

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA**

Nombre: **DISEÑO Y TECNOLOGÍA DIGITAL EN PUBLICIDAD**

Curso: TERCERO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Obligatoria

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

2. DESCRIPTORES

El alumno debe adquirir los conocimientos y recursos suficientes para la producción de piezas publicitarias en plataformas digitales, mediante el proceso y desarrollo de una idea hasta conseguir llevarla a cabo mediante herramientas de diseño digital como pueden ser boletines digitales e interactivos, banners publicitarios animados y estáticos, así como la evaluación, análisis, diseño y estructuración de páginas webs para diferentes sectores empresariales.

3. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

OBJETIVOS:

El mundo de la comunicación, y muy especialmente el de la Publicidad, se ofrece hoy en permanente cambio, con introducción de nuevas ideas y la continua aparición también de nuevas tecnológicas que facilitan, pero también obligan, a la adaptación y el cambio. El objetivo formativo de la asignatura Diseño y Tecnología Digital en Publicidad es dotar al alumnado de los conocimientos necesarios para dominar esas nuevas estrategias y tecnológicas, especialmente las desarrolladas en los entornos digitales, para su aplicación en contextos diversos en los que se puede precisar de formación creativa publicitaria. Además de este objetivo general, esta asignatura pretende alcanzar una serie de objetivos parciales o subordinados que proporcionen al alumnado una visión general de las diversas aplicaciones tecnológicas y de diseño a la profesión publicitaria. Es por ello que Diseño y Tecnología Digital en Publicidad debe cubrir objetivos formativos que preparen al alumnado para:

- Comprender los conceptos fundamentales relacionados con el uso de las tecnologías con fines publicitarios.
- Conocer y comprender conceptos básicos sobre diseño orientada a la publicidad, diseño editorial y web. Así como el manejo de diversas herramientas digitales.
- Conocer la terminología utilizada en el área del diseño y las tecnologías digitales en publicidad.
- Manejar y aplicar al trabajo práctico algunas herramientas de software aplicadas al diseño.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.
- Ser capaz de realizar presentaciones creativas y las habilidades comunicativas.

COMPETENCIAS:

Competencias específicas:

E34. Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad y relaciones públicas.

E35. Capacidad de observación de las nuevas tendencias, conceptos y formatos de la publicidad y las relaciones públicas en las empresas.

E36. Conocer y saber utilizar las técnicas y herramientas especializadas y/o vinculadas a las nuevas tecnologías.

E37. Conocimiento básico de las tecnologías aplicadas a la información y a su presentación y diseño en las diferentes fases del proceso de creación y diseño de discursos audiovisuales y campañas de publicidad y relaciones públicas empresariales, institucionales y políticas.

E38. Dominio de la publicidad y relaciones públicas en entornos digitales.

Competencias genéricas:

B1.- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

B2.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos al trabajo o vocación propia de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

B3.- Que los estudiantes tengan la capacidad para reunir e interpretar datos relevantes en el ámbito de la arquitectura, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

B4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

B5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades básicas de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G01. Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales de la comunicación institucional, empresarial y social.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.

4. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

Bloque 1: Introducción al diseño gráfico

Bloque 2: Identidades corporativas en Adobe Illustrator

Bloque 3: Composiciones y retoques fotográficos en Adobe Photoshop

Bloque 4: Diseño editorial en Adobe Indesign

Bloque 5: Inteligencia Artificial en diseño gráfico

5. 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%.

6. 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.