

## 804056 - BEDAPPI1-M - Area of Specialisation: Art Direction for Interactive Advertising Projects I

Coordinating unit: 804 - CITM - Image Processing and Multimedia Technology Centre  
Teaching unit: 804 - CITM - Image Processing and Multimedia Technology Centre  
Academic year: 2016  
Degree: BACHELOR'S DEGREE IN MULTIMEDIA STUDIES (Syllabus 2009). (Teaching unit Optional)  
ECTS credits: 6 Teaching languages: Spanish

### Teaching staff

Coordinator: VÍCTOR DANIEL GARCÍA MENA

### Degree competences to which the subject contributes

Specific:

4. (ENG) Aplicar los conocimientos y capacidades necesarias para ejercer como director/a de arte en proyectos de publicidad interactiva.
5. (ENG) Aplicar los conocimientos y capacidades necesarias para determinar las posibilidades de aplicación del lenguaje interactivo en el ámbito publicitario.

Transversal:

1. SELF-DIRECTED LEARNING. Detecting gaps in one's knowledge and overcoming them through critical self-appraisal. Choosing the best path for broadening one's knowledge.
2. EFFICIENT ORAL AND WRITTEN COMMUNICATION. Communicating verbally and in writing about learning outcomes, thought-building and decision-making. Taking part in debates about issues related to the own field of specialization.
3. EFFECTIVE USE OF INFORMATION RESOURCES. Managing the acquisition, structure, analysis and display of information from the own field of specialization. Taking a critical stance with regard to the results obtained.

### Teaching methodology

(ENG) Les sessions de classe de quatre hores es divideixen, en general, en quatre franges d'activitat:

1. Resolució de dubtes respecte dels exercicis proposats en la sessió anterior.
2. Explicació i defensa dels exercicis resoltos.
3. Adquisició de nous coneixements.
4. Explicació del proper exercici i materials complementaris.

Aquestes franges d'activitat es modulen en funció de la complexitat dels exercicis i els continguts corresponents.

### Learning objectives of the subject

- (ENG)
1. Comprendre els conceptes fonamentals del llenguatge interactiu.
  2. Conèixer les possibilitats tècniques i creatives d'un mitjà com a Internet.
  3. Realitzar projectes de publicitat interactiva per a Internet.
  4. Aconseguir una comunicació efectiva entre anunciant i públic a través de diversos projectes.
  5. Posar en pràctica aspectes relacionats amb l'anàlisi, conceptualització i producció d'un projecte de publicitat online.
  6. Donar a terme les tasques encomanades en el temps previst, treballant amb les fonts d'informació indicades, d'acord amb les pautes marcades pel professorat.
  7. Identificar les pròpies necessitats d'informació i utilitzar les col·leccions, els espais i els serveis disponibles per dissenyar i executar cerques simples adequades a l'àmbit temàtic.
  8. Planificar la comunicació oral, respondre de manera adequada les qüestions formulades i redactar textos de nivell bàsic amb correcció ortogràfica i gramatical.



## 804056 - BEDAPPI1-M - Area of Specialisation: Art Direction for Interactive Advertising Projects I

### Study load

Total learning time: 150h	Hours large group:	0h	0.00%
	Hours medium group:	60h	40.00%
	Hours small group:	0h	0.00%
	Guided activities:	0h	0.00%
	Self study:	90h	60.00%

## 804056 - BEDAPPI1-M - Area of Specialisation: Art Direction for Interactive Advertising Projects I

### Content

<p>(ENG) Tema 1: Fundamentos y Metodología de Dirección de Arte</p>	<p>Learning time: 8h Practical classes: 3h Self study : 5h</p>
<p>Description: (ENG) 1. Definición y Contexto 2. El rol del director de arte. 3. El equipo multidisciplinar. 4. Panorama actual de la publicidad interactiva. 5. Creatividad, formatos y tecnología.</p>	
<p>(ENG) Tema 2 Comunicación y Lenguaje Audiovisual.</p>	<p>Learning time: 3h 30m Practical classes: 1h 30m Self study : 2h</p>
<p>Description: (ENG) 1. Lenguaje publicitario. 2. Teoría de la imagen. Anatomía del mensaje visual. Introducción a la semiótica. 3. Retórica visual. 4. Técnicas visuales: estrategias de comunicación. 5. Fundamentos de estética audiovisual. 6. Análisis del mensaje publicitario. 7. Lenguaje interactivo: imagen, estilos de interacción, audio y vídeo.</p>	
<p>(ENG) Tema 3. Fundamentos de Diseño</p>	<p>Learning time: 3h 30m Practical classes: 1h 30m Self study : 2h</p>
<p>Description: (ENG) 1. Sintaxis visual. 2. La composición. 3. Soportes gráficos y audiovisuales. 4. Tipografía. 5. Tendencias y estilos gráficos.</p>	

## 804056 - BEDAPPI1-M - Area of Specialisation: Art Direction for Interactive Advertising Projects I

<p>(ENG) Tema 4: Metodología de Proyecto</p>	<p>Learning time: 9h Practical classes: 3h Self study : 6h</p>
<p>Description: (ENG) 1. Briefing del cliente. 2. Los usuarios. 3. Análisis de la competencia. 4. Creatividad y presupuesto. 5. Fases del proyecto. 6. Requerimientos tecnológicos.</p>	
<p>(ENG) Tema 5. Creatividad</p>	<p>Learning time: 18h Practical classes: 6h Self study : 12h</p>
<p>Description: (ENG) 1. Fuentes de documentación e inspiración. 2. Metodología y técnicas de creatividad.</p>	
<p>(ENG) Tema 6. Producción I</p>	<p>Learning time: 10h 30m Practical classes: 4h 30m Self study : 6h</p>
<p>Description: (ENG) 1. Dirección del equipo. 2. División de tareas. 3. Concepto creativo. 4. Contenidos y copywriting. 5. Mood board. Storyboard y concepto visual. 6. Procedimientos. Uso de las herramientas de software.</p>	
<p>(ENG) Tema 7. Presentaciones a Cliente</p>	<p>Learning time: 3h 30m Practical classes: 1h 30m Self study : 2h</p>
<p>Description: (ENG) 1. Técnicas de presentación. 2. Argumentación y defensa del proyecto.</p>	

## 804056 - BEDAPPI1-M - Area of Specialisation: Art Direction for Interactive Advertising Projects I

(ENG) Presentación y defensa del proyecto	Learning time: 4h Practical classes: 4h
Description: (ENG) Presentación del pre-proyecto y defensa pública	

### Planning of activities

(ENG) PRÁCTICA PROYECTO I	Hours: 90h Practical classes: 90h
---------------------------	--------------------------------------

### Qualification system

(ENG)

Proyecto de la asignatura:

- Análisis y definición estratégica: 25% de la nota final
- Concepto creativo y concepto visual: 25% de la nota final
- Presentación pública del proyecto: 20% de la nota final
- Memoria explicativa del proyecto creativo: 20% de la nota final
- Participación y actitud de aprendizaje 10% de la nota final

# 804056 - BEDAPPI1-M - Area of Specialisation: Art Direction for Interactive Advertising Projects I

## Bibliography

### Basic:

- Aicher, O.; Krampen, M. Sistemas de signos en la comunicación visual. Barcelona: Gustavo Gili, 1995. ISBN 9688871745.
- Dondis, Donis A. La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. Barcelona: Gustavo Gili, 1976. ISBN 842520609X.
- Frutiger, Adrian. Signos, símbolos, marcas, señales. Barcelona: Gustavo Gili, 1981. ISBN 8425210445.
- Frutiger, Adrian. El libro de la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili, 2007. ISBN 9788425221620.
- Hollis, Richard. El diseño gráfico. Barcelona: Destino, 2000. ISBN 9788423332410.
- Vilches, Lorenzo. La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión. Barcelona: Paidós, 1984. ISBN 9788475092416.
- Kandinsky, Wassily. Punto y línea sobre el plano: contribución al análisis de los elementos pictóricos. Barcelona: Paidós, 1996. ISBN 8449303141.
- Arnheim, Rudolf. Arte y percepción visual: psicología del arte creador: nueva versión. Madrid: Alianza, 1979. ISBN 8420670030.
- Arnheim, Rudolf. Arte y percepción visual: psicología del ojo creador: nueva versión. 2ª ed. Madrid: Alianza, 2002. ISBN 8420678740.
- Wong, Wucius. Fundamentos del diseño. Barcelona: Gustavo Gili, 1995. ISBN 8425216435.
- Samara, Timothy. Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. ISBN 9788425222245.
- Küppers, Harald. Fundamentos de la teoría de los colores. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.
- Albers, Josef. La interacción del color. Madrid: Alianza, 1984. ISBN 8420670014.
- Jardí, Enric. Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán) y veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán). Barcelona: Actar, 2007. ISBN 9788496540910.
- Martín Montesinos, J.L.; Mas Hurtuna, M. Manual de tipografía: del plomo a la era digital. València: Campgràfic, 2001. ISBN 8493167738.
- Ángeles, Juan de los. Creatividad publicitaria: concepto, estrategias y valoración. Pamplona: Universidad de Navarra, 1996. ISBN 9788431313869.
- Bassat, Luis. El libro rojo de la publicidad: ideas que mueven montañas. Madrid: Espasa-Calpe, 1999. ISBN 8423987973.
- Oejo Montano, E. Dirección de arte: la cara oculta de la imagen publicitaria. Madrid: Celeste, 1998. ISBN 9788482111759.