

Cicle Formatiu Superior	Any: 2023/2024
Especialitat: Gràfica Publicitària	Curs: 2º
Assignatura: Historia de la Imatge Publicitaria	
Professorat: Anna Andrés Devesa	Hores setmanals: 3
Email: andresae@easdalcoi.es	

PROGRAMACIÓ DIDÀCTICA

1. Introducció al mòdul formatiu 2. Objectius 3. Continguts 4. Planificació i temporització
5. Metodologia 6. Avaluació 7. Activitats extraescolars 8. Recursos 9. Bibliografia

1. Introducció al mòdul formatiu

Marc normatiu

Identificació del títol: Tècnic/a Superior d'arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària.

- **Nivell:** Grau superior de las ensenyança professionals de Artes Plàstiques y Diseño.
- **Duració total del cicle:** dos mil hores.
- **Família professional artística:** Comunicació gràfica i audiovisual
- **Referent europeu:** CINE-5b (Classificació Internacional Normalitzada d'Educació).

Normativa aplicable:

- Reial Decret 1431/2012, de 11 d'octubre, pel qual s'estableix el títol de Tècnic Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària pertanyent a la família professional artística de Comunicació Gràfica i Audiovisual i s'aproven les corresponents ensenyances mínimes.
- Decret 128/2013, de 20 de setembre, del Consell, pel qual s'establix el currículum de les ensenyances artístiques professionals corresponents al títol de Tècnic Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària, pertanyent a la família professional artística de Comunicació Gràfica i Audiovisual, en l'àmbit de la Comunitat Valenciana

Identificació del mòdul formatiu:

- **Denominació:** Historia de la Imatge Publicitària.

Professora: Anna Andrés Devesa

Assignatura: Història de la imatge publicitària

Presentació

El referit Decret 128/2013, de 20 de setembre, del Consell, al punt 4 de l'annex I, estableix el currículum dels ensenyaments artístics professionals corresponents al títol de Tècnic Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària, així com els objectius pedagògics, continguts i criteris d'avaluació. El mòdul formatiu d'Història de la Imatge Publicitària té assignades un total de 75 hores lectives distribuïdes en 3 sessions setmanals durant el 2n curs. La finalitat del nostre mòdul és la de proporcionar un bagatge ampli, extens, ordenat i suggeridor dels referents històrics, culturals i artístics arreu del món del disseny gràfic i la publicitat, incidint amb més atenció en els moviments més contemporanis, amb la intenció de completar la formació integral de futurs treballadors que seran capaços de desenvolupar projectes gràfics i publicitaris amb un nivell de qualitat professional.

2. Objectius Pedagògics.

Els objectius corresponents a aquest mòdul són els següents:

1. Comprendre el llenguatge i les peculiaritats de la imatge gràfica i audiovisual en relació amb el fenomen publicitari.
2. Conèixer les diverses manifestacions de la comunicació gràfica i audiovisual publicitàries i la seua evolució en relació amb els conceptes estètics del context històric-artístic.
3. Assimilar l'evolució històrica, formal i tecnològica dels mitjans gràfics i de la imatge audiovisual publicitària i conèixer-ne els principals centres de producció, autors i obres.
4. Analitzar i valorar els productes publicitaris gràfics i audiovisuals en la dimensió tècnica, tecnològica, artística, comunicativa i expressiva.
5. Demostrar interès i sensibilitat sobre els productes publicitaris gràfics i audiovisuals actuals.

3. Continguts

Segons el DECRET 128/2013, de 20 de setembre, del Consell, pel qual s'estableix el currículum dels ensenyaments artístics professionals corresponents al títol de Tècnic Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària, definint per a aquest mòdul els continguts següents:

Professora: Anna Andrés Devesa

Assignatura: Història de la imatge publicitària

1. El fenomen publicitari i la relació amb la imatge. Els mitjans de comunicació i la publicitat. La imatge gràfica, la fotografia i els mitjans audiovisuals en relació amb la publicitat. Llenguatges i característiques de cada mitjà.
2. El signe, la comunicació i el llenguatge. La imatge persuasiva.
3. La imatge gràfica publicitària. Recorregut per l'evolució històrica, tècnica i estètica. Obres, tendències i autors més rellevants de la publicitat impresa.
4. La imatge audiovisual i el missatge publicitari. Recorregut per l'evolució històrica i tècnica. Obres i tendències més rellevants de la publicitat audiovisual i multimèdia.
5. Imatge publicitària i moviments artístics. El disseny gràfic publicitari.
6. La imatge publicitària actualment. Realitzacions i tendències.

Unitats didàctiques

- Unitat Didàctica I: Introducció al disseny gràfic. El signe i la comunicació. El fenomen publicitari. Origen de la civilització i de la comunicació visual intencionada. Visió panoràmica de la comunicació i publicitat des d'Egipte fins a l'època medieval. Materials, procediments i tècniques.
- Unitat Didàctica II: El Renaixement gràfic. la impremta de Gutenberg. La consolidació del mercat del llibre. Materials, procediments i tècniques.
- Unitat Didàctica III: La imatge gràfica al món contemporani. Revolució industrial i l'aparició de la publicitat comercial massiva. Materials, procediments i tècniques.
- Unitat Didàctica IV: 1900-1945. Consolidació de nova professió. L'època daurada del cartell. El disseny gràfic i la publicitat
- Unitat Didàctica V: Després de la Segona Guerra Mundial. Postmodernitat i expansió del mercat. Agències de publicitat. Tendències actuals.

4. Planificació i temporització.

OBJECTIUS PEDAGÒGICS		UNITATS DIDÀCTIQUES				
		UD.1	UD.2	UD.3	UD.4	UD.5
	1. Comprendre el llenguatge i les peculiaritats de la imatge gràfica i audiovisual en relació amb el fenomen publicitari.					
	2. El signe, la comunicació i el llenguatge. La imatge persuasiva.					
	3. Assimilar l'evolució històrica, formal i tecnològica dels mitjans gràfics i de la imatge audiovisual publicitària i conèixer-ne els principals centres de producció, autors i obres.					
	4. Analitzar i valorar els productes publicitaris gràfics i audiovisuals en la dimensió tècnica, tecnològica, artística, comunicativa i expressiva.					
	5. Demostrar interès i sensibilitat sobre els productes publicitaris gràfics i audiovisuals actuals.					

		CURS 2023-24											
		SE P	OC T	NOV	1 ^a AV	DIC	ENE	FEB	MAR	AV FINA L	ABR	MAY	JUN
UNI TAT S DID ÀCT IQU ES	UD. 1												ATENCIÓ ALUMMENS TFC
	UD. 2												
	UD. 3												
	UD. 4												
UD. 5													

5. Metodologia didàctica.

Professora: Anna Andrés Devesa

Assignatura: Història de la imatge publicitària

La tasca habitual que anem a desenvolupar a l'aula consisteix, sobretot, en la projecció de les presentacions elaborades per la professora, amb les què introduïm l'alumnat en l'estudi i comprensió de la història i l'evolució del disseny i la imatge gràfica i els estils que l'envolten. La professora prepara les sessions, aporta i assenyala els continguts d'estudi i els introdueix en el vocabulari específic de l'assignatura. Com estudis presencials que són, l'assistència i participació de l'alumnat en el desenvolupament actiu de les sessions és fonamental: cal que l'alumnat elabore les seues pròpies conclusions de les sessions.

Les activitats s'acompanyen d'exercicis, textos, esquemes i guions que faciliten la capacitat de l'alumnat per formar-se un criteri propi i personal i argumentar al voltant del seus referents. D'altra banda, també hauran de realitzar treballs d'investigació personal sobre determinats temes que es plantegen a l'aula.

Per altra banda, també plantegem una programació oberta i un aprenentatge invers. Per programació oberta entenem que els materials didàctics, els instruments d'avaluació i el percentatge del seu valor, els recursos, etc. poden patir certes modificacions, depenent dels possibles escenaris en els que ens arribem a trobar. Açò sempre es farà de manera consensuada amb les i els alumnes, per tal d'afavorir la qualitat de l'aprenentatge, deixant-hi constància a la memòria final. A l'aprenentatge invers es vol posar en marxa un model que optimitza la participació activa de l'alumnat a través de diferents instruments i plataformes telemàtiques de la comunicació. Es pretén potenciar la competència professional i el sentit crític, més enllà d'un puntual esforç de memòria. És per això que cal també afavorir les tasques participatives dels i les alumnes a les sessions, afegint un major percentatge en la nota d'avaluació.

L'autoaprenentatge és fonamental per la formació de l'alumnat. Cal que investigue i treballe amb tots aquells materials que se'ls hi proporciona. Així, també ens coordinem amb la resta de mòduls del cicle al llarg del curs.

6. Avaluació.

Consideracions generales

Professora: Anna Andrés Devesa

Assignatura: Història de la imatge publicitària

Pretenem que l'alumnat assolisca un bagatge artístic i cultural que li permeta fer un bon ús dels referents en el seu treball posterior. Així, valorem la capacitat de l'alumnat per identificar i reconèixer les característiques dels diferents períodes estudiats, de situar les realitzacions dels autors en relació amb el seu context històric i cultural, fer un ús adequat del vocabulari propi i específic de l'assignatura i assolir un sentit crític a través de la investigació i l'estudi.

Criteris d'avaluació

- L'alumne/a compren el llenguatge i les peculiaritats de la imatge gràfica i audiovisual en relació amb el fenomen publicitari.
- L'alumne/a demostra conèixer les diverses manifestacions de la comunicació gràfica i audiovisual publicitàries i la seua evolució en relació amb els conceptes estètics del context històric-artístic.
- L'alumne/a assimila l'evolució històrica, formal i tecnològica dels mitjans gràfics i de la imatge audiovisual publicitària i coneix els principals centres de producció, autors i obres.
- L'alumne/a és capaç d'analitzar i valorar els productes publicitaris gràfics i audiovisuals en la dimensió tècnica, tecnològica, artística, comunicativa i expressiva.
- L'alumne/a demostra interès i sensibilitat sobre els productes publicitaris gràfics i audiovisuals actuals.

Instruments d'avaluació

Els instruments d'avaluació són tres: la realització de les proves escrites, l'elaboració i defensa de treballs d'investigació/creació individual/grupals i la participació en les activitats de classe. La nota final de l'assignatura esdevé de la combinació d'aquests tres instruments amb els següents percentatges; un 40% de la nota a les proves escrites, un 50% correspon als treballs individual/grupals, i la realització d'exercicis, anàlisis d'obra gràfica, comentaris de text o materials audiovisuals, etc. El 10% restant correspon a la participació activa, coherent i respectuosa en classe.

Procediment d'avaluació

AVALUACIÓ CONTINÚA

La nota de cada trimestre es compondrà de 3 parts; la realització de les proves escrites,

treballs d'investigació/creació individuals o en grup, i la participació en les activitats de classe. Per tal d'aprovar el semestre s'haurà d'obtenir un mínim de cinc (5) en la mitjana de cada un dels apartats indicats. La nota de cada trimestre serà el resultat de la mitja ponderada dels percentatges indicats. Els treballs suspesos no es poden tornar a entregar per a ser avaluats dins la contínua . No s'acceptaran treballs fora del termini d'entrega. Els treballs no entregats tindran una nota numèrica de 0 i faran mitja amb la resta de notes.

Tant en la realització del les proves escrites com en la presentació dels treballs l'alumne s'haurà d'adequar als criteris de correcció ortogràfica i d'expressió, demostrar l'assimilació dels continguts i el seu treball personal.

L'assistència a les classes, doncs, és obligatòria, la professora observarà el rendiment diari de l'alumnat. L'alumnat haurà de participar activament i col·laborar en el desenvolupament de l'assignatura.

1º trimestre

- Prova escrita: 40% de la nota
- Treballs individuals/grup: 50% de la nota
- Assistència, participació i activitat de classe: 10% de la nota

2º trimestre

- Prova escrita: 40% de la nota
 - Treballs individuals/grup: 50% de la nota
 - Assistència, participació i activitats de classe: 10% de la nota
- 10% de la nota

La nota final de l'assignatura serà una mitja de les notes dels dos semestres on el primer contarà un 40%, mentre el segon un 60% per tal de tenir en compte la progressió, millora i evolució de l'alumnat.

SISTEMA DE RECUPERACIÓ EN CONVOCATÒRIA ORDINÀRIA CONTINUA

Podran presentar-se a aquesta convocatòria aquells/lles alumnes que, no havent perdut el dret d'avaluació contínua (més del 20% de faltes d'assistència sense justificar) han suspès

treballs o exàmens d'alguna de les avaluacions. En el supòsit de no superació d'alguna avaluació, aquesta es podrà recuperar en l'avaluació final ordinària de març.

En cas de no aprovar l'examen (5) s'haurà de presentar a la convocatòria extraordinària de final de curs.

La nota d'aquesta convocatòria serà el resultat del càlcul del resultat de l'examen (40%), la mitja dels treballs i exercicis (50%) i l'assistència i participació (10%)

PÈRDUA AVALUACIÓ CONTÍNUA. AVALUACIÓ ORDINÀRIA ÚNICA

Si un alumne abandona l'assistència a les sessions lectives tenint més d'un 20% de les faltes sense justificar haurà de presentar-se a aquesta prova per tal d'aprovar l'assignatura.

-Aquesta convocatòria consistirà en:

-L'entrega de tots els treballs del curs.

-La realització d'un examen de TOT el contingut del curs.

En aquesta convocatòria l'examen serà un 60% de la nota i la resta d'activitats un 40%

Aquesta convocatòria tindrà lloc a final de curs.

CONVOCATÒRIA EXTRAORDINÀRIA

L'alumnat que, bé a l'avaluació final ordinària, bé contínua o bé única, obtingui una qualificació inferior a 5 podrà concórrer a la convocatòria extraordinària.

Aquesta convocatòria consistirà en:

-L'entrega de tots els treballs del curs.

-La realització d'un examen de TOT el contingut del curs.

En aquesta convocatòria l'examen serà un 60% de la nota i la resta d'activitats un 40%.

Aquesta convocatòria tindrà lloc a final de curs.

7. Activitats extraescolars

Les possibles activitats extraescolars es plantejaran una vegada iniciat el curs i tenint en compte les circumstàncies de l'alumnat i l'evolució del curs.

D'altra banda, es planteja la col·laboració amb altes assignatures del cicle per tal de proporcionar a l'alumnat una formació més completa i enriquidora al temps de fomentar la interacció i una visió més global de la disciplina

8. Recursos

Per tal de desenvolupar a nostra assignatura ens cal: pissarra, projector i un ordinador amb una bona connexió a Internet, que permeta una bona qualitat visual i d'àudio. Ens cal, també, una disposició adient de l'aula, que es pugui enfosquir per poder visualitzar les imatges, amb bona ventilació, taules i espai suficients per que els alumnes es troben còmodes i puguin variar la seua distribució mantenint el distanciament, i una instal·lació elèctrica que els permeta connectar els seus ordinadors. Aquests recursos es completen amb una bibliografia específica, adequada i actualitzada, així com revistes especialitzades i articles de premsa i digitals adequats.

9. Bibliografia

- Barnicoat, J.(1992) *Los carteles: su historia y su lenguaje*. Gustavo Gili. Barcelona.
- Gelb, I (1985). *Historia de la escritura*. Alianza Editorial. Madrid.
- GIRALT-MIRACLE, D. (1981). *Historia social y cultural del cartel*. Madrid: Ed M.E.C
- Gomez-Palacio, B. y Vit, A. (2011) *Guía completa del diseño gráfico*, Parramón, Barcelona.
- Meggs.P. (2015). *Historia del Diseño Gráfico*. RM.
- Satué, E. (1988) *El diseño Gráfico de la Antigüedad a nuestros días*. Alianza editorial, Madrid
- Puig,J. (1986). *La publicidad: Historia y técnicas*. Barcelona: Ed. Mitre.
- Pizarroso, A. (1993). *Historia de la propaganda*, Eudema Universidad.
- VV.AA. (2020) *Guia del museu del Romanticismo de Madrid*. Museo del Romanticismo.