

Curso 2024-25



**Istituto Europeo di Design**

Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE

# **Nuevas Tendencias Artísticas en Publicidad**

Título Superior de las  
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

**Especialidad de Diseño Gráfico**

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2024

Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)  
Asignatura: Nuevas Tendencias Artísticas en Publicidad

### 1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

<b>Tipo</b>	Obligatoria de Especialidad
<b>Carácter</b>	Teórico-práctica
<b>Especialidad/itinerario/estilo/instrumento</b>	Diseño Gráfico
<b>Materia</b>	Proyectos de Diseño Gráfico
<b>Periodo de impartición</b>	7º Semestre
<b>Número de créditos</b>	4 ECTS
<b>Departamento</b>	Departamento didáctico, especialidad gráfico
<b>Prelación/ requisitos previos</b>	Sin prelación
<b>Idioma/s en los que se imparte</b>	Español

### 2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Leal Domingo, Ana	

### 3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Leal Domingo, Ana		Todos

### 4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

CT9 Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.

CT11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.

CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

CT16 Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental

### **Competencias generales**

CG1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

CG2 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

CG8 Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.

CG11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

CG16 Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.

CG22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

### **Competencias específicas**

CEG1 Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

CEG2 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual

CEG3 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.

CEG4 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.

CG22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

## 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Saber analizar y aplicar la contribución de disciplinas como la estética y las artes formales en el desarrollo del pensamiento creativo de arte publicitario.
- Establecer las características necesarias en el valor de lo sensorial, la percepción y la experiencia para un buen desarrollo de proyecto de arte dentro y fuera de una agencia publicitaria.
- Practicar la creación de proyecto creativo de arte publicitario a través de, investigación del producto, análisis de los usuarios, definición del producto, público objetivo, ejecución (ideación y diseño), calendario, presupuesto y validación de resultados

## 6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
I. Los fundamentos estéticos y artísticos de la creación de arte en publicidad	Tema 1. La relación del director de arte con la estética y el arte
	Tema 2. Competencias del contexto visual
	Tema 3. Análisis de las artes actuales
II. Desarrollo	Tema 4. Aporte para el avance en otras disciplinas artísticas. Creación de espacios
	Tema 5. Investigación de tendencias en las distintas disciplinas artísticas
	Tema 6. Identidad y variables artísticas en la comunicación visual
	Tema 7. Diseño de experiencias, un nuevo discurso en la publicidad
III. Planificación, desarrollo y presentación del proyecto	Tema 8. Metodología
	Tema 9. Ideación
	Tema 10. Creación de Producto

IV. Comunicación	Tema 11. Cronograma de trabajo
	Tema 12. Lanzamiento del producto
	Tema 13. Análisis de resultados

## 7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	15 horas
Actividades prácticas	22,5 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	32 horas
Realización de pruebas	2,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	40 horas
Preparación prácticas	8 horas
<b>Total de horas de trabajo del estudiante</b>	<b>120 horas</b>

## 8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	<p>Se utilizará principalmente la clase magistral, que consistirá fundamentalmente en la exposición oral de los contenidos de cada tema/sesión, respaldados por recursos informáticos y visionado de materiales (fotografías, textos, fragmentos y/o piezas audiovisuales que sirvan de soporte argumental, como ejemplos que ilustren la exposición u objetos de análisis). Durante el desarrollo de una sesión teórica, se plantean por tanto preguntas o problemas relacionados con el tema expuesto, los textos comentados y los contenidos impartidos para promover y ocasionar un debate grupal.</p> <p>Para ello se plantean diferentes campos de trabajo a elegir por el alumno para desarrollar en función de su propia identidad, explotando sus propias ideas hasta el final y experimentando con los formatos necesarios para desarrollarla de la manera más óptima.</p>
----------------------	--

<p>Actividades prácticas</p>	<p>Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura. De este modo se favorecerá el trabajo de los estudiantes, las dinámicas de aprendizaje e investigación necesarias, y la resolución y monitorización de cuestiones específicas planteadas.</p> <p>El acercamiento a estos campos de trabajo se hará de manera individual en función de las inquietudes visuales y artísticas personales de cada alumno.</p> <p>El principal objetivo de esta elección del campo de trabajo es permitir al alumno un primer tanteo e investigación sobre su criterio personal con vistas al TFE. Sesiones de trabajo con correcciones sobre proyecto. Presentación final de proyecto.</p>
<p>Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)</p>	<p>Sesiones de apoyo en las que, con una metodología participativa basada en el desarrollo de habilidades y herramientas de tecnología y producción de las distintas fases del proceso de diseño poder dirigir el proyecto/ejercicios hasta su fase final.</p> <p>Seminarios, exposiciones, conferencias y webinars sesiones donde se fomenta el análisis, la crítica y el debate para potenciar las herramientas en formulación de ideas, el manejo de la creatividad en el diseño y la cultural visual.</p>

## 9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- Saber analizar y aplicar la contribución de disciplinas como la estética y las artes forman en el desarrollo del pensamiento creativo de arte publicitario.
- Establecer las características necesarias en el valor de lo sensorial, la percepción y la experiencia para un buen desarrollo de proyecto de arte dentro y fuera de una agencia publicitaria.
- Practicar la creación de proyecto creativo de arte publicitario a través de, investigación del producto, análisis de los usuarios, definición del producto, público objetivo, ejecución (ideación y diseño), calendario, presupuesto y validación de resultados.

La evaluación debe diseñarse y planificarse de manera que quede integrada dentro de las actividades formativas de enseñanza/aprendizaje.

Se propone que la evaluación del aprendizaje de los alumnos sea continua, personalizada e integradora:

- Continua en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y consecuentemente no limitada por fechas o situaciones concretas.
- Personalizada, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno. Se prestará especial atención en cuanto a la participación del alumno en los grupos de trabajo.

- Integradora en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas para la etapa, a través de los objetivos de las distintas unidades temáticas y áreas.
- Se evaluarán los aprendizajes de los alumnos en relación con el logro de los objetivos educativos determinados en el currículo y asociados a los objetivos generales y específicos, tomando como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para el área.

Para evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos es necesario:

- Continua en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y consecuentemente no limitada por fechas o situaciones concretas.
- Personalizada, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno. Se prestará especial atención en cuanto a la participación del alumno en los grupos de trabajo.
- Integradora en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas para la etapa, a través de los objetivos de las distintas unidades temáticas y áreas.

Se evaluarán los aprendizajes de los alumnos en relación con el logro de los objetivos educativos determinados en el currículo y asociados a los objetivos generales y específicos, tomando como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para el área.

Para evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos es necesario:

- Evaluar la competencia curricular de los mismos (capacidades y aptitudes).
- Evaluar los factores que dificultan o facilitan un buen aprendizaje.
- Propiciar la autoevaluación y coevaluación de los propios alumnos como fuente de análisis y crítica de resultados, con el fin de permitir modificaciones de actitudes para su perfeccionamiento.
- Valorar el contexto de aprendizaje en el que se desenvuelve el alumno.

## 9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Debate Ensayos y trabajos de investigación
Actividades prácticas	Diarios o bitácoras Tutorías Proyectos Exposición
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.

## 9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<p>Actividades teóricas</p>	<p>Mediante los <b>debates</b> el alumno es capaz de demostrar su capacidad para llegar a conclusiones sobre los contenidos asimilados y defender argumentativamente sus opiniones al respecto.</p> <p>Mediante los <b>ensayos y trabajos de investigación</b> se comprueba que el alumno trabaja activamente con los contenidos teóricos asimilados, y es capaz de relacionarlos entre sí en el desarrollo de un ejercicio escrito de corte argumentativo.</p>
<p>Actividades prácticas</p>	<p>Mediante el <b>diario o la bitácora</b> se comprueba la adquisición progresiva en el alumno de los resultados del aprendizaje siguiendo una línea temporal.</p> <p>Mediante las <b>tutorías</b> continuas, se verifica la constancia del alumno en el proceso de trabajo y su evolución en el aprendizaje</p> <p>Con el desarrollo de un <b>proyecto</b> completo que incluya los principales puntos tratados durante el curso, el alumno demostrará haber asimilado el conjunto de los contenidos impartidos.</p> <p>Mediante la <b>exposición</b> se constata, a través de la instalación de su trabajo en el espacio, que el alumno es capaz de integrar todos los elementos comunicativos de los proyectos resultantes de su aprendizaje.</p>
<p>Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)</p>	<p>Trasladar el aprendizaje adquirido en talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars a los trabajos y proyectos.</p>

## 9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1. El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
2. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y el estudiante deberá cumplir con un porcentaje de actividad con presencia del profesor, cuya estimación será, en principio, del 80% (mínimo).
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua presentará un proyecto final - proyecto ordinario- que podrá constar de aquellas partes que se estimen oportunas, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado correspondiente de esta guía.
4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación queda explicitado en la esta guía.

5. Para aprobar la asignatura por curso en evaluación continua, se debe obtener en todos y cada uno de los entregables propuestos una nota igual o superior a 5/10, y entregarlos en la fecha establecida. Por otro lado, se debe obtener una nota igual o superior a 5/10 en la realización, entrega y presentación del proyecto propuesto.

### 9.3.1. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Realización y entrega de los ensayos y trabajos de investigación	5%
Asistencia y participación a tutorías y debates	5%
Realización, presentación y entrega de una bitácora	40%
Presentación, defensa y exposición del proyecto final	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Prueba ordinaria de asimilación de los contenidos de la materia	30%
Realización, presentación y entrega de una bitácora	20%
Presentación, defensa del proyecto final	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Prueba extraordinaria de asimilación de los contenidos de la materia	40%
Realización, presentación y entrega de una bitácora	10%
Presentación, defensa del proyecto final	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 9.3.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

Instrumentos	Ponderación
Se determinarán en función de la discapacidad	
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## 10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Semana	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN		Total horas presenciales	Total horas no presenciales
<b>Semana 1-2</b>	<b>Bloque I. Los fundamentos estéticos y artísticos de la creación de arte en publicidad</b>			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:  <b>Tema 1. La relación del director de arte con la estética y el arte</b> <b>Tema 2. Competencias del contexto visual</b> <b>Tema 3. Análisis de las artes actuales</b>  El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.  Estudio por casos y trabajo con brief.	2,5 horas	
	Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura.	2.5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	6 horas	
<b>Semana 3-6</b>	<b>Bloque II. Desarrollo</b>			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:  Capacidad especulativa de manera individual sobre uno de estos campos de trabajo.	5 horas	

		<p><b>Tema 4. Aporte para el avance en otras disciplinas artísticas. Creación de espacios</b>  <b>Tema 5. Investigación de tendencias en las distintas disciplinas artísticas</b>  <b>Tema 6. Identidad Y variables artísticas en la comunicación visual</b>  <b>Tema 7. Diseño de experiencias, un nuevo discurso en la publicidad</b></p> <p>El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.</p> <p>Ejemplos especulativos.</p>		
	Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura.	5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	6 horas	

	<b>Bloque III. Planificación, desarrollo y presentación del proyecto</b>			
<b>Semana 7-12</b>	Actividades teóricas	<p>Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:</p> <p><b>Tema 8. Metodología</b>  <b>Tema 9. Ideación</b>  <b>Tema 10. Creación de Producto</b></p> <p>El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.</p> <p>Ejemplos especulativos y sesiones críticas.</p>	5 horas	
	Actividades prácticas	<p>Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura.</p> <p>Preentrega</p>	10 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	10 horas	

	<b>Bloque IV. Comunicación</b>			
<b>Semana 13-15</b>	Actividades teóricas	<p>Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:</p> <p><b>Tema 11. Cronograma de trabajo</b>  <b>Tema 12. Lanzamiento del producto</b>  <b>Tema 13. Análisis de resultados</b></p> <p>El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.</p>	2.5 horas	
	Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura.	5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	10 horas	

FEEDBACK RESULTADOS FINALES				
Semana 16	Actividades teóricas	Tutorización de los resultados finales.	2.5 horas	
	Actividades prácticas	Evaluación de los proyectos y resultados.		
	Evaluación	Evaluación con pérdida de evaluación continua.		

## 11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

Plataforma virtual a definir, tipo tumblr  
 Taller abierto a elección  
 Monitor Eizo CG2420  
 Impresora HP DesignJet Z2100  
 Tórculo Arteina TSR  
 Prensa Arteina 350x450  
 Cizalla Dahle 580  
 Archivador horizontal metálico A1  
 Ordenador HP  
 Guillotina Electrica EBA Ideal 4815  
 Adana Letterpress 8x5  
 Telar de encuadernación  
 Riso EZ 571 A3 (amarillo, gold, azul y rojo)  
 Chibalete Tipográfico  
 Wacom Cintiq 27QHD  
 Ordenador HP  
 4 cabezas de flash Elinchrom BRX500  
 2 disparadores flash remoto  
 2 difusores flash octa  
 2 difusores flash rectangulares  
 4 pantallas LED  
 6 focos LED fresnel spot  
 1 difusor 5en1  
 2 palios 2x2m  
 1 slider motorizado  
 2 Canon 7D Mark II (24-105mm, 10-18mm, 70-200mm, 100mm)  
 6 pinzas americanas  
 6 ceferinos  
 1 trípode de foto  
 10 trípodes luces  
 2 cabezas de flash Elinchrom D-Lite RX 2  
 1 disparador flash remoto  
 1 difusor flash octa  
 1 difusor flash cuadrado  
 2 pantallas LED

2 focos LED fresnel spot  
1 palio 2x2m  
Acceso a ordenadores con Adobe Lightroom

### 11.1. Bibliografía general

Título	Estudios sobre arte y comunicación social
Autor	CRESPO, J. L.

  

Título	El arte como experiencia
Autor	DEWEY, J.

  

Título	Diseño y comunicación visual
Autor	EGUIZÁBAL, R.

  

Título	Publicidad y comunicación
Autor	FERRER, E.