

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

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

Curso: CUARTO Semestre: 1º

Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa

Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

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.

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.
- Iniciación a técnicas de investigación en diseño.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

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

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.

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

- 1- LOS ÚLTIMOS 30 AÑOS DEL DISEÑO GRÁFICO EN ESPAÑA
- 2- LA EVOLUCIÓN AL DISEÑO GRÁFICO DIGITAL.
- 3- LAS PRIMERAS FORMAS DE COMUNICACIÓN VISUAL
- 4- EL NACIMIENTO DEL DISEÑO GRÁFICO.
- 5.- COMUNICAR HOY CON INFLUENCIAS DE AYER
- 6- DEFENDER UN TRABAJO FRENTE A LOS CLIENTES, ¿IMPRESO O DIGITAL?

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.