

# Guía docente

## Diseño Gráfico Publicitario

### Grado, centro y curso académico

<b>GRADO</b>	Comunicación
<b>CENTRO</b>	Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla
<b>CURSO ACADÉMICO</b>	2024-2025

### SUMARIO

[1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA](#)

[2. RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA](#)

[3. CONTEXTO](#)

[4. COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN EN LA ASIGNATURA](#)

[5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA](#)

[6. METODOLOGÍA, ACTIVIDADES Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE](#)

[7. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA Y DE SUS COMPETENCIAS](#)

[8. BIBLIOGRAFÍA](#)

[9. CRONOGRAMA](#)

## 1. Descripción de la asignatura

<b>DENOMINACIÓN OFICIAL</b>	Diseño Gráfico Publicitario
<b>CÓDIGO IDENTIFICATIVO</b>	404137
<b>CURSO Y SEMESTRE</b>	3º curso. VI Semestre
<b>UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS</b>	Módulo VII. Optativas obligatorias de mención: Comunicación publicitaria y Relaciones Públicas
<b>CRÉDITOS ECTS</b>	6
<b>DEPARTAMENTO RESPONSABLE</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>CARÁCTER</b>	OP (Optativa)
<b>IDIOMA DE IMPARTICIÓN</b>	Castellano
<b>MODELO DE DOCENCIA</b>	B1
<b>NÚMERO DE HORAS DE CLASE QUE SUPONE CADA ACTIVIDAD</b>	- Enseñanzas Básicas (EB): 27 - Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD): 18 - Actividades Dirigidas (AD): 0

## 2. Responsable de la asignatura

<b>CATEGORÍA</b>	Profesor Doctor
<b>NOMBRE COMPLETO</b>	Andrea Bertola Garbellini
<b>EMAIL</b>	abertola@centrosanisidoro.es

## 3. Contexto

### **Breve descripción de la asignatura**

La flexibilidad del proceso formativo, la familiarización con las nuevas herramientas del diseño gráfico y el conocimiento y seguimiento de las propuestas de vanguardia en esta materia centran el propósito fundamental de este módulo.

Además, se propone como propósitos fundamentales la adquisición de los conocimientos técnicos relacionados con las posibilidades de dibujo vectorial, diseño digital y maquetación.

Por tanto, se dará lugar a la especialización del diseñador gráfico, profundizando en las diferentes fases de análisis y de elaboración de mensajes publicitarios digitales e impresos a través del uso de las nuevas tecnologías.

Igualmente, persigue el estudio de los fundamentos generales del Diseño Gráfico, que se aplicarán posteriormente en el ámbito de dos áreas especializadas: el diseño de empresa y el diseño gráfico publicitario. Además, se pretenden desarrollar las habilidades técnicas necesarias para llevar a cabo proyectos específicos, desde el aspecto conceptual hasta su realización manual o por ordenador, profundizando en las diferentes fases de análisis y elaboración.

Para lograr los objetivos marcados, este módulo sienta las bases para la correcta organización de todo proceso de comunicación visual, desde diferentes puntos de vista:

1. Funcional. En esta asignatura se propone a los alumnos los métodos de expresión y de organización para que un mensaje visual llegue de la forma efectiva, desde el emisor hasta su receptor.
2. Estético. Uno de los objetivos perseguido es enseñar a crear mensajes que tengan un fuerte poder de atracción, que gusten y actúen a nivel persuasivo.
3. Técnico. Se pretende que los alumnos aprendan cómo a través del Diseño Gráfico es posible adaptar cualquier tipo de comunicación visual a las exigencias técnicas de los diferentes medios de difusión actuales.
4. Estilístico. Existen muchas posibles formas para crear un mensaje visual: el alumno de Diseño Gráfico tiene que llegar a conocerlas y saber determinar las opciones más correctas para cada situación profesional.

### **Objetivos en términos de resultados del aprendizaje**

Una vez cursada la asignatura el alumnado:

1. El alumno es capaz de evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa, tanto a nivel praxiológico como conceptual.
3. El alumno es capaz de la conceptualización expresiva y cristalización de los conceptos: idea, redacción, diseño, realización y producción, en publicidad y relaciones públicas.
4. Desarrolla y propone modelos de comunicación e identidad innovadores, capaces de adaptarse a nuevos contextos haciendo uso de la creatividad.

## **Prerrequisitos**

No procede

## **Recomendaciones previas a cursar la asignatura**

Se recomienda a los/las estudiantes leer artículos, tanto académicos como de prensa, que presenten la actualidad en el campo de la Publicidad, así como estar atentos a los diferentes mensajes publicitarios para que, de este modo, puedan identificar la aplicabilidad de los contenidos tratados.

## **Aportaciones al plan formativo**

Esta asignatura, ubicada en tercer curso del Grado en Comunicación, dentro del Módulo VII “Optativas obligatorias de mención (Comunicación Publicitaria y Relaciones Públicas), permite alcanzar una base de conocimiento en mención en la que está integrada.

Presenta una relación directa con las siguientes asignaturas del Plan de Estudios: “Estrategia Publicitaria”, “Redacción Aplicada a la Publicidad y las RR. PP”, “Identidad Visual Corporativa”, “Creatividad y dirección de arte”, perteneciente a la misma materia de la que forma parte: “Planificación Estrategias y Creación en Comunicación Persuasiva”. También guarda conexión con las asignaturas comprendidas en la materia “Especialización en Comunicación Institucional, Empresarial y Social”.

Además, conecta con las asignaturas impartidas en los primeros cursos: “Diseño Gráfico y Cultura Visual”, “Diseño Gráfico y Tratamiento Digital de las Imágenes” e “Infografía y Maquetación”.

## 4. Competencias que se desarrollan en la asignatura

### a) Competencias básicas

No se contemplan.

### b) Competencias generales

No se contemplan.

### c) Competencias transversales

No se contemplan.

### d) 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.

## 5. Contenidos de la asignatura

### TEÓRICO

#### 1. TEORÍA DEL DISEÑO GRÁFICO Y DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

1. 0. Introducción: El Diseño Gráfico Publicitario.
1. 1. La Composición.
1. 2. El Equilibrio.
1. 3. El Ritmo.
1. 4. La Armonía.
1. 5. La Proporción.

#### 2. TEORÍA Y UTILIZACIÓN DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

2. 0. Introducción.
2. 1. Teoría del color.
  2. 1. 2. El Matiz.
  2. 1. 2. La Saturación.
  2. 1. 3. El Brillo.
2. 2. Los Modelos o Modos Cromáticos: Colores Luz y Colores Pigmento.
2. 3. Pantones, CMYK, RGB. Uso del color en el proceso de producción gráfica.
2. 4. Simbología del Color.
2. 5. Los 10 Mandamientos del Color.

#### 3. UTILIZACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

3. 0. Introducción.
3. 1. Familias, fuentes y estilos.
3. 2. Las líneas de referencia.
3. 3. Uso de tipografías.

#### 4. IDENTIDAD CORPORATIVA: PARTE 1

4. 0. Introducción.
4. 1. La comunicación corporativa.
4. 2. Logotipo, símbolo y logosímbolo.
4. 3. Creación de logosímbolos.

## 5. SISTEMAS DE REPRODUCCIÓN Y TÉCNICAS DE PREIMPRESIÓN E IMPRESIÓN

- 5. 1. Tipos de Impresión.
  - 5. 1. 1. Tipografía.
  - 5. 1. 2. Litografía Offset.
  - 5. 1. 3. Offset en Bobina.
  - 5. 1. 4. Flexografía.
  - 5. 1. 5. Serigrafía.
  - 5. 1. 6. Impresión Digital.
- 5. 2. Tipo de Papel.
  - 5. 2. 1. Tamaños y formatos.
  - 5. 2. 2. Imposición de Páginas.
  - 5. 2. 3. Tipología de papel.
  - 5. 2. 4. Gramaje de Papel.
- 5. 3. Más allá del papel: Acabados y manipulados.

## PRÁCTICO

### 1. TIPOS DE IMÁGENES

- 1. 1 Formatos de imagen
- 1. 2. Formatos gráficos vectoriales
- 1. 3. Criterios de uso de la imagen en entornos digitales
- 1. 4. Gráficos vectoriales
- 1. 5. Gráficos vectoriales y bitmaps, ventajas e inconvenientes.
- 1. 6. Trabajando sobre imágenes bitmaps y vectoriales.

### 2. REPRESENTACIÓN Y EXPRESIÓN GRÁFICA MEDIANTE TECNOLOGÍA DIGITAL VECTORIAL

- 2. 1. Concepto de Vector
- 2. 2. Historia de los vectores. Pierre Etienne Bézier
- 2. 3. Objetos Bézier
- 2. 4. Software sustentado en vectores.
- 2. 5. Aprendizaje de herramientas y programas de aplicación de vectores.
- 2. 6. Demostración del funcionamiento de las curvas de Bézier
- 2. 7. Ventajas y Limitaciones de los Gráficos Vectoriales.
- 2. 8. Presente y futuro de los gráficos vectoriales
- 2. 9. Bézier en la tipografía
- 2. 10. Otras aplicaciones: Bézier en gráficos 3D
- 2. 11. Sketching con Bezier: dibujar vectores sin nodos ni manejadores

### 3. SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR

- 3. 1. 1. Introducción a Illustrator
- 3. 1. 1. 1. Interfaz básica de Illustrator
- 3. 1. 1. 2. Cuadro de herramientas
- 3. 1. 1. 3. Cargar y guardar ilustraciones
- 3. 1. 2. Componentes de Illustrator
- 3. 1. 2. 1. Gráficos de mapa de bits y vectoriales
- 3. 1. 2. 2. Uso de guías, reglas y cuadrículas
- 3. 1. 2. 3. Herramientas de selección
- 3. 1. 2. 4. Orden de apilamiento de capas
- 3. 1. 3. Creación de formas
- 3. 1. 3. 1. Creación de formas básicas
- 3. 1. 3. 2. Creación de polígonos y estrellas
- 3. 1. 3. 3. Creación de espirales
- 3. 1. 3. 4. Herramienta de segmento de línea
- 3. 1. 3. 5. Herramienta arco
- 3. 1. 3. 6. Creación de cuadrículas
- 3. 1. 4. Trabajar con color
- 3. 1. 4. 1. Modo RGB
- 3. 1. 4. 2. Modo CMYK
- 3. 1. 4. 3. Modo HSB
- 3. 1. 4. 4. Colores compatible con páginas web
- 3. 1. 4. 5. Organizar colores
- 3. 1. 4. 6. Uso de degradados
- 3. 1. 5. Dibujo de trazados
- 3. 1. 5. 1. Trazados a mano alzada
- 3. 1. 5. 2. Crear y manipular curvas
- 3. 1. 5. 3. Manipulación y modificación de trazados
- 3. 1. 6. Transformación de objetos
- 3. 1. 6. 1. El cuadro delimitador
- 3. 1. 6. 2. Herramientas de transformación (reflejo, rotar, distorsión. . . )
- 3. 1. 6. 3. Herramientas de efectos líquidos (deformar, molinete. . . )
- 3. 1. 6. 4. Efectos de distorsión y envolvente
- 3. 1. 7. Creación de formas complejas
- 3. 1. 7. 1. Creación de formas complejas con los buscatrazos
- 3. 1. 7. 2. Uso de trazados compuestos
- 3. 1. 7. 3. Uso de máscaras de recorte
- 3. 1. 8. Creación de efectos pictóricos
- 3. 1. 8. 1. Herramienta fusión



- 3. 1. 8. 2. Herramienta de malla
- 3. 1. 9. Creación eficiente de ilustraciones
  - 3. 1. 9. 1. Crear símbolos
  - 3. 1. 9. 2. Uso de pincel para dar estilo a los trazados
  - 3. 1. 9. 3. Aplicación de estilos
- 3. 1. 10. Filtros y efectos
  - 3. 1. 10. 1. Menú filtros
  - 3. 1. 10. 2. Efectos (convertir en forma, bordes suaves. . . )
- 3. 1. 11. Organización de ilustraciones
  - 3. 1. 11. 1. Trabajar con ilustraciones segmentadas
  - 3. 1. 11. 2. Segmentar el área de imagen
  - 3. 1. 11. 3. Guías inteligentes
- 3. 1. 12. Como crear y dar formato a un texto
  - 3. 1. 12. 1. Herramientas de texto
  - 3. 1. 12. 2. Formato de los caracteres (Interlineado, Kerning. . . )
  - 3. 1. 12. 3. Importación de textos
  - 3. 1. 12. 4. Configurar filas y columnas
  - 3. 1. 12. 5. Creación de gráficos a partir de texto

#### 4. ARTE FINAL CON VECTORES

- 4. 1. Configurar opciones de impresión
- 4. 2. Ver las separaciones de color
- 4. 3. La ventana de preimpresión
- 4. 4. Vista previa del documento
- 4. 5. Supervisión de documento
- 4. 6. Impresión de pruebas
- 4. 7. Impresión comercial
- 4. 8. Cambio de resolución al exportar

#### 5. COMPATIBILIDAD DE LOS GRÁFICOS CON VECTORES

- 5. 1. Vectores y Adobe PhotoShop
- 5. 2. Vectores y Adobe Flash
- 5. 3. Vectores y software de 3D

#### 6. SOFTWARE DE DISEÑO CON MAPA DE BITS: ADOBE PHOTOSHOP

- 6. 1. Presentación de Photoshop.
- 6. 2. Digitalización de imágenes.
  - 6. 2. 1 Parámetros de tamaño.

- 6. 2. 2 Resolución.
- 6. 2. 3 Tipos de imágenes.
- 6. 2. 4 Formatos de imágenes.
- 6. 2. 5 Sistemas de almacenamiento.
- 6. 3. Optimización impresión de imágenes.
- 6. 4. Funciones de Paleta de herramientas.
- 6. 5. Guías y retículas.
- 6. 6. Paletas.
- 6. 7. Herramientas de selección.
- 6. 8. Las capas.
- 6. 9. El color: pantones, CMYK y RGB.
- 6. 10. Herramientas de dibujo y pintura.
- 6. 11. Herramientas de texto.
- 6. 12. Menú imagen.
- 6. 13. Comunicación con otros programas.

## 6. Metodología, actividades formativas y recursos para el aprendizaje

Las metodologías docentes quedarían divididas de acuerdo a las actividades formativas, según la Memoria de Verificación y atendiendo a la asignatura, en:

METODOLOGÍAS, ACTIVIDADES FORMATIVAS Y RECURSOS		HORAS	PRESENCIALIDAD
<b>Actividades Presenciales (AP)</b>  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)	<b>Actividades Básicas (EB)</b> Se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.  El estudiantado dispondrá en su plataforma virtual de las unidades didácticas proporcionadas por el profesor responsable de la asignatura, material complementario y bibliografía.	27	30%
	<b>Enseñanzas de Prácticas y de Desarrollo (EPD)</b>	18	

	<p>Se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre prácticas y casos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiantado.</p> <p>Se fija como objetivo incrementar el conocimiento práctico de la asignatura. El alumnado dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar estas EPD.</p>		
<p><b>Actividades Autónomas (AA)</b></p> <p>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)</p>	<p>El alumnado realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura.</p> <p>El alumnado dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar ampliar su conocimiento en estas actividades autónomas, contando con bibliografía y material complementario.</p>	90	0%
<p><b>Actividades de Evaluación (AE)</b></p> <p>Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE).</p>	<p>Se realizarán una serie de pruebas orales y/o escritas. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.</p>	15	0%

## 7. Criterios generales de evaluación de la asignatura y de sus competencias

El sistema de evaluación se regirá conforme a lo establecido por la Normativa de Evaluación de los Estudiantes de Grado de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla.

<p><b>1ª convocatoria ordinaria</b> (convocatoria de curso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) La calificación de la asignatura se rige por el principio de evaluación continua.</li> <li>b) Las calificaciones obtenidas en las distintas actividades de evaluación continua desarrolladas durante el periodo de docencia presencial supondrán un 40% de la nota de la asignatura, que se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades realizadas a lo largo de dicho periodo, las cuáles aparecen en el subapartado Sistemas de evaluación.</li> <li>c) La participación en clase supone un 20% de la nota de la asignatura, que se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades asociadas a este apartado y realizadas en clase a lo largo del periodo de docencia.</li> <li>d) La prueba objetiva de evaluación final, representa el 40% de la calificación final de la asignatura.</li> <li>e) La calificación de la asignatura será el resultado de sumar ponderadamente las notas anteriores.</li> </ul>
<p><b>2ª convocatoria ordinaria</b> (convocatoria de recuperación de curso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Si el estudiantado superó con éxito las tareas desarrolladas durante el periodo de docencia, la prueba o pruebas de evaluación tendrán el mismo valor porcentual que en la convocatoria de curso, y la calificación final de la asignatura será el resultado de sumar las calificaciones obtenidas en las pruebas de evaluación continua con las obtenidas en la prueba o pruebas de evaluación de la convocatoria de recuperación de curso, respetando las ponderaciones que tengan.</li> <li>b) Los/las estudiantes que no hayan seguido el proceso de evaluación continua o no superaron las pruebas de evaluación, en la prueba o pruebas de evaluación finales correspondiente a la convocatoria de recuperación de curso, se les evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuran en la guía docente, a través del formato de prueba única.</li> <li>c) Los/las estudiantes que no superen la asignatura en las convocatorias ordinarias de curso, deberán matricularse de nuevo de la asignatura y desarrollar la misma siguiendo el</li> </ul>

	proceso de aprendizaje y evaluación (continua o prueba única) sin que quepa acudir a convocatoria extraordinaria, salvo lo dispuesto en el apartado siguiente.
<b>Convocatoria extraordinaria</b>	Esta convocatoria es la correspondiente al mes de noviembre, que se activa a petición del alumnado siempre y cuando esté matriculado en todas las asignaturas que le resten para finalizar sus estudios de Grado, tal y como establece la Normativa de Progreso y Permanencia de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, así como la Normativa de Evaluación de los/las estudiantes de Grado de dicha Universidad. Se evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuren en la guía docente del curso anterior, de modo que permita obtener el 100% de la calificación correspondiente a la asignatura.

Los/las estudiantes inmersos en un programa de movilidad o en un programa de deportistas de alto nivel, así como los afectados por razones laborales, de salud grave o por causas de fuerza mayor debidamente acreditadas, tendrán derecho a que en la convocatoria de curso se les evalúe mediante un sistema de evaluación de prueba única. Para ello, deberán comunicar la circunstancia al profesor responsable de la asignatura antes del fin del periodo de docencia presencial.

La evaluación de la asignatura 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, enseñanzas de prácticas y de desarrollo y 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:

**Para evaluar el cumplimiento de las competencias**, se dispone de una tabla detalle donde se indica dónde se adquiere cada una de las competencias asociadas a la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES	COMPETENCIAS
<b>PRUEBA OBJETIVA ESCRITA U ORAL</b>		

Contenido	Descripción	Porcentajes	Competencias
Diseño y presentación de campaña Publicitaria	Los/las estudiantes desarrollan, diseñan y presentan una campaña publicitaria completa basada en la adaptación a varios soportes y formatos. La Campaña se realiza a partir de un briefing previo, para una marca real elegida por el alumnado.	<b>40%</b>	CEM18 - CEM19 - CEM20 - CEM21 - CEM22 - CEM23 - CEM24 - CEM25
<b>EVALUACIÓN DE TRABAJOS O PROYECTOS, INDIVIDUALES O EN GRUPO REALIZADOS POR EL ALUMNADO DURANTE EL PERIODO DE IMPARTICIÓN DE LA MATERIA</b>		<b>% 40</b>	
Contenido	Descripción	Porcentajes	Competencias
Display profesional personal	La naturaleza de este trabajo es el aprendizaje de las técnicas y las tecnologías necesarias para organizar convenientemente la composición de un soporte gráfico concebido para el envío en formato digital y su posterior adaptación para la impresión.	7%	CEM18 - CEM19 - CEM20 - CEM21 - CEM22 - CEM23 - CEM24 - CEM25
DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LÍNEA DE ENVASES PROMOCIONALES	La naturaleza de este trabajo es el aprendizaje de las técnicas y las tecnologías necesarias para organizar convenientemente la composición de un soporte gráfico concebido para la presentación de un proyecto gráfico profesional de diseño de envases en una reunión interna del grupo creativo de agencia de publicidad.	10%	CEM18 - CEM19 - CEM20 - CEM21 - CEM22 - CEM23 - CEM24 - CEM25
Diseño de díptico corporativo	La naturaleza de este trabajo es el aprendizaje de las técnicas y las tecnologías necesarias para organizar convenientemente la composición de un soporte gráfico concebido para la presentación de un díptico publicitario.	10%	CEM18 - CEM19 - CEM20 - CEM21 - CEM22 - CEM23 - CEM24 - CEM25
Desarrollo	La naturaleza de este trabajo es el	13%	CEM18 - CEM19 -

gráfico de una presentación corporativa de empresa para pantalla digital de gran formato	<p>aprendizaje de las técnicas y las tecnologías necesarias para organizar convenientemente la composición de un soporte gráfico concebido para la presentación de un proyecto gráfico profesional de diseño.</p> <p>El trabajo incluye el uso de logo, colores corporativos, tipografías e imágenes fotográficas en función de la comunicación de una marca elegida por el alumnado.</p> <p>Consiste en la maquetación y el desarrollo de una presentación corporativa de empresa para pantalla digital de gran formato.</p>		CEM20 - CEM21 - CEM22 - CEM23 - CEM24 - CEM25
<b>PARTICIPACIÓN EN ENSEÑANZAS BÁSICAS Y ENSEÑANZAS DE PRÁCTICAS Y DESARROLLO</b>		<b>% 20</b>	
<b>Contenido</b>	<b>Descripción</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Competencias</b>
Presentación y argumentación de proyectos y actividades realizadas en clase	Los/las estudiantes organizan y realizan presentaciones y argumentaciones a los proyectos que entregan. Participan activamente en clase a nivel de análisis y síntesis con respecto a los contenidos relativos a las diferentes fases de evolución del curso.	20%	CEM18 - CEM19 - CEM20 - CEM21 - CEM22 - CEM23 - CEM24 - CEM25

Al constituirse la evaluación continua como preferente, y en pos de valorar adecuadamente la adquisición de competencias, la entrega de los ejercicios se registrará por los siguientes criterios:

- La vía y modo de entrega será determinado específicamente en la ficha de descripción del ejercicio en cuestión, disponible en el Campus Virtual G-Workspace, en cada asignatura. Se establece en todos los casos una fecha de entrega concreta, variable según la carga del curso. No se podrán entregar los ejercicios fuera de fecha.
- Podrá exigirse para la superación de la asignatura la presentación obligatoria a cualquiera de las pruebas correspondientes a la convocatoria de curso y la obtención en las mismas de

una calificación que acredite un dominio mínimo de las competencias vinculadas a la asignatura correspondiente.

## 8. Bibliografía

- ALBERS, Josef: La interacción del color. Alianza Editorial, Madrid, 1970
- ARNHEIM, Rudolf: El pensamiento visual. Paidós, Barcelona, 1999
- BASSAT, Luis: El Libro Rojo de las Marcas. Ed. Espasa Calpe, Madrid, 2000.
- BERTOLA, Andrea y GARCÍA-CLAIRAC Santiago: El manual de Diseño Gráfico. Editorial Almuzara, Sevilla, 2004
- CARTER, Rob: Diseñando con tipografía. Color y tipografía. Index Books, Barcelona, 1997
- CHAVES, Roberto: La imagen corporativa. Gustavo Gili, Barcelona, 1990
- COLLIER, David: Diseño para la autoedición. Gustavo Gili, Barcelona, 1999
- CONWAY LLOYD MORGAN: Logos. Index Books, Barcelona, 1999
- DALLEY, Terence: Guía completa de ilustración y diseño. Ed. Hermann, Barcelona, 1992
- GATTER, Mark: Listo para imprenta. Cómo llevar los proyectos de la pantalla al papel. Index Book, Barcelona, 2005
- HOLLIS, Richard: El diseño gráfico. Ediciones Destino, Barcelona, 2000
- LEENDERTSE, Jeannet: Diseño de tarjetas comerciales. Gustavo Gili, Barcelona, 2000
- LEWIS, Richard W. : Absolut Book. Journey Editions, Boston, 1996
- MARTÍN MONTESINOS, J. L. /Mas Hurtuna: Manual de Tipografía: del plomo a la era digital. Campgràfic, Valencia, 2002.
- MURPHY, John: Cómo diseñar marcas y logotipos. Gustavo Gili, Barcelona, 1993
- ROBERTS, Kevin: Lovemarks. El futuro más allá de las marcas. Empresa Activa, Barcelona, 2004.
- SATUÉ, Enric: El diseño gráfico en España. Alianza Editorial, Madrid, 1997
- SATUÉ, Enric: El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. Alianza Editorial, Madrid, 1997
- SILVER, Lisa: Diseño de logotipos. Pasos para conseguir el mejor diseño. Gustavo Gili, Barcelona, 2001
- SWANN, Alan: Diseño Gráfico. Blume, Barcelona, 1996
- SWANN, Alan: El color en el diseño gráfico. Gustavo Gili, Barcelona, 1993.
- WONG, Wucius: Fundamentos del diseño. Gustavo Gili, Barcelona, 1995
-



La comunidad educativa del Centro Universitario San Isidoro, adscrito de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla, cuenta con su propio [catálogo online](#) de recursos en el Centro, y te facilita la lectura de manuales, monografías y artículos completos de la Biblioteca Digital de la UPO.

- Plataformas de lectura: [OLABOOK](#) y [ELIBROS](#)
- Herramienta de búsqueda simultánea: [EUREKA](#)

## 9. Cronograma

SEMANA	U.D.	MODALIDAD		DESCRIPCIÓN
		EB	EPD	
01	0/1	X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA</li> <li>- TEORÍA DEL DISEÑO GRÁFICO Y DE LA COMUNICACIÓN VISUAL</li> <li>- TIPOS DE IMÁGENES</li> <li>- REPRESENTACIÓN Y EXPRESIÓN GRÁFICA MEDIANTE TECNOLOGÍA DIGITAL VECTORIAL</li> <li>- SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR</li> </ul>
02	1	X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TEORÍA DEL DISEÑO GRÁFICO Y DE LA COMUNICACIÓN VISUAL</li> <li>- TIPOS DE IMÁGENES</li> <li>- REPRESENTACIÓN Y EXPRESIÓN GRÁFICA MEDIANTE TECNOLOGÍA DIGITAL VECTORIAL</li> <li>- SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR</li> </ul>
03	1/2	X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TEORÍA Y UTILIZACIÓN DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO</li> <li>- REPRESENTACIÓN Y EXPRESIÓN GRÁFICA MEDIANTE TECNOLOGÍA DIGITAL VECTORIAL</li> <li>- SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR</li> </ul>

04	2	X	X	- TEORÍA Y UTILIZACIÓN DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO - SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR
05	2/3	X	X	- UTILIZACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO - SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR
06	3	X	X	- UTILIZACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO - SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR
07	4	X	X	- IDENTIDAD CORPORATIVA - SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR
08	4	X	X	- IDENTIDAD CORPORATIVA - SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR
09	5	X	X	- SISTEMAS DE REPRODUCCIÓN Y TÉCNICAS PREIMPRESIÓN E IMPRESIÓN - ARTE FINAL CON VECTORES - COMPATIBILIDAD DE LOS GRÁFICOS CON VECTORES - SOFTWARE DE DISEÑO VECTORIAL: ADOBE ILLUSTRATOR - SOFTWARE DE DISEÑO CON MAPA DE BITS: ADOBE PHOTOSHOP
10	6	X		- SOFTWARE DE DISEÑO CON MAPA DE BITS: ADOBE PHOTOSHOP
11	6	X		- SOFTWARE DE DISEÑO CON MAPA DE BITS: ADOBE PHOTOSHOP

12	6	X		- SOFTWARE DE DISEÑO CON MAPA DE BITS: ADOBE PHOTOSHOP
13	6	X		- SOFTWARE DE DISEÑO CON MAPA DE BITS: ADOBE PHOTOSHOP
14	6	X		- TERMINACIÓN TRABAJOS
15	-	X	X	- TERMINACIÓN TRABAJOS Y EVALUACIÓN