

GUIA DOCENT DE CENTRES ISEACV

GUÍA DOCENTE DE CENTROS ISEACV

Curs /Curso
2018-2019

1 Dades d'identificació de l'assignatura <i>Datos de identificación de la asignatura</i>					
Nom de l'assignatura <i>Nombre de la asignatura</i>	Proyectos I (Proyectos de Publicidad)				
Crèdits ECTS <i>Créditos ECTS</i>	4/12	Curs <i>Curso</i>	2	Semestre <i>Semestre</i>	2n Semestre
Tipus de formació <i>Tipo de formación</i> bàsica, específica, optativa <i>básica, específica, optativa</i>	Bàsica	Idioma/es en que s'imparteix l'assignatura <i>Idioma/s en que se imparte la asignatura</i>		Castellano Valenciano	
Matèria <i>Materia</i>	Diseño Gráfico				
Títol Superior <i>Título Superior</i>	Estudios Superiores de Diseño Gráfico				
Especialitat <i>Especialidad</i>	Diseño Gráfico				
Centre <i>Centro</i>	EASDALcoi				
Departament <i>Departamento</i>	Proyectos				
Professorat <i>Profesorado</i>	Maria Castelló Andrés				
e-mail <i>e-mail</i>	castellom@easdalcoi.es				
Introducció /Introducción					
<p>La asignatura de Proyectos I (12 ects) se ha subdividido en dos asignaturas: Proyectos Editoriales (8 ects), con caràcter anual y Proyectos de Publicidad (4 ects), con caràcter semestral.</p> <p>Para poder superar los créditos de la asignatura de Proyectos I se hará necesario la superación positiva de las dos asignaturas (obtener un mínimo de 5 en cada una de las mismas), siendo la nota final la determinada por el siguiente porcentaje: 2/3 de la nota de la Asignatura de Proyectos Editoriales (66%) y 1/3 de la otra de la Asignatura de Proyectos de Publicidad (33%).</p>					
1.1 Objectius generals i contribució de l'assignatura al perfil professional de la titulació <i>Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación</i>					
<p>La asignatura de Proyectos de Publicidad dotará al alumno y futuro egresado de las capacidades intelectuales e instrumentales para definir, visualizar, identificar y planificar una comunicación publicitaria, en función de las necesidades del cliente, producto o evento, así como sus valores a comunicar y las estrategias de medios necesarios para difundirlos.</p> <p>El objetivo general de la asignatura de Proyectos de Publicidad es que el alumno sea capaz de gestionar y coordinar todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación de un producto, evento, institución y ser capaz de generar una campaña de comunicación.</p>					

La Comunicación Publicitaria es una herramienta fundamental en toda la sociedad ya que es motor de la economía, crea tendencias, difunde cultura y divulga valores. Siempre potenciando la creatividad y la resolución de problemas gráficos.

La asignatura de Proyectos de Publicidad proporciona una formación en creación, diseño y producción de la comunicación publicitaria, dando especial relevancia al pensamiento estratégico y creativo y a los cambios producidos por la renovación tecnológica pero siempre desde un compromiso ético y sostenible.

1.2 Coneixements previs

Conocimientos previos

Conocimientos Previos: se recomienda haber cursado las asignaturas de primero, con carácter básico, para haber adquirido una amplia cultura visual, así como el desarrollo de técnicas de expresión gráfica y tecnológicas propias de la disciplina y la introducción a una metodología de trabajo por proyectos.

Conocimientos Recomendados: capacidad de adaptación a nuevas situaciones para dar respuesta a los diferentes escenarios cambiantes de la sociedad del conocimiento y la información. Las habilidades comunicativas en lengua inglesa son muy significantes en esta asignatura.

Relación con otras asignaturas de la misma titulación: por su metodología y las técnicas empleadas en la gestión de proyectos, la asignatura de Proyectos de Publicidad tiene relación con las asignaturas precedentes de Fotografía y Medios Audiovisuales y Cultura del Diseño Gráfico y relación en cursos posteriores con Marketing y Comunicación Gráfica y Proyectos de Comunicación Global, así como con optativas que se generan a partir de esta tipología de proyectos para darle una mayor capacidad de competencias al perfil publicitario del diseñador gráfico.

2 Competències de l'assignatura

Competencias de la asignatura

Competencias Transversales

CT3	Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.	Bastante
CT7	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.	Algo
CT8	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos	Bastante
CT13	Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.	Bastante

Competencias Generales

CG1	Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.	Mucho
CG19	Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.	Mucho
CG22	Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde los criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.	Mucho

Competencias Específicas

CE2	Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.	Bastante
CE8	Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación.	Mucho

3 Resultats d'aprenentatge

Resultados de aprendizaje

RESULTATS D'APRENENTATGE RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETÈNCIES RELACIONADES COMPETENCIAS RELACIONADAS
<p>RA1. Conoce, analiza y sintetiza información necesaria para llevar a cabo procesos comunicativos eficaces.</p> <p>RA2. Aplica soluciones creativas a proyectos de publicidad</p> <p>RA3. Aplica estrategias adecuadas en la elaboración de campañas de publicidad.</p> <p>RA4. Conoce Agencias de Publicidad relevantes por su trabajo y las campañas llevadas a cabo.</p> <p>RA5. Realización de una campaña de comunicación de un producto, servicio o idea con rigor artístico y creativo.</p> <p>RA6. Comunica y defiende públicamente los proyectos propuestos, utilizando el lenguaje propio del sector publicitario.</p>	CT3, CT7, CT13, CG19, CG1, CG22, CE8

4 Continguts de l'assignatura i organització temporal de l'aprenentatge

Contenidos de la asignatura y organización temporal del aprendizaje

Descripció per blocs de contingut, unitats didàctiques, temes, ... Descripción por bloques de contenido, unidades didácticas, temas, ...	Planificació temporal Planificación temporal
---	---

<p>UD1. El comportamiento del consumidor. Concepto. Modelos de Conducta. Determinantes culturales e influencia grupal. Investigación del comportamiento del consumidor. Paneles. Entrevistas.</p> <p>UD2. El Mensaje Publicitario. Ámbitos de la publicidad: comercial, institucional e ideológico. Componentes del mensaje publicitario: mensaje lingüístico e icónico. Bases de la creatividad. Enfoque creativo: estrategia creativa. Salto creativo. Generación de ideas. Persuasión publicitaria.</p> <p>UD3. Estrategias y Técnicas Publicitarias. Concepto de estrategia y pensamiento estratégico. Tipos de estrategias de comunicación publicitaria. Innovación en la Comunicación</p> <p>UD4. La Agencia de Publicidad y Agencia de Medios. La Planificación Publicitaria. Costes publicitarios.</p> <p>UD5. Ética y Deontología Profesional. Mecanismos de Autorregulación del mensaje publicitario.</p>	<p>Febrero</p> <p>Febrero- Marzo</p> <p>Marzo</p> <p>Abril</p> <p>Mayo</p>
--	--

5 Activitats formatives Actividades formativas

5.1 Activitats de treball presencials Actividades de trabajo presenciales

ACTIVITATS ACTIVIDADES	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volum treball (en nº hores o ECTS) Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Classe Teòrica <i>Clase teórica</i>	Clases Magistrales: desarrollo de los puntos principales, explicaciones teóricas necesarias sobre los conocimientos fundamentales de la materia incluyendo demostraciones, ejemplos prácticos de casos reales de cada uno de los temas tratados. Iteración profesor - alumno para facilitar la construcción del aprendizaje, ir asimilando el vocabulario de la unidad y dinamizar la clase.	R1	25 hrs
Classes pràctiques <i>Clases prácticas</i>	Prácticas Individuales: Búsqueda, investigación y análisis sobre temas relacionados con la publicidad. Realización de Prácticas grupales supervisadas por el profesor. Estudios de casos, proyectos, etc. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumnos	R1, R2, R3, R4, R5	30 hrs
Exposició treball en grup <i>Exposición trabajo en grupo</i>	<i>Aplicación de conocimientos interdisciplinarios mediante exposición, presentación y comunicación de los trabajos desarrollados en grupo.</i>	R1, R2, R3, R4, R5, R6	8 hrs
Tutoria <i>Tutoría</i>	<i>Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar la evolución del alumno y resolver dudas que se planteen en el proceso de aprendizaje del alumno.</i>	R1, R2, R3, R4, R5, R6	12 hrs
Avaluació <i>Evaluación</i>	<i>Conjunto de pruebas (audiciones, orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.</i>	R1, R2, R3, R4, R5, R6	5 hrs
SUBTOTAL			80hr

5.2 Activitats de treball autònom Actividades de trabajo autónomo

ACTIVITATS ACTIVIDADES	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volum treball (en nº hores o ECTS) Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Treball autònom <i>Trabajo autónomo</i>	<i>Estudio y análisis de la información y los condicionantes de los trabajos propuestos. Investigación por cuenta propia de los temas tratados en el aula, relacionados con las clases teórico- prácticas. Visualización de vídeos para ampliar los contenidos de la asignatura. Completar los trabajos prácticos propuestos.</i>	R1, R2, R3, R4, R5	10 hrs
Estudi pràctic <i>Estudio práctico</i>	<i>Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	R1, R2, R3, R4, R5, R6	10 hrs
Activitats complementàries <i>Actividades complementarias</i>	Asistencia a conferencias propuestas, exposiciones, visitas, etc.	R1	5 hrs
SUBTOTAL			20hr

TOTAL 100 horas

6 Sistema d'avaluació i qualificació

Sistema de evaluación y calificación

6.1 Instruments d'avaluació

Instrumentos de evaluación

Proves escrites (proves objectives, de desenvolupament, mapes conceptuals,...), exposició oral, treballs dirigits, projectes, tallers, estudis de cas, quaderns d'observació, portafolio,...

Pruebas escritas (pruebas objetivas, de desarrollo, mapas conceptuales,...), exposición oral, trabajos dirigidos, proyectos, talleres, estudios de caso, cuadernos de observación, portafolio,...

INSTRUMENT D'AVALUACIÓ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	Resultats d'Aprenentatge avaluats Resultados de Aprendizaje evaluados	Percentatge atorgat (%) Porcentaje otorgado (%)
Entrega de los trabajos escritos y de los trabajos prácticos propuestos donde se valorará la consecución de las competencias previstas, tanto grupales como individuales.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6	70%
Exposición y/o presentación de trabajos, con valoración de la capacidad de comunicación.	R1, R3, R4, R6	30%

6.2 Criteris d'avaluació i dates d'entrega

Criterios de evaluación y fechas de entrega

Consideraciones generales:

La calificación del estudiante quedará vinculada a su asistencia regular y al seguimiento del programa de formación:

- para la aplicación del sistema de evaluación continua el alumno/a deberá asistir al menos y con puntualidad al 80% de las sesiones docentes. A tal fin se pasará lista al inicio de cada sesión lectiva, donde el alumno/a firmará diariamente la hoja de asistencia. Si un alumno/a llega tarde (a partir de 15 minutos se considerará retraso; cada dos retrasos se considerará una falta). La asistencia a las clases es obligatoria.
- Si el alumno/a ha superado las faltas de asistencia en un 20% del total, el alumno/a perderá su derecho a la evaluación continua y pasará a la evaluación ordinaria, evaluado según la ponderación para la evaluación de alumnos/as con pérdida de evaluación continua.
- Tipos de Evaluación (sistema de evaluación continua)

La evaluación consistirá en el seguimiento de los trabajos realizados dentro y fuera de clase, en relación con las unidades didácticas que se desarrollen en el aula. Los trabajos y proyectos se realizarán de forma individual y/o grupal en función de las características del mismo.

Durante el semestre se realizarán entregas parciales en fechas indicadas. Un ejercicio no entregado en fecha y forma indicada será calificado como no presentado y por tanto computará con una calificación de 0: el alumno/a podrá entregarlo en la convocatoria extraordinaria.

Las faltas de asistencia sin justificar en las presentaciones de los trabajos, computarán con una calificación de 0: el alumno podrá entregarlo en la convocatoria extraordinaria. Si la falta es justificada, se podrá establecer otra fecha de entrega. Se considera falta justificada las determinadas por la dirección del centro.

La puntuación inferior a 5, supondrá la no superación de dicho ejercicio. Los alumnos podrán recuperar máximo dos ejercicios prácticos que se hayan entregado en fecha y forma y calificado como suspenso con una nota no inferior a 2,5. Esto podrá hacerse en fecha previamente establecida por el profesor.

Los trabajos no acabados en horas lectivas se resolverán en las horas contempladas de trabajo autónomo del alumno.

En caso que un alumno/a copie y/o pegue en los exámenes y/o trabajos, o entregue ejercicios no realizados por él mismo, suspenderá automáticamente la convocatoria. Será criterio del profesor, si lo considera necesario, realizar una nueva práctica extra.

Todos los trabajos propuestos para la realización por parte del alumno serán colgados en la plataforma online que determine el centro. (Schoology o Google Classroom).

Sistema de Calificación

Los resultados obtenidos por el alumno serán calificados de acuerdo a la siguiente escala numérica, de 0 a 10, con expresión de un decimal:

- de 0 a 4,9 : Suspenso
- de 5,0 a 6,9 : Aprobado
- de 7,0 a 8,0 : Notable
- de 9,0 a 10 : Sobresaliente

El «No presentado/da» se considerará una condición y no una calificación. No se podrán acumular más de tres «No presentados» consecutivos, calificándose la siguiente convocatoria obligatoriamente.

La mención de "Matrícula de Honor" podrá otorgarse a criterio del profesor, a los alumnos cuya calificación final sea igual o superior a un 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en la asignatura. Si el número de estudiantes es inferior a 20, solo podrá concederse una única "Matrícula de Honor".

6.3 **Sistemas de recuperació** *Sistemas de recuperación*

Per a l'alumnat que ha suspès o no ha seguit el desenvolupament normal de les classes – criteris i dates d'entrega)
Para el alumnado que ha suspendido o no ha seguido el desarrollo normal de las clases – criterios y fechas de entrega)

6.3.1 **Convocatoria Ordinaria**

6.3.1.1. **Alumnos con Evaluación Continua**

Trabajos Prácticos: 70% de la calificación

Cada uno de los ejercicios propuestos se puntuará de 1-10.

Los criterios de evaluación serán:

Corpus del Proyecto: 50%

- Adecúa sus ejercicios a las pautas establecidas
- Domina los conceptos trabajados
- Resuelve con calidad técnica la ejecución y acabado del trabajo
- Demuestra creatividad, experimentación y originalidad en la resolución del proyecto
- Organiza y planifica su ritmo de trabajo, presentando en fecha y forma
- Identifica y resuelve los problemas con autonomía.

Memoria: 20%

- Organiza y sintetiza la información
- Argumenta con coherencia y claridad
- Resume los conceptos a desarrollar
- Emplea terminología específica
- Incluye imágenes de todo el proceso creativo y de sus referentes
- Escribe teniendo en cuenta la corrección ortográfica y sintáctica

Actitud: 10%

- Asiste con puntualidad y asiduidad a las clases
- Identifica y resuelve los problemas
- Tiene una actitud receptiva en clase
- Planifica el tiempo de trabajo para llevar las actividades al día
- Respeta el entorno y el material de trabajo
- Realiza las tutorías oportunas para el seguimiento de sus proyectos

Comunicación: 20%

- Realiza una exposición oral de su proyecto de forma coherente y con claridad
- Domina la comunicación no verbal en sus exposiciones
- Responde de forma coherente a las preguntas formuladas al final de la exposición

6.3.1.2 **Alumnos con Pérdida de Evaluación Continua (+ 20% faltas de asistencia)**

Para aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje previsto de asistencia a clase o que no hayan presentado los trabajos en la fecha señalada.

Los criterios de calificación serán los siguientes:

- Proyectos Prácticos individuales propuestos en clase (20%)
- Memoria: dossier del trabajo (30%)
- Exposición de los proyectos (20%)

- Examen, teórico- práctico de todos los contenidos de la asignatura. 50% de la calificación final (30%)

La nota final será el resultado de la media ponderada de todos los proyectos propuestos a

realizar, con una carga del 70% y el examen con una carga del 30% de la nota final
Los criterios de evaluación serán los mismos que en la evaluación continua, sin valorar la actitud.

6.3.2. Convocatoria Extraordinaria

6.3.2.1 Alumnos con Evaluación Continua

Para aquellos alumnos que han suspendido tres o más ejercicios

En la convocatoria extraordinaria se guardará la nota de la parte aprobada. Si vuelve a suspender de nuevo, ya no se guardará la nota de la parte aprobada para sucesivas convocatorias.

El alumno/a tendrá que realizar un proyecto extraordinario además de los suspendidos o no presentados, determinado con anterioridad al 15 de mayo por el profesor.

La nota final vendrá determinada por la media de los diferentes proyectos, teniendo que sacar como mínimo un 5 en cada uno de ellos.

Los criterios para su evaluación serán los mismos que en la convocatoria ordinaria.

6.3.2.2 Alumnos con pérdida de Evaluación Continua (+20% faltas asistencia)

Para aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje previsto de asistencia a clase o que no hayan presentado los trabajos en la fecha señalada.

Los criterios de calificación serán los siguientes:

- Proyectos Prácticos individuales propuestos en clase (20%)
- Memoria: dossier del trabajo (30%)
- Exposición de los proyectos (20%)

El alumno/a tendrá que realizar un proyecto extraordinario además de los suspendidos o no presentados, determinado con anterioridad al 15 de mayo por el profesor.

- Examen, teórico- práctico de todos los contenidos de la asignatura. 50% de la calificación final (30%)

La nota final será el resultado de la media ponderada de todos los proyectos propuestos a realizar, con una carga del 70% y el examen con una carga del 30% de la nota final

Los criterios de evaluación serán los mismos que en la evaluación continua, sin valorar la actitud.

7 Bibliografía *Bibliografía*

Bibliografía Básica

STOKLOSSA, U.(2006) Trucos publicitarios. Instrucciones sobre seducción visual. Barcelona. GG
GARCÍA UCEDA, MARIOLA. (2008). Las claves de la publicidad. Madrid. ESIC Editorial.
GOMEZ NIETO, BEGOÑA. Fundamentos de la publicidad. ESIC. 1995
GUITIERREZ GONZÁLEZ, P. Teoría y Práctica de la publicidad impresa. Valencia. Campgràfic
LORENTE, J. Casi todo lo que sé de publicidad. Barcelona. Ediciones Folio.1986
MOLINÉ, M. LA fuerza de la publidad. Madrid. Mc Graw Hill.
SOLANA, D. LA postpublicidad. Barcelona. Dobleyou
VAN LEEUWEN, ANDREW&VAN BAAREN. PERSUASIÓN. 33 téncias publicitarias de influencia psicológica. Barcelona. Gustavo Gili

VEKSNER SIMON. Ser un buen creativo publicitario. Blume.

Revistas Online

Anuncios [en línea]. [consulta 2017-04-15]. Disponible a: <http://www.anuncios.com>

El Publicista [en línea]. [consulta 2017-04-15]. Disponible a: <http://www.elpublicista.net>

Graffica. www.graffica.info

Marketing Directo [en línea]. [consulta 2017-04-15]. Disponible a: <http://www.marketingdirecto.com>

Control [en línea]. [consulta 2017-04-15]. Disponible a: <http://www.controlpublicidad.com>

Visual: Magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación [en línea]. Cop. 2009 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://visual.gi>.

Club de Creativos [en línea]. <http://www.clubdecreativos.com>

Bibliografía Específica

Se proporcionará en cada una de las unidades didácticas