

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2015-2016

Identificación y características de la asignatura				
Código	500369		Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Creatividad y Diseño visual			
Denominación (inglés)	VISUAL CREATIVITY AND DESIGN			
Titulaciones	Grado en Comunicación Audiovisual			
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación			
Semestre	1º	Carácter	Optativa	
Módulo	Módulo Optativo de Comunicación Audiovisual			
Materia	Especialización Teórico-Práctica en Comunicación			
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
Antonio García Díez	1.10	antoniogd@unex.es		
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad			
Departamento	Información y Comunicación			
Profesor coordinador (si hay más de uno)				
Competencias				
<i>Competencias Básicas:</i>				
CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.				
CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio				
CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.				
CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.				
CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.				
<i>Competencias Generales:</i>				
CG1 Fomentar la capacidad crítica, analítica y reflexiva en relación al hecho audiovisual,				

con un conocimiento técnico y estético de las formas, procesos y tendencias de la comunicación visual en nuestro entorno.

CG2 Adquirir un conocimiento básico y generalista de los principales acontecimientos y mensajes que configuran el panorama actual de los medios audiovisuales, de las representaciones icónicas y acústicas y de su evolución. La dimensión espacial de este conocimiento es fundamental en la medida que contribuye a desarrollar la diversidad disciplinaria y la variedad de funciones de la comunicación audiovisual en las sociedades contemporáneas.

CG3 Proporcionar un conocimiento exhaustivo de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, así como las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones creativas y profesionales en el campo de la comunicación y de la gestión de los recursos tecnológicos y humanos en las empresas del sector.

CG4 Adquirir las destrezas necesarias para expresarse con claridad y coherencia en la propia lengua, así como tener conocimiento de otros idiomas, en particular el inglés, para comunicarse en su ejercicio profesional.

CG5 Adquirir las destrezas necesarias para trabajar en empresas asociadas a la industria audiovisual y en organizaciones que demandan servicios, planes y estrategias de comunicación.

Competencias Transversales:

CT11 Tener capacidad de trabajar en equipo y de comunicar las propias ideas, así como la capacidad de integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CT12 Tener la capacidad de crear: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

CT14 Tener la capacidad de practicar sistemáticamente la autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos de las producciones audiovisuales.

CT15 Tener la capacidad para establecer orden y método: habilidad para la organización y temporalización de tareas, tomando decisiones prioritarias en los diferentes procesos y estrategias de comunicación.

CT16 Tener la capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias Específicas:

CE1 Tener la capacidad y habilidad para planificar y gestionar recursos.

CE2 Tener la capacidad de crear y dirigir.

CE6 Tener la capacidad de aplicar técnicas y procesos en la organización y creación de productos multimedia.

CE7 Tener la capacidad de aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales.

CE12 Tener la capacidad de aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia en sus diversas fases.

CE15 Tener la capacidad de aplicar y gestionar principios y funciones de la imagen y la identidad visual a planes y estrategias de comunicación en organizaciones.

CE17 Tener la capacidad de diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena.

CE31 Tener la habilidad de usar adecuadamente herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual para que los alumnos se expresen a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible.

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido

Procesos y técnicas creativas aplicadas a la producción y creación visuales.
 Introducción a los principios y técnicas de la creatividad y el diseño visual.
 Introducción al manejo de las herramientas necesarias para la elaboración y edición de creaciones visuales.
 Iniciación al uso del software gráfico.

Temario de la asignatura

1. ¿Qué es el Diseño Visual?
2. Software para Diseño Visual.
3. Elementos del Diseño Visual.
4. Creatividad, concepto.
5. El proceso creativo.
6. Técnicas de creatividad.

Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1.- ¿Qué es el Diseño Visual?	21.25	6	1	0,25	14.00
2.- Software para Diseño Visual.	23.75	7	1.5	0,25	15.00
3.- Elementos del Diseño Visual	25.25	7	2	0,25	16.00
4.- Creatividad, concepto	25.25	7	2	0,25	16.00
5.- El proceso creativo.	26.75	7.5	3	0,25	16.00
6.- Técnicas de creatividad	27.75	8	3	0,25	16.50
Evaluación del conjunto	150	42.5	12.5	1,5	93,5

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes

- Lección magistral participativa
- Explicación y discusión de los contenidos
- Presentación de materiales para el apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje
- Talleres de aprendizaje
- Prácticas en laboratorios
- Trabajos en grupo
- Reuniones en pequeños grupos
- Reuniones individuales

- Estudio individual del alumno
- Resolución de problemas y casos por medio de la reflexión y el análisis
- Asistencia a conferencias y actividades complementarias como visitas

Resultados de aprendizaje

- Conocimiento práctico de creaciones audiovisuales.
- Introducción a los principios y técnicas de la creatividad y el diseño visual.

Sistemas de evaluación

La evaluación constará de dos apartados, Evaluación continua (EC) y examen final (EF) con un peso sobre la nota final de 70% la EC y el 30% el EF. Y hay que obtener una nota superior a 5 en ambas evaluaciones para poder hacer la media.

Para la nota de la Evaluación continua (EC)

De cada tema se pedirá como mínimo una práctica intentando que coincida con una a la semana y se evaluará de 1 a 10 haciendo al final la media aritmética entre todas. Para poder tener nota en este apartado, el alumno tiene que presentar el 75% de los trabajos que realicemos durante el curso. Todo trabajo "no presentado" se contará como "0" y hará media con el total.

El formato del examen será anunciado previamente y acorde al temario y actividades desarrolladas en el aula.

Bibliografía (básica y complementaria)

- Agustín Lacruz, M^a del Carmen y Ubieto Artur, M^a Isabel (eds.). Innovación y creatividad en Información y Comunicación. Prensas Universitarias de Zaragoza. Zaragoza 2011.
- Hernández Martínez, Caridad. Manual de creatividad publicitaria. Síntesis, D.L. Madrid, 1999.
- Lamata Cotanda, Rafael. La actitud creativa: ejercicios para trabajar en grupo la creatividad. Narcea. Madrid, 2007
- Joannis, Henri. La creación publicitaria desde la estrategia de márketing. Ediciones Deusto S.A., 1995, Bilbao.
- Baños González, Miguel. Creatividad y publicidad. Laberinto. Madrid, 2006.
- Ferrer, Ángel. Publicidad 70, el nuevo cómo anunciar. Barcelona, 1970.
- Harrison, Steve. Creatividad. Prentice-Hall. Madrid, 2010.
- De los Ángeles, Juan. Creatividad publicitaria. Concepto, estrategias y valoración. Ediciones Universidad de Navarra, S.A. Navarra, 1996.
- Ricarte, Jose M. Creatividad y comunicación persuasiva. Universitat Autònoma, D.L. Barcelona 1999.

• Arnheim, Rudolf. Arte y percepción visual: psicología del ojo creador. Alianza. Madrid 1999. versión de María Luisa Balseiro.

• Arnheim, Rudolf. El Pensamiento Visual. Paidós. Barcelona, 1998.

MANUALES:

• Illustrator CS4 / Adobe Press. Madrid : Anaya Multimedia, 2009

• Photoshop CS4: [el libro oficial] / Adobe Press. Madrid : Anaya Multimedia, 2009.

RECURSOS WEB: Aulaclick.com

Esta lista se ampliará en clase según necesidades

Otros recursos y materiales docentes complementarios

La asignatura cuenta con un aula en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura en la que se encuentran incluidos los principales recursos digitales (ejercicios, presentaciones, cuestionarios, casos prácticos, etc.) para el correcto seguimiento de la misma, y foros para compartir información y debatir temas que surgen.

Horario de tutorías

Tutorías Programadas:

Fechas, horas y grupos por determinar: consultar web de la asignatura para establecer los grupos.

Tutorías de libre acceso:

El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la Universidad y podrá ser consultado en la web de la Facultad.

Recomendaciones

- Se recomienda la asistencia y la participación en clase.
- Mantener al día las prácticas y estar pendiente del campus virtual.