UNIVERSIDAD DE DISEÑO, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Grado Universitario Oficial

BRANDING Y PUBLICIDAD

Documento detallado con las asignaturas de cada curso.

La primera Universidad española especializada en Diseño, Innovación y Tecnología.

udit.es

✦ Índice interactivo de contenidos

Asignaturas del primer curso

Asignaturas del segundo curso

Asignaturas del tercer curso

Asignaturas del cuarto curso

✦ Asignaturas del primer curso

Introducción a la publicidad

En esta asignatura podrás adquirir los conocimientos básicos sobre la evolución de la publicidad en las últimas décadas. Sabrás analizar los contextos culturales y las campañas de publicidad, así como las marcas y su comunicación en la sociedad actual. Aprenderás a analizar a publicidad y las acciones de marca en los diferentes medios, entendiendo los factores que influyen en la elección y programación de medios publicitarios.

Fundamentos del branding

En esta asignatura aprenderás lo que es el branding en el contexto económico y cultural actual. Estudiarás la marca como eje vertebrador de la comunicación comercial, los tipos de marca en función de sus objetivos como por ejemplo del personal branding a las corporaciones globales. Verás la introducción a los aspectos legales del branding. Registro, propiedad intelectual y propiedad industrial.

Historia de las marcas y la publicidad

En esta asignatura aprenderás cuales fueron los orígenes de las marcas, la imprenta como impulsor del branding en los siglos XV a XIX. Estudiarás la Revolución Industrial y su influencia decisiva en la economía, la publicidad y las marcas. El siglo XIX en Europa y Estados Unidos con las primeras marcas y el packaging como soporte de marca. La televisión como cambio de paradigma en la comunicación de marca.

Teoría de la comunicación

En esta asignatura, aprenderás la comunicación, sus funciones y su uso a lo largo de la historia. Estudiarás los principales autores del siglo XX que han abordado la teoría de la comunicación como psicólogos, sociólogos, filósofos. Aprenderás la comunicación bidireccional en la sociedad digital y las nuevas perspectivas.

Diseño digital I

En esta asignatura, conocerás las características específicas de los medios y materiales del dibujo artístico y digital aplicados a las creaciones publicitarias y de marca. Aprenderás a manejar con soltura las herramientas informáticas y las tecnologías de la información en el campo de la publicidad y la creación de marcas. Sabrás elegir las estrategias y las herramientas que considere más efectivos en cada actividad en relación con la publicidad y la creación de marca.

Ideación publicitaria

Comprenderás las características del lenguaje publicitario y del branding utilizado en el desarrollo de diferentes proyectos. Sabrás generar ideas en los diferentes ámbitos de la publicidad y el branding mediante técnicas y metodologías específicas. Aprenderás a interpretar los briefs publicitarios y de marca, profundizando en los objetivos de comunicación del cliente con puntos de vista imaginativos y disruptivos a la hora de abordar un encargo de naturaleza compleja.

Sociología y marketing

En esta asignatura aprenderás a analizar los contextos culturales y las campañas de publicidad, así como las marcas y su comunicación en la sociedad actual. Estudiarás como analizar a publicidad y las acciones de marca en los diferentes medios, entendiendo los factores que influyen en la elección y programación de medios publicitarios. Verás como adaptarse a los inevitables cambios conceptuales, instrumentales y sociales en el entorno profesional de la publicidad y las marcas a partir de la formación recibida.

Psicología de la percepción

Comprenderás el uso de la voz y la música como parte del lenguaje publicitario y de marca. Aprenderás el funcionamiento de la mente desde el punto de vista de la producción de piezas de publicidad eficaces. Sabrás informar, tanto oralmente como por escrito, sobre aspectos de la publicidad o creación de marcas.

Inglés I

Al finalizar esta asignatura serás capaz de obtener ciertas destrezas requeridas en el nivel cursado. El objetivo es que se familiarice con la gramática inglesa y adquiera confianza en las tareas orales y escritas. El vocabulario deberá ser suficiente como para poder mantener una conversación a nivel básico.

Fundamentos de la creatividad

En esta asignatura comprenderás las características del lenguaje publicitario y del branding utilizado en el desarrollo de diferentes proyectos. Aprenderás a generar ideas en los diferentes ámbitos de la publicidad y el branding mediante técnicas y metodologías específicas. Podrás expresar las ideas creativas, tanto publicitarias como de marca, usando técnicas, bocetos y bosquejos de forma efectiva.

Dibujo artístico

En esta asignatura conocerás las características específicas de los medios y materiales del dibujo artístico y digital aplicados a las creaciones publicitarias y de marca. Sabrás crear archivos digitales, tanto gráficos como audiovisuales, a partir de piezas de diferentes orígenes de una forma eficaz y creativa en el contexto de campañas publicitarias y de marca.

✦ Asignaturas del segundo curso

Storyboard y guión aplicado

Conocerás las características específicas de los medios y materiales del dibujo artístico y digital aplicados a las creaciones publicitarias y de marca. Aprenderás a transmitir información, ideas, problemas y soluciones publicitarias y de marca a un público tanto especializado como no especializado. Podrás aplicar los conocimientos a su trabajo de una forma profesional por medio de la elaboración de argumentos y la resolución de problemas el campo de la publicidad y del branding.

Fotografía

Podrás conocer los lenguajes y procesos creativos de la expresión y creación fotográfica. Aprenderás a trabajar con un equipo humano de forma efectiva en la generación y desarrollo de ideas publicitarias y de branding. Aprenderás a crear archivos digitales, tanto gráficos como audiovisuales, a partir de piezas de diferentes orígenes de una forma eficaz y creativa en el contexto de campañas publicitarias y de marca.

Publicidad y piezas de comunicación

Al finalizar la asignatura, podrás conocer la anatomía animal y analizar las características de diferentes personajes cinematográficos. Serás capaz de realizar un personaje para su adaptación en 3D, teniendo en cuenta la anatomía humana, la creación de vestuario, y la búsqueda de referencias de morfologías y vestuarios para el diseño.

Semiótica y lenguaje visual

En esta asignatura conocerás los fundamentos de la semiótica, el estudio de los signos como símbolos, iconos e índices. Estudiarás la denotación y la connotación como punto de partida en la creación publicitaria y el diseño de marcas. Comprenderás el lenguaje visual como código universal y vehículo cultural. Sabrás manejarte como un experto de las connotaciones del lenguaje visual.

Oratoria y presentación

Conocerás cómo transmitir información, ideas, problemas y soluciones publicitarias y de marca a un público tanto especializado como no especializado. Aprenderás a presentar conceptos e ideas propias mediante técnicas eficaces convincentes, en trabajos publicitarios y de marca que demuestren originalidad e innovación. Tendrás que informar tanto oralmente como por escrito, sobre aspectos de la publicidad o creación de marca.

Redacción publicitaria

Comprenderás las características del lenguaje publicitario y del branding utilizado en el desarrollo de diferentes proyectos. Serás capaz de generar ideas en los diferentes ámbitos de la publicidad y el branding mediante técnicas y metodologías específicas. Aprenderás a analizar los contextos culturales y las campañas de publicidad, así como las marcas y su comunicación en la sociedad actual.

Diseño digital II

Conocerás las características específicas de los medios y materiales del dibujo artístico y digital aplicados a las creaciones publicitarias y de marca. Estudiarás herramientas como Photoshop para el tratamiento de digital de imágenes en mapa de bits. Herramientas de dibujo, las capas y trabajo con máscaras. Aprenderás a crear y aplicar pinceles y texturas.

Estudio del público objetivo

Serás capaz de conocer el público objetivo como destinatario de los mensajes publicitarios y la comunicación de marca. Estudiarás la evolución del concepto de Target en las últimas décadas y como se han adaptado al mercado actual. Comprenderás como conocer a nuestro público objetivo, que técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas se utilizan.

Fundamentos del marketing de consumidor

Serás capaz de conocer el comportamiento del consumidor en los mercados convencionales y en el mercado online. Comprenderás la toma de decisiones de compra con factores psicológicos, sociales y económicos. Estudiarás la definición de público objetivo, los puntos de venta físicos, el comercio online desde la perspectiva de la experiencia de compra y la influencia de las redes sociales en el consumidor de hoy.

Taller de diseño de marca

Al finalizar la asignatura serás capaz de generar ideas en los diferentes ámbitos de la publicidad y el branding mediante técnicas y metodologías específicas. Aprenderás a interpretar los briefs publicitarios y de marca, profundizando en los objetivos de comunicación del cliente con puntos de vista imaginativos y disruptivos a la hora de abordar un encargo de naturaleza compleja.

Inglés II

Al finalizar la asignatura el estudiante obtendrá ciertas destrezas requeridas en el nivel cursado. Al estudiante se le supone unos conocimientos, previos por lo que en este curso se le exigirá una fluidez mayor en conversaciones y se trabajará para que pueda entender y producir de manera eficaz incluso en un ámbito anglosajón.

✦ Asignaturas del tercer curso

Taller de proyectos

En esta asignatura el estudiante será capaz de elaborar de forma autónoma proyectos completos ajustados a la realidad. Podrá adquirir experiencia en proyectos en conjunto con empresas reales. Aprenderá a desarrollar el programa requerido por un Proyecto de Diseño Gráfico, donde se trabajen aspectos conceptuales, formales y técnicos, desarrollando el producto gráfico necesaria.

Comunicación audiovisual

En esta asignatura conocerás las herramientas para acometer un proyecto audiovisual de nivel técnico no avanzado, mediante el trabajo en entornos digitales. Aprenderás la utilización de programa de edición de video tipo After Effects. Estudiarás la edición de video no lineal, la teoría del montaje, la digitalización de imágenes y la edición de imágenes.

Legislación aplicada

En esta asignatura dominarás los conocimientos necesarios para desarrollar la actividad profesional de diseñador, dentro del marco legal vigente, tanto como profesional autónomo, como al frente de su propia empresa. Estudiarás el ordenamiento jurídico español, la propiedad industrial, publicidad y competencia, contratos, empresa y medio ambiente y la protección de datos en Internet.

Técnicas de co-creación

En esta asignatura aprenderás las bases de la co-creación, sus técnicas y enfoques actuales. Conocerás las reglas de funcionamiento de las sesiones de co-creación. Aprenderás las ventajas e inconvenientes de la co-creación versus la ideación individual. Obtendrás la validación de las ideas en sesiones de co-creación.

Diseño interactivo

En esta asignatura aprenderás las técnicas y ciclo vital de un proyecto de animación con diferentes herramientas y soportes. 2D y 3D. Utilizarás programas de diseño Web y animación tipo Flash y el uso de la interfaz e integración con otros programas. Estudiarás aspectos esenciales de la animación, como máscaras, interpolaciones y otros conceptos. Aprenderás la interacción de usuario con botones, formularios y otros conceptos de interacción.

Análisis de tendencias

En esta asignatura conocerás las tendencias de consumo en las sociedades actuales, como motor de la economía de mercado, las tendencias y estilos como lenguajes generacionales e identificadores socioeconómicos. Aprenderás quienes son y cómo realizan su trabajo los creadores de tendencias. Verás las redes sociales como herramienta de detección y creación de tendencias.

Emprendimiento

En esta asignatura aprenderás los modelos organizativos de pequeñas y medianas empresas. Podrás emprender en el sector de la publicidad y el branding. Estudiarás la búsqueda de partners en función de perfiles, la gestión de proveedores y colaboradores externos. Aprenderás a presentar conceptos e ideas propias mediante técnicas eficaces convincentes, en trabajos publicitarios y de marca que demuestren originalidad e innovación.

Packaging

En esta asignatura aprenderás los aspectos técnicos y teóricos de proyectos de packaging, envases y soportes desde su proceso creativo hasta su proceso productivo. Estudiarás los aspectos teóricos del packaging como por ejemplo: diferencia entre packaging y envase, tipos de envase (packaging, envase secundario, embalaje o envase terciario), packaging y comunicación, el packaging como herramienta de marketing, acciones de packaging: (nuevo, rediseño, extensión de línea, complementarios, diversificación de nuevas oportunidades).

Dirección de arte

En esta asignatura aprenderás que el director de arte es un comunicador que en cada mensaje que elabora utiliza una herramienta diferencial. Estudiarás la imagen publicitaria, la redacción publicitaria, técnicas de comunicación visual, composición y componentes visuales, lenguaje visual, comunicación oral y escrita, escritura creativa, discurso creativo, marcas, publicidad, relaciones públicas, estrategias empresariales y la integración.

Prácticas Académicas Externas

Al finalizar esta asignatura, serás capaz de realizar tu curriculum y realizar tu portofolio. Realizarás una búsqueda activa de ofertas y prepararas entrevistas. Realizarás un mantenimiento de los perfiles profesionales en redes sociales. Completarás la realización de prácticas útiles para el futuro profesional y redactarás la memoria de prácticas.

✦ Asignaturas del cuarto curso

Taller de audio

En esta asignatura estudiarás el audio y su importancia en la publicidad y las marcas. Podrás aprender las herramientas y equipos de audio que hay en un estudio de grabación. Aprenderás la edición de audio con software especializado, lo que es la narrativa sonora, el doblaje y la locución y tendrás la oportunidad de crear un podcast.

Productos, mercados y medios publicitarios

Conocerás los conceptos de productos, mercados, medios de publicidad y la interrelación que existe entre ellos en su actividad social. Estudiarás los procesos de desarrollo de nuevos productos, la segmentación de mercado, la demanda, el mensaje publicitario y la estrategia publicitaria.

Introducción a la investigación cualitativa

En esta asignatura estudiarás la investigación cuantitativa y cualitativa, cuales son sus diferencias y cuándo utilizarlas. Aprenderás las técnicas formales e informales de investigación cualitativa y la innovación sobre bases de investigación de lo existente. Sabrás como entrevistar y conversar para obtener información valiosa .

Introducción a la inteligencia artificial

Conocerás las bases teóricas de la Inteligencia Artificial y el desarrollo actual de la Inteligencia Artificial en los diferentes campos de actividad. Estudiarás las herramientas de software disponibles para el diseño que utilizan la inteligencia artificial y redes neuronales. Aprenderás las implicaciones en el presente y futuro profesional de el desafío de la Inteligencia Artificial en el diseño.

Publicidad social y del tercer sector

En esta asignatura aprenderás los objetivos de marketing y de comunicación de las ONGs y las organizaciones sin ánimo de lucro. Conocerás una breve historia de la publicidad con fines sociales e institucionales. Estudiarás los códigos de las campañas del tercer sector y las diferencias con el lenguaje publicitario comercial.

Edición de video publicitario

Conocerás las herramientas para acometer un proyecto audiovisual de nivel técnico no avanzado, mediante el trabajo en entornos digitales. Estudiarás técnicas de generación y diseño, el diseño y Motion Graphics, recursos de imagen, animación como método de comunicación, tipos de animación, formatos, flujo de trabajo, edición y montaje de video con transiciones.

Postproducción digital

En esta asignatura aprenderás a crear archivos digitales, tanto gráficos como audiovisuales, a partir de piezas de diferentes orígenes de una forma eficaz y creativa en el contexto de campañas publicitarias y de marca. Utilizarás software de composición digital multicapa tipo combustión trabajando con otros programas como (3ds Max, Photoshop, Flash).

Espacios y experiencia de marca

En esta asignatura estudiarás las marcas como generadores de experiencias y las experiencias de marca en su relación con las ventas. Aprenderás la libertad o control de movimientos de los consumidores como parte esencial de los espacios experienciales. Conocerás como innovar en los espacios y experiencias de marca con las nuevas tendencias y posibilidades tecnológicas.

Fundamentos Big Data y Análisis de información

En esta asignatura, aprenderás la definición, características y arquitectura de datos, tecnologías básicas de captura y almacenamiento de datos. Estudiarás la introducción a las técnicas de análisis de grandes cantidades de información y la segmentación de consumidores y captación de tendencias mediante análisis de datos.

Creación de marca personal

Conocerás los fundamentos del personal branding, semejanzas y diferencias con el branding de compañías. Comprenderás cómo investigar a nuestro cliente teniendo marca propia y marca de encargo. Estudiarás las herramientas y técnicas para creación de marca personal y la marca personal como autopromoción.

Concepto de estrategia de marca

En esta asignatura conocerás como analizar el impacto de los contextos culturales, sociales, legales y económicos que permitan elaborar proyectos publicitarios y de marca adaptados al entorno. Estudiarás las estrategias en la creación de nuevas marcas y las fases de trabajo como la fase de investigación, la fase de análisis de la competencia y la fase de creación de líneas estratégicas y mapas de acción.

Trabajo Fin de Grado

El Trabajo Fin de Grado (TFG) en el grado de Publicidad y Branding consiste en realizar un proyecto personal complejo, en el que el estudiante deberá aplicar la mayoría de las competencias, habilidades y conocimientos adquiridos durante su formación. El TFG se estructura en dos grandes bloques:

1. Desarrollar proyectos publicitarios y de branding que impliquen aspectos de investigación, estratégicos, conceptuales, formales, técnicos, estéticos y de producción, desarrollando las presentaciones y la documentación necesaria.
2. Crear archivos digitales, tanto gráficos como audiovisuales, a partir de piezas de diferentes orígenes de una forma eficaz y creativa en el contexto de campañas publicitarias y de marca.

El estudiante deberá demostrar su capacidad de presentar conceptos e ideas propias mediante técnicas eficaces convincentes, en trabajos publicitarios y de marca que demuestren originalidad e innovación. Además se valorará que el estudiante demuestre que sabe analizar la información existente sobre aspectos concretos de la publicidad y la creación de marca para elaborar y exponer un trabajo/proyecto original que se ajuste a los requisitos definidos.