

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Dirección de arte 2 (packaging, promocional y directo)
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	4º curso
ECTS	6 ECTS
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	S8
Curso académico	2025/26
Docente coordinador	Francisco José Pradana Pérez franciscojose.pradana@universidadeuropea.es

2. PRESENTACIÓN

La materia 'Dirección de arte 2 (packaging, promocional y directo)' se trata de una asignatura de carácter optativa, con una carga académica de 6 ECTS, y que se enmarca entre las asignaturas de la Mención en Creatividad, en el último curso del Grado de Publicidad.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar exitosamente la materia, el alumno deberá haber adquirido las siguientes competencias básicas, transversales y específicas de la asignatura. A su vez, se espera que el alumno, al finalizar, haya aprendido y se desenvuelva en unos resultados de aprendizaje específicos.

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
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT2. Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- CT3. Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- CT4. Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT5. Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- CT6. Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.

Competencias específicas:

- CE28. Capacidad para resolver de forma creativa problemas solventando las necesidades de comunicación concretas de anunciantes.
- CE29. Comprender y participar en los procesos de trabajo y creación de los diferentes perfiles profesionales de los diferentes ámbitos de la creatividad publicitaria.
- CE30. Capacidad para aplicar las herramientas de comunicación necesarias para desarrollar cada trabajo de una forma profesional, implementando los conocimientos adquiridos en la ideación y producción de un portafolio de trabajos.

Resultados de aprendizaje:

- Abordar un proyecto desde un enfoque profesional, asentando los conocimientos adquiridos y poniéndolos en práctica a través de proyectos desarrollados en un contexto multicanal y en el que conviven soportes físicos y audiovisuales.
- Consolidar con la práctica aplicada a un proyecto, las herramientas digitales aprendidas previamente para materializarlo.
- Poner en práctica metodologías ágiles que le permitan optimizar la gestión de su equipo de trabajo.
- Aplicarlas técnicas para crear trabajos de Dirección de Arte y Diseño.

4. CONTENIDOS

Los temas y epígrafes impartidos y trabajados en el aula y durante la asignatura se desarrollarán a partir del siguiente contenido:

- Bloque 1. Dirección de arte en materiales de marketing directo y promocional.
- Bloque 2. Dirección de arte en campañas digitales (web y redes sociales).
- Bloque 3. Dirección de arte en packaging.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

En el aula se aplicarán las siguientes metodologías de enseñanza-aprendizaje para la consecución de los resultados de aprendizajes y adquisición de las competencias previstas:

- Clase magistral/web conference.

- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller.

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:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	15 h.
Lecciones magistrales asíncronas	10 h.
Exposiciones orales de trabajos	10 h.
Elaboración de informes y escritos	20 h.
Trabajo autónomo	50 h.
Tutorías grupales	10 h.
Actividades en talleres y/o laboratorios	35 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
Pruebas presenciales de conocimiento	40 %
Práctica de laboratorio	30 %
Carpeta de aprendizaje	20 %
Observación del desempeño	10 %
Total	100 %

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 la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

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 las 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. En grupos de 2 alumnos (dupla).	5ª semana
Actividad 2. Individual	5ª semana
Actividad 3. En grupos de 2 alumnos (dupla).	7-8ª semana
Actividad 4. Individual	7-8ª semana
Actividad 5. En grupos de 2 alumnos (dupla).	12ª semana
Actividad 6. Individual	12ª semana
Actividad 7. En grupos de 2 alumnos (dupla).	14-16ª semana

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

9. BIBLIOGRAFÍA

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

- Landa, R. (2010). Publicidad y diseño. Las claves del éxito. Anaya Multimedia.
- Mahon, N. (2010). Dirección de arte. Publicidad. Gustavo Gili.
- Navarro, C. (2014). Creatividad publicitaria eficaz. ESIC Editorial.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- De Bono, E. (2019). Seis sombreros para pensar. Paidós.
- Amell, C. (2015). Illustrated Packaging. Instituto Monsa de Ediciones.
- Oejo, E. (2008). Dirección de arte. Tadel Formación, D.L.

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

¡Tu 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.