



Diseño y Creatividad  
Digital

Máster Universitario en  
Marketing y Publicidad  
Digital  
2022-23



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Diseño y Creatividad Digital

**Titulación:** Master Universitario en Marketing y Publicidad Digital

**Curso Académico:** 2022-23

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Español

**Modalidad:** A distancia

**Créditos:** 2

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. D. Fernando Toledano Cuervas-Mons y D. Jesús María Campos Bouzas

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

##### Competencias generales:

- CG1: Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto de las organizaciones y empresas, así como en especial en el campo de la comunicación comercial y el entorno digital.
- CG3: Integrar los conocimientos adquiridos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre aspectos sociales, económicos y éticos.
- CG4: Comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan de un modo claro y eficaz tanto a públicos especializados como a los no especializados.
- CG5: Poseer las habilidades de aprendizaje que les permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo, para poder permanecer a la altura de los retos tecnológicos.

##### Competencias específicas:

- CE5: Comprender y saber aplicar los principios y planteamientos de construcción / estrategias de marca y branding en el entorno online.
- CE9: Comprender y saber aplicar los conceptos avanzados sobre las técnicas de marketing en medios sociales y la creación de vínculos con el consumidor.

#### 1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá ser capaz de resolver problemas, tomar decisiones y formular juicios a partir de información incompleta en el campo concreto de la publicidad y la comunicación a través de Internet. Este conocimiento se traducirá y deberá ser demostrado por su capacidad para:

- Crear y desarrollar contenidos de comunicación comercial, digital adecuados a los distintos formatos de publicidad online.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

### 2.2. Descripción de los contenidos

- Creatividad para Internet y los nuevos medios de comunicación online.
- Posibilidades creativas digitales.
- Los formatos interactivos y multimedia: generación de experiencias digitales.
- Creatividad y marketing digital.
- Análisis de casos y ejemplos prácticos.

### 2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.

Explicación de la Guía Docente.

#### 1. Introducción al Diseño y la Creatividad

El diseño: forma y función. Entendiendo los principios básicos del diseño y las leyes de la percepción

#### 2. Diseño digital

Entender qué es un producto digital. Fases para la creación de productos digitales.

#### 3. Experiencia de usuario

Qué es Experiencia de usuario y técnicas para la ideación y planteamiento de un producto digital.

#### 4. Wireframes y prototipos

Definición y diferencias. La importancia del prototipado. Herramientas de prototipado

#### 5. Elementos visuales del diseño.

Color, tipografía, imagen, iconografía, moodboards

#### 6. Diseño de interfaz

Principios del diseño de interfaces. Mockups. Creación de sistemas. Herramientas de diseño

#### 7. Programación: del diseño al producto final

Diferencias entre programación cliente y programación servidor. El trabajo conjunto entre diseñador y programador.

#### 8. Gestores de contenidos

Herramientas para la gestión de páginas web. Wordpress: el CMS más usado.

### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares, que recibirán calificación:

1. Creación de un wireframe de su propia web, definiendo la interacción tanto de versión desktop como mobile. (70%)

2. Generar un Moodboard para la marca de la web que van a realizar. Definir la imagen corporativa de su marca y la línea visual que va a seguir. Estilo, colores, etc.(30%)

Trabajo Final: Boceto gráfico final de la web, en el que habrá que aplicar todos los conocimientos aprendidos a lo largo de la asignatura. Las actividades dirigidas ayudarán a enfocar este proyecto final

## 2.5. Actividades formativas

Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 0.7 ECTS (35%). Se incluirá material didáctico por cada una de las asignaturas en el Campus Virtual, además de pruebas online de seguimiento y una prueba online final.

Trabajos/proyectos a desarrollar y presentar por el alumno: 0.9 ECTS (45%). El alumno deberá realizar y entregar a través del Campus Virtual los trabajos y ejercicios prácticos marcados para cada asignatura.

Tutorías: 0.4 ECTS (20%). La asistencia al alumno en tutorías se realizará mediante foros académicos, tutorías individuales vía correo electrónico y tutorías telepresenciales colectivas utilizando herramientas específicas de videoconferencia. Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar una tutoría presencial personal con el profesor en el Campus de la Universidad Nebrija.

## 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 |
|----------------------------------|------------|
| Participación en clase           | 10%        |
| Actividades académicas dirigidas | 40%        |
| Prueba final o proyecto final    | 50%        |

#### Convocatoria extraordinaria

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota

obtenida en convocatoria ordinaria.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

### 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.

#### 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

- Costa, J. (2012) La imagen de marca. Barcelona: Paidós.
- Landa, R. (2011) Publicidad y diseño. Las claves del éxito. Madrid: Anaya.
- Mahon, N. (2010) Dirección de arte. Barcelona: Gustavo Gili.
- 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.
- Carulla, J. (1998) La publicidad en 2000 carteles. Barcelona: Postermi.
- Giannetti, Claudia (2002). *Estética digital: sintropía del arte, la ciencia y la tecnología*. Barcelona: Langelot.
- Hunt, J. (2010). *El arte de la idea: y como puede cambiar tu vida*. Barcelona: Empresa activa.

#### Otros recursos

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/>

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/>

## 5. DATOS DEL PROFESOR

|                      |  |
|----------------------|--|
| Nombre y Apellidos   | D. Jesús 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 |

|   |   |
|---|---|
| <p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p> | <p>Licenciado en Publicidad. Cuenta con más de 20 años de experiencia como diseñador web. Especialista en UX, diseño y producción de contenidos digitales.</p> <p>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.</p> <p>Creador del foro Domestika y docente de proyectos digitales en Universidad de Navarra y San Pablo CEU.</p> <p>Desde 2019, se encarga de la dirección estratégica y creativa de contenidos digitales, en Ymedia Wink.</p> |
|---|---|

|   |   |
|---|---|
| Nombre y Apellidos  | Dr. D. Fernando Toledano Cuervas-Mons   |
| Departamento  | Publicidad  |
| Titulación académica  | Doctor en Ciencias de la Información. Acreditado por ANECA  |
| Correo electrónico  | ftoledan@nebrija.es   |
| Localización  | Campus de Princesa  |
| 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>Doctor en Ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid. Acreditado por la ANECA. Master en Publicidad por ICADE (Universidad Comillas). Licenciado en Ciencias de la Información por la UCM, especialidad en Comunicación audiovisual.</p> <p>Ha trabajado en Gardoqui-Gold; Publicis y RdA Comunicación. Profesor en el Master Universitario en Dirección de Publicidad Integrada TBWA. Ha sido docente en el Curso de Creatividad Publicitaria y de la Comunicación del IED (Istituto Europeo di Design). Pertenece al Comité Ejecutivo del Capítulo Académico de la IAA (International Advertising Association).</p> <p>Actualmente es Director del Departamento de Publicidad de la Facultad de Comunicación y Artes.</p> |