

RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN PARA LA WEB.

MÓDULO: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO.

1º CURSO CFGS GRÁFICA PUBLICITARIA

DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL

PROFESORA: ALBA BELÉN ORLEANS RUIZ

1. OBJETIVOS.

1. Diferenciar los ámbitos, particularidades y principales aplicaciones del diseño gráfico.
2. Identificar y analizar los recursos comunicativos y expresivos del diseño gráfico en sus diferentes ámbitos.
3. Explorar las posibilidades comunicativas de los recursos del diseño gráfico en la transmisión eficaz de ideas y mensajes publicitarios.
4. Saber utilizar los elementos propios del lenguaje gráfico para comunicar mensajes.
5. Analizar las características formales y funcionales de la composición, el grafismo, la tipografía, el color y la imagen en el mensaje publicitario.
6. Saber estructurar el soporte y ordenar los elementos que participan en el discurso gráfico atendiendo a los objetivos comunicacionales del encargo.
7. Explorar las particularidades del soporte con relación a las posibilidades expresivas de los elementos gráficos del mensaje y su visualización.
8. Valorar argumentalmente productos publicitarios en función de las características formales, técnicas, comunicativas, éticas, medioambientales y de accesibilidad.

2. CONTENIDOS.

1. Arte, diseño y comunicación. El diseño gráfico, ámbitos, aplicaciones y sus particularidades. Disciplinas de apoyo al diseño gráfico (fotografía, ilustración, animación...).
- Métodos de diseño. Métodos de mejora y control de calidad en el proceso proyectual y de los productos gráficos. Técnicas de creatividad.
2. La comunicación y el lenguaje visual. Semiótica. Los signos gráficos, la tipografía, el color, la composición y la imagen. Valor expresivo y comunicativo. Procedimientos retóricos.
3. Estructura del espacio gráfico y jerarquías compositivas e informativas de los elementos visuales en función del mensaje y del soporte utilizado.
4. Tendencias gráficas actuales en comunicación persuasiva, informativa e identificativa. Repercusiones formales, técnicas y comunicativas de las nuevas tecnologías.
5. El mensaje gráfico y el soporte. Aspectos significativos. Particularidades del soporte impreso. Condicionamientos formales y técnicos.
6. Ética del diseño gráfico. Accesibilidad del producto gráfico. Diseño gráfico, desarrollo, sostenibilidad y medioambiente.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN.

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Caracterizar los campos de actuación del diseño gráfico, diferenciar los objetivos comunicativos dominantes en cada uno, sus interrelaciones, aplicaciones y productos.
2. Conocer las diferentes aplicaciones del diseño gráfico y sus particularidades según el medio.

3. Conocer, identificar y analizar los diferentes recursos comunicativos y expresivos propios del diseño gráfico atendiendo a las peculiaridades de los diferentes del medio y del ámbito de aplicación.
4. Comprender las posibilidades formales y comunicativas de la composición, la tipografía, el color y la imagen y aplicarlas en supuestos prácticos de la especialidad.
5. Conocer los recursos propios del diseño gráfico y comunicacional con la finalidad de aplicarlos, de forma eficaz en la transmisión de ideas y mensajes en el ámbito del producto gráfico impreso.
6. Conocer los diferentes elementos del lenguaje gráfico con la finalidad de su aplicación en comunicación gráfica especialmente en medios impresos.
7. Analizar composiciones gráficas impresas complejas, tanto atendiendo a sus características formales, informales y comunicativas como a los diferentes elementos propios de diseño gráfico.
8. Comprender las posibilidades formales y comunicativas de la composición, la tipografía, el color y la imagen y aplicarlas en supuestos prácticos de la especialidad.
9. Saber elegir y aplicar correctamente, teniendo en cuenta objetivos concretos comunicacionales, tanto el soporte como los elementos propios del diseño gráfico, atendiendo especialmente a soportes impresos.
10. Explorar diferentes combinaciones de elementos visuales con un objetivo persuasivo.
11. Ordenar el espacio y los elementos visuales del mensaje publicitario atendiendo a la jerarquía informativa y al soporte seleccionado.
12. Saber elegir correctamente el soporte atendiendo a las expresivas de los elementos gráficos del mensaje y de su visualización, con la finalidad de potenciar objetivos concretos.
13. Conocer los diferentes productos gráficos impresos en función de las características formales, técnicas, comunicativas, éticas, medioambientales y de accesibilidad.
14. Proponer productos publicitarios adecuados a supuestos prácticos de la especialidad utilizando criterios formales, estéticos, éticos, de accesibilidad, de sostenibilidad, medioambientales y funcionales.
15. Valorar críticamente la calidad estética, técnica y la eficacia comunicativa de mensajes gráficos publicitarios, en base a los conocimientos del módulo y al propio criterio.

4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Se realizarán pruebas escritas de los contenidos teóricos. Se realizarán pruebas en clase de trabajos prácticos a entregar dentro del plazo establecido. Tendrán más peso en la calificación global ya que serán más numerosas que las pruebas teóricas, hasta un 60% de la nota práctica respecto al 40% de la nota teórica.

Exposición y defensa de los ejercicios prácticos. Presentación de trabajos en clase para el resto de alumnado fomentando un aprendizaje conjunto.

Será muy importante la entrega de los trabajos en la fecha establecida, que estará marcada de antemano para el conocimiento del alumno. La no entrega en el plazo fijado supondrá penalización, de manera que la calificación restará 2 puntos en ese ejercicio.

Se irá evaluando de forma continua. Habrá dos evaluaciones cuatrimestrales, y para su cómputo se realizará la media de los trabajos teóricos, exámenes y trabajos prácticos que tendrán consideración distinta y detallada en cada Unidad.

La primera evaluación cuatrimestral en el mes de febrero, la segunda en junio. La calificación final será la media aritmética de los dos cuatrimestres.

5. SISTEMA DE RECUPERACIÓN

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.

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: **Martes 12 de junio.** Hora: **18:40 a 21:25 h.**

El alumno que no supere un módulo en la evaluación final ordinaria de Junio, tendrá derecho a una evaluación ordinaria en el mes de Septiembre tal y como contempla la legislación.