



Nebrija
Universidad

Grado en Publicidad

PUB106

**HERRAMIENTAS DEL DISEÑO
PUBLICITARIO**

Asignatura: PUB106 Herramientas del diseño publicitario.....
Formación: Obligatoria
Créditos: 6.0.....
Curso: segundo
Semestre: 2S.....
Grupo: 2PU 2CA.....
Profesor: Dña. Mar Ramos Rodríguez
Curso académico: 2011-2012

1. REQUISITOS PREVIOS

Ninguno.

2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Recursos tecnológicos y sistemas utilizados para procesar, elaborar y ejecutar mensajes persuasivos en los medios impresos. Producción en los medios impresos.

3. COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

- Manejar la terminología básica utilizada en las herramientas tecnológicas del trabajo habitual del publicitario en la creación y diseño de imágenes fijas y en movimiento.
- Conocer y comprender los procesos relacionados con las posibilidades y recursos de las tecnologías para la comunicación publicitaria, así como sobre los sistemas utilizados para procesar, elaborar y ejecutar mensajes publicitarios tanto en el área gráfica como en el audiovisual.
- Aplicar técnicas, métodos y herramientas que permitan manejar con eficacia las posibilidades y recursos de las tecnologías para elaborar los mensajes comunicativos.
- Conocer las tendencias actuales de las nuevas tecnologías aplicadas a la publicidad y a otras disciplinas afines que constituyen un entorno de referencia e inspiración.

Resultados de aprendizaje:

- Comprensión de conceptos fundamentales relacionados con el uso de las tecnologías y el uso de programas informáticos en la maquetación por ordenador.
- Realización de proyectos para la elaboración de anuncios gráficos.
- Profesionalidad a la hora de utilizar las herramientas y recursos aplicados al trabajo creativo, a través de prácticas específicas

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

- Teoría: 0,6 ECTS (10%). Las clases teóricas estarán basadas en la lección magistral participativa así como la asistencia a conferencias relacionadas con la materia.
- Práctica: 2,4 ECTS (40%). Las clases prácticas se realizarán en las aulas Macintosh con la supervisión de un profesor y estarán basadas en la realización de trabajos individuales y en grupo. Los alumnos comenzarán haciendo reproducciones de piezas para terminar proyectando piezas de diseño propias.
- Trabajo personal del alumno: 2,4 ECTS (40%). El trabajo personal del alumno incluye la investigación, el estudio individual y la elaboración de los trabajos prácticos.
- Tutorías docentes: 0,3 ECTS (5%). Tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se están llevando a cabo en la asignatura y se pondrán en claro contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos.
- Evaluación: 0,3 ECTS (5%).

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

5.1. Convocatoria Ordinaria:

5.1.1 Asistencia y participación:	10%
5.1.2 Prueba parcial:	15%
5.1.3 Prueba final:	50%
5.1.4 Actividades académicas dirigidas:	25%

5.2 Convocatoria Extraordinaria:

La calificación final de la convocatoria extraordinaria se obtiene como la suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario (65%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (25%), siempre que la nota de la prueba extraordinaria se igual o superior al 5.

El 10% en asistencia y participación se pierde en convocatoria extraordinaria.

5.3 Restricciones:

El alumno que injustificadamente deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales, podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Para poder hacer la suma ponderada de las calificaciones anteriores, es necesario obtener al menos un cinco en el examen final correspondiente. El alumno con nota inferior se considerara suspenso.

El alumno ha de presentar de nuevo los trabajos si los suspendió en convocatoria ordinaria o si los aprobó pero desea superar la calificación anterior.

Advertencias sobre plagios

La Facultad de Ciencias de la Comunicación no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen.

En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Manual del programa Photoshop CS5.

Manual del programa Illustrator CS5.

DELGADO, J. M. Y PAZ, F. *Manual imprescindible. Illustrator CS5.* Anaya Multimedia Madrid, 2010.

DELGADO, J. M. *Manual imprescindible. Photoshop CS5.* Anaya Multimedia. Madrid, 2010.

Adobe Illustrator CS5. El libro oficial. Anaya Multimedia. Madrid, 2010.

Bibliografía complementaria

AMBROSE, G. y HARRIS, P. *Impresión y acabados.* Parramon. Barcelona, 2007.

ARNOLD, E. *Diseño total de un periódico.* EDAMEX. México D. F., 1986.

BLACKWELL, L. *Tipografía del siglo XX.* Gustavo Gili. Barcelona, 1998.

BROWN, A. *Autoedición. Texto y tipografía en la era de la edición electrónica.* - ACK Publish. Madrid, 1991.

CARTER, D. *The new big book of logos.* HBI. New York, 2000.

CARTER, D. *The big book of corporate identity design.* HBI. Nueva York, 2001.

CEREZO, J. M. *Diseñadores en la nebulosa.* Biblioteca Nueva. Madrid, 2002.

COSTA, J. *Diseñar para los ojos.* Costa Punto Com. Barcelona, 2007.

ELAM, K. *Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía.* Gustavo Gili. Barcelona, 2006.

DONDIS, D. A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual.* Gustavo Gili. Barcelona, 1988.

FOGES, C. *Diseño de revistas.* Index book. Barcelona, 2000.

FRUTIGER, A. *El libro de la tipografía.* Gustavo Gili. Barcelona, 2007

GONZÁLEZ DíEZ, L. y PÉREZ CUADRADO, P. *Principios básicos sobre diseño periodístico.* Universitas. Madrid, 2001.

GORDON, M. y DODD, E. *Tipografía decorativa.* Gustavo Gili. Barcelona, 1994.

- GOUDY, F. W. *El alfabeto y los principios de rotulación*. ACK Publish. Madrid, 1992.
- HELLER, S. y ILIC, M. *Escrito a mano. Diseño de las letras manuscritas en la era digital*. Gustavo Gili. Barcelona, 2004.
- JUTE, A. *Retículas: la estructura del diseño gráfico*. Index books. Barcelona, 1997. Ed. Anaya Multimedia. Madrid, 2009.
- KING, S. *Diseño de revistas. Pasos para conseguir el mejor diseño*. Gustavo Gili. Barcelona, 2001.
- KOREN, L. Y WIPPO MECKLER, R. *Recetario de diseño gráfico*. Ed. Gustavo Gili, S.A. México, 1992.
- LEENDERTSE, J. *Diseño de tarjetas comerciales*. Gustavo Gili. Barcelona, 2000.
- LESLIE, J. *Nuevo diseño de revistas*. Gustavo Gili. Barcelona, 2000.
- LESLIE, J. *Nuevo diseño de revistas 2*. Gustavo Gili. Barcelona, 2003.
- MARCH, M. *Tipografía creativa*. Gustavo Gili. Barcelona, 1989.
- MONTES DE OCA, A. *Photoshop CS4. Curso de Iniciación*. Ed. Infor Books, Madrid, 2009.
- MORENO RIVERO, T. *El color. Historia, teoría y aplicaciones*. Ariel, Historia del Arte. Barcelona, 1996.
- MURPHY, J. Y ROWE, M. *Cómo diseñar logotipos*. Gustavo Gili. Barcelona, 1992.
- NÓ, J. *Color y comunicación. La estrategia del color en el diseño editorial*. Universidad Pontificia de Salamanca, 1996.
- OWEN, W. *Diseño de revistas*. Gustavo Gili. Barcelona, 1991.
- POYNOR, R. *No más normas. Diseño gráfico posmoderno*. Gustavo Gili. Barcelona, 2004.
- ROGER, P. *www.color*. Gustavo Gili. Barcelona 2001.
- ROGER, P. *www.tipografía*. Gustavo Gili. Barcelona, 2001.
- SALA, M. *Logos made in Spain*. Index book. Barcelona, 2000.
- SAMARA, T. *Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos*. Gustavo Gili. Barcelona, 2008.
- SATUÉ, E. *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Alianza Editorial, Madrid, 1988.
- Sales postcard design*. P.I.E. books. 2000.
- SATUÉ, E. *El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva*. Alianza Editorial, Madrid, 1997.
- SWANN, A. *Como diseñar retículas*. Gustavo Gili. Barcelona, 1990
- TAPSCOTT, D. ; JEANS, L.; SOBERANIS, P.; AMLADI, R. y RYAN, J. *Técnicas de producción*. Anaya. 1998.
- THOMAS, G. *How to design logos, symbols and icons*. North Light books. Cincinnati, Ohio 2000.
- UNGER, G. *¿Qué ocurre mientras lees?. Tipografía y legibilidad*. Campgràfic. Valencia, 2009.
- Manual de imagen corporativa*. Gustavo Gili. Barcelona, 1991.

Revistas: *Visual, Experimenta, Neo2, Étapes, Matador, Colors, Baseline, Eye* (Londres-Gran Bretaña), *Form* (Alemania), *Typo* (República Checa), *Revista TipoGráfica* (Argentina) y *Novum* (Alemania), entre otras.

Páginas web/blogs

www.blogdedisenadoresypublicitarios.com/
www.disenoaudiovisual.es/
www.unostiposduros.com
<http://visualmente.blogspot.com>
www.encaja.com
<http://es.letrag.com/clasificacion>
www.unostiposduros.com
www.quintatinta.com
<http://endupliquant.blogspot.com/>
www.snd.org/

7. BREVE CURRICULUM DEL PROFESOR

Licenciada en Ciencias de la Información por la UCM. Doctoranda en la UCM. Su experiencia profesional comenzó en el campo de la fotografía publicitaria y de moda. Ha trabajado para varios estudios de diseño gráfico y distribuidoras cinematográficas. Actualmente trabaja como colaboradora en el Grupo Zeta y Grupo Correo.

8. LOCALIZACIÓN DEL PROFESOR

Edificio Zamora Vicente. Previa petición de hora al profesor al finalizar la clase o en la Secretaría de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Email: mramos@nebrija.es

Tutorías: consultar el horario de tutorías en el tablón de anuncios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

9. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

GRADO: Publicidad.....

ASIGNATURA: PUB106 Herramientas del diseño publicitario.....

CURSO: segundo **SEMESTRE:** 2S **CRÉDITOS ECTS:** 6

Semana	Sesión	Sesiones de Teoría, Práctica y Evaluación continua	Estudio individual y trabajos prácticos del alumno	Horas Presenciales	Horas/Semana Estudio teórico/práctico y trabajo. Máx. 7 horas semanales como media
1	1	- Presentación. Objetivos. Metodología. Aplicaciones y proyectos. - Programas vectoriales/mapa de bits		1hr30	
1	2	- Illustrator: Reglas y guías. Herramientas de selección. Apariencia: trazos y rellenos. Transformar y alinear. Ejercicio realizar iconos sencillos.	Finalizar el ejercicio de iconos sencillos.	1hr30	
2	3	- La herramienta de pluma (trazados). Tipos de puntos. Vectorización de un logotipo.		1hr30	
2	4	- Color, guía de color, degradados, transparencias		1hr 30	
2	5	- Anuncios a una sola página.		1hr 30	
3	6	- Anuncios a una sola página. Colocar imágenes y textos.	Reformar o mejorar un anuncio	1hr 30	
3	7	- Anuncios a doble página. Las mesas de trabajo. Elaborar montaje en Photoshop.		1hr 30	
4	8	- Anuncios a doble página. Disposición y elementos. El texto en Illustrator. El menú texto. Crear contornos (trazar)	Realizar anuncio a doble página.	1hr 30	
4	9	- Proyecto I: diseño editorial. Las cubiertas de un libro (portada, contra, lomo y solapas)		1hr 30	
4	10	- Proyecto I: diseño editorial. Preparación de materiales. Retoque de las imágenes.		1hr 30	
5	11	- Proyecto I: diseño editorial. Montaje e impresión de la portada, contra, lomo y solapas.	Diseñar las cubiertas de un libro.	1hr 30	
5	12	- Proyecto II: diseño de un CD. Desglose de piezas. Formatos y elementos.		1hr 30	
6	13	Evaluación parcial. Examen y entrega de proyectos realizados		1hr 30	
6	14	- Proyecto II: diseño de un CD. Realización de las distintas piezas		1hr 30	
6	15	- Proyecto II: diseño de un CD. Montaje del CD. Libreto, inlay y serigrafía.		1hr 30	
7	16	- Proyecto III: promoción cinematográfica El cartel cinematográfico. Formatos y elementos		1hr 30	
7	17	- Proyecto III: promoción cinematográfica Realización del cartel de cine		1hr 30	
8	18	- Proyecto III: Promoción cinematográfica Adaptaciones: flyers y revistas especializada de cine y generalistas.	Reforma de la promoción de una película.	1hr 30	
8	19	Proyecto IV: identidad corporativa El logotipo. Piezas básicas de papelería de empresa.		1hr 30	
9	20	- Proyecto IV: identidad corporativa Realización del proyecto		1hr 30	

9	21	- Proyecto IV: identidad corporativa Realización del proyecto	Crear la identidad corporativa de un producto, a elegir entre varios	1hr 30	
10	22	- Proyecto V: diseño publicitario (grupo) - Briefing. Piezas a realizar. Unidad tipográfica y de color.		1hr 30	
10	23	- Proyecto V: diseño publicitario Elegir imágenes y titulares. Materializar la idea creativa de la campaña.		1hr 30	
11	24	- Proyecto V: diseño publicitario Catálogos y folletos. Maquetas o cuerpos.		1hr 30	
11	25	- Proyecto V: diseño publicitario. Adaptaciones a medios.		1hr 30	
12	26	- Proyecto V: diseño publicitario. Preparar los artes finales.		1hr 30	
12	27	- Revisión del proyecto		1hr 30	
13	28	- Revisión del proyecto		1hr 30	
13	29	- Presentación en grupo de la campaña publicitaria.		1hr 30	
13 a 14		Evaluación Final Ordinaria		3hr	
15 a 16		Evaluación Final Extraordinaria		3hr	
1 a 16		Tutorías		7,5hr	
TOTAL				57hr	93 hr = 150 horas