

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Multimedia y diseño gráfico

Materia: Informática

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Tercero

Semestre: Primero

Curso Académico: 2026-2027

1. Índice

1.	Índice	2
2.	Presentación.....	3
02.1	Descripción	3
02.2	Aplicaciones profesionales relevantes	3
3.	Resultados de aprendizaje de la titulación.....	3
4.	Resultados de aprendizaje de la materia	4
5.	Contenidos	4
6.	Metodología	5
7.	Evaluación	6
8.	Bibliografía	7
8.1	Basic Bibliography.....	7
8.2	Complementary Bibliografía.....	7

2. 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.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 – El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT4 – El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT6 – El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT11 – El estudiante será capaz de desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa, de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, en los canales de venta tradicionales y online.
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.

- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT21 – El estudiante será capaz de formular previsiones de ventas, anticipando tendencias y discontinuidades, para el cumplimiento de los objetivos establecidos
- RAT22 – El estudiante será capaz de diseñar planes comerciales centrados en el incremento del valor de los clientes de la empresa, aprovechando la dimensión digital de la empresa.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM7 – El estudiante será capaz de relacionar de forma clara el bienestar con la globalización y la sostenibilidad mediante ejercicios de estudios del caso.
- RAM8 – El estudiante será capaz de aplicar adecuadamente la Responsabilidad Social Corporativa para asegurar una comunidad empresarial sostenible mediante el aprendizaje por proyectos enfocados a la sostenibilidad.

5. Contenidos

Tema 1. Conceptos clave del Diseño Gráfico y Multimedia

- 1.1. ¿Qué es el diseño gráfico?
- 1.2. ¿Qué es multimedia?
- 1.3. Historia del diseño gráfico
- 1.4. Principales movimientos del diseño gráfico
- 1.5. Cultura visual

Tema 2. Fundamentos del Diseño Gráfico

- 2.1. Fundamentos del diseño
- 2.2. Percepción visual
- 2.3. Criterios de calidad en el diseño gráfico
- 2.4. Aplicaciones del diseño gráfico:
 - a) Diseño corporativo
 - b) Diseño para marketing y publicidad
 - c) Diseño editorial
 - d) Ilustración
 - e) Packaging
 - f) Diseño web

Tema 3. Teoría del Color

- 3.1. Definición de color
- 3.2. Clasificación de colores
- 3.3. Círculo cromático y armonía entre colores

- 3.4. Interacción entre colores
- 3.5. Síntesis aditiva y sustractiva
- 3.6. Propiedades del color
- 3.7. Simbología del color

Tema 4. Tipografía

- 4.1. Anatomía tipográfica
- 4.2. Familias tipográficas
- 4.3. Tipografía digital
- 4.4. Elementos tipográficos
- 4.5. Estética tipográfica
- 4.6. Selección y combinación de fuentes

Tema 5. Herramientas Digitales para el Diseño

- 5.1. Introducción a Adobe Illustrator
- 5.2. Herramientas esenciales de Adobe Illustrator
- 5.3. Introducción a Adobe Photoshop
- 5.4. Herramientas esenciales de Adobe Photoshop
- 5.5. Otros programas de Adobe Creative Cloud

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase

Evaluación continua

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de tres bloques de evaluación, divididas en actividades evaluables:

- A. Examen parcial: 20%
- B. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, exposiciones: 40%
 - 1. Cuatro actividades evaluables: 5% cada una
 - 2. Un trabajo o informe grupal: 10%
 - 3. Una presentación en grupo: 10%
- C. Examen final: 40%

Únicamente se procederá a la ponderación de estos tres bloques, en caso de que la calificación del examen final sea igual o superior a 4.0. Si la calificación del examen final es inferior a 4.0, no podrá superarse la asignatura.

En caso de que la asignatura quede suspendida y, a su vez, la calificación del examen final sea inferior a 5.0, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba adicional. Si la nota ponderada de las actividades del apartado B fuese inferior al 5, esta es también recuperable. Con el resultado obtenido, se procederá al cálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

Evaluación Única

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia

La asistencia regular a las actividades docentes presenciales constituye un requisito académico fundamental para la adecuada adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura. En este sentido, se establece una asistencia mínima obligatoria del 75 % del total de las sesiones programadas.

El incumplimiento de este porcentaje mínimo de asistencia conllevará la pérdida del derecho a presentarse al examen final de la asignatura. En consecuencia, el estudiante será calificado como suspenso, sin posibilidad de acogerse a procesos de reevaluación o segundas oportunidades, de acuerdo con la normativa académica vigente de la Universidad.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase.

8. Bibliografía

8.1 Basic Bibliography

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

8.2 Complementary Bibliography

- 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