



Diseño y Creatividad
Digital
**Master Universitario en
Marketing y Publicidad
Digital**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño y Creatividad Digital

Titulación: Master Universitario en Marketing y Publicidad Digital

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: A distancia

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Jorge Salazar Jaenes

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales:

- 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.
- 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.
- 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.
- 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:

- Comprender y saber aplicar los principios y planteamientos de construcción / estrategias de marca y branding en el entorno online.
- 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

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

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Creatividad para Internet y los nuevos medios de comunicación online.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

1. Introducción al Diseño y la Creatividad

Recursos básicos del Diseño, procesos creativos y competencias del rol de Diseñador.

2. Diseño Digital, Páginas Web.

Fases para su ideación y creación. Tipos de páginas webs según su estructura, su tecnología y su finalidad.

3. Wireframes, Mockups y Prototypes.

Definición y diferencias. La importancia del prototipado.

4. Herramientas de prototipado.

Sketch y *Figma*.

5. Experiencia de Usuario (UX)

Principios básicos de UX. Fases y técnicas para la ideación y planteamiento de un producto digital.

6. Diseño de Interfaz (UI)

Introducción al diseño de interfaz. Aplicación de los conceptos fundamentales de diseño y Best Practices.

7. Lenguajes de programación para Diseño Web.

Cuáles son y para qué sirven. Aplicación de HTML, CSS y JS al Diseño Web.

8. Wordpress.

De la gestión de un *hosting* a la publicación de una Web.

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:

Actividad dirigida 1: Diseño de página web.

Esta actividad consta de 3 pasos que los estudiantes tienen que ir elaborando a lo largo de la asignatura.

1. Creación de un mockup de su propia web, versión desktop y mobile, con Sketch o Figma. (30%)
2. Diseño de un formulario de contacto con Sketch o Figma.
Diseño de un menú de navegación con Sketch o Figma. (20%)
3. Edición de la home de un Wordpress. Cambios de contenido y estilos. (50%)

Actividad Final Dirigida: El proyecto final consistirá en la realización de un ecommerce 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. La web se realizará con *Wordpress* y *Woocommerce*.

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 tele presenciales 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%
Examen final o trabajo final presencial	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.

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	Jorge Salazar Jaenes
Departamento	Publicidad y Comunicación
Titulación académica	Licenciado en Comunicación Audiovisual
Correo electrónico	jsalazarj@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa
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.	<p>Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Marketing y Digital Business por <i>The Valley Digital Business School</i>.</p> <p>Diseñador con más de 10 años de experiencia en el sector. Durante esos años ha trabajado en empresas como El Corte Inglés, Mercado de Diseño y <i>Wave Location Technologies</i>. En El Corte Inglés participó en la Transformación Digital de la empresa donde lideró el Departamento de UX.</p> <p>Animador e ilustrador digital, realizando arte y videoclips para artistas como Foreign Beggars, Sttaford Brothers y Major Lazer. Colaborador y referente de diseño en el departamento de Comunicación de Cruz Roja Madrid.</p>