

## TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

### 1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

---

Nombre: **TEORÍA E HISTORIA DEL DISEÑO PUBLICITARIO**

Curso: CUARTO

Semestre: PRIMERO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): OPTATIVA

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

Profesor: Manuel Madrigal Quiles

Dirección electrónica: [manuel.madrigal@eusa.es](mailto:manuel.madrigal@eusa.es)

### 2. DESCRIPTORES

---

La asignatura optativa Teoría e Historia del Diseño Publicitario ofrece a los alumnos la posibilidad de conocer e interpretar las claves necesarias para desarrollar a través de un recorrido histórico en la historia de la publicidad, la imagen, conceptos, estrategias y propuestas publicitarias. Desde una metodología eminentemente práctica, participativa y con vocación de aplicación profesional, se analizarán, desde un enfoque histórico, las distintas corrientes artísticas pictóricas y su influencia en las campañas. Se realizará por tanto un recorrido histórico en cuanto a técnicas gráficas tradicionales y su evolución hacia las herramientas digitales, todo ello mediante ejercicios prácticos con la intervención de una doble perspectiva analógico / digital.

### 3. SITUACIÓN

---

#### CONOCIMIENTOS Y DESTREZAS PREVIOS:

Destrezas iniciales en software de diseño gráfico

Formación teórico/práctica sobre Creatividad Publicitaria

Formación básica en Arte y Diseño

Conocimientos teóricos sobre estructura del mensaje publicitario.

#### RECOMENDACIONES Y CONSEJOS DE INTERÉS:

Es aconsejable disponer de ordenador y programas de diseño y maquetación para el óptimo desarrollo de la materia.

Interés por aprender las técnicas de análisis y creación de imágenes

Capacidad de trabajo en equipo y participación activa y reflexiva

#### ADAPTACIONES PARA ESTUDIANTES CON NECESIDADES ESPECIALES (ESTUDIANTES EXTRANJEROS, ESTUDIANTES CON ALGUNA DISCAPACIDAD, ...)

Los estudiantes extranjeros podrán usar diccionario en el

#### **4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS**

---

##### OBJETIVOS:

Estudio de la teoría e historia del diseño y la dirección de arte desde sus orígenes hasta nuestros días. La actividad de diseñar está íntimamente relacionada con el desarrollo de la economía y de la sociedad. Sólo las sociedades desarrolladas son capaces de producir diseño e integrarlo en sus procesos de comunicación y comercialización de manera competitiva.

La construcción de la disciplina del diseño, sus orígenes como actividad de proyecto y profesional, las múltiples miradas de la historia que construyen la historiografía del diseño y del diseño gráfico en particular serán objeto de análisis transversal al desarrollo cronológico de los módulos temáticos, como otro de los objetivos esenciales.

Se busca capacitar para el análisis y estudio del diseño, desde un punto de vista tanto teórico como práctico: procesos, funciones, metodologías, etc.

##### COMPETENCIAS:

###### *Competencias específicas:*

Conocimiento de los hitos principales de la historia del diseño: movimientos, escuelas, autores, etc.  
Estudio de los elementos básicos del diseño: color, tipografía, composición, etc.  
Adquisición de terminología específica.

###### *Competencias genéricas:*

Razonamiento crítico  
Capacidad de organización y planificación  
Aprendizaje autónomo  
Capacidad de gestión de la información  
Conocer y seleccionar las fuentes

#### **5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS**

---

Introducción. Concepto de diseño, fundamentos y ámbitos del diseño  
Protodiseño: desde los orígenes hasta la invención de la imprenta  
Renacimiento: los primeros editores y tipógrafos  
Barroco y Rococó: manufacturas reales, coleccionismo y edición  
La ilustración: expansión de la cultura y expresión gráfica  
Industrialización, Arts&Crafts y Modernismo  
Los comienzos del S. XX y el Constructivismo  
Werkbund. Surgimiento de la Bauhaus  
Styling en Estados Unidos  
La nueva Bauhaus y el diseño de entreguerras  
La Escuela Suiza  
Principales tendencias en la segunda mitad del s.XX  
Nuevas tendencias en el s.XXI

## 6. TEMARIO DESARROLLADO

---

### 1.- LOS ÚLTIMOS 40 AÑOS DEL DISEÑO GRÁFICO EN ESPAÑA

Cómo han evolucionado las herramientas de trabajo y el proceso de adaptación de los diseñadores gráficos al mundo digital a lo largo de los últimos 40 años.

Conocimientos de los materiales antes de la aparición de las herramientas digitales.

### 2- EL CARTEL COMO SOPORTE EN LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD.

- La cinematografía y el mundo del cartel

### 3- LA EVOLUCIÓN HACIA EL DISEÑO GRÁFICO DIGITAL.

- El Doodle, un ejemplo de evolución dentro del diseño digital.

*Trabajo individual: Desarrollo de un doodle, desde la idea a su ejecución. Presentación individual del desarrollo del mismo*

### 4.- LAS PRIMERAS FORMAS DE COMUNICACIÓN VISUAL

- La pintura - Los signos jeroglíficos

- Los primeros soportes para inscribir y escribir

### NUESTRO ALFABETO TAL COMO LA CONOCEMOS.

- La grafía lapidaria romana

- Uncial y media uncial

### LA TIPOGRAFÍA “MÓVIL”

- La xilografía y litografía

- Gutenberg, de la madera al metal.

- Francesco Griffo y Aldo Manizio, mano a mano con la tipografía

### 5- EL NACIMIENTO DEL DISEÑO GRÁFICO.

- Arts&Crafts, el movimiento de Artes y Oficios. William Morris.

- Art Nouveau y Arte decó

•*Trabajo individual: La ornamentación en el cartel.*

- Movimientos de Vanguardia: Cubismo, constructivismo, dadaísmo, surrealismo ...

•*Trabajo individual: Interpretaciones de obras surrealistas y cubistas. Estudio de las formas.*

- Bauhaus, la primera escuela oficial de diseño

- El Pop Art

- La Escuela Suiza y el diseño tipográfico. Univers y Helvética

- Escuela de New York (1940-60). Paul Rand , el “inventor” de la fusión Copy - Director de Arte

### 6- COMUNICAR HOY CON INFLUENCIAS DE AYER

- Creación de carteles y banners digitales para eventos reales trabajado con técnicas tradicionales o digitales

### 7- DEFENDER UN TRABAJO FRENTE AL CLIENTE, ¿IMPRESO O DIGITAL?

- La influencia del arte en la publicidad

•*Trabajo individual: Creación y Presentación de una campaña publicitaria con influencia de alguna de las corrientes artísticas estudiadas anteriormente.*

*Se realizará una presentación oral de la influencia artística y gráfica en la que se ha basado, Las piezas de la campaña como mínimo serán:*

- Metrocentro

- Mupi y Marquesina

- Original de prensa (Faldón)

- Banner GIF ANIMADO

### TRABAJOS PRÁCTICOS A REALIZAR EN LA ASIGNATURA:

El orden será variable tanto de la realización de los ejercicios como del contenido teórico, moviéndonos entre las distintas etapas y periodos dentro de la historia del Diseño Gráfico y la publicidad.

## 7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

---

### METODOLOGÍA

La asignatura constará de una equilibrada parte de clases teóricas y clases prácticas.

El comienzo del tema lo introduce una parte teórica, que será la que permitirá llevar a la práctica dichos conocimientos.

Las clases al ser de dos horas de duración permite el desarrollo de trabajos prácticos potenciando los trabajos en grupos y la interacción entre ellos.

Se realizarán análisis de obras artísticas y de artistas plásticos de la historia del arte y diseño que hayan influido en el diseño publicitario actual.

Se realizará este análisis a través de ejercicios de carácter práctico en los que se estudian y se aplican los fundamentos y movimientos artísticos estudiados.

## 8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

### **PRIMERA CONVOCATORIA:**

Durante el curso se realizarán ACTIVIDADES DENTRO DEL AULA que se irán entregando en fechas acordadas. No se admitirá la presentación de trabajos fuera del plazo establecido. Únicamente el profesor podrá tomar la decisión de evaluar el trabajo si ha llevado un seguimiento del trabajo en clase, siempre que lo estime oportuno. Se evaluará tanto los contenidos de cada actividad como la correcta presentación y exposición de los mismos.

La asistencia a clase se tendrá en cuenta, así como la evolución y participación en ella.

Si el alumno no ha asistido a clases más de un 80%, pasará directamente a la modalidad de evaluación B.

**Si el profesor, debido a las ausencias del alumno en clase, estima que el trabajo no ha sido realizado en su integridad por el alumno, podrá exigir que se realice de nuevo ese trabajo . Si se demuestra que ese trabajo no ha sido realizado por el alumno quedará automáticamente suspenso en su totalidad y pasará a la segunda convocatoria.**

### Modalidad A

La evaluación se llevará a cabo evaluando cada uno de los ejercicios prácticos realizados dentro del aula.

Para poder alcanzar el aprobado en la asignatura, deben entregarse TODOS los ejercicios realizados en clase en la plataforma de Classroom, y la media de todos ellos deberán obtener la calificación como mínimo de 5.

Si no se entrega algún ejercicio, se obtendrá una calificación de suspenso por lo que deberá entregarse en la segunda convocatoria el trabajo práctico que no se entregó en la primera convocatoria para poder realizar la media y obtener la nota final.definitiva.

### Modalidad B

La evaluación se llevará a cabo siguiendo el siguiente sistema:

- Realización de TODOS los trabajos prácticos realizados en clase acompañado de una memoria explicativa de los pasos llevados a cabo en cada una de las piezas (entrega en formato PDF): 50% Los trabajos prácticos se subirán a classroom que junto a la memoria, se entregará en la misma fecha que lo harán los alumnos de la modalidad A, que se anuncia en dicha plataforma. No se admitirán trabajos entregados fuera de esa fecha.

- Prueba Final escrita: 50%. Para poder presentarse al examen escrito ES NECESARIO tener entregado TODOS los trabajos prácticos en la fecha indicada en classroom (la misma que los alumnos de la modalidad A).

## CURSO ACADÉMICO 2023-2024

Para aprobar la asignatura tendrá que obtener al menos un 5 tanto en los ejercicios prácticos como en la prueba final escrita.

### SEGUNDA CONVOCATORIA:

#### Modalidad A

Si en la primera convocatoria no ha obtenido suficiente nivel en los trabajos prácticos, o no se ha entregado algún trabajo, podrá entregar los trabajos no presentados en la primera convocatoria y/o realizar de nuevo los trabajos suspensos hasta alcanzar nota de 5 o superior.

#### Modalidad B

- Realización de TODOS los trabajos prácticos realizados en clase acompañado de una memoria explicativa de los pasos llevados a cabo en cada una de las piezas (entrega en formato PDF): 50% Los trabajos prácticos se subirán a classroom que junto a la memoria, se entregará en la misma fecha que lo harán los alumnos de la modalidad A, que se anuncia en dicha plataforma. No se admitirán trabajos entregados fuera de esa fecha.

- Prueba Final escrita: 50%. Para poder presentarse al examen escrito ES NECESARIO tener entregado TODOS los trabajos prácticos en la fecha indicada en classroom (la misma que los alumnos de la modalidad A).

Para aprobar la asignatura tendrá que obtener al menos un 5 tanto en los ejercicios prácticos como en la prueba final escrita.

### TERCERA CONVOCATORIA:

#### Modalidad A y B

Si no ha superado el nivel de calidad de los trabajos de la segunda convocatoria volverá a rehacerlo en las mismas condiciones + nueva prueba escrita. Ambos tendrán un valor de 50% teniendo que aprobar tanto el ejercicio escrito como la práctica.

## 9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

---

### General

- BUSTAMANTE, E. (2008) Comunicación y cultura en la era digital. Editorial Gedisa.
- ENRIC SATUÉ , "El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días", (Alianza Forma)
- GARCÍA UCEDA, MARIOLA (2008), Las claves de la publicidad.. ESIC Editorial
- LANDA, ROBIN.(2011). Diseño gráfico y publicidad. Ed. Anaya
- LÓPEZ LÓPEZ, A. (2011) Coolhunting Digital, A la caza de las últimas tendencias. Anaya
- LUPTON, ELLEN (ed.) (2011). Intuición, acción, creación. Graphic design thinking. GG.
- MARTINEZ MORO, J. (2004) La ilustración como categoría. Una teoría unificada sobre arte y conocimiento. Trea
- MEGGS, PHILIP B., "Historia del Diseño Gráfico", (McGraw Hill)
- NIK MAHON, (2010) Dirección de Arte, Publicidad. Editorial Gustavo Gili
- PÉREZ JIMÉNEZ, M. (1999) Nuevos medios en la imagen. Colección Materiales didácticos universitarios. Serie Bellas Artes/2. Servicio de Publicaciones Universidad de La Laguna.
- PELTA, RAQUEL (2010). Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico. Paidós.