Diseño Web

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2023-24

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño Web

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Curso Académico. 2023-24

Carácter: Optativo

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Jesús María Campos Bouzas

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Conocer y comprender conceptos básicos sobre diseño y arquitectura web orientada al marketing, la publicidad y la comunicación digital.

Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.

Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad necesaria en los procesos de comunicación.
Construir y dar forma a los mensajes creativos.

1.2. Resultados de aprendizaje

Comprensión de los conceptos fundamentales relacionados con el uso de las tecnologías, el uso de programas informáticos en la maquetación por ordenador, y la arquitectura web. Realización de proyectos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Breve descripción de los contenidos

Estudio y análisis de los conceptos y procesos para la planificación, diseño e implementación de páginas, sitios web y formatos publicitarios digitales.

2.3. Contenido detallado

1. Introducción

1. Qué debemos entender por “diseñar”
2. El diseño como proceso.
3. Definición de objetivos de un proyecto
4. Las distintas fases de un proyecto digital
5. La iteración como proceso
6. Perfiles profesionales que intervienen en el diseño digital

2. Diseño estratégico

1. Qué es diseño estratégico
2. La investigación como principio del proceso
3. Comprender y empatizar con los usuarios a los que nos dirigimos
4. Definición funcional de un proyecto digital

3. Diseño de interacción

1. Herramientas para la creación de prototipos
2. Principios fundamentales de diseño y su aplicación en proyecto digitales
3. La realidad multidispositivo
4. Creación de prototipos interactivos
5. Crear, probar, aprender
6. Testing

4. Diseño visual de interfaces

1. Tipografía
2. Color
3. El uso de imágenes
4. Iconografía
5. Composición y jerarquía. Macro-jerarquías y micro-jerarquías.
6. Animación

2.4. Actividades Dirigidas

Divididos en grupos, cada uno de ellos deberá escoger un proyecto que desarrollará a lo largo de toda la asignatura. Ese proyecto será el hilo conductor de todas las actividades.

Actividad Dirigida 1 (AD1): Investigación inicial para tomar decisiones
Trabajo Parcial (TP): Definición estratégica y funcional del proyecto

Actividad Dirigida 2 (AD2): Prototipado interactivo
Trabajo Final (TF): Definición visual y presentación final del proyecto

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica 30%	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno 50%	75	0%
AF3	Tutorías 10%	15	50%
AF4	Evaluación 10%	15	100%
		150	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1.Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)
5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
7,0 - 8,9 Notable (NT)
9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Trabajo parcial	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Trabajo final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje

Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

3.3. Restricciones

Calificación mínima
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia
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.

Normas de escritura
Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija 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. Su uso no puede ser indiscreminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Gothelf, J. (2014). *Lean UX: Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario. UNIR.* Colección UNIR Emprende.
- Krug, S. (2006) *No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la web.* ES: Anaya Multimedia.

Bibliografía recomendada

- Goldstein, A. (2011). *HTML5 y CSS3.* Anaya Multimedia.
- Gothelf, J. (2017). *Lean vs Agile vs Design Thinking.* Createspace Independent Pub.
- Knapp, J. (2016) *Sprint: El método para resolver problemas y testar nuevas ideas en solo 5 días.* Conecta.
- McNavage, T. (2011). *JavaScript.* Anaya Multimedia.
- Norman, D. (2013). *La psicología de los objetos cotidianos.* Nerea.
- Tayar, R. (2018). *Diseño y desarrollo de negocios digitales.* Anaya Multimedia.

Otros recursos

Tutoriales y dudas de código:
- W3Schools Online Web Tutorials. https://www.w3schools.com/
- CSS Tricks https://css-tricks.com/
- Stack Overflow https://es.stackoverflow.com/

Inspiración:
- Behance https://www.behance.net/
- Dribbble https://dribbble.com/
- Awwwards https://www.awwwards.com/

Artículos del sector:
- Medium https://medium.com/
- UX Planet https://uxplanet.org/

Herramientas:
- CodePen https://codepen.io/
- Figma https://www.figma.com
- Draw.io https://www.draw.io/
- Font Base https://fontba.se/

Recursos
- Awesome Font https://fontawesome.com/
- Flaticon https://www.flaticon.com/

Info:
- W3C España https://www.w3c.es/

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. José María Campos Bouzas
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Publicidad
Correo electrónico	jcampos@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Cuenta con más de 20 años de experiencia como diseñador web. Especialista en UX, diseño y producción de contenidos digitales. Su trayectoria profesional arranca en antena 3 TV, para continuar en Marca.com y Quoco. Entre sus creaciones más destacadas, se encuentra la puesta en marcha, creación y diseño de la página web Marca.com, la web del Atlético de Madrid CF, el proyecto “Aprendemos juntos” de BBVA, o los distintos contenidos digitales de Vodafone. Creador del foro Domestika y docente de proyectos digitales en Universidad de Navarra y San Pablo CEU. Desde 2019, se encarga de la dirección estratégica y creativa de contenidos digitales, en Ymedia Wink.