

# **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA**

## **CICLOS FORMATIVOS** CURSO 2016 / 2017

**MÓDULO:** PROYECTOS DE GRÁFICA PUBLICITARIA 1º

**DEPARTAMENTO:** COMUNICACIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL

**PROFESOR/A:** EVA LOGROÑO AGUIRRE

## 1. INTRODUCCIÓN

### CONTEXTO LEGISLATIVO

Se toma como referencia:

Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.

Decreto 37/2014, de 05/06/2014, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. [2014/7611]

### Identificación del título

Denominación: Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.

Nivel: Grado superior de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño.

Duración total del ciclo: Dos mil horas.

Familia profesional artística: Comunicación Gráfica y Audiovisual.

Referente europeo: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

El proyecto de diseño requiere de procedimientos sistemáticos que incluyen varias etapas tales como la definición de especificaciones del proyecto, la documentación, los enfoques conceptuales y creativos, síntesis de alternativas, las especificaciones técnicas para imprenta o producción hasta la evaluación final del proyecto. Diseño de un proyecto gráfico es de esta forma el proceso de búsqueda de una solución a una serie de problemas, y el procedimiento de trabajo que trata de alcanzar un resultado óptimo.

En su formación, el diseñador debe conocer los elementos y principios del lenguaje visual, las técnicas y los procedimientos adecuados, usar las imágenes y las tipografías teniendo en cuenta su función e implicación psicológica en el receptor, emplear los métodos y la tecnología existente y, finalmente aplicando todos los conocimientos y medios a su alcance, transmitir y comunicar la información demandada por la sociedad y/o el cliente.

En el módulo de Proyectos de gráfica publicitaria los estudiantes se involucran activamente en su proceso de aprendizaje, ya que será de carácter fundamentalmente práctico. Bajo este enfoque, la atención debe estar centrada en la planificación, administración y evaluación de un proyecto, en donde los alumnos van construyendo su aprendizaje mientras que planifican y desarrollan la solución considerada más viable al problema de comunicación planteado.

Además, en este módulo el alumno pondrá en práctica los elementos conceptuales y técnicos aprendidos en el conjunto del resto de materias que abarca el ciclo, tanto en 1º como en 2º curso.

Duración: 436 horas. 6 horas semanales en 1º y 7 horas semanales en 2º curso.

## 2. OBJETIVOS

### Objetivos generales:

- Proponer y realizar soluciones gráficas para transmitir mensajes publicitarios por encargo de empresas, instituciones u otros profesionales.
- Planificar el desarrollo del proyecto de imagen publicitaria desde la identificación del encargo comunicativo, la definición de los aspectos formales y estéticos, funcionales y técnicos, hasta la realización del producto gráfico acabado.
- Organizar y llevar a cabo las diferentes fases del proyecto y los correspondientes controles de calidad que garanticen la expresión gráfica óptima del mensaje.

## **Competencias profesionales:**

1. Llevar a cabo, de manera autónoma, proyectos gráficos publicitarios con el nivel de calidad exigible profesionalmente.
2. Comunicar eficientemente mediante recursos gráficos ideas y mensajes publicitarios.
3. Dotar al producto gráfico publicitario de los elementos persuasivos, informativos y/o identificativos adecuados a los objetivos del encargo.
4. Solucionar mediante recursos gráficos y tipográficos los aspectos formales y comunicativos de mensajes publicitarios.
5. Planificar y realizar proyectos de gráfica publicitaria en todas sus fases y llevar a cabo los controles de calidad correspondientes para la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
6. Definir los aspectos formales y funcionales del mensaje publicitario en un soporte gráfico.
7. Transmitir con precisión la información adecuada para los procesos de reproducción y realizar el seguimiento y control de calidad correspondiente hasta conseguir un resultado impreso idóneo.
8. Conocer y cumplir la normativa que regula la actividad profesional.

## **Capacidades**

- Conocer las metodologías propias de la especialidad y saber llevarlas a cabo en diferentes proyectos de gráfica publicitaria.
- Valorar la realización de trabajos de gráfica publicitaria como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.
- Comparar las posibilidades de los estilos y discursos estéticos para expresar gráficamente mensajes publicitarios.

## **Destrezas**

- Dominar las tecnologías propias de la gráfica publicitaria para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.
- Planificar correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
- Planificar y desarrollar el proceso proyectual de supuestos prácticos de la especialidad y realizar los controles de calidad que permiten solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.

## **Competencias**

- Iniciarse en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio para expresar gráficamente mensajes publicitarios.
- Integrar los contenidos de los otros módulos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria y emitir un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados.
- Conocer la normativa específica de aplicación a su especialidad.

## **Objetivos mínimos**

El alumno deberá saber aplicar el concepto de planificación en el desarrollo de sus proyectos así como el resto de conocimientos aprendidos en este y el resto de módulos. Para ello tendrá que llevar a cabo las fases del proceso de diseño, donde el producto gráfico es el resultado de un análisis, investigación y conclusiones previas a la producción.

Deberá saber analizar y realizar mensajes gráficos de acuerdo con los proyectos planteados, tomando para ello las decisiones más adecuadas en cuanto a criterios estéticos y funcionales.

Además deberá desarrollar las memorias justificativas de cada proyecto, mediante las pautas dadas, y realizar las piezas de cada proyecto con la mayor pulcritud y correcto acabado profesional para su reproducción.

### 3. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS POR CURSO

#### CONTENIDOS DEL CURRÍCULO

##### 1º Gráfica publicitaria

1. La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño. Interrelaciones. Trabajo en el equipo multidisciplinar.
2. La creación y el mensaje persuasivo. Recursos persuasivos. Los procedimientos retóricos. Imagen persuasiva. Credibilidad.
3. Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.
4. El proyecto de gráfica publicitaria. Especificaciones, determinantes y definición del proyecto.
5. Metodologías de proyectación, enfoques creativos. Planificación y realización gráfica.
9. Gráfica en la publicidad impresa. Cartel. Diseño editorial. Branding. \*
13. Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de gráfica publicitaria. \*

##### 2º Gráfica publicitaria

6. Presentación y argumentación. Valoración crítica. Memoria y comunicación.
7. Procesos de producción. Interdisciplinariedad. Control de calidad.
8. Aspectos económicos de rentabilidad y viabilidad.
10. Gráfica en la publicidad audiovisual. El spot publicitario.
11. Gráfica en la publicidad digital. Formatos publicitarios digitales. Publicidad en internet. Pantallas digitales publicitarias.
12. Gráfica en los eventos publicitarios. Intervenciones e instalaciones publicitarias.
14. Aspectos normativos vigentes en la publicidad.

\*Estos contenidos se repasarán y trabajarán también en segundo curso

#### 3.1. DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS POR UNIDADES DIDÁCTICAS

Las Unidades Didácticas forman parte de la Programación de Aula que se desarrollará en la Coordinación de Ciclo. La presente programación tiene un carácter flexible y adaptable al desarrollo del curso y en relación con el resto de módulos debido a su vinculación con los mismos.

##### Evaluación inicial.

**UNIDAD 1.** Concepto y campos del diseño gráfico. El proyecto gráfico publicitario como trabajo en equipo de diversos profesionales.

**UNIDAD 2.** Elementos compositivos: Estructura y jerarquías del espacio gráfico. Coherencia formal y funcional. Criterios estéticos. Gráfica en la publicidad impresa;

**UNIDAD 3.** La creación el mensaje persuasivo. Recursos persuasivos. Retórica visual. Imagen persuasiva. Credibilidad. El soporte publicitario; cartel...

**UNIDAD 4.** El proyecto de gráfica publicitaria. Especificaciones, determinantes y definición del proyecto (Planificación. Fases y condicionantes). Metodología de proyectación. El briefing. El proceso creativo. Planificación y realización gráfica. La marca y la identidad corporativa. Branding.

**UNIDAD 5.** La producción gráfica impresa. Aspectos técnicos. Criterios funcionales. Formatos y materiales. Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de gráfica publicitaria.

**UNIDAD 6.** Diseño editorial. Conceptos básicos de maquetación. Retícula. El proyecto de gráfica publicitaria.

\*Durante todo el curso se realizarán técnicas de fomento de la creatividad y se desarrollará una metodología de trabajo evolutiva acorde al trabajo realizado

### **3.2. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS MISMOS**

#### **1<sup>er</sup> Cuatrimestre:**

Se distribuirá el contenido de las unidades didácticas 1, 2 y 3. Se alternarán los contenidos teóricos con la realización de proyectos.

#### **2<sup>o</sup> Cuatrimestre:**

Se distribuirá el contenido de las unidades didácticas 4, 5 y 6. Se alternarán los contenidos teóricos con la realización de proyectos.

## **4. SISTEMA DE EVALUACIÓN. CRITERIOS, INSTRUMENTOS Y MOMENTOS DE EVALUACIÓN. INDICADORES DE EVALUACIÓN.**

### **4.1. Criterios generales de evaluación**

Según el currículo se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al planteamiento del encargo.
2. Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico de mensajes publicitarios atendiendo a las especificaciones del encargo.
3. Realizar el producto gráfico llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y persuasiva del mensaje.
4. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga.
5. Reflexionar sobre su trabajo, valorando el proceso seguido y los resultados obtenidos.
6. Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo.
7. Proponer diversas soluciones gráficas, estilísticas y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas gráficas los elementos persuasivos más adecuados.
8. Buscar la coherencia del conjunto de sus propuestas gráficas con respecto a los objetivos del mensaje publicitario y el público al que va dirigido.
9. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad.
10. Considerar prioritario aplicar la normativa relacionada con el ejercicio profesional.
11. Comprobar que el proyecto se ajusta al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen.

La evaluación es continua, para ello el alumno deberá asistir regularmente a clase, de no ser así puede perder la evaluación continua imposibilitando la calificación y por tanto deberá presentarse a una prueba en junio donde deberá demostrar las competencias, capacidades y destrezas que se detallan en el ciclo para este módulo.

Se evaluará de forma teórica y fundamentalmente práctica mediante valoración del proceso que evidencie el grado de destreza, competencia y capacidad necesaria para la superación del módulo.

### **4.2. Instrumentos de evaluación, así como los momentos en que se evaluará.**

Se podrán realizar pruebas escritas a modo de control de asimilación de conceptos, pero fundamentalmente se basará en el correcto desarrollo y realización final de cada proyecto, considerándose el tiempo de entrega dentro del plazo establecido.

Valoración de la exposición y defensa de los proyectos gráficos en clase para el resto de alumnado fomentando un aprendizaje conjunto.

Se irá evaluando de forma continua. Habrá dos evaluaciones cuatrimestrales, y para su cómputo se realizará la media de las pruebas teóricas y trabajos prácticos.

Las pruebas teóricas tendrán un valor del 30% y 60 % los trabajos prácticos y 10% defensas de proyectos. Excepcionalmente puede tener una consideración distinta alguna unidad de trabajo debido a la complejidad

variable de los mismos.

La evaluación del Ciclo de Gráfica Publicitaria, se realizará en dos cuatrimestres, que corresponderán a las fechas de evaluación:

1º cuatrimestre. 9 de febrero

2º cuatrimestre. 26 de junio

Si el alumno no superara con una calificación de 5 o superior en el primer cuatrimestre, al inicio del segundo cuatrimestre se ofrecerá recuperación de los contenidos no superados y de los objetivos no cumplidos. Igualmente habrá prueba de recuperación del 2º cuatrimestre antes de la evaluación final.

#### A. Exámenes:

- Se evaluarán los conocimientos conceptuales y procedimentales adquiridos por los/las alumnos/as, y tendrá en cuenta aspectos relativos a la presentación, redacción y ortografía de los contenidos desarrollados.
- Es requisito fundamental superar 5 puntos en cada examen para que pueda realizarse la media con el resto de apartados trabajos/prácticas
- Las pruebas de recuperación tendrán lugar al final del curso. Podrán realizarlas todos/as aquellos/as alumnos/as que regularmente asisten a las clases y atienden con normalidad al seguimiento de las mismas.

#### B. Ejercicios prácticos y actividades:

- Se evaluarán aspectos como la presentación, redacción, ortografía, exposición oral, creatividad, sensibilidad artística, documentación, originalidad y creatividad en el planteamiento y desarrollo, capacidad de análisis y autocrítica sobre los proyectos realizados, calidad técnica y formal de los proyectos realizados, etc.
- Los trabajos solicitados por el profesor deberán ser entregados en el plazo establecido. Las fechas de entrega de los ejercicios prácticos, comentarios, trabajos... se indicarán con suficiente antelación, el retraso en la entrega de fecha los mismos supondrá la no calificación de dichos trabajos, teniendo como consecuencia que presentarlos en la recuperación.
- Si el/la alumno/a obtuviera una nota superior a 5 en los exámenes, pero los trabajos no hubiesen sido entregados, el/la alumno/a podría suspender los distintos cuatrimestres o el curso completo.
- Una mala presentación podrá restar hasta 2 puntos en la nota, e incluso en determinados casos el trabajo podría no ser evaluado por el profesor.
- La mala redacción, caligrafía y faltas de ortografía podrán restar en la nota global del trabajo.
- La copia exacta y literal de cualquier manual o libro en un trabajo personal específico podrá conllevar la no evaluación del mismo, a menos que esté justificado.
- Se apreciará la originalidad y el trabajo desarrollado y organizado de manera personal.
- Se valorará positivamente que los trabajos se realicen a ordenador e incluyan gráficos o ilustraciones.
- En ningún caso la forma primará sobre el contenido de los trabajos a realizar.
- Se juzgará muy positivamente la utilización de bibliografía variada o de cualquier otro tipo de documentación que se utilice en el trabajo, que en todo momento deberá ser justificada al final de cada trabajo.

#### C. Defensa de trabajo:

- Valoración de la capacidad expresiva en la exposiciones colectivas; juicios de valor
- Coherencia formar respecto al trabajo
- Análisis y valoración
- Autocrítica, respeto al compañero

### **4.3. Proceso de evaluación a seguir para el alumnado que pierda la evaluación continua.**

La evaluación de cada alumno es individualizada de forma que aunque el alumno haya perdido la evaluación continua se detallará lo que ha superado (aunque no sea suficiente para la calificación por cuatrimestres). De modo que la prueba global de junio será individualizada.

A cada alumno se le pedirá una prueba teórica y una práctica a desarrollar de los contenidos y trabajos no superados en las horas y fecha fijada, cuya superación lleve consigo la calificación positiva de 5 puntos o superior.

La prueba versará sobre los contenidos de la programación. El profesor en función del tiempo asignado para la realización de su prueba ajustará o seleccionará aquellos que considere oportunos y que garanticen la comprobación de la competencia del alumno.

Fecha: lunes 19 de junio y miércoles 21 de junio en el horario establecido para el módulo. Serán anunciadas en el tablón de anuncios del centro o en la página Web por la Jefatura de Estudios.

### **4.4. Procedimiento de evaluación a seguir para el alumnado que no supere la convocatoria ordinaria**

### **final de mayo/junio y deba asistir a la convocatoria ordinaria de septiembre.**

Volverá a ser individualizada y se tendrá en cuenta lo que haya podido superar en junio (aunque no haya llegado al mínimo de 5 puntos). Los plazos de septiembre son más estrictos por lo tanto puede no contarse con el tiempo deseado para llevarlo a cabo, lo que significa que el alumno se someterá a una prueba selectiva. Los contenidos no podrán ser tan extensos o variados pero evidenciarán los mínimos que deben ser superados.

El/la profesor/a, llegado el mes de Junio, establecerá de forma detallada las pautas a seguir para la realización de las pruebas de la convocatoria extraordinaria de Septiembre; el alumno/a debe solicitar personalmente esta información. Antes de la realización de las pruebas de la convocatoria extraordinaria de Septiembre, los/as alumnos/as deberán informarse del material requerido para la prueba.

Excepcionalmente y siempre que sea por motivos que así lo justifiquen y siempre para alumnado que haya sido objeto del procedimiento de evaluación continua, el alumno podrá aportar trabajos incompletos o requeridos por el profesor que equivaldrían a la realización de la parte práctica. Este procedimiento será conocido por el alumno antes de la finalización del mes de Junio.

### **4.5. Se tendrá en cuenta el currículo de cada ciclo y las normas que regulan el proceso de evaluación.**

Los criterios establecidos en el currículo están marcado al comienzo de este apartado. Para el estudio de la evaluación se tiene en cuenta las NOFC así como el Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.

La evaluación, promoción, permanencia y movilidad se atenderán a lo establecido en el capítulo VI del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, y a la normativa que dicte al efecto la Consejería con competencias en materia de educación.

## **5. METODOLOGÍA DE TRABAJO**

### **5.1. Descripción de los métodos de trabajo para la consecución de los objetivos.**

Explicaciones del profesor en el aula. El alumno tomará apuntes en clase. Se utilizará la comunicación por mail y drive para compartir y entregar archivos. Se habilita un site tanto de apuntes como de trabajos realizados durante el curso.

Posee gran importancia la exposición de proyectos y argumentación del trabajo. Las puestas en común, debates y demás intercambios proporcionarán un ambiente creativo y motivador.

Durante las prácticas en el aula el profesor hará seguimiento personalizado del alumnado y resolverá dudas. Se podrán pedir trabajos conjuntos especialmente de carácter investigador, para fomentar el aprendizaje colaborativo y fomentar las relaciones sociales y las capacidades personales de cada alumno.

### **5.2. Organización de tiempos**

El módulo se imparte en seis horas semanales distribuidas en dos bloques de tres horas.

### **5.3. Agrupamientos y espacios**

Para impartir el módulo se cuenta con el aula de Diseño. El aula cuenta con pantalla de proyección y pizarra para las explicaciones por parte del profesor. Apropia para la resolución de bocetos y posterior digitalización de las piezas que compondrán los proyectos. Aula de informática asignada otras tres horas tiene que adecuarse como la de diseño ya que la ausencia del material de ordenadores es notable.

### **5.4. Materiales y recursos didácticos**

Los recursos didácticos, bibliografía, webgrafía, tutoriales, etc., se ofrecerán al alumnado vía mail y en el site, de manera que la impresión de dichos archivos queda a elección del alumno.

### **5.5. Atención a la diversidad**

La atención a la diversidad del alumnado es un propósito que está presente a lo largo de toda la

programación, de manera que prevé una respuesta en dos planos:

a.- A través del desarrollo de las unidades didácticas, donde todos los componentes (objetivos, contenidos, actividades, metodología y evaluación) se trabajan desde dos dimensiones: El ámbito básico, que reúne los elementos mínimos o nucleares del currículo, de forma que justifican las actividades de refuerzo para los alumnos que no los alcanzan; y el ámbito de ampliación o profundización, con el gradiente de un mayor nivel de complejidad, destinado a los alumnos que resuelven de forma satisfactoria los niveles básicos.

b.- En la puesta en práctica de un modelo de programación abierto y flexible para que se introduzcan las variaciones convenientes y se acomode la metodología a las necesidades del alumnado.

En el caso que hubiera en el grupo algún alumno con problemas específicos se estudiará particularmente su caso en el Departamento, para adaptar el currículo y desarrollo de las clases, facilitando en todo lo posible su derecho a los procesos de enseñanza y aprendizaje.

## **6. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.**

Esto supone una toma de contacto directo con la realidad de la profesión, de manera que resulta de considerable valor didáctico.

Participación en actos, concursos y exposiciones vinculadas al diseño y la publicidad.

Dado el carácter interdisciplinar de nuestras enseñanzas, es conveniente reforzar los aspectos formativos con actividades que impliquen la participación desde diferentes módulos para que el alumnado, a través del vínculo entre contenidos y actividad, comprenda y aprehenda la esencia formativa de los mismos. Así mismo la participación en concursos y otras iniciativas participativas con entidades y asociaciones serán bien acogidas.

En la medida de lo posible se organizarán visitas a diferentes empresas relacionadas con el sector del diseño y la maquetación, como estudios de diseño, imprentas, periódicos y gabinetes de publicidad. Así como visitas a exposiciones que se realicen relacionadas con el diseño y ferias del sector gráfico o vinculado con el mismo.

Se intentará realizar una visita a Madrid al museo ABC de ilustración, aprovechando el viaje para ver alguna. Todas las visitas se conciben dentro de tres ámbitos diferentes: Local / regional, nacional e internacional.

## **7. FICHA INFORMATIVA RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN**

### **PROYECTOS DE GRÁFICA PUBLICITARIA. 1º GSGP**

#### **OBJETIVOS**

1. Conocer las metodologías propias de la especialidad y saber llevarlas a cabo en diferentes proyectos de gráfica publicitaria.
2. Planificar y desarrollar el proceso proyectual de supuestos prácticos de la especialidad y realizar los controles de calidad que permiten solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.
3. Integrar los contenidos de los otros módulos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria y emitir un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados.
4. Planificar correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
5. Valorar la realización de trabajos de gráfica publicitaria como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.
6. Comparar las posibilidades de los estilos y discursos estéticos para expresar gráficamente mensajes publicitarios.
7. Dominar las tecnologías propias de la gráfica publicitaria para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.
8. Conocer la normativa específica de aplicación a su especialidad.
9. Iniciarse en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio para expresar gráficamente mensajes publicitarios.



## **CONTENIDOS**

1. La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño. Interrelaciones. Trabajo en el equipo multidisciplinar.
2. La creación y el mensaje persuasivo. Recursos persuasivos. Los procedimientos retóricos. Imagen persuasiva. Credibilidad.
3. Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.
4. El proyecto de gráfica publicitaria. Especificaciones, determinantes y definición del proyecto.
5. Metodologías de proyectación, enfoques creativos. Planificación y realización gráfica.
6. Presentación y argumentación. Valoración crítica. Memoria y comunicación.
7. Procesos de producción. Interdisciplinariedad. Control de calidad.
8. Aspectos económicos de rentabilidad y viabilidad.
9. Gráfica en la publicidad impresa. Cartel. Diseño editorial. Branding.
10. Gráfica en la publicidad audiovisual. El spot publicitario.
11. Gráfica en la publicidad digital. Formatos publicitarios digitales. Publicidad en internet. Pantallas digitales publicitarias.
12. Gráfica en los eventos publicitarios. Intervenciones e instalaciones publicitarias.
13. Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de gráfica publicitaria.
14. Aspectos normativos vigentes en la publicidad.

## **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al planteamiento del encargo.
2. Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico de mensajes publicitarios atendiendo a las especificaciones del encargo.
3. Realizar el producto gráfico llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y persuasiva del mensaje.
4. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga.
5. Reflexionar sobre su trabajo, valorando el proceso de trabajo seguido y los resultados obtenidos.
6. Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo.
7. Proponer diversas soluciones gráficas, estilísticas y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas gráficas los elementos persuasivos más adecuados.
8. Buscar la coherencia del conjunto de sus propuestas gráficas con respecto a los objetivos del mensaje publicitario y el público al que va dirigido.
9. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad.
10. Considerar prioritario aplicar la normativa relacionada con el ejercicio profesional.
11. Comprobar que el proyecto se ajusta al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen.

La evaluación se hará efectiva por cuatrimestres. En cada cuatrimestre los alumnos serán evaluados según pruebas teóricas y pruebas prácticas.

Para superar el módulo el alumno deberá obtener una calificación de 5 o superior. En el caso de que no se consiga se aplicarán métodos de recuperación en cada uno de los cuatrimestres. Si el alumno no obtiene esa calificación se le ofrecerá un plan de trabajo de cara a la prueba final de junio.

Si no se consiguiera se volverá a realizar un nuevo plan de trabajo de cara a la evaluación ordinaria de septiembre.

El alumno puede perder la evaluación continua ante la reiteración de faltas de asistencia de forma continua

o discontinua, justificada o sin justificar todo conforme a las NOFC que el alumno conoce desde principios de curso.

Si el alumno tiene las faltas de asistencia justificadas puede solicitar apoyo tutorial al profesor. No obstante deberá realizar seguimiento con la ayuda de los compañeros. Pero más de un 20% en el cómputo anual de faltas de asistencia llevará consigo la imposibilidad de evaluar al alumno por cuatrimestres debiéndose presentar a la prueba final de contenidos en junio.