ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO SAN TELMO

Junta de Andalucía

GUÍA DOCENTE ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE DISEÑO					
ESPECIALIDAD DISEÑO			Enseñanzas Superiores de Diseño Gráfico		
CURSO			3º		
ASIGNATURA			Campaña publicitaria		
PROFESOR/A			Diego Carracedo Constenla		
DEPTO.	Enseñanzas Superiores de Diseño Gráfico				
TIPO	Formación básica		**CARÁCTER**	Teórico-práctica	
DURACIÓN	Semestral	**HORAS SEMANALES**	5	**CRÉDITOS ECTS**	5
HORAS TOTALES	125	**HORAS PRESENCIALES**	90	**HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO**	35

DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN EN EL MARCO DE LA ASIGNATURA

Campaña publicitaria es una asignatura obligatoria de la especialidad que pertenece a la materia Proyectos de Diseño Gráfico. Tiene una duración semestral y se ubica en el primer semestre del tercer curso de la especialidad de Diseño Gráfico. La finalidad de la asignatura es formar al alumno en los aspectos teóricos y prácticos vinculados a la creación y gestión de una Campaña publicitaria.

OBJETIVOS

1. Explicar los fundamentos básicos de la publicidad y su vinculación con el diseño gráfico.
2. Estudiar la naturaleza conceptual y visual de los mensajes publicitarios.
3. Exponer las características de la estrategia publicitaria y su relación con las demás decisiones estratégicas de la organización.
4. Mostrar las fases que se siguen para la elaboración de una campaña publicitaria.
5. Fomentar una reflexión personal sobre la materia y trabajar con altos niveles de autonomía.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Comprender los fundamentos básicos de la publicidad y su vinculación con el diseño gráfico.
2. Conocer la naturaleza conceptual y visual de los mensajes publicitarios.

3. Entender las características de la estrategia publicitaria y su relación con las demás decisiones estratégicas de la organización.
4. Saber cuales son las fases que se siguen para la elaboración de una campaña publicitaria.
5. Desarrollar una reflexión personal sobre la materia y trabajar con altos niveles de autonomía.

COMPETENCIAS

Según recoge el Decreto 111/2014, de 8 de julio, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño en Andalucía.

Transversales

1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 14, 15, 17.

Generales

1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 18, 19, 21, 22.

Específicas

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.

CONTENIDOS Y CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

Contenidos

Elementos de la comunicación publicitaria. Niveles de análisis de la imagen publicitaria, la argumentación publicitaria, tipos de estrategias publicitarias. La publicidad como función persuasiva, diferentes formas de persuasión, elaboración de la estrategia y el mensaje publicitario. Estilos publicitarios. Tipología general de la publicidad. Estructura de una agencia publicitaria. Diseño estratégico. Planificación de marketing, estrategia de marketing. Estableciendo las estrategias de comunicación-propagación: el Plan de comunicación. Fase de creación de la estrategia de comunicación (publicitaria): eslogan publicitario, copy strategy, la estrategia creativa, la estrategia de medios. Planificación y realización de una campaña publicitaria. Creación del Plan de medios: análisis de las características de los medios y soportes publicitarios. Fase de control y evaluación. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

Cronograma

UD1. Fundamentos de la comunicación.
UD2. Fundamentos de la publicidad.
UD3. Plan estratégico de comunicación.
UD4. Campaña publicitaria.
UD5. Gestión de la comunicación.

Esta programación puede sufrir modificaciones a causa de las necesidades propias del alumnado y circunstancias externas a lo largo del curso.

METODOLOGÍA

Sesiones teóricas

Las sesiones teóricas estarán enfocadas a la explicación de los contenidos de la asignatura, estructurados por unidades, mediante la exposición oral y el uso de recursos TIC, para facilitar la asimilación de los conceptos y fomentar el dinamismo. En el transcurso de estas sesiones, el alumnado podrá intervenir para resolver las dudas que vayan surgiendo, y se realizarán actividades puntuales para poner en práctica y orientar sobre los contenidos explicados.

Sesiones prácticas

En estas sesiones el alumnado pondrá en práctica los conocimientos adquiridos, mediante la resolución de los problemas y ejercicios que se planteen por parte del profesor. Se fomentará la participación activa del alumnado, propiciando el debate y la experimentación, así como el aprendizaje autónomo en la resolución de dichas actividades.

Actividades complementarias

Puntualmente podrán realizarse actividades complementarias dentro de las sesiones lectivas, tanto dentro como fuera del aula y en colaboración con diferentes agentes, internos o externos.

EVALUACIÓN

Según recoge el Decreto 111/2014, de 8 de julio, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño en Andalucía.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Transversales

T1. Demostrar capacidad para organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
T2. Demostrar capacidad para recoger, analizar y sintetizar información significativa y gestionarla adecuadamente.
T3. Demostrar capacidad en la solución de problemas y en la toma de decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
T6. Demostrar capacidad de autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
T7. Demostrar el manejo de las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
T13. Demostrar la adquisición de la excelencia y la calidad en la actividad profesional.
T14. Demostrar dominio de la metodología de la investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
T.15. Demostrar capacidad de trabajo de forma autónoma y de valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
T.16. Demostrar manejo de los medios y recursos al alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
T.17. Demostrar capacidad de contribución, mediante la actividad profesional, a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.

Generales

G1. Demostrar capacidad para concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
G2. Demostrar el dominio de los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
G3. Demostrar capacidad para establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
G4. Demostrar el desarrollo de una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color.
G7. Demostrar capacidad para organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
G8. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
G9. Demostrar capacidad para investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
G11. Demostrar capacidad de comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
G17. Demostrar capacidad de plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales.

G18. Demostrar capacidad para optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
G19. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.
G20. Demostrar comprensión de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

Específicos

E1. Demostrar capacidad para generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
E2. Demostrar el dominio de los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
E3. Demostrar capacidad para comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.
E4. Demostrar el dominio de los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
E5. Demostrar capacidad para establecer estructuras organizativas de la información.
E6. Demostrar el conocimiento necesario para interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.
E7. Demostrar capacidad para determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto.
E8. Demostrar conocimiento de los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto.
E9. Demostrar capacidad para analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.
E10. Demostrar capacidad para aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa.
E11. Demostrar el dominio de los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Calificación

Los resultados obtenidos por el estudiante se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS).
5,0-6,9: Aprobado (AP).
7,0-8,9: Notable (NT).
9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a los estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una asignatura en el correspondiente curso

académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Modalidades de evaluación

Ordinaria 1ª

a. Continua: prevista para los alumnos con una asistencia igual o superior al 80% de las horas de clase presenciales de la asignatura.

b. Discontinua: prevista para los alumnos con una inasistencia superior al 20% de las horas de clase presenciales de la asignatura, o de cuyas tareas no se haya podido realizar un seguimiento regular y efectivo.

Ordinaria 2ª

Única: prevista para todos los alumnos.

Sistema de evaluación

Ordinaria 1ª

a. Continua: consistirá en la valoración de los conocimientos (saber), las destrezas (saber hacer) y las actitudes (saber ser) a través de diferentes instrumentos.

Los conocimientos y destrezas se valorarán mediante la realización de tareas (proyecto I, proyecto II), pruebas (prueba teórica) y a través de la observación de las intervenciones en clase. Las actitudes se valorarán a partir de la observación de la conducta del alumno.

La nota final de la asignatura se obtendrá a través de la media ponderada de los resultados obtenidos en los aspectos de evaluación (conocimientos, destrezas y actitudes). Para efectuar esta media se deberá alcanzar una nota igual o superior a 4 en el proyecto I y en el proyecto II. En caso de que no se cumpla esta condición, se consignará una calificación final máxima de 4 puntos, pese a que de la media aritmética de los resultados obtenidos se derive un valor superior.

Aspectos de evaluación		Instrumentos	Ponderación
Conocimientos y destrezas	Conocimientos y destrezas	Proyecto II	40%
	Conocimientos y destrezas	Proyecto I	20%
Conocimientos		Prueba teórica	30%
		Intervenciones	5%

5%	Conducta	5%
	Total	**100%**

Requisitos

Asistencia
Se requiere una asistencia mínima del 80% del total de las horas lectivas de la asignatura.

Proyectos

a. Seguimiento: Los proyectos en los que no se haya realizado un seguimiento regular del trabajo recibirán una calificación de 0 puntos.

b. Originalidad: Queda estrictamente prohibido copiar, plagiar o utilizar herramientas de inteligencia artificial que violen este principio, salvo que el uso de las mismas sea autorizado previamente por el profesor. Cualquier tarea que no sea producto de la creatividad del alumno recibirá una calificación de 0 puntos.

b. Discontinua: se basará en la valoración de los conocimientos (saber) y las destrezas (saber hacer) a través de una prueba teórico-práctica.

La nota final de la asignatura se obtendrá a través de la media ponderada de los resultados obtenidos en los aspectos de evaluación (conocimientos y destrezas). Para efectuar esta media se deberá alcanzar una nota igual o superior a 5 tanto en la parte teórica como práctica de la prueba. En caso de que no se cumpla esta condición, se consignará una calificación final máxima de 4 puntos, pese a que de la media aritmética de los resultados obtenidos se derive un valor superior.

Aspectos	Instrumentos		Ponderación
Conocimientos y destrezas	Prueba	Parte teórica	30%
		Parte práctica	70%
		Total	**100%**

Requisitos

Proyectos
Para poder realizar la prueba teórico-práctica, será imprescindible presentar todos los proyectos solicitados en la última convocatoria ordinaria de la asignatura, aunque estos no se tomarán en cuenta para la calificación. Los proyectos deberán cumplir con el nivel de desarrollo requerido, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. De no cumplir con este requisito, no se permitirá realizar la prueba teórico-práctica y se asignará una calificación de 0.

Ordinaria 2ª

Única: se basará en la valoración de los conocimientos (saber) y las destrezas (saber hacer) a través de una prueba teórico-práctica.

La nota final de la asignatura se obtendrá a través de la media ponderada de los resultados obtenidos en los aspectos de evaluación (conocimientos y destrezas). Para efectuar esta media se deberá alcanzar una nota igual o superior a 5 tanto en la parte teórica como práctica de la prueba. En caso de que no se cumpla esta condición, se consignará una calificación final máxima de 4 puntos, pese a que de la media aritmética de los resultados obtenidos se derive un valor superior.

Aspectos	Instrumentos		Ponderación
Conocimientos y destrezas	Prueba	Parte teórica	30%
		Parte práctica	70%
		Total	**100%**

Requisitos

Proyectos
Para poder realizar la prueba teórico-práctica, será imprescindible presentar todos los proyectos solicitados en la última convocatoria ordinaria de la asignatura, aunque estos no se tomarán en cuenta para la calificación. Los proyectos deberán cumplir con el nivel de desarrollo requerido, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. De no cumplir con este requisito, no se permitirá realizar la prueba teórico-práctica y se asignará una calificación de 0.

Sistema de recuperación

Ordinaria 1ª

a. Continua: el alumno que no haya superado las tareas evaluables de esta modalidad (Proyecto I y Proyecto II), podrá optar a recuperar la materia pendiente en los periodos que establezca el profesor.

El sistema de recuperación será individualizado, según las condiciones que el docente determine para cada caso, y podrá consistir en la repetición total o parcial de las actividades no superadas, y/o en el desarrollo de otras tareas o pruebas adicionales.

La ponderación de las actividades de recuperación se corresponderá con el porcentaje establecido en la evaluación continua para las tareas y pruebas no superadas.

Requisitos

Proyectos
Para tener la posibilidad de recuperar los proyectos suspensos, es imprescindible que estos hayan sido entregados previamente en tiempo y forma, cumpliendo con el nivel de desarrollo requerido tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Extraordinaria y adicional

Se basará en la valoración de los conocimientos (saber) y las destrezas (saber hacer) a través de una prueba teórico-práctica.

La nota final de la asignatura se obtendrá a través de la media ponderada de los resultados obtenidos en los aspectos de evaluación (conocimientos y destrezas). Para efectuar esta media se deberá alcanzar una nota igual o superior a 5 tanto en la parte teórica como práctica de la prueba. En caso de que no se cumpla esta condición, se consignará una calificación final máxima de 4 puntos, pese a que de la media aritmética de los resultados obtenidos se derive un valor superior.

Aspectos	Instrumentos		Ponderación
Conocimientos y destrezas	Prueba	Parte teórica	30%
		Parte práctica	70%
		Total	**100%**

Requisitos

Proyectos
Para poder realizar la prueba teórico-práctica, será imprescindible presentar todos los proyectos solicitados en la última convocatoria ordinaria de la asignatura, aunque estos no se tomarán en cuenta para la calificación.

Los proyectos deberán cumplir con el nivel de desarrollo requerido, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. De no cumplir con este requisito, no se permitirá realizar la prueba teórico-práctica y se asignará una calificación de 0.

ORGANIZACIÓN DEL AULA, RECURSOS Y MATERIALES

Se facilitará al alumnado documentación bibliográfica y material didáctico para que pueda hacer un seguimiento completo de la asignatura.

Así mismo se podrán proyectar sitios webs y contenidos audiovisuales que servirán de apoyo y ejemplo para la realización de las actividades.

El material disponible en el aula para el desarrollo de las sesiones tanto teóricas como prácticas será: pizarra, proyector, mesas y sillas, ordenadores, conexión a Internet, papel, lápices y rotuladores.

ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS

Se establecerán medidas individualizadas de apoyo educativo para aquellos alumnos que manifiesten y acrediten necesidades específicas.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Podrá plantearse la asistencia a actividades programadas o sobrevenidas que resulten de interés para el tema de la materia.

ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES

Se propondrá la asistencia a actividades programadas o sobrevenidas que resulten de interés para el tema de la materia.

BIBLIOGRAFÍA

Comunicación → Actualidad y tendencias
- Coll, P. y Micó, J. (2018). Marketing y comunicación en la nueva economía. UOC.

Comunicación → Ensayo (crítica, ideología, historia y teoría)
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1996). The Medium is the Massage Marshall Mcluhan Quentin Fiore. Penguin Books.
- Segarra, T. (2009). Desde el otro lado del escaparate. Espasa.
- Segarra, T. y Pou, E. (2022). La interrupción. Deusto.
- Toscani, O. (1996). Adiós a la publicidad. Omega.

Comunicación → Fundamentos, procesos y técnicas
- Ramon-Cortes, F. (2005). La isla de los 5 faros. RBA.

Comunicación → Plan estratégico de comunicación
- Alard, J. y Monfort, A. (Coords.). (2017). Plan de comunicación on y off en la práctica. ESIC.
- Aljure, A. (2020). El plan estratégico de comunicación. Método y recomendaciones prácticas para su elaboración. UOC.
- García, E., Lalueza, F. y Estanyol, E. (Coord.). (2016). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?. UOC.
- Matilla, K. (2021). Cómo hacer un plan estratégico de comunicación. Vol. I: Un modelo de planificación estratégica, paso a paso. UOC.
- Montserrat, J. (2014). Cómo elaborar un plan estratégico de comunicación. Una aplicación a la franquicia. Publicacions Universitat d'Alacant.

– Ocampo, V. (Ed.). (2015). Comunicación empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. UOC.
– Santana, E. (2021). El plan de comunicación paso a paso. Hoaki.

Comunicación → Publicidad
– García, M. (1995). Las claves de la publicidad (8ª Ed.). ESIC.

Comunicación → Publicidad → Campaña publicitaria
– Vilajoana, S. (Coord.), Jiménez, M., González, Z. y Vila, J. (2014). ¿Cómo diseñar una campaña de publicidad?. UOC.

Comunicación → Publicidad → Estrategia creativa
– Muela, C. (2018). Manual de estrategias creativas en publicidad. Pirámide.
– Roig, F. A. (2011). La estrategia creativa. Relaciones entre concepto e idea. Ediciones Infinito.

Comunicación → Publicidad → Fundamentos, procesos y técnicas
– Bassat, L. (2003). El libro rojo de la publicidad (ideas que mueven montañas). Debolsillo.
– Fletcher, W. (2010). Advertising. A Very Short Introduction. Oxford University Press.
– García, M. (1995). Las claves de la publicidad (4ª Ed.). ESIC.
– García, M. (1995). Las claves de la publicidad (8ª Ed.). ESIC.
– Gómez, B. (2017). Fundamentos de la publicidad. ESIC.
– González, M. A. (1998). Curso de publicidad. Eresma & Celeste.
– Sorrentino, M. (2014). Publicidad creativa: una introducción. Blume.
– Tellis, G., y Redondo, I. (2002). Estrategias de publicidad y promoción. Addison Wesley.

Comunicación → Publicidad → Géneros publicitarios
– Fernández, J. y Rubio-Hernández, M. (Coords.). (2019). Géneros narrativos audiovisuales en publicidad. Tecnos.

Comunicación → Publicidad → Lenguaje publicitario
– Ferraz, A. (2011). El lenguaje de la publicidad. Arco.
– Moles, A. y Costa, J. (2005). Publicidad y diseño. El nuevo reto de la comunicación. Ediciones Infinito.
– Romero, M. (Coord.) (2005). Lenguaje publicitario. Ariel Comunicación.
– Rom, J. y Sabaté, J. (2007). Llenguatge publicitari. Estratègia i creativitat publicitàries. UOC.

Metodología → Trabajos académicos
– Amor, M. y Serrano, R. (Coords.). (2017). Guía práctica para el trabajo de fin de grado en Educación. Graó
– Blaxter, L., Hughes, C. y Tight, M. (2008). Cómo se hace una investigación. Gedisa.
– Cervera, Á. (2019). Cómo elaborar trabajos académicos y científicos (TFG, TFM, tesis y artículos). Alianza editorial
– Cunha, I. (2016). El trabajo de fin de grado y de máster. Redacción, defensa y publicación. UOC.
– Eco, U. (2007). Cómo se hace una tesis. Gedisa.
– Ferrer, V., Carmona, M. y Soria, V. (Eds.). (2013). El trabajo de fin de grado. Guía para estudiantes, docentes y agentes colaboradores. McGraw Hill.

– García, M. y Martínez, P. (Coords.). (2012). Guía práctica para la realización de trabajos de fin de grado y trabajos fin de máster. Edi.um.
– Moreno, G. (Ed.). (2020). Manual de publicaciones de la American Psychological Association. Cuarta edición en español de la séptima edición en inglés. Manual Moderno.

NORMATIVA DE REFERENCIA

Decreto 91/2023, de 18 de abril, por el que se crean las Escuelas de Arte y Superiores de Diseño dependientes de la Consejería competente en materia de educación en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se aprueba el Reglamento Orgánico de las mismas.

Real Decreto 628/2022, de 26 de julio, por el que se modifican varios reales decretos para la aplicación de la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, a las enseñanzas artísticas y las enseñanzas deportivas, y la adecuación de determinados aspectos de la ordenación general de dichas enseñanzas.

Decreto 54/2022, de 12 de abril, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores, enseñanzas artísticas de máster y estudios de doctorado propios de las enseñanzas artísticas en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Real Decreto 21/2015, de 23 de enero, por el que se modifica el Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

DECRETO 111/2014, de 8 de julio, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño en Andalucía.

Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.