



Diseño Gráfico

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño Gráfico

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Curso académico: 2024-25

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores / Equipo Docente: D. Pablo Calzado Domínguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE 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.
- Crear y desarrollar elementos gráficos, imágenes, audiovisuales y digitales.
- Usar adecuadamente la terminología del diseño gráfico.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad necesaria en los procesos de comunicación.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Saber manejar los conceptos fundamentales relacionados con los elementos del diseño gráfico, el proceso creador, la estrategia creativa, y la dirección de arte que se demuestran a través de la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Saber realizar proyectos de diseño, y ser capaz de crear y elaborar el diseño de campañas publicitarias y de su extensión narrativa en las diferentes plataformas
- Capacidad para producir creativities que satisfagan las necesidades de la empresa, marca, producto, entre otros.

2. CONTENIDO.

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Fundamentos del diseño gráfico. Color y tipografía

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

BLOQUE 0: Introducción.

Presentación de la asignatura.

Guía docente, metodologías de trabajo y sistema de evaluación.

BLOQUE 1: Conceptos básicos de Diseño Gráfico

CONTENIDO:

- **Elementos del diseño:** línea, forma, color, textura, espacio.
- **Principios del diseño:** contraste, repetición, alineación, proximidad.
- **Tipografías:** familias, usos, herramientas.
- **Color:** herramientas, tipologías, paletas.
- **Elementos gráficos:** forma, fotografía, ilustración.
- Arte vs **Diseño Gráfico.**
- **BRIEFING** como herramienta clave.

PRÁCTICA

ENTORNO ADOBE Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

BLOQUE 2 ENTORNO FÍSICO - OFFLINE

CONTENIDO:

- El **vector.**
- Entornos **CMYK.**
- **Formatos** y pesos físicos.
- **Layout.** Bocetar, maquetas y prototipos.
- **Póster.** . diseño y maquetación.
- **Dípticos,** maquetación y exportación.
- Revistas. formatos, artes finales.

PRÁCTICA

ADOBE ILLUSTRATOR Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

BLOQUE 3 INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y FOTOGRAFÍA

CONTENIDO:

- Mapa **bits**.
- **Retoque** fotográfico.
- **Inteligencia Artificial** Generativa.
- **Capas**.
- **Formatos** y exportación.
- **Encuadre**.

PRÁCTICA

ADOBE PHOTOSHOP Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

BLOQUE 4 ENTORNO DIGITAL - ONLINE

CONTENIDO:

- El **píxel**
- Entornos **RGB**
- **Formatos** y pesos digitales
- **Wireframes**. Bocetar, maquetas y prototipos
- **Website**. Landing, web, portal. etc.
- **Redes Sociales**. Formatos y características
- **Apps y entornos digitales**. Móvil, pantalla, tableta, etc

PRÁCTICA

ADOBE XD Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

2.4. Actividades Dirigidas

Actividad dirigida 01

COLOR y TIPOGRAFÍA

Crearemos 3 GRÁFICAS a través de tipografía y color para 3 marcas distintas de un mismo sector (por ejemplo: banca, comunicaciones, comida rápida, leche, etc.)

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 02

FORMAS VECTORIALES

Vamos a crear un OBJETO a través de formas geométricas como elemento de apoyo a nuestro logo o marca.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 03

CREACIÓN IDENTIDAD DE MARCA

Crearemos una marca desde cero con su manual de identidad.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 04

CARTEL DE CINE

Diseño y maquetación de una campaña de Cine (cartel, marquesina y redes)

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 05

DISEÑO VINILO MÚSICA

Crearemos un diseño de artista Poster y disco.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 06

RETOQUE Y COLOR

Trabajaremos sobre imágenes los distintos tipos de acabado para nuestra campaña.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 07

ENCUADRE

Sobre una sesión de fotos, trabajaremos los distintos encuadres posibles a la hora de afrontar una campaña de publicidad

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 08

CAMPAÑA DIGITAL

Crearemos una campaña digital con todas sus bajadas.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 09

DISEÑO WEBSITE

Diseñaremos una LANDING de venta de producto.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 10

DISEÑO APP MÓVIL

Diseñaremos la home y 3 pantallas de una APP móvil.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

2.5. Actividades formativas

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

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente 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%
Prueba parcial	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

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 y proyectos escritos, así como en los 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. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio 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. DISEÑO PUBLICITARIO EN 7 LIBROS

1. **“El libro rojo de la publicidad”** de *Luis Bassat*. Un libro esencial que cubre desde cómo crear un eslogan con gancho hasta los principios generales de la publicidad.
2. **“Publicidad Creativa”** de *Miriam Sorrentino*. Ofrece técnicas para crear anuncios y abarca la cultura, psicología, sociología y tecnología que componen la vida cotidiana de la profesión
3. **“Publicidad y diseño. Las claves del éxito”** de *Robin Landa*. Considerado el texto más completo para formadores, alumnos y cualquier lector afín al diseño gráfico.
4. **“Las claves de la publicidad”** de *Mariola García Uceda*. Proporciona pautas para conseguir el éxito en el mundo de la publicidad .
5. **"Redacción publicitaria. El arte de escribir para vender"** de *Jesús Pérez Viejo*. La redacción publicitaria es una habilidad clave en el diseño de anuncios efectivos, y este libro ofrece una guía completa sobre cómo escribir textos persuasivos.
6. **"El libro de la publicidad"** de *David Ogilvy*. Figura legendaria en el mundo de la publicidad, y en este libro comparte sus ideas y consejos sobre cómo crear anuncios exitosos. Aunque fue escrito hace varias décadas, muchos de sus principios siguen siendo relevantes hoy en día,
7. **"Diseño gráfico publicitario"** de *Janie Butler* y *Clive Court*. Este libro ofrece una visión general del diseño gráfico aplicado a la publicidad, cubriendo temas como la composición, el color, la tipografía y la creación de mensajes visuales efectivos.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Ambrose, G. y Harris, P. (2007). Impresión y acabados. Barcelona: Parramon.
- Blackwell, L. (1998). Tipografía del siglo XX. Barcelona: Gustavo Gili.
- Carter, D. (2000). The new big book of logos. New York: HBI.
- Carter, D. (2001). The big book of corporate identity design. New York: HBI.
- Cerezo, J. M. (2002) Diseñadores en la nebulosa. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Chan, R. y Obermeier, B. (2007). Illustrator: técnicas esenciales. Madrid: Anaya
- Costa, J. (2007). Diseñar para los ojos. Barcelona: Costa Punto Com.
- Dondis, D. A. (1998). La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Barcelona: Gustavo Gili.
- Elam, K. (2006). Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- Frutiger, A. (2007). El libro de la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.

- González, L. y Pérez, P. (2001). Principios básicos sobre diseño periodístico. Madrid: Universitas.
- Gordon, M. y Dodd, E. (1994). Tipografía decorativa. Barcelona: Gustavo Gili.
- Graham, D. (2008). Las herramientas del diseñador: 2000 muestras de colores. Barcelona: Index Book.
- Heller, S. y Ilic, M. (2004). Escrito a mano. Diseño de las letras manuscritas en la era digital. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jute, A. (1997). Retículas: la estructura del diseño gráfico. Barcelona: Index books.
- Koren, L. y Wippo, R. (1992). Recetario de diseño gráfico. México: Ed. Gustavo Gili, S.A.
- Krug, S. (2006). No me hagas pensar. Prentice-Hall.
- March, M. (1989). Tipografía creativa. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moreno, T. (1996). El color. Historia, teoría y aplicaciones. Barcelona: Ariel, Historia del Arte. Barcelona.
- Murphy, J. y Rowe, M. (1992). Cómo diseñar logotipos. Barcelona: Gustavo Gili.
- Owen, W. (1991). Diseño de revistas. Barcelona: Gustavo Gili.
- Poynor, R. (2004). No más normas. Diseño gráfico posmoderno. BCN: Gustavo Gili.
- Sala, M. (2000). Logos made in Spain. Barcelona: Index book.
- Satué, E. (1988). El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. MAD Alianza Editorial.

OTROS RECURSOS

PORTALES DE INSPIRACIÓN

- <https://www.pinterest.es/>
- <https://www.behance.net/> SÚPER REF.
- <https://www.domestika.org/es/projects>

TUTORIALES

- <https://www.crehana.com/es/cursos-nuevos/>
- <https://www.domestika.org/es/courses>

PRENSA Y MEDIOS DEL SECTOR

- <https://lapublicidad.net/>
- <https://www.marketingdirecto.com/>
- <https://controlpublicidad.com/>
- <https://www.anuncios.com/>
- <https://www.reasonwhy.es/>

FESTIVALES DE CREATIVIDAD Y DISEÑO

- <https://tocadoznebrija.com/> NEBRIJA
- <https://elsolfestival.com/>
- <https://www.clubdecreativos.com/>
- <https://www.canneslions.com/>
- <https://www.premioseficacia.com/>

DISEÑO: PORTALES, RECURSOS, HERRAMIENTAS

- <https://www.toools.design/> (súper referencia)
- <https://www.oldskull.net/>
- <http://www.nometoqueslashelveticas.com/>
- <https://iabspain.es/formatos-publicitarios/>
- www.unostiposduros.com

<https://www.toools.design/>

BANCOS DE IMÁGENES GRATIS

<https://pixabay.com/es/>

<https://unsplash.com/es>

<https://www.pexels.com/es-es/>

BANCO DE IMÁGENES DE PAGO

<https://www.istockphoto.com/es>

<https://www.gettyimages.es/>

<https://stock.adobe.com/es>

TIPOGRAFÍAS

<https://fonts.google.com/> (súper referencia)

<https://www.dafont.com/es/>

<https://www.toools.design/font-library-and-inspiration>

COLOR (HERRAMIENTAS)

<https://color.adobe.com/es/create/color-wheel>

<https://www.toools.design/color-inspiration-and-combination-tools>

PODCAST

Bram Stoker

<https://www.brandstocker.com/podcast/>

Cómo Diferenciarse

<https://tonicolom.ws/podcast>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Pablo Calzado Domínguez
Departamento	DPUB
Titulación académica	Licenciada en Publicidad y RRPP
Correo electrónico	pcalzado@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Soy Licenciado en Publicidad y RRPP por la Universidad Europea de Madrid. Además de muchas formaciones en fotografía, edición de video y diseño web.</p> <p>CREATIVO Como profesional llevo más de 20 años siendo Creativo y Diseñador Gráfico en La Despensa, Dommo, GyroHSR, DDB, Tribal, Wysiwyg, Grey, JCDecaux,, Watannabe, Yorokobu.</p> <p>He trabajado para: BMW, La Casera, Fiat, EON, Turismos de Canarias, Schweppes, Volkswagen. Lotería Nacional, Movistar, Caixa, Domino 's Pizza, Rodilla, Amstel, Disney, Trina, El País, Sage, American Express, Samsung, BBVA, El Corte Inglés, Lowi, Mahou, Vermut Lustau, Sanitas, San Miguel, etc. Además de múltiples pymes y emprendedores.</p> <p>PROFESOR Como profesor además de NEBRIJA he dado clases en la MIAMI ADS SCHOOL y UPM entre otras.</p> <p>ACTUALMENTE En la actualidad trabajo en YOROKOBU como Branded Content and Strategy y como Director Creativo en la productora WATANABE Además he creado una Gestora Cultural, CHICHA PROYECTOS, que impulsa proyectos de música y arte.</p> <p>https://pablocalzado.carrd.co/</p>
---	---