

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Multimedia y diseño gráfico

Materia: Informática

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Tercero

Semestre: Primero

1. Índice

1. Índice	2
2. Presentación.....	3
02.1 Descripción	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación	3
4. Resultados de aprendizaje de la materia.....	4
5. Contenidos.....	4
6. Metodología.....	5
7. Evaluación	6
8. Bibliografía	7
8.1 Basic Bibliography	7
8.2 Complementary Bibliografía.....	7

2. Presentación

02.1 Descripción

Esta asignatura abarcará tanto nociones elementales de diseño gráfico como su implementación en el mundo multimedia.

Tendremos una primera parte teórica, para conocer bien las bases del diseño gráfico (teoría de la imagen, el color, la composición, etc.) y multimedia (la imagen digital), y una segunda parte práctica donde aplicaremos los conocimientos adquiridos, con el fin de elaborar proyectos que se asemejen al mundo real.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

El diseño gráfico está presente en innumerables campos, habitualmente lo vemos aplicado en la mayoría de los elementos visuales con los que nos encontramos a diario. Hay una tendencia absoluta al mundo digital y es donde el diseño gráfico se une al multimedia. Encontramos muchas aplicaciones en cualquier formato de pantalla, ya sea en anuncios, películas, webs, aplicaciones, presentaciones, etc.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 - El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT4 - El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT6 - El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT8 - El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 - El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.

- RAT11 – El estudiante será capaz de desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa, de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, en los canales de venta tradicionales y online.
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT21 – El estudiante será capaz de formular previsiones de ventas, anticipando tendencias y discontinuidades, para el cumplimiento de los objetivos establecidos
- RAT22 – El estudiante será capaz de diseñar planes comerciales centrados en el incremento del valor de los clientes de la empresa, aprovechando la dimensión digital de la empresa.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM7 – El estudiante será capaz de relacionar de forma clara el bienestar con la globalización y la sostenibilidad mediante ejercicios de estudios del caso.
- RAM8 – El estudiante será capaz de aplicar adecuadamente la Responsabilidad Social Corporativa para asegurar una comunidad empresarial sostenible mediante el aprendizaje por proyectos enfocados a la sostenibilidad.

5. Contenidos

Esta asignatura abarcará tanto nociones elementales de diseño gráfico como su implementación en el mundo multimedia.

Tendremos una primera parte teórica, para conocer bien las bases del diseño gráfico (teoría de la imagen, el color, la composición, etc.) y multimedia (la imagen digital), y una segunda parte práctica donde aplicaremos los conocimientos adquiridos, con el fin de elaborar proyectos que se asemejen al mundo real. En particular:

- Conceptos clave ¿Qué es el diseño gráfico? / ¿Qué es multimedia? / Historia del diseño gráfico / Principales movimientos del diseño gráfico / Cultura visual
- Diseño gráfico: Fundamentos del diseño / Percepción visual / Criterios de calidad / Aplicaciones de diseño: corporativo, marketing y publicitario, editorial, ilustración, packaging, web

- Color: Definición de color / Clasificación de colores / Círculo cromático y armonía entre colores / Interacción entre colores / Síntesis aditiva y sustractiva / Propiedades del color y simbología
- Tipografía: Anatomía tipográfica / Familias de fuentes / Tipografía digital / Elementos tipográficos / Estética tipográfica / Selección y combinación de fuentes
- Programas Adobe: Herramientas Adobe Illustrator / Iniciación Adobe Illustrator / Herramientas Adobe Photoshop / Iniciación Adobe Photoshop / Otros programas de Adobe
- Comunicación de marca: ¿Qué es una marca? / Crear una marca / ¿Qué es un logo? / Identidad visual de una marca / Personalidad de una marca / Casos Prácticos

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

Al calcular la nota final, las actividades de evaluación continua la asignatura (participación, pruebas en clase, casos de seminarios y proyectos en grupo, examen parcial) se ponderarán sólo si la nota del examen final es igual o superior a 4,0. Por tanto, para obtener una nota aprobatoria de la asignatura, la nota del examen final deberá ser igual o superior a 4,0. Si la nota del examen final es inferior a 4,0, la nota del examen final pasa a ser la nota final del curso, independientemente del resto de notas. Los estudiantes deben realizar el examen final si quieren recibir una evaluación cuantitativa del curso. Los estudiantes que no se presenten al examen final recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5).**"

Evaluación Única: La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar al profesor una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

8. Bibliografía

8.1 Basic Bibliography

- Diseño gráfico y pensamiento visual. Cuaderno de actividades, Aurélien Farina, Sophie Cure, et ál. 2021

8.2 Complementary Bibliografía

- Delamadeleine, C. (2021). Promoting Swiss Graphic Design and Typography Abroad: The Case of Paris in the 1960s. *Design Issues*, 37(1), 42-50.
- Diseño gráfico digital Anna María López López. *Espacio de Diseño* 2019
- Adobe Photoshop Elements 2020 Classroom in a Book, Jeff Carlson, 2020