



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA

20 años
de educación,
amor y servicio

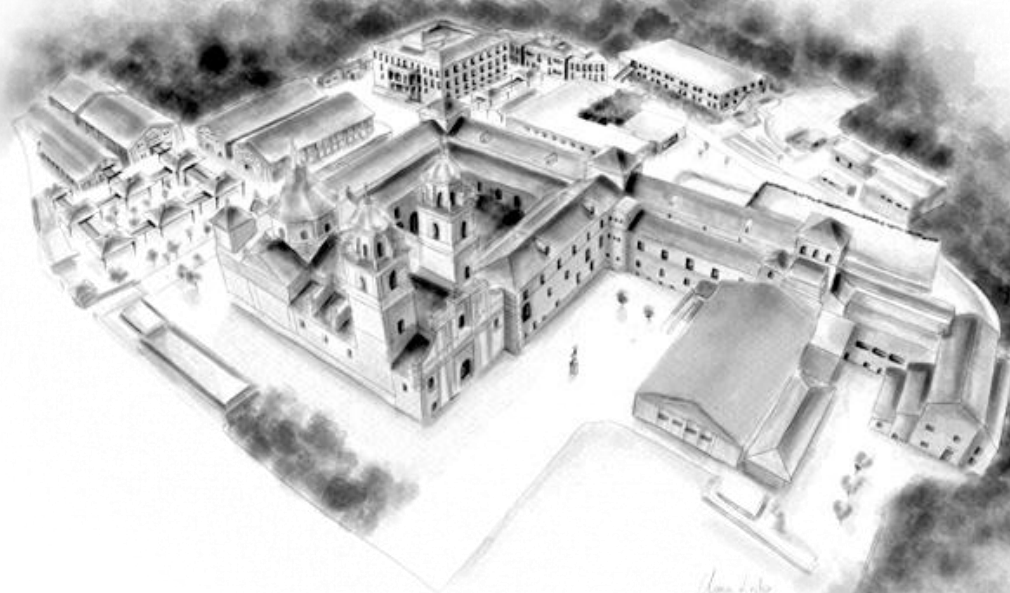
Guía Docente 2017/2018

Diseño publicitario aplicado al turismo

Advertising design applied to tourism

Grado en Turismo

Modalidad de enseñanza a distancia





Índice

Diseño publicitario aplicado al turismo	4
Breve descripción de la asignatura	4
Requisitos Previos	4
Objetivos de la asignatura	4
Competencias	5
Metodología	6
Temario.....	6
Relación con otras asignaturas del Plan de Estudios.....	8
Sistema de evaluación	8
Bibliografía y fuentes de referencia	8
Web relacionadas	9
Recomendaciones para el estudio.....	10
Materiales didácticos	10
Tutorías	10

Diseño publicitario aplicado al turismo

Módulo: **Técnicas de comunicación aplicadas al turismo**

Materia: **Teoría y técnicas de publicidad**

Carácter: **Optativa**

Nº de créditos: **6 ECTS**

Unidad Temporal: **Cuarto curso – Primer semestre**

Profesor/a de la asignatura: **David Sánchez Hervás**

Email: **dsanchez@ucam.edu**

Horario de atención a los alumnos/as: **miércoles, 12.00 a 14.00. Área de Publicidad y RR.PP.**

Profesor/a coordinador de módulo, materia o curso: **Ginesa Martínez Del Vas**

Breve descripción de la asignatura

La materia Diseño publicitario aplicado al turismo abarca aquellas técnicas de la publicidad necesarias para el diseño y producción de originales publicitarios en soporte físico o electrónico. Se trata, no obstante, de una asignatura de introducción al diseño en comunicación, tanto en sus principios teórico como en la utilización de herramientas informáticas.

Brief Description

Advertising design applied to tourism encompasses those advertising techniques necessary for the design and production of ads, in physical or electronic media. It is, however, an introductory course in communication design, both in its theoretical principles as in the use of tools.

Requisitos Previos

No se establecen requisitos

Objetivos de la asignatura

1. La parte teórica del temario persigue dos objetivos bien diferenciados. En primer lugar que el alumno conozca y aplique los fundamentos teóricos del diseño, de modo que sus trabajos no solo sean estéticamente atractivos, sino que cumplan con eficacia su labor comunicativa.

Diseño publicitario aplicado al turismo

2. En segundo lugar presenta al alumno la tecnología empleada en la producción de proyectos visuales tales como periódicos, revistas, catálogos, etc., desde la entrega de originales a imprenta hasta el producto final impreso.
3. La parte práctica busca la capacitación profesional del alumno en el manejo de las principales herramientas de diseño editorial utilizadas en el sector (Indesign, Photoshop e Illustrator). Para su desarrollo se realizarán ejercicios semanales en los que se aplicarán los conocimientos teóricos adquiridos sobre la materia.

Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias transversales

- T5. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- T10. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- T16. Capacidad para el aprendizaje autónomo
- T18. Creatividad

Competencias específicas

- E13: Manejar técnicas de comunicación.
- E31: Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

Resultados de aprendizaje

- Seleccionar y saber aplicar las técnicas de comunicación en función de las distintas situaciones comunicativas.
- Resolver supuestos de comunicación contando con las transformaciones de los medios de comunicación tradicionales y los nuevos medios no convencionales y emergentes.
- Conocer las tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización turística.

Metodología

Metodología	Horas
Participación en los mecanismos de tutorización	37.5
Estudio personal	60
Realización de trabajos	37.5
Búsquedas bibliográficas	7.5
Evaluación	7,5
TOTAL	150

Temario

Programa de la enseñanza teórica

Unidad didáctica I: Fundamentos tecnológicos del diseño para medios impresos.

Tema 1. Introducción.

- 1.1. La autoedición: hardware y software.
- 1.2. Tipos de imágenes en autoedición: gráficos vectoriales y mapas de bits.
- 1.3. Herramientas de la autoedición: diseño editorial (Indesign), retoque fotográfico (Photoshop) y dibujo vectorial (Illustrator).
- 1.4. El color en autoedición: CMYK y RGB.

Tema 2. Material gráfico. Fuentes de entrada.

- 2.1. Archivos gráficos.
- 2.2. Cámaras digitales y escáneres.
- 2.3. Otros.

Tema 3. Requisitos técnicos para el envío a imprenta.

- 3.1. La recopilación para impresión.
- 3.2. Requisitos para las imágenes: formatos de archivo, resolución y modo de color.
- 3.3. Formatos de trabajo y formatos finales para el proyecto.

Unidad didáctica II: Fundamentos conceptuales del diseño

Tema 4. Diseño y medios de comunicación.

Diseño publicitario aplicado al turismo

4.1 Concepto de diseño gráfico aplicado a la comunicación.

4.2. Funciones del diseño gráfico en la comunicación.

Tema 5. Papel y otros soportes de impresión.

5.1. Papeles y cartones: gramajes y acabados.

5.2. Otros soportes.

5.2. Tamaños, formatos y compaginaciones. Trabajo con retículas.

Unidad didáctica III: La materia prima del diseño

Tema 6. Tipografía.

6.1. Partes de la letra.

6.2. Clasificación tipográfica.

6.3. Composición tipográfica.

6.4. La capacidad comunicativa del diseño tipográfico.

Tema 7. El color.

7.1. Usos del color en diseño.

7.2. La capacidad comunicativa del color.

Tema 8. Las formas.

8.1. Formas gráficas fundamentales.

8.2. La expresividad de las formas.

Programa de la enseñanza práctica

Bloque I: Tratamiento de imágenes digitales.

Práctica 1. Retoque fotográfico: proceso.

Práctica 2. Retoque fotográfico: repaso.

Práctica 3. Montaje con fines publicitarios: trabajo con capas.

Bloque II: Dibujo vectorial.

Práctica 1. Herramienta pluma. Formas básicas.

Práctica 2. El diseño de marcas: proceso.

Práctica 3. El diseño de marcas II: repaso

Bloque III: Maquetación

Práctica 1. Montaje de un faldón publicitario sencillo

Práctica 2. Maquetación carta restaurante 4 páginas

Práctica 3. Maquetación catálogo de viajes 16 páginas

Relación con otras asignaturas del Plan de Estudios

La asignatura, del módulo Técnicas de comunicación, se relaciona con otras asignaturas del plan de estudios tales como: Fundamentos artísticos de la comunicación, del módulo Teoría de la comunicación turística y Publicidad y RR.PP, también integrada en el módulo de Técnicas de comunicación.

Sistema de evaluación

Convocatoria de Febrero/Junio:

Exámenes: 50% del total de la nota.

Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar una calificación de 5 puntos sobre 10 en esta parte.

Realización de trabajos: El 40% del total de la nota correspondiente a las prácticas de la asignatura.

Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar una calificación de 5 puntos sobre 10 en esta parte.

Participación del estudiante: un 10% del total de la nota se valorará por la intervención del alumno en los chat y medios de comunicación de la asignatura y el cumplimiento de la realización de las prácticas en los plazos que se indiquen para cada una de ellas

Convocatoria de Septiembre:

Se seguirán los mismos criterios que en la convocatoria febrero/junio

El sistema de calificaciones será el que figura en el R.D. 1.125/2003 de 5 de Septiembre: Suspenso: 0-4,9; Aprobado: 5-6,9; Notable: 7-8,9; Sobresaliente: 9-10. La mención de Matrícula de honor será otorgada por el profesor, y en base al expediente, al 5% de los alumnos con calificación de sobresaliente, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se concederá una única Matrícula de Honor.

Bibliografía y fuentes de referencia

Bibliografía básica

- Klanten, R., Mischler, M., y Bilz, S. (2008) El pequeño sabelotodo. Sentido común para diseñadores. Barcelona: Indexbook (Temas 1, 2, 3, 7 y 8)
- Luidl, P. (2005). Tipografía básica. Valencia: Campgràfic (Tema 6)
- Gutiérrez González, P. P. (2006). Teoría y práctica de la publicidad impresa. Valencia: Campgràfic. (Tema 9)
- Tena Parera, D. (2005). Diseño gráfico y comunicación. Madrid: Pearson educación. (Temas 4 y 5)

Bibliografía complementaria

- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación. 7ª edición. Buenos Aires: Infinito.
- Haynes, B. (2004). Photoshop CS3 profesional. Madrid: Anaya multimedia.
- Heller, E. (2004). Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Barcelona: Gustavo Gili.
- Landa, R. (2004). El diseño en la publicidad. Madrid: Anaya Multimedia.
- Martín montesinos, J. L. y Mas Hurtuna, M. (2001). Manual de tipografía: del plomo a la era digital. 4ª edición. Valencia: Camp Gràfic.
- Samara, T. (2004). Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Gustavo Gili.
- Schulze, P. (2003). Freehand MX. Madrid: Anaya Multimedia.
- Visual: magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación. Madrid: MADIVI, 1989–.
- Vizcaíno Laorga, R. (2004). Primeros pasos con QuarkxPress. Madrid: Ra-Ma.
- Zorrilla Ruiz, J. (2002). Introducción al diseño periodístico. 3ª edición. Navarra: EUNSA.

Web relacionadas

- <http://www.gusgsm.com>. Tutoriales y manuales.
- <http://magculture.com/blog/>. Diseño de revistas.
- <http://maquetadores.blogspot.com>. Diseño periodístico.
- <http://www.quintatinta.com/>. Diseño editorial.

Recomendaciones para el estudio

Para seguir esta asignatura con el máximo aprovechamiento es necesario contar con unos conocimientos básicos de informática.

Diseño publicitario aplicado al turismo no es una asignatura para enseñar en profundidad el manejo de herramientas informáticas de diseño. El alumno recibe unas nociones básicas sobre los programas citados en el temario y gracias a ellas aplica los conocimientos aprendidos en las clases teóricas, de modo que el resultado de su trabajo cumple unos estándares mínimos de calidad profesional.

Es absolutamente recomendable llevar las prácticas de clase al día, ya que lo aprendido en una sesión suele ser la base de lo que se aprende en la sesión siguiente.

Los contenidos teóricos se asimilan mejor observando ejemplos. La búsqueda de ejemplos en revistas o catálogos puede ser de mucha ayuda a la hora del estudio.

Material didáctico

Es necesario disponer de un equipo informático con acceso a Internet para el seguimiento de esta asignatura en la modalidad online.

Los programas utilizados en la asignatura son *Photoshop*, *Illustrator* e *Indesign*, todos ellos de la casa *Adobe*. El alumno puede descargar las versiones de prueba de estas herramientas, válidas durante un mes con todas las funciones habilitadas.

Cada práctica requiere una serie de materiales que están a disposición del alumno por medio del campus virtual. También están disponibles vídeo-tutoriales realizados por el profesor para apoyar algunas explicaciones prácticas.

Tutorías

La tutoría académica tiene como objetivo principal el refuerzo de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura. Debido a su carácter personalizado, responderá a las necesidades de cada alumno con la intención de reforzar aquellos aspectos de su aprendizaje (conocimiento, habilidades, destrezas y actitudes) que se encuentren menos desarrollados por lo cual el sistema de evaluación, así como las metodologías de enseñanza serán las empleadas en clase. De igual manera, en la tutoría académica se contempla la realización, seguimiento y evaluación de trabajos prácticos y el apoyo en el aprendizaje autónomo del estudiante.