

Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)

Curso 2017-2018

Guía docente de
Publicidad

Especialidad de Diseño Gráfico

Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)
 Guía docente de la asignatura **Publicidad**

1. Identificación de la asignatura

Tipo	Optativa
Materia	Cultura del Diseño
Especialidad	Diseño Gráfico
Periodo de impartición	Curso 2 o 3º / 2º semestre
Nº créditos	4
Departamento	Proyectos de diseño
Idioma/s	Español

2. Profesor responsable de la asignatura

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Díaz Jiménez, Sonia	sdiaz@esdmadrid.es

3. Relación de profesores y grupo a los que imparten docencia

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Díaz Jiménez, Sonia	sdiaz@esdmadrid.es	

4. Presentación de la asignatura

La asignatura introduce al estudiante en la terminología y los conceptos básicos de la publicidad, así como en los mecanismos psicológicos de la persuasión publicitaria. Proporciona un conocimiento sistemático de qué es y cómo funciona la publicidad: proceso de creación, tipología de anuncios y medios publicitarios,... Desarrolla las diversas metodologías de análisis y creación de los mensajes publicitarios. Permite incrementar la capacidad crítica de los estudiantes para saber ver, analizar y enjuiciar los mensajes publicitarios.

4.1. Prelación, requisitos previos y/o recomendaciones

Sin requisitos previos. Se recomienda tener conocimientos básicos de diseño gráfico (composición, maquetación, tipografía) y de software específico (edición de imágenes, maquetación, dibujo vectorial, herramientas web).	Ninguno
---	---------

5. Competencias

Competencias transversales (comunes a cualquier titulación de grado)
1CT Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

2CT Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
3CT Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
Competencias generales (comunes a otras asignaturas del título superior de diseño)
1CG Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
2CG Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
Competencias específicas (propias de esta asignatura)
1CEG Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
Otras competencias específicas (propias de esta asignatura, no contempladas en el plan de estudios)

6. Resultados del aprendizaje

<p>La superación de esta asignatura significa que el estudiante es capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la terminología y los conceptos básicos de la publicidad, así como los mecanismos psicológicos de la persuasión publicitaria. • Conocer qué es y cómo funciona la publicidad convencional y las nuevas formas. • Aplicar diversas metodologías de creación y análisis de los mensajes publicitarios. • Adquirir la capacidad crítica para saber ver, analizar y enjuiciar los mensajes publicitarios. • Presentar y defender individualmente en público de forma razonada y crítica los trabajos

7. Contenidos

Bloque temático	Temas
I- DISEÑO Y PUBLICIDAD	Tema 1. Comunicación y Publicidad.
	Tema 2. Concepto de publicidad
	Tema 3. El mercado publicitario
II CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Tema 4. Concepto de creatividad
	Tema 5. El departamento creativo
	Tema 6. Tipología de anuncios
III- ANÁLISIS DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA	Tema 7. La idea y la técnica creativa. El slogan.
IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN	Tema 8. La campaña
	Tema 9. El diseño gráfico en la comunicación publicitaria

8. Actividades obligatorias (evaluables):

Tipo de actividad:
1. actividades prácticas (entre 2 y 4 / actividad individual)

2. actividades con contenidos teóricos (entre 4 y 8 / actividad individual y colectiva)
3. Investigación y análisis de casos (número variable / actividad colectiva)
4. Presentación y defensa (entre 2 y 6 / actividad individual y colectiva)
5. Portafolio académico (1 / actividad individual)
6. Asistencia y participación (actividad individual)
7. Pruebas teóricas y prácticas (2 / actividad individual/convocatoria ordinaria solo para estudiantes con pérdida de evaluación continua y convocatoria extraordinaria)

9. Planificación temporal del trabajo del estudiante

	HORAS
Clases teórico-prácticas (a)	62
Otras actividades formativas (a)	10
Preparación del estudiante para clases teórico-prácticas (b)	48
Total de horas de trabajo del estudiante (a+b)	120

(a): Docencia directa: horas lectivas con el profesor

(b): Trabajo autónomo del estudiante

10. Metodología

<p>La asignatura presenta un carácter teórico-práctico con una actividad presencial con docencia directa de 4h.a la semana y actividad no presencial:</p> <p>Actividad presencial</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sesiones teóricas puntuales a cargo del profesor de cada bloque temático y recursos para la investigación. La duración y ubicación en el tiempo de estas sesiones estará relacionada con el desarrollo de cada tema. 2. Propuestas de actividades con contenido teórico y/o práctico. 3. Investigación y análisis de casos y/o recursos. 4. Desarrollo de las actividades. 5. Tutorías individualizadas de las actividades. 6. Correcciones y debates individuales y/o colectivos de los avances en el desarrollo de las actividades. 7. Entregas de actividades. 8. Presentación y defensa pública. <p>Actividad no presencial</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Investigación y análisis de casos y/o recursos. 9. Desarrollo de las actividades con contenido teórico y/o práctico.
--

11. Evaluación y calificación

11.1. Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas

<p>La evaluación se llevará a cabo mediante la utilización de las técnicas de <i>evaluación de observación y desempeño</i> con sus respectivos instrumentos que permiten verificar si las competencias han sido alcanzadas.</p> <p>Instrumentos para la <i>evaluación de observación</i>:</p> <p>Listas de control y/o registro individuales y de grupo</p>

Instrumentos para *evaluación de desempeño*:

- Trabajo y/o proyecto
- Estudio de caso
- Memoria/resúmenes
- Portafolio académico

Prueba teórico-práctica (evaluación ordinaria y extraordinaria)

11.2. Criterios de evaluación

Para superar la asignatura **por evaluación continua** se precisa:

La asistencia mínima de un 80% de las horas presenciales. La entrega y realización correcta de todos los trabajos y actividades exigidos, cumpliendo los contenidos mínimos, plazos de entrega y formatos. La realización y entrega del portfolio académico de la asignatura.

La evaluación de las **actividades con contenidos teóricos** (lecturas y estudio de materiales, escucha y visualización de materiales multimedia, conferencias) tienen por objeto la asimilación de los contenidos propios de la asignatura. El desarrollo de habilidades cognitivas (comprensión, análisis, síntesis y evaluación), expresión oral y escrita, y la búsqueda y organización de la información. La evaluación de la **actividades prácticas** se basará en la correcta aplicación de los contenidos propios de la asignatura, el cumplimiento de los objetivos previstos en cada caso concreto, el grado de creatividad de las soluciones propuestas, la correcta presentación, la entrega en fecha, y la capacidad de desarrollo de trabajo individual o en equipo si fuera el caso. En la **investigación y análisis de casos**, se valorará especialmente aquellos contenidos aportados que resulten de especial interés para el grupo de estudiantes. En la evaluación de la **actividad colectiva** (trabajo en equipo), se valorará: la metodología utilizada, el contenido del trabajo, la capacidad de relacionar ideas, la composición, expresión y presentación. Respecto a **la asistencia y participación** se valorará asistencia a partir del 80%, la participación activa en la clase y el respeto por los plazos fijados para la entrega de los trabajos. Por último, respecto a la **presentación y defensa** se valorará la organización de los contenidos, la argumentación, la coherencia y fluidez en la comunicación de las ideas, la síntesis y la formalización de la presentación.

Los trabajos y actividades entregados en fecha podrán ser mejorados a partir de las observaciones realizadas por el profesor, pudiendo suponer un aumento en la calificación de la nota final. El plazo para esta segunda entrega se determinará en cada caso concreto. Las tareas no entregadas en fecha podrán presentarse al acabar el semestre en el portfolio académico de la asignatura. El plazo para esta segunda entrega se determinará en cada caso concreto.

Para superar la **evaluación con pérdida de evaluación continua**:

En caso de que el estudiante falte a más del 20 % de las clases perderá su derecho a la evaluación continua. Tendrá derecho a la evaluación con pérdida de evaluación continua en la convocatoria ordinaria determinada en el calendario oficial del centro. Esta evaluación consistirá en una prueba teórico-práctica que versará sobre todos los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura, impartidos en clases y presentes en el aula virtual.

Para superar la **evaluación extraordinaria**

Si el alumno suspende la asignatura en la evaluación continua o en la evaluación con pérdida de evaluación continua en la convocatoria ordinaria, tiene derecho a la realización de una evaluación extraordinaria determinada en el calendario oficial del centro. Esta evaluación consistirá en una prueba teórico-práctica que versará sobre todos los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura, impartidos en clases y presentes en el aula virtual.

11.3. Criterios de calificación

La nota final de la asignatura se expresará con un número de 0 a 10 con posibilidad de un decimal.

Suspense (SS)	4,9
Aprobado (AP)	5,0 - 6,9
Notable (NT)	7,0 - 8,9

Sobresaliente (SB)	9,0 – 10
--------------------	----------

La **valoración global de la asignatura por evaluación continua** vendrá determinada por una parte de actividad individual y otra actividad colectiva realizada por el estudiante que tendrá la siguiente ponderación(%):

Actividad individual	%
1.Actividades prácticas	10
2.Actividades con contenidos teóricos	20
3.Presentación y defensa pública	5
4.Portafolio académico	10
5.Asistencia y participación	5
Total	50

Actividad colectiva	%
1.Investigación y análisis de casos	15
2.Actividades prácticas	30
3.Presentación y defensa pública	5
Total	50

La **valoración de la asignatura por evaluación continua** Es obligatoria la entrega de todas las actividades en las que el estudiante deberá alcanzar una nota de 5 (aprobado) para que la nota final refleje la totalidad de la asignatura; además, la mera entrega de los trabajos no garantiza en sí misma el aprobado. Se tendrá en cuenta la actividad en el aula virtual, que nunca debe ser inferior a 2 semanas sin actividad. En caso de suspender la evaluación continua el estudiante deberá presentarse a la evaluación extraordinaria. Si el estudiante pierde el derecho a la evaluación continua debido a la ausencia continuada a las clase (menos del 80%) deberá presentarse a la evaluación ordinaria.

La **valoración de la asignatura con pérdida de evaluación continua** consistirá en una prueba teórico-práctica que versará sobre todos los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura, impartidos en clases y presentes en el aula virtual. Dicha prueba constará de dos partes una parte teórica y una parte práctica, el estudiante deberá alcanzar una nota de 5 (aprobado) en cada parte para poder realizar la media y obtener la calificación de la prueba. La prueba tendrá una duración máxima de 4 horas.

La **valoración de la asignatura por evaluación extraordinaria** consistirá en una prueba teórico-práctica que versará sobre todos los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura, impartidos en clases y presentes en el aula virtual. Dicha prueba constará de dos partes una parte teórica y una parte práctica, el estudiante deberá alcanzar una nota de 5 (aprobado) en cada parte para poder realizar la media y obtener la calificación de la prueba. La prueba tendrá una duración máxima de 4 horas.

11.4. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
1. Actividad individual	50
2. Actividad colectiva	50
Total ponderación	100%

11.5. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje previsto de asistencia a clase, los criterios serán los siguientes:

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
----------------------------	---------------

Prueba Teórica (0:45 h.)	40%
Prueba Práctica (3:15 h.)	60%
Total ponderación	100%

11.6. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación ordinaria. Todas las pruebas de evaluación deben realizarse de forma presencial en el periodo establecido.

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Prueba Teórica (0:45 h.)	40%
Prueba Práctica (3:15 h.)	60%
Total ponderación	100%

11.7. Ponderación de los instrumentos de evaluación de estudiantes con discapacidad

Los profesores deberán realizar la correspondiente adaptación en función del tipo de discapacidad del alumno en cuestión.

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
No consta	
Total ponderación	

12. Recursos y materiales didácticos

Ver Aula Virtual,

12.1. Bibliografía general

Título	<i>Principios de publicidad. El proceso creativo: agencias, campañas, medios, ideas y dirección de arte</i>
Autor	BURTENSHAW, K. , MAHON,N. y BARFOOT, C
Editorial	Gustavo Gili, 2007
Título	<i>Publicidad creativa. Ideas y técnicas de las mejores campañas mundiales</i>
Autor	PRICKEN, M
Editorial	Gustavo Gili, 2004
Título	<i>Adios a la publicidad</i>
Autor	TOSCANI, O
Editorial	Omega, 2003
Título	<i>Publicidad creativa</i>
Autor	PRICKEN, Mario
Editorial	Gustavo Gili, 2011

12.2. Bibliografía complementaria

Título	<i>Cómo gestionar una marca</i>
Autor	ARNOLD, D
Editorial	Parramón, 1994.
Título	<i>La década de oro de la publicidad en España</i>
Autor	DE LAS HERAS, C. (coord.)
Editorial	Área de Cultura del Ayuntamiento de Málaga, 2000.
Título	<i>Breve historia de la publicidad</i>
Autor	SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R
Editorial	Madrid: Forja, 1982.
Título	<i>Cómo piensan los consumidores</i>
Autor	ZALTMAN, G.
Editorial	Urano, 2004.

12.3. Direcciones web de interés

Dirección 1	Asociación Española de Anunciantes: http://www.aea.es
Dirección 2	Asociación Española de Agencias de Publicidad: http://www.aep.es
Dirección 3	Asociación de Investigación de Medios de Comunicación: http://www.aimc.es
Dirección 4	Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial: http://www.autocontrol.es
Dirección 5	Oficina de Justificación de la Difusión: http://www.ojd.es
Dirección 6	Club de creativos: http://www.clubdecreativos.com

12.4. Otros materiales y recursos didácticos

Ver aula virtual

13. Profesorado

Nombre y apellidos	Sonia Díaz Jiménez
Horario de atención a alumnos	
Correo electrónico	esdsonia@gmail.com
Departamento	Departamento de proyectos
Categoría	profesora
Titulación Académica	Licenciada en Bellas Artes en la especialidad de Diseño y Audiovisuales. Universidad de Salamanca. Licenciada en Ciencias de la Información. Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid. Diploma de Estudios Avanzados (DEA). Título obtenido dentro del programa de doctorado IMAGEN, TECNOLOGÍA Y DISEÑO. Facultad de Bellas Artes. Universidad Complutense de Madrid.

Experiencia docente/profesional/investigadora relacionada con la asignatura	Diseñadora gráfica y profesora con más de 20 años de experiencia docente en la educación pública y privada de Diseño.
---	---

14. Información sobre la asignatura en cursos anteriores

15. Cronograma

Cronograma Semanas 10 a 18

ASIGNATURA: **Publicidad**

CURSO: 2º/3º

SEMESTRE: 2º semestre

ESPECIALIDAD: Diseño Gráfico

PROFESOR/A: Sonia Díaz

SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
BLOQUE	I- DISEÑO Y PUBLICIDAD	I- DISEÑO Y PUBLICIDAD	I- DISEÑO Y PUBLICIDAD	II CREATIVIDAD PUBLICITARIA	II CREATIVIDAD PUBLICITARIA	II CREATIVIDAD PUBLICITARIA	II CREATIVIDAD PUBLICITARIA	III- ANÁLISIS DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA	III- ANÁLISIS DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA
TEMA	Tema 1. Comunicación y Publicidad.	Tema 2. Concepto de publicidad	Tema 3. El mercado publicitario	Tema 4. Concepto de creatividad	Tema 4. Concepto de creatividad	Tema 5. El departamento creativo	Tema 6. Tipología de anuncios	Tema 7. La idea y la técnica creativa. El slogan.	Tema 7. La idea y la técnica creativa. El slogan.
ACTIVIDAD	Investigación y análisis de casos Realización de tarea en equipo	Realización de tarea individual	Realización de tarea individual	Investigación y análisis de casos Realización de tarea en equipo	Investigación y análisis de casos Realización de tarea en equipo	Realización de tarea individual	Realización de tarea en equipo	Realización de tarea en equipo	Realización de tarea en equipo
METODOLOGÍA	Clase magistral Realización de tarea Entrega, presentación y defensa	Clase magistral Realización de la tarea y entrega	Clase magistral Realización de tarea y entrega	Clase magistral Realización de tarea	Realización de tarea Entrega, presentación y defensa	Clase magistral Realización de tarea y entrega	Clase magistral Realización de tarea Entrega, presenta ción y defensa	Clase magistral Realización de tarea	Realización de tarea Entrega, presentación y defensa
COMPETENCIAS	1CT, 2CT, 3CT	1CT, 2CT, 3CT	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT,	1CT, 2CT, 3CT,	1CT, 2CT, 3CT,	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG

Cronograma Semanas 10 a 18

ASIGNATURA: **Publicidad**
 SEMESTRE: 2º semestre
 PROFESOR/A: Sonia Díaz

CURSO: 2º/3º
 ESPECIALIDAD: Diseño Gráfico

SEMANA	10	11	12	13	14	15	16	17	18
BLOQUE	IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN	IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN	IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN	IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN	IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN	IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN	IV- DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN		
TEMA	Tema 8. La campaña	Tema 8. La campaña	Tema 8. La campaña	Tema 8. La campaña	Tema 9. El diseño gráfico en la comunicación publicitaria	Tema 9. El diseño gráfico en la comunicación publicitaria	Tema 9. El diseño gráfico en la comunicación publicitaria	Entrega Final	
ACTIVIDAD	Realización de tarea en equipo	Realización de tarea en equipo	Realización de tarea en equipo	Realización de tarea en equipo	Realización de tarea individual y en equipo	Realización de tarea individual y en equipo	Realización de tarea individual y en equipo	Portfolio académico Prueba ordinaria	Prueba extraordinaria
METODOLOGÍA	Clase magistral Realización de tarea	Realización de tarea	Realización de tarea	Realización de tarea Entrega, presentación y defensa	Clase magistral Realización de tarea	Realización de tarea	Realización de tarea Entrega y presentación y defensa		
COMPETENCIAS	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG	1CT, 2CT, 3CT, 1CG 2CG, 1CEG		