

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Taller de Narrativas
Titulación	Grado en Diseño Gráfico Digital.
Escuela/ Facultad	Escuela de Arquitectura
Curso	1º Grado Diseño Gráfico / 3º doble Grado Publicidad y Diseño Gráfico
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	español
Modalidad	presencial
Semestre	2º
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Dr. Francisco Trujillo García-Ramos
Docente	Dr. Carlos Morán Rodríguez carlos.moran@universidadeuropea.es

2. PRESENTACIÓN

La asignatura "Taller de Narrativas" está diseñada para explorar el arte de contar historias en el ámbito de la publicidad, combinando teoría y práctica en un enfoque innovador. A lo largo del curso, los estudiantes aprenderán a reconocer los elementos clave del storytelling, diferenciar las narrativas multimedia de las planas, y aplicar técnicas visuales y animadas para crear mensajes impactantes.

Con el apoyo de herramientas avanzadas como Adobe Firefly Video, los alumnos desarrollarán proyectos que integran creatividad, diseño y tecnología. Este taller fomenta la empatía y la conexión con los usuarios a través de historias persuasivas y memorables. Ideal para futuros profesionales que deseen destacar en el mundo publicitario, el curso culmina con un proyecto final donde cada participante aplicará sus conocimientos para crear narrativas únicas.

La asignatura integra teoría, práctica y tecnología. Organizado en cinco bloques, el curso comienza con los fundamentos del storytelling, explorando sus elementos secuenciales y distintos tipos narrativos. Luego, se profundiza en la narrativa multimedia y su contraste con la planar, utilizando herramientas como Adobe Firefly Video para la creación de contenido dinámico.

Posteriormente, se abordan técnicas de ilustración y diseño narrativo, destacando la integración visual en campañas publicitarias. El curso incluye un bloque dedicado a la animación, explorando su potencial para enriquecer proyectos narrativos. Finalmente, los estudiantes desarrollarán un proyecto integral que combina storytelling, ilustración y animación, aplicando los conocimientos adquiridos para crear narrativas innovadoras y efectivas en el ámbito publicitario.

Los Objetivos de la asignatura se resumen en los siguientes puntos:

- Comprender el storytelling publicitario: Conocer los fundamentos teóricos y prácticos de la narrativa aplicada.
- Crear narrativas integradas: Diseñar historias que combinen texto, imagen, animación y herramientas digitales.
- Utilizar tecnologías avanzadas: Manejar programas como Adobe Firefly Video para proyectos creativos.
- Analizar y evaluar narrativas: Identificar elementos clave y mejorar estrategias publicitarias existentes.
- Conectar con el público: Diseñar mensajes que generen empatía y conexión emocional.
- Explorar tendencias e innovaciones: Adaptarse a medios emergentes y tecnologías actuales.
- Desarrollar proyectos colaborativos: Fomentar el trabajo en equipo para crear narrativas impactantes.
- Aplicar habilidades al entorno profesional: Transferir conocimientos y técnicas al ámbito publicitario.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- **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.

Competencias transversales:

- **CT4:** Liderazgo influyente. Influir en otros para guiarles y dirigirles hacia unos objetivos y metas concretos, tomando en consideración sus puntos de vista, especialmente en situaciones derivadas de entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos (VUCA) del mundo actual.
- **CT5:** Trabajo en equipo. Cooperar con otros en la consecución de un objetivo compartido, participando de manera activa, empática y ejerciendo la escucha activa y el respeto a todos los integrantes.
- **CT6:** Análisis crítico. Integrar el análisis con el pensamiento crítico en un proceso de evaluación de distintas ideas o posibilidades y su potencial de error, basándose en evidencias y datos objetivos que lleven a una toma de decisiones eficaz y válida.

Competencias específicas:

- **CE6:** Relacionar los contextos social, cultural y económico del diseño gráfico y de las nuevas tecnologías desde una perspectiva crítica, ligada al desarrollo creativo del ámbito profesional.
- **CE8:** Emitir juicios de valor analizando y teniendo en cuenta el contexto social y cultural en el que se enmarcan los proyectos de diseño gráfico y de las nuevas tecnologías, siempre en el marco de la ética profesional.
- **CE14:** Aplicar la ilustración en el diseño gráfico desde sus diferentes técnicas.

Resultados de aprendizaje:

RA1: Reconocer los elementos secuenciales que componen el storytelling.

RA2: Identificar la narrativa multimedia en contraste con la planar.

RA3: Describir el storytelling.

RA4: Aplicar las técnicas de la ilustración en un diseño de narrativa sobre una historia existente.

RA5: Aplicar los distintos discursos y técnicas para la realización de piezas de animación cortas.

RA6: Integrar la animación en proyectos de diseño narrativo.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CT6, CE14	RA1: Reconocer los elementos secuenciales que componen el storytelling.
CB2, CB3, CT6, CE6	RA2: Identificar la narrativa multimedia en contraste con la planar.
CB2, CB3, CT6	RA3: Describir el storytelling.
CB2, CB3, CT5, CE14	RA4: Aplicar las técnicas de la ilustración en un diseño de narrativa sobre una historia existente.
CB2, CT4, CT5, CE8	RA5: Aplicar los distintos discursos y técnicas para la realización de piezas de animación cortas.
CB2, CB3, CT5, CE6	RA6: Integrar la animación en proyectos de diseño narrativo.

4. CONTENIDOS

Bloque 1: Fundamentos del Storytelling

1. **Clase 1: Introducción al storytelling**
 - Definición y componentes esenciales.
 - La importancia de las historias en la comunicación publicitaria.
 - Ejemplos destacados de storytelling en campañas publicitarias.
2. **Clase 2: Elementos secuenciales del storytelling**
 - Identificación de la estructura narrativa: introducción, nudo y desenlace.
 - Arcos narrativos y desarrollo de personajes.
 - Taller: análisis práctico de narrativas existentes.
3. **Clase 3: Tipos de storytelling**
 - Narrativas lineales y no lineales.
 - Diferencias entre storytelling textual, visual y audiovisual.
 - Análisis de casos: narrativa aplicada en diferentes medios.

Bloque 2: Narrativa multimedia y planar

1. **Clase 4: Conceptos de narrativa multimedia**
 - Contraste entre narrativa multimedia y planar.
 - Elementos interactivos en narrativas modernas.
 - Casos de éxito en la publicidad digital.

2. **Clase 5: Herramientas para la creación de narrativa multimedia**
 - Introducción a Adobe Firefly Video y otras herramientas digitales.
 - Taller práctico: exploración de herramientas.
 - Estrategias para integrar texto, imagen y sonido en proyectos publicitarios.
3. **Clase 6: Retos y oportunidades de la narrativa multimedia**
 - Adaptación de historias a diferentes plataformas.
 - Creación de historias centradas en el usuario (UX storytelling).
 - Debate: ¿Qué narrativas tienen mayor impacto en el contexto actual?

Bloque 3: Técnicas de ilustración y diseño narrativo

1. **Clase 7: Técnicas básicas de ilustración en storytelling**
 - Introducción al dibujo como herramienta narrativa.
 - Creación de personajes y escenarios.
 - Ejercicio: Ilustrar una escena basada en una historia existente.
2. **Clase 8: Integración de ilustración y narrativa**
 - Técnicas de composición visual.
 - Cómo contar historias con imágenes.
 - Taller: desarrollo de una narrativa visual.
3. **Clase 9: Ilustración aplicada a campañas publicitarias**
 - Ejemplos de ilustración en anuncios y cortometrajes publicitarios.
 - Evaluación crítica de proyectos previos.
 - Proyecto grupal: diseñar una narrativa ilustrada para un producto.

Bloque 4: Animación y narrativas audiovisuales

1. **Clase 10: Introducción a la animación en publicidad**
 - Principios básicos de animación.
 - Técnicas de stop motion y animación digital.
 - Herramientas de software para principiantes.
2. **Clase 11: Creación de piezas de animación**
 - Conceptos clave: ritmo, movimiento y sincronización.
 - Producción de cortometrajes animados.
 - Taller práctico: creación de un gif animado con Adobe Firefly Video.
3. **Clase 12: Integración de animación en proyectos narrativos**
 - Cómo combinar ilustración y animación en un mensaje publicitario.
 - Desarrollo de personajes animados.
 - Análisis de campañas publicitarias animadas.

Bloque 5: Proyecto Final - Creación de Narrativas Integradas

1. **Clase 13: Conceptualización del proyecto final**
 - Definición del tema y objetivos.
 - Brainstorming de ideas para narrativas integradas.
 - Taller grupal: presentación de conceptos iniciales.

2. Clase 14: Desarrollo de narrativas textuales y visuales

- Producción de guiones y storyboards.
- Uso de Adobe Firefly Video para videos cortos.
- Ejercicio: ensayo de la narrativa en diferentes formatos.

3. Clase 15: Presentación y evaluación de proyectos

- Exposición de los trabajos finales.
- Evaluación crítica por parte de los compañeros.
- Feedback para mejoras futuras.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral / web conference
- Método del caso
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller
- Aprendizaje basado en retos
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Debates y coloquios (modalidad presencial)

Tutoría académica (modalidad presencial)

Pruebas de evaluación presenciales (modalidad presencial)

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad presencial)	10 h
Seminarios de aplicación práctica (modalidad presencial)	20 h
Análisis de casos (modalidad presencial)	8 h
Resolución de problemas (modalidad presencial)	8 h
Elaboración de informes y escritos (modalidad presencial)	10 h
Investigaciones y proyectos (modalidad presencial)	10 h

Actividades en talleres y/o laboratorios (modalidad presencial)	8 h
Trabajo autónomo (modalidad presencial)	52 h
Debates y coloquios (modalidad presencial)	8 h
Tutoría académica (modalidad presencial)	8h
Pruebas de evaluación presenciales (modalidad presencial)	8 h
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de evaluación	30%
Informes y escritos	10%
Caso/problema	10%
Evaluación del desempeño	10 %
Investigaciones y proyectos	20%
Cuaderno de laboratorio	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en cada uno de los ejercicios que componen el curso, para que puedan hacer media con el resto de ejercicios y actividades, dado que cada ejercicio aborda un aspecto concreto de la materia a aprender y todos los aspectos deben superarse. Para el caso en que en un ejercicio se obtenga calificación menor a 4, ese ejercicio deberá volver a presentarse en convocatoria extraordinaria, con independencia de que la media de todos los ejercicios haya sido superior. En ese caso la nota final que se asignará en convocatoria ordinaria será de 4, si bien las notas de los ejercicios que el estudiante haya aprobado se guardarán hasta convocatoria extraordinaria. Una vez superados en convocatoria extraordinaria el o los ejercicios con nota inferior a 4, se hará media entre esos ejercicios y los aprobados en convocatoria ordinaria. Las notas de ejercicios aprobados solo se guardarán de convocatoria ordinaria a convocatoria extraordinaria del mismo curso académico.

En la convocatoria ordinaria la evaluación tendrá un carácter continuo y formativo y podrá realizarse tanto a nivel individual como grupal, coherentemente con la naturaleza de las actividades formativas planteadas.

Entre las actividades formativas evaluables se incluye:

Pruebas de conocimiento específicas y generales, trabajos individuales y en grupo, trabajos particulares realizados en un corto espacio de tiempo o prolongados a lo largo del curso. Para superar la asignatura será indispensable que el alumno participe, realice, entregue y apruebe todos los trabajos y pruebas planteadas en el desarrollo de la asignatura.

Los ejercicios procedimentales a realizar en clase, constituyen actividades evaluables. Los ejercicios procedimentales desarrollan aspectos concretos del aprendizaje y refuerzan la capacidad proyectual del alumno de manera práctica y eficiente. Dado que la asignatura es presencial y obligatoria, estos ejercicios se realizarán durante la clase, sin que sea necesario un preaviso de los mismos. Por ello, el estudiante deberá asistir siempre a las clases con los medios materiales e informáticos suficientes para poder desarrollar estos ejercicios.

Asistencia:

Se establece un porcentaje de asistencia mínimo para la evaluación continua del 75 %.

La asistencia será presencial.

La incorporación a la clase con más de 15 minutos de retraso se considera falta de asistencia del 50%.

La incorporación a clase con más de 1 h de retraso se considera falta de asistencia 100%.

El abandono de la clase antes de su finalización se considera falta de asistencia del 50%.

La pérdida de evaluación continua significa el suspenso de la asignatura, salvo casos excepcionales que serán debidamente valorados por la profesora y la dirección.

Procedimiento para presentar justificante de falta de asistencia:

Se presentará original a la Coordinadora Académica y se le enviará escaneado con copia a la profesora de la asignatura.

Nota: Si se realizan pruebas de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en convocatoria ordinaria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Prueba objetiva - Fundamentos del storytelling	Semana 1-5
Actividad 2. Prueba objetiva - Narrativa multimedia y planar	Semana 6-12

Actividad 3. Prueba de evaluación - Ilustración y narrativa	Semana 13-14
Actividad 4. Proyecto final	Semana 15 -16
Actividad 5. cuaderno laboratorio	Semana 18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La bibliografía de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Caamaño Guerrero, I. (2024). *Cinegrafías. La influencia de los modos de representación cinematográficos en la narrativa española del siglo XX* [Tesis doctoral, Universitat de Barcelona]. TDX
- Autor desconocido. (2024). *Creatividad en la narrativa publicitaria: estrategia, contenidos y discursos*. Madrid: Editorial Dylinson. Base de datos: eLibro.
- Finol, J. E., & Cuevas-Calderón, E. (2020). **Cuerpo, ideología y narrativa publicitaria: Contexto, dialéctica del sentido y riesgo interpretativo**. *Moderna Språk, 114*(2). Föreningen Tidskriften Moderna språk. Base de datos: Directory of Open Access Journals.
- García Díaz, S. (2023). *Identit.art. Exploración de narrativas identitarias a través del arte* [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. TDX
- Gómez Segarra, M., & Gil Gascón, F. (2024). **Narración documental de la Guerra Civil Española: estrategias narrativas de los documentales históricos en el inicio del siglo XXI**. *Palabra Clave, 27*(4), 1-25.
- Cherta Puig, R. (2022). *La mirada inquieta: Las estructuras narrativas del wéstern y del thriller en el cine de Gonzalo Suárez* [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. TDX (Tesis Doctorals en Xarxa).

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.

3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.

PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

CÓMO COMUNICARTE CON TU DOCENTE

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros y compañeras puedan leerla.

¡Es posible que alguien tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al docente puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por estudiantes y docentes, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En este apartado se indica el cronograma con las fechas de entrega de las actividades evaluables de la asignatura:

Semana	Contenidos	Actividades evaluables	Peso en la evaluación de la actividad evaluable
Semana 1-2	1. Introducción y Fundamentos del Storytelling 1.1 Introducción a la asignatura, objetivos, y uso de Adobe Firefly Video. 1.2 Elementos esenciales del storytelling: estructura y secuencias. 1.3 Análisis de ejemplos destacados en la publicidad.	Clases teórico-prácticas • Análisis de casos • Debates y coloquios • Tutoría académica Actividad evaluable	7,5%
Semana 3-5	2. Narrativa Multimedia y Planar 2.1 Diferencias clave entre narrativa multimedia y planar. 2.2 Estrategias de narrativa digital en publicidad. 2.3 Taller práctico: creación de narrativas multimedia básicas. 3. Técnicas de Ilustración en el Storytelling	Clases teórico-prácticas • Análisis de casos • Debates y coloquios • Tutoría académica Actividad evaluable	7,5%
Semana 6-8	3. Técnicas de Ilustración en el Storytelling 3.1 Conceptos de composición visual y narrativa. 3.2 Desarrollo de personajes y escenarios. 3.3 Integración de ilustraciones en campañas publicitarias.	Clases teórico-prácticas • Análisis de casos • Debates y coloquios • Tutoría académica Actividad evaluable	7,5%
Semana 9-12	4. Animación y Narrativa Audiovisual 4.1 Introducción a las técnicas de animación. 4.2 Uso de Adobe Firefly Video para animaciones cortas. 4.3 Integración de animación en narrativas publicitarias.	Clases teórico-prácticas • Análisis de casos • Debates y coloquios • Tutoría académica Actividad evaluable	7,5%
Semana 13-14	Prueba de evaluación	Entrega evaluable	30%
Semana 15-16	Proyecto final	Entrega evaluable	20%
Semana 18	cuaderno laboratorio	Entrega evaluable	20%

Este cronograma podrá sufrir modificaciones que serán notificadas al estudiante en tiempo y forma.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Actividad	Descripción	Evaluación
-----------	-------------	------------

Informes y escritos	Elaborar un informe sobre la importancia del storytelling en la publicidad, analizando ejemplos de campañas narrativas exitosas.	Se evaluará la investigación, claridad en la exposición de ideas y la relevancia de los ejemplos utilizados.
Caso / problemas	Analizar un caso práctico que implique la creación o evaluación de una narrativa multimedia o planar, proponiendo soluciones creativas.	Se calificará la precisión en el análisis, originalidad en las ideas y el uso adecuado de los conceptos narrativos.
Evaluación del desempeño	Evaluación continua de la participación en actividades prácticas, aportes a debates y trabajo en equipo durante el desarrollo de proyectos.	Se valorará la implicación activa, la capacidad de liderazgo y la colaboración eficaz en equipo.
Investigaciones y proyectos	Desarrollar un proyecto que integre ilustración, animación y narrativa para resolver un problema comunicativo en un contexto publicitario.	Se evaluará la integración de conceptos, la claridad narrativa y el impacto visual generado con herramientas digitales.
Prueba de evaluación presencial	Un examen que evalúe la comprensión de los elementos del storytelling, las diferencias entre narrativa multimedia y planar, y su aplicación práctica.	Se valorará la precisión en las respuestas, la aplicación correcta de los términos y la creatividad narrativa.
Cuaderno de prácticas de laboratorio/taller	Los estudiantes mantendrán un cuaderno con reflexiones y registros de su proceso creativo, incluyendo bocetos y análisis realizados en el curso.	Se calificará la organización, la coherencia en los registros y el progreso técnico demostrado.

Se valorará también el interés, el compromiso con la asignatura, la constancia, la responsabilidad, la interrelación con las/los compañeros.

REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.
- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.