



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción publicitaria impresa

Materia	Producción publicitaria impresa			
Código	P04G190V01505			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	1c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Molares Cardoso, Julinda			
Profesorado	Molares Cardoso, Julinda			
Correo-e	jmolares@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Trátase dunha materia profundamente ligada ao deseño gráfico publicitario e a súa relación coa impresión, ben sexa en medios, artes gráficas, cartelismo ou calquera manifestación necesitada destas técnicas. A tipografía, a cor, os medios impresos, as artes gráficas, as publicacións de empresa e unha introdución ao deseño gráfico, conforman a columna vertebral da materia.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código			
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.		
C3	Coñecemento da estrutura dos medios publicitarios: características, tipoloxías e problemáticas.		
C5	Coñecemento teórico-práctico dos elementos, formas e linguaxes da publicidade e das relacións públicas no contexto local/ rexional, nacional e internacional.		
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.		
C13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.		
D2	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio.		
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.		
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas.		

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Identificar o ámbito publicitario impreso e a súa relación co deseño gráfico.	C3		
Enunciar as estratexias para a creación e produción de mensaxes publicitarias específicas para os medios impresos.	C5 C13		
Recoñecer os soportes ideolóxicos do deseño gráfico: Escolas e tendencias.	C5		
Describir os procedementos técnicos para a creación e produción de mensaxes publicitarias específicas para os medios impresos.	C5 C13		
Identificar e analizar os medios e soportes que utiliza a publicidade impresa.	C3		
Desenvolver os traballos prácticos orientados á atención continuada a un mesmo anunciante, no ámbito das realizacións publicitarias impresas.	C12	D2 D4	
Practicar cos diferentes programas de deseño vectorial.	C13	D2	
Analizar as posibilidades de desenvolvemento profesional, individual ou en empresas.	A4	C12	D3 D4

Formular os obxectivos xerais de traballo no curso.	A4	C12	D3
Organizar a distribución do tempo da materia para realizar os distintos encargos e establecemento de prazos de entrega, como unha recreación do traballo real.	A4	C12	D3 D4

Contidos

Tema	
Tema 1. Identidade corporativa gráfica. O manual.	Principios xerais da identidade corporativa gráfica. Os compoñentes da identidade corporativa gráfica. Traballo sobre o nome da marca. Estructuras elementais: A linguaxe das formas. Logotipo e símbolo. Estudos de valoración e de aplicacións. Presentación ao cliente. Modalidades de presentación. Manual corporativo gráfico simple. Manual corporativo gráfico complexo.
Tema 2. A elaboración do anuncio impreso.	O esquema do orixinal publicitario. Concepto de bloques e retícula. Tipos de letras. Conceptos tipográficos para a publicidade. Lexibilidade. As palabras. Os titulares. O slogan e o texto. Os elementos gráficos: A ilustración e a fotografía. Os elementos de identificación. A montaxe.
Tema 3. Introducción ao deseño gráfico: Percepción e realización.	Consideracións sobre o deseño gráfico publicitario. Apuntamentos sobre a percepción. Compoñentes básicos do proceso visual. Aspectos sensoriais e comunicacionais da cor. Dinámica, sensación e significado das cores. Estética e estilo na composición gráfica. Aspectos básicos das artes gráficas.
Tema 4. Os traballos publicitarios de imprenta.	O cartel. As publicacións de empresa. Factores que inciden na decisión de facer unha publicación de empresa. Tipos de publicacións de empresa. Catálogo corporativo. Catálogo de produto. Catálogo mixto. Alternativas de distribución e custos.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	8	10	18
Traballo tutelado	10	50	60
Presentación	8	16	24
Lección maxistral	20	20	40
Exame de preguntas obxectivas	1	4	5
Traballo	1	0	1
Traballo	1	0	1
Traballo	1	0	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Serán sesións de traballo na aula informática ou en seminarios pequenos. Os seus contidos farán referencia a: Introducción a algún software de deseño, preferentemente Adobe Illustrator; análise de traballos reais e outras actividades similares.
Traballo tutelado	De carácter individual. Os seus contidos estarán estreitamente vinculados a todos os pasos que segue o produto publicitario impreso, desde a súa contratación inicial á súa inserción nos distintos medios e soportes.
Presentación	As presentacións dos traballos individuais deberán ser de carácter impreso, dada a orientación da materia. Ademais, a calidade da presentación terá unha importancia similar aos seus contidos. As presentacións teñen a súa cualificación formal, independentemente dos contidos.
Lección maxistral	A parte teórica da materia, explicárase en sesións de clase maxistral, aínda que coa participación dos alumnos e apoio de abundante material sonoro e audiovisual.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Durante as sesións prácticas e nos horarios de tutorías. O obxectivo é resolver posibles dúbidas que teña o alumno que asista ás sesións teóricas e prácticas.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Exame de preguntas obxectivas	Exame sobre os contidos teóricos impartidos na materia.	40	C3		
	Exame tipo test de 50 preguntas. As correctas suman 1 punto. As incorrectas restan 0,5 puntos		C5 C13		
	Esta proba ten un valor do 40% sobre o total da nota sendo necesario obter unha cualificación mínima do 50% da mesma para aprobar esta parte.				
Traballo	Traballo relacionado coa elaboración dun manual de identidade corporativa gráfica.	20	A4	C3 C5 C12 C13	D2 D3 D4
	Esta proba ten un valor do 20% sobre o total da nota sendo necesario obter unha cualificación mínima do 50% da mesma para aprobar esta parte.				
Traballo	Traballo relacionado coa elaboración dun anuncio impreso e un cartel.	20	A4	C3 C5 C12 C13	D2 D3 D4
	Esta proba ten un valor do 20% sobre o total da nota sendo necesario obter unha cualificación mínima do 50% da mesma para aprobar esta parte.				
Traballo	Traballo relacionado coa elaboración dun catálogo corporativo ou de produto.	20	A4	C3 C5 C12 C13	D2 D3 D4
	Esta proba ten un valor do 20% sobre o total da nota sendo necesario obter unha cualificación mínima do 50% da mesma para aprobar esta parte.				

Outros comentarios sobre a Avaliación

EVALUACIÓN CONTINUA

Parte teórica

Para aprobar a parte teórica o alumnado debe superar un exame escrito individual (na data oficial publicada polo centro) sobre os contidos que se impartan na aula e que están recollidos no programa. O exame se valora sobre un máximo de 10 puntos e supón o 40% da avaliación da materia.

É necesario obter unha cualificación mínima do 50% (5 puntos) da mesma para aprobar esta parte.

Parte práctica

Para aprobar a parte práctica o alumnado debe entregar cada un dos 3 traballos impresos nas datas indicadas ao comezo de curso. Aquelas prácticas non entregadas a data indicada sen causa xustificada (causas recollidas no regulamento sobre avaliación, calificación e calidade da docencia aprobadas no claustro do 18 de abril de 2023), se considerarán suspensas e o alumno deberá entregalas na convocatoria de segunda oportunidade.

Cada un dos traballos prácticos se valorará sobre un máximo de 10 puntos e supón o 20% da avaliación da materia. É necesario obter unha cualificación mínima do 50% (5 puntos) en cada un dos traballos para aprobar esta parte. Unha vez publicadas as notas provisionais de cada práctica permítense 24h para revisión, unha vez transcorridas a nota considérase definitiva.

A asistencia ás prácticas é obrigatoria, aqueles alumnos que teñan 2 faltas de asistencia sen xustificar non poderán ser avaliados e constarán como suspenso nesta parte e terán que ir á convocatoria de segunda oportunidade.

Requisitos para superar a materia

- Ter aprobados todos o traballos prácticos
- Ter aprobado o exame teórico
- Asistencia a clase

A nota final é o resultado da parte teórica e práctica, non se poderá aprobar a materia con algunha parte suspensa.

SEGUNDA OPORTUNIDADE

Parte teórica

Para aprobar a parte teórica o alumnado debe superar un exame escrito individual (na data oficial publicada polo centro) sobre os contidos que se imparten na aula e que están recollidos no programa. O exame se valorará sobre un máximo de 10 puntos e supón o 40% da avaliación da materia.

É necesario obter unha cualificación mínima do 50% (5 puntos) da mesma para aprobar esta parte.

Parte práctica

Na data oficial do exame o alumno deberá entregar en formato impreso aqueles traballos que teña suspensos. Cada un dos traballos prácticos se valorará sobre un máximo de 10 puntos e supón o 20% da avaliación da materia.

É necesario obter unha cualificación mínima do 50% (5 puntos) en cada un dos traballos para aprobar esta parte.

A nota final é o resultado da parte teórica e práctica, non se poderá aprobar a materia con algunha parte suspensa.

EVALUACIÓN GLOBAL alumnado deberá informar ao docente sobre a súa renuncia ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro para tal fin, achegando cuberto e asinado (por ambas as partes, alumno e docente) o documento habilitado. Fóra do prazo previsto polo centro o alumnado non poderá acollerse a este sistema de avaliación.

A proba de avaliación global se realizará na data e horario previstos polo centro no calendario de exames oficial. O alumno deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha puntuación mínima de 5 puntos en cada unha delas, en caso contrario non será avaliado e a materia estará suspensa.

Dada a extensión das probas o alumnado que se acolla a avaliación global deberá dispor de 4 horas para a realización das mesmas a partir da hora oficial de inicio do exame da materia segundo o calendario oficial.

Descripción das probas

Proba 1. Exame teórico. Se realizará o exame teórico previsto para a materia tanto para a avaliación global como continua. O exame será avaliado coas mesmas pautas para todo o alumnado. O exame ten un valor do 40% sobre o total da nota sendo preciso obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Unha cualificación inferior non servirá como media coas outras probas.

Proba 2. Traballos prácticos. Facer entrega do tres traballos propostos polo docente. O conxunto dos traballos (3) ten un valor do 30% sobre o total da cualificación. Debe obterse unha cualificación mínima de 5 puntos en cada un dos traballos para superar esta parte. Unha cualificación inferior non servirá como media coas outras probas. Os traballos serán entregados na data e horario do exame. O detalle dos contidos dos traballos, metodoloxías e os criterios de avaliación serán facilitados aos estudantes de avaliación global unha vez finalizado o prazo de renuncia expresa á avaliación continua.

Proba 3. Actividade práctica. Tras a elaboración do exame os estudantes de avaliación global deberán asistir co docente a sala de prácticas habitual, onde deberán realizar actividades prácticas semellantes ás realizadas polos alumnos de avaliación continua, empregando os mesmos recursos e equipamentos empregados por estes. A proba durará un máximo de dúas horas desde o comezo da mesma. O detalle das probas así como os criterios de avaliación será remitido ao alumnado nun prazo non superior a un mes desde a renuncia efectiva a súa avaliación continua. A selección de actividades prácticas, no seu conxunto, ten un peso do 30% sobre o total da cualificación sendo preciso obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Unha cualificación inferior non servirá como media coas outras probas.

Resumo das probas e porcentaxe de valoración:

Proba 1. Exame. Valoración do 40% sobre o total da nota.

Proba 2. Traballos prácticos. Valoración do 30% sobre o total da nota.

Proba 3. Actividades prácticas. Valoración do 30% sobre o total da nota.

Os estudantes deberán obter unha cualificación mínima de 5 puntos en todas as probas.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Lupton, E. y Cole, J., **Diseño gráfico. Nuevos fundamentos**, Ed. Gustavo Gili, 2016

Bibliografía Complementaria

González Solas, J., **Identidad Visual Corporativa**, Ed. Síntesis, 2002

Dondis, Donis A., **La sintaxis de la imagen**, Ed. Gustavo Gili, 2000

Costa, J., **Imagen Corporativa en el Siglo XXI**, Ed. La Crujía, 2001

Chaves, N., **El oficio de diseñar**, Ed. Gustavo Gili, 2001

Swan, A., **Bases del diseño gráfico**, Ed. Gustavo Gili, 2002

Zimmermann, Y., **Del diseño**, Ed. Gustavo Gili, 2002

Martín Montesinos, J.L., **Manual de tipografía**, Ed. Campgráfic, 2001

Heller, E., **Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón**, Ed. Gustavo Gili, 2004

Dabner, D., **Diseño gráfico : fundamentos y prácticas**, Blume, 2015

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Publicidade internacional/P04G190V01907

Publicidade, artes gráficas e tipografía/P04G190V01906

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Teoría e práctica da comunicación publicitaria/P04G190V01105

Comunicación: Imaxe corporativa/P04G190V01303

Estruturas e actividade da axencia publicitaria/P04G190V01403