03	Producir y presentar proyectos de diseño gráfico que integren distintos conceptos, técnicas y herramientas, asegurando la coherencia comunicativa y considerando la perspectiva de género, la libertad sexual, la inclusión y el desarrollo sostenible.	Competencias
COM06	Desarrollar proyectos de diseño gráfico, planificando y supervisando desde la dirección de arte todas las fases hasta la producción final de la campaña.	Competencias

COM08	Participar en la planificación y ejecución de estrategias de comunicación publicitaria y de marketing digital desde la perspectiva del diseño gráfico.	Competencias
COM13	Aplicar el pensamiento crítico y capacidad para resolver problemas, gestionando eficientemente el tiempo y los recursos, con una sólida base ética y deontológica en la actividad profesional.	Competencias

c) Habilidades

HD08	Elabora estrategias de marketing digital basadas en el diseño sostenible y las aplica a la gestión profesional del diseñador gráfico.	Habilidades o destrezas

3. Contenidos de la asignatura

Fundamentos de la comunicación aplicados a la publicidad. Estableciendo las estrategias de comunicación. La función persuasora. Estilos. Tipología general de la publicidad. Estructura de una agencia publicitaria. Diseño estratégico. Integración de los conceptos del marketing en la campaña publicitaria. Planificación y realización de la campaña. Creación del plan de medios. Fase de control y evaluación. Proyectos prácticos de campañas publicitarias. Consideración de la perspectiva de género y de la libertad sexual en las campañas publicitarias.

4. Actividades formativas / Metodologías docentes

Actividades formativas	
AF1-EB (70%)	Enseñanzas Básicas. Actividad presencial que se imparte sobre el grupo completo, e incorpora la enseñanza teórica, los fundamentos metodológicos y los conceptos esenciales de la disciplina. Esta enseñanza comprende la lección magistral del profesor y el proceso de debate y el análisis de supuestos. Podrán incorporarse: conferencias, proyección, visitas, etc.
AF2-EPD (30%)	Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo. Actividad presencial que se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre las prácticas de índole tecnológico y, fundamentalmente, sobre el desarrollo de supuestos prácticos y procesos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiante. Estas actividades se impartirán habitualmente en los laboratorios de prácticas.

Metodologías Docentes

MD1	Clases magistrales/expositivas presenciales en aula
MD2	Aprendizaje basado en Proyectos
MD3	Estudio y presentaciones de casos
MD4	Clases prácticas presenciales en taller, laboratorio o grupo reducido
MD5	Tutorías programadas
MD6	Trabajo individual o en grupo en talleres y laboratorios
MD7	Presentaciones y exposiciones
MD8	Trabajo autónomo del estudiante
MD9	Conferencias, seminarios y salidas de campo
MD10	Elaboración del portfolio

5. Sistema 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:

Sistemas de evaluación	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEV01	50%	70%
SEV02	0%	50%
SEV03	0%	50%
SEV04	0%	50%
SEV06	0%	50%

6. Responsable de la asignatura

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