

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **DIRECCIÓN DE ARTE**
Curso: SEGUNDO Semestre: 2º
Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa
Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

El director de arte y diseño debe poseer los conocimientos suficientes como para poder desarrollar labores de dirección de arte en campañas publicitarias y capacidad para coordinar con los distintos proveedores que intervienen en la misma. Conocedor del proceso de desarrollo de cada pieza creativa, desde la visualización de la idea hasta el desarrollo del diseño y producción final.

OBJETIVOS

- Conocer la profesión del Director de Arte: capacidades y aptitudes, función dentro de un equipo de comunicación, etc.
- Adquirir los fundamentos gráficos para la resolución de casos prácticos.
- Conocer los procesos y técnicas para la conceptualización y retórica visual.
- Relacionar la estrategia publicitaria y la dirección de arte
- Conocer los ámbitos de la dirección de arte.
- Capacitar para la elaboración de campañas gráficas de comunicación corporativa o publicitarias.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

- Desarrollo de la creatividad gráfica aplicada a la estrategia de comunicación.
- Procedimientos y metodología de trabajo en equipos de comunicación.
- Conocimiento de los elementos y procesos básicos de un proyecto de diseño.
- Adquisición de destrezas teóricas y prácticas para la creación y ejecución de proyectos gráficos.

Competencias específicas:

- Capacidad de análisis de briefing.
- Adquisición de vocabulario especializado.
- Desarrollo de la conceptualización gráfica.
- Valoración de soluciones tecnológicas y técnicas para la resolución de proyectos.
- Adquisición de indicadores para la evaluación de propuestas.
- Desarrollo de maquetas y presentaciones.
- Comunicación con el cliente.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

TEMARIO

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE ARTE. PRINCIPALES FUNCIONES Y HERRAMIENTAS DEL DIRECTOR DE ARTE.

TEMA 2. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS DIFERENTES SOPORTES Y MEDIOS PUBLICITARIOS

TEMA 3. CONCEPTOS GENERALES DE LOS PRINCIPALES SOFTWARE DE DISEÑO GRÁFICO.

TEMA 4. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO: EL COLOR Y LA TIPOGRAFÍA.

TEMA 5. ÁMBITOS DEL DISEÑO.

TEMA 6. PRODUCCIÓN GRÁFICA Y PUBLICITARIA. PREIMPRESIÓN, IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs,foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.