

Plan Docente

- **Curso:** Multimedia y Diseño Gráfico
 - **Créditos:** 6 ECTS
 - **Programa:** Marketing y Comunicación Digital
 - **Módulo:** Asignatura de formación básica
 - **Materia:** Informática
 - **Código:** 802174
 - **Abreviación:** MA03
 - **Coordinador de la materia:** Dr. Albert Arisó
 - **Año académico:** 2022-2023
 - **Convocatoria:** Octubre
 - **Semestre:** Primero (tercer curso, Semestre de otoño)
 - **Campus:** Barcelona
 - **Última revisión:** 04/04/2022
 - **Aprobación:** 04/04/2022
 - **Publicación:** 30/04/2022
-

00 Contenidos

00 Contenidos.....	2
01 Profesorado.....	3
01.1 Coordinador de la materia	3
02 Presentación.....	3
02.1 Descripción.....	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes	3
03 Competencias	4
03.1 Competencias de la materia	4
04 Programa.....	5
05 Metodología docente	6
06 Actividades formativas.....	7
07 Evaluación	7
08 Recursos de aprendizaje	8
09 Código de Conducta académica	9
10 Bibliografía	10
10.1 Bibliografía básica.....	10
10.2 Bibliografía complementaria	10

01 Profesorado

01.1 Coordinador de la materia

Dr. Albert Arisó

albertariso@eae.es

02 Presentación

02.1 Descripción

Esta asignatura abarcará tanto nociones elementales de diseño gráfico como su implementación en el mundo multimedia.

Tendremos una primera parte teórica, para conocer bien las bases del diseño gráfico (teoría de la imagen, el color, la composición, etc.) y multimedia (la imagen digital), y una segunda parte práctica donde aplicaremos los conocimientos adquiridos, con el fin de elaborar proyectos que se asemejen al mundo real.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

El diseño gráfico está presente en innumerables campos, habitualmente lo vemos aplicado en la mayoría de los elementos visuales con los que nos encontramos a diario. Hay una tendencia absoluta al mundo digital y es donde el diseño gráfico se une al multimedia. Encontramos muchas aplicaciones en cualquier formato de pantalla, ya sea en anuncios, películas, webs, aplicaciones, presentaciones, etc.

03 Competencias

03.1 Competencias de la materia

Competencias Básicas

CB-5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CB-4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias generales

CG02 Asumir un comportamiento responsable en un entorno digital y online

CG09 Evaluar y juzgar la calidad de la información obtenida a través de diversos medios ya sean digitales o no para su correcto uso posterior.

CG11 Identificar un problema y los datos pertinentes al respecto, reconocer la información relevante y las posibles causas del mismo.

CG12 Analizar, organizar y resolver cuestiones numéricas, datos comerciales y financieros, estadísticos y similares.

Competencias Transversales

CT03 Comunicación eficaz oral y escrita: Comunicarse de forma oral y escrita con otras personas sobre los resultados del aprendizaje, de la elaboración del pensamiento y de la toma de decisiones; participar en debates sobre temas de la propia especialidad

CT05 Uso solvente de los recursos de información: Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de la especialidad y valorar de forma crítica los resultados de esta gestión.

CT02 Sostenibilidad y compromiso social: Conocer y comprender la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar; capacidad para relacionar el bienestar con la globalización y la sostenibilidad; habilidad para utilizar de forma equilibrada y compatible la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad.

Competencias Específicas

[CE-1] Aplicar los conocimientos fundamentales del marketing y los elementos que intervienen en la comercialización de bienes y servicios a través de Internet y de las nuevas tecnologías y vincularlos con las estrategias de marketing globales de la empresa.

[CE-5] Disponer de los conocimientos especializados fundamentales acerca del diseño y arquitectura web, en términos de marketing y la comunicación comercial digital para implementar acciones de publicidad online en función de objetivos y estrategias.

[CE-2] Evaluar el modo en que se producen las relaciones con los consumidores en el entorno digital interactivo, para tratar de aprovechar el potencial que ofrecen Internet, el 3.0 y las NTICs como fuentes de conocimiento y de relación con el consumidor.

04 Programa

00. Introducción

01. Diseño gráfico (Fundamentos del diseño / Cultura visual / Fases del proyecto gráfico / Aplicaciones del diseño / Comunicación gráfica / Iniciación Adobe Illustrator / Iniciación Adobe Photoshop)

02. Construcción de una idea (Definición de creatividad / Brainstorming / Línea creativa / Pre guión y story / Guión técnico)

03. Teoría básica audio y vídeo (Narrativa / Composición / Luz y color / Artes plásticas / Música / Cine)

04. Los trabajos elementales (Captación de vídeo / Captación de audio / Creación gráfica / Edición de vídeo / Edición y mezcla de sonido / Composición avanzada)

05. Preproducción (Dimensionar un proyecto / Presupuestar dinero y tiempo / El equipo / Derechos de imagen / Escoger y comprar elementos gráficos)

06. Producción (Tipos de rodajes / Material)

- 07. Postproducción** (Pre montaje / Corrección de color / El material gráfico final / El sonido)
- 08. Aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa** en la asignatura de Multimedia y diseño gráfico para asegurar una mejor comunidad sostenible y continuidad en la concienciación de su importancia.

05 Metodología docente

Teniendo en cuenta la característica teórico-práctica de la y el perfil de los estudiantes, el modelo docente se articula alrededor de tres tipos de metodologías:

- ME1.** Clase expositiva participativa
- ME2.** Trabajo cooperativo
- ME3.** Trabajo autónomo
- ME4.** Aprendizaje basado en problemas
- ME5.** Tutoría presencial
- ME7.** Evaluación

o6 Actividades formativas

Considerando las competencias de la materia y en base a las metodologías docentes propuestas, se programan las siguientes actividades formativas:

Actividades de evaluación	Horas	Presencialidad
AF1. Exposición de contenidos con participación del estudiante	24	100%
AF2. Resolución de problemas, ejercicios y casos prácticos con participación del estudiante	24	100%
AF4. Estudio y preparación de las unidades didácticas	46	0%
AF5. Realización de ejercicios y casos prácticos	25	0%
AF6. Planteamiento y resolución de problemas	25	0%
AF13. Evaluaciones escritas / orales	6	100%

o7 Evaluación

Ítem de evaluación 0.4 · EV1 + 0.2 · EV2 + 0.4 · EV3	Competencias específicas evaluadas	Peso
EV1. Examen final escrito de toda la materia	CT03, CT04, CT05, CT06	40%
EV2. Control o prueba escrita parcial	CT03, CT04, CT05, CT06	20%
EV3. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos - Ejercicios y problemas	CT03, CT04, CT05, CT06	40%

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5).**"

o8 Recursos de aprendizaje

Temas	Recursos	Tipos
Temas	Transparencias, apuntes y ejercicios	Clase y Blackboard

09 Código de Conducta académica

El plagio es una actividad fraudulenta cuya comisión puede conllevar graves sanciones, tanto académicas como legales. La honestidad académica es uno de los pilares en los que se sustenta el compromiso educativo de la Escuela, y los miembros de su comunidad docente están especialmente sensibilizados y preparados para detectar este tipo de acciones. Habida cuenta de la dificultad que a menudo entraña la conceptualización del plagio, se ha creído conveniente delimitar claramente su contenido y alcance en las presentes regulaciones y políticas.

Se entiende como plagio la apropiación de trabajos u obras ajenas haciéndolos pasar como propios; esto es, sin acreditar su procedencia de manera explícita. El plagio puede consistir en la copia total o parcial no autorizada de una obra ajena, o en la presentación de la copia como obra original propia, suplantando al autor verdadero. Algunos ejemplos de plagio son:

- Entregar un trabajo ajeno como si fuera propio, independientemente de que la copia sea total o parcial.
- Parafrasear un texto plasmándolo con otras palabras pero haciendo pequeños cambios en el lenguaje para disimular y sin citar fuentes.
- Comprar o conseguir un trabajo y presentarlo como propio.
- Basarse en una idea o frase de otro u otra para escribir un trabajo nuevo sin citar al autor o a la autora de la obra.

Tal y como establece el art. 10 del Código de conducta académica del estudiantado (de EAE Barcelona o de EAE Madrid), sin perjuicio de las sanciones de carácter académico resultantes de su aplicación, la Comisión Académica promoverá las acciones legales que correspondieran en el caso de que el plagio pudiera contravenir la normativa aplicable en materia de propiedad intelectual.

10 Bibliografía

10.1 Bibliografía básica

- Diseño gráfico y pensamiento visual. Cuaderno de actividades, Aurélien Farina, Sophie Cure, et ál. 2021

10.2 Bibliografía complementaria

- Delamadeleine, C. (2021). Promoting Swiss Graphic Design and Typography Abroad: The Case of Paris in the 1960s. *Design Issues*, 37(1), 42-50.
- Diseño gráfico digital Anna María López López. Espacio de Diseño 2019
- Adobe Photoshop Elements 2020 Classroom in a Book, Jeff Carlson, 2020