

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	LABORATORIO DE CREACIÓN Y DESARROLLO VISUAL
Titulación	Grado en Comunicación Publicitaria
Escuela/ Facultad	Escuela de Arquitectura
Curso	4º
ECTS	6 ECTS (150 Horas)
Carácter	Optativa
Idioma/s	Español
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	S2
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Lucía Pitters Pérez

2. PRESENTACIÓN

Al cursar esta asignatura, el alumnado profundizará en el uso de herramientas tecnológicas que los capaciten para desarrollar sus propuestas creativas en el campo de la imagen digital y de la creación visual.

Desarrollará capacidad de análisis que le permita comprender el contexto complejo de la cultura visual contemporánea, así como una serie de destrezas y conocimientos necesarios para la creación a través del medio digital.

Los **objetivos específicos** de la asignatura se resumen en los siguientes puntos:

- El alumnado conocerá los aspectos avanzados de postproducción y tratamiento de la imagen digital.
- El alumnado será capaz de manejar las herramientas tecnológicas que lo capaciten para plantear propuestas visuales creativas.
- El alumnado dispondrá de las herramientas técnicas y conceptuales necesarias para el ejercicio del pensamiento visual y para su expresión a través de la construcción de imágenes.
- El alumnado adquirirá la capacidad de pensar en imágenes y de pensar las imágenes dentro del contexto de la cultura visual contemporánea.
- El alumnado será capaz de dar una salida correcta a sus creaciones, tanto en soportes físicos como virtuales.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas y generales:

CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

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

CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias transversales:

CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.

CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.

CT3 - Conciencia de los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.

CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.

CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.

CT6 - Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.

CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.

CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o

alternativas a las situaciones presentadas.

CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas

CT10 - Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

Competencias específicas:

CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.

CE2 - Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.

CE3 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.

CE4 - Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario.

CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad

CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.

CE7 - Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.

CE8 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.

CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.

CE10 - Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.

CE11 - Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.

CE12 - Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciantes, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.

CE15 - Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.

Resultados de aprendizaje:

- Integrar y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas en el grado en ámbito de estudio relacionado con el ámbito de la publicidad.
- Elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro de la publicidad.
- Reunir e interpretar datos relevantes y emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética relacionados con la publicidad.
- Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
- Desarrollo de la capacidad creativa e innovadora del estudiante.
- Será capaz de utilizar todos los contenidos adquiridos durante los cuatro años de Grado, siendo capaz de aplicarlo a un proyecto publicitario.

4. CONTENIDOS

Introducción. Canales y Canales alfa. Capas. Capas de ajuste. Máscaras de capa. La herramienta Pluma. El trazado de recorte. La herramienta Fusión y Tijeras. Retoque de imágenes: recolocar un elemento, recolocar partes, definir bordes, limpiar texto y logotipos, añadir y reparar, eliminar elementos no deseados y mejorar otros, etc. Composición. La conexión 3D. Principios básicos del banner y comunicación.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en Problemas (ABP)
- Entornos de simulación en estudios y aulas tecnológicas
- Prácticas en Laboratorio de Medios

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	Horas	Presencialidad
Seminarios, foros y/o mesas redondas	70	60
Tutorías	100	20
Ejercicios prácticos y participación oral	300	40
Estudio autónomo	200	0
Resolución de problemas / Trabajos dirigidos	270	70
Rol playing / Debates / Coloquios	50	50
Análisis de casos / Trabajos en grupos / investigaciones	300	60
Clases magistrales asíncronas	60	0

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 conocimiento	20%
Exposiciones orales	15%
Portafolio	20%
Prácticas de laboratorio	20%
Debate	10%
Observación del desempeño	15%

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 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 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
1. Práctica. animación básica: formas, textos y máscara.	Semana 2-3
2. Práctica. Recipiente rellenándose: volumen, sombras, máscaras y paleta.	Semana 3-4
3. Práctica. Trazado, máscara, objeto null, wiggle y puppet.	Semana 4-5
4. Práctica. Formas y trazado Path.	Semana 5-6
5. Práctica. Comprendiendo el espacio 3D, cámaras, focales e iluminación.	Semana 6-7
6. Actividad. Frame to frame.	Semana 8-9
7. Práctica. Actividad libre: Animación propia con archivos importados en AI & AP.	Semana 7-8
8. Práctica: Etalonaje digital y posproducción animada	Semana 9-10
Prueba de conocimiento	Mayo

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:

- FAULKER, Andrew, *After Effects CC (Diseño y Creatividad)*, Anaya Multimedia, 2015.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- SERROY, Jean y LIPOVETSKY, Gilles, *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*, Anagrama, Barcelona 2015.
- ZAFRA, Remedios, *El entusiasmo, precariedad y trabajo creativo en la era digital*, Anagrama, 2017.
- ACASO, María: *El arte de educar creativamente*, TEA Tenerife Espacio de las Artes, España: 2019

Artículos publicados en el Campus Virtual: en constante actualización. La profesora irá subiendo documentación actualizada a medida que se desarrolle el curso.

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.uec@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.