

INFORMACIÓN DEL PLAN DOCENTE

CÓDIGO-NOMBRE: Ilustración Comercial y Publicitaria

TITULACIÓN: Máster en Ilustración, Narrativa y Diseño.

CENTRO: 203 – Centro Superior de Estudios Universitarios La Salle

DETALLE DE LA ASIGNATURA

1.2. Carácter

Obligatoria

1.3. Nivel

Grado (MECES 3)

1.4. Curso

1

1.5. Semestre

Segundo semestre

1.6. Número de créditos ECTS

3.0

1.7. Idioma

Español

1.8. Requisitos previos

No se han establecido.

1.9. Recomendaciones

No se han establecido.

1.10. Requisitos mínimos de asistencia

El alumnado debe cumplir con el 80% de asistencia para ser evaluado en la convocatoria ordinaria. De no ser así, al alumno pasa a ser evaluado en convocatoria extraordinaria.

1.11. Equipo docente

Jose Roda

1.12. Competencias y resultados del aprendizaje

Competencias

- CO01: Aplicar técnicas narrativas avanzadas en diseño e ilustración.
- CO02: Utilizar de manera crítica recursos y herramientas, tanto analógicas como digitales, en el diseño de proyectos de diseño e ilustración, aplicando las tendencias tecnológicas y las prácticas profesionales referentes del sector.
- CO03: Explorar y aplicar técnicas de experimentación e innovación en ilustración y diseño, adaptándolas al desarrollo de producciones gráficas originales y creativas, en función de las necesidades de cada proyecto de diseño e ilustración.
- CO05: Desarrollar y articular personajes y entornos que integren de forma crítica y coherente los elementos narrativos y estéticos, adaptándolos a distintos contextos profesionales y audiencias con rigor conceptual, sensibilidad cultural y calidad artística
- CO06: Diseñar e ilustrar en secuencias narrativas que proponen un uso avanzado de elementos visuales, como el color y la composición
- CO07: Diseñar y ejecutar estrategias de marketing y redes sociales que apoyen y promuevan la marca personal.

Habilidades y destrezas

- H01: Desarrollar y aplicar técnicas avanzadas de comunicación audiovisual en la creación de narrativas, explorando la interacción entre distintos lenguajes y medios.
- H02
- H05: Diseñar personajes en narrativas visuales, aplicando técnicas de dibujo, estilización y composición con precisión y creatividad, y garantizando la coherencia estética de cada proyecto.
- H06: Aplicar de manera efectiva un análisis avanzado de las teorías de color y composición en el proceso de diseño e ilustración, asegurando coherencia visual y narrativa en los proyectos.
- H07: Potenciar la inmersión y el engagement en proyectos narrativos digitales

Conocimientos

- C01: Adquirir un conocimiento profundo de los elementos narrativos que intervienen en la ilustración y el diseño, comprendiendo su estructura y significados, para entender y articular con rigor la dimensión narrativa de la obra.
- C03: Recopilar técnicas de experimentación e innovación en proyectos de ilustración y diseño, identificando las necesidades y tendencias del sector profesional.
- C05: Comprender los principios narrativos y estéticos que inciden en la creación de personajes y entornos.

- C06: Comprender la relación producto-consumidor, con conciencia de la relación que se establece entre los receptores y los elementos visuales que construyen la narrativa.
- C07: Conceptualizar estrategias y herramientas de marketing aplicadas al perfil profesional del ilustrador y diseñador, considerando su relevancia para la creación de una marca personal y la inserción en el mercado laboral.

1.12. Contenidos del programa

- La comunicación visual en campañas publicitarias: la ilustración como motor de comunicación. Impacto y eficacia en diferentes formatos y públicos.
- Creación de ilustraciones específicas para campañas publicitarias adaptadas a formatos publicitarios digitales y físicos, enfocándose en la claridad del mensaje y en su capacidad para captar la atención del público objetivo.

1.13. Referencias de consulta

- Barthes, R. (2012) *Mitologías*. Siglo XXI.
- Berger, J. (2016) *Modos de ver*. Gustavo Gili.
- Heller, S. (2018) *El libro de ideas para la ilustración*. Blume.
- Satué, E. (2012) *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Alianza.

*Apartado en ampliación.

2. Metodologías docentes y tiempo de trabajo del estudiante

2.1. Relación de actividades formativas

- AF01 - Lección magistral
- AF04 - Estudio de caso
- AF05 - Resolución de ejercicios
- AF07 - Presentaciones
- AF10 - Trabajo individual

2.2. Presencialidad

La presencialidad contiene los siguientes elementos:

- Sesión magistral
- Debate y puesta en común.

- Exposición por alumnado.
- Estudio de casos.
- Actividades de aplicación práctica.
- Trabajo por proyectos.
- Prácticas de taller.
- Búsqueda de información y documentación.
- Tutorías programadas.

3. Sistemas de evaluación y porcentaje en la calificación final

3.1 Convocatoria ordinaria

El alumnado podrá ser evaluado en convocatoria ordinaria cuando la media de las tareas sea igual o superior a 5.

Las actividades de evaluación se evaluarán en base a las competencias específicas que se trabajen en la asignatura y de las actividades profesionales que se infieran de ellas.

- 70% - EV03 - Trabajos prácticos y proyectos
- 30% - EV05 - Pruebas de ejecución de tareas reales o simuladas

3.2 Convocatoria extraordinaria

Acudirán a convocatoria extraordinaria los alumnos que no superen la evaluación continua o que no cumplan con los requisitos de asistencia.

Las actividades de evaluación en la convocatoria extraordinaria serán las mismas que en la convocatoria ordinaria. El alumnado deberá entregar todos los trabajos correspondientes y cumplir los mismos criterios de evaluación establecidos para la convocatoria ordinaria, tanto en forma como en contenido, con el objetivo de garantizar la igualdad en la exigencia académica.

Cronograma orientativo

- Bloque 1: Presentación de la asignatura y contextualización de contenidos.
- Bloque 2: Desarrollo de contenidos clave. Análisis de casos y ejercicios guiados.
- Bloque 3: Actividades prácticas: trabajo individual o en grupo, tutorías y seguimiento.
- Bloque 4: Presentación y entrega de trabajos. Evaluación y cierre de la asignatura.