



Diseño y creatividad

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño y creatividad

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2025-26

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Pablo Calzado Domínguez

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las referencias artísticas y los elementos visuales en la creación y diseño de campañas publicitarias.
- Aplicar las técnicas de pensamiento creativo y composición visual en campañas de publicidad en medios convencionales y no convencionales
- Demostrar el uso de herramientas digitales y de medios tecnológicos que intervienen en la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

2.2. Descripción de los contenidos

Principios fundamentales del diseño y la creatividad para la resolución de problemas.
Design thinking. Iniciación en procesos de producción estética y creativa.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

BLOQUE 0 INTRODUCCIÓN:

Explicación de todo el cuatrimestre. Fijar y hablar de las expectativas e importancia de contenidos y metodología.

Analizar y debatir en clase: **Qué veremos en la asignatura y cómo trabajaremos en la asignatura.**

CONTENIDO

Explicación de todo el cuatrimestre. Fijar y hablar de las expectativas e importancia de contenidos y metodología.

PRÁCTICA

1. Presentación asignatura.
2. Explicación de la Guía Docente.

BLOQUE 1 CONCEPTOS BÁSICOS

CONTENIDO: Primer acercamiento a los conceptos y tecnicismos básicos a la hora de abordar cualquier proyecto de **Creatividad y Diseño**.

Entenderemos de qué hablamos cuando decimos **Diseño y Creatividad**.

Tendremos un primer acercamiento a los **principios del diseño**

- **Elementos del diseño:** línea, forma, color, textura, espacio.
- **Principios del diseño:** contraste, repetición, alineación, proximidad.
- **Tipografías:** familias, usos, herramientas.
- **Color:** herramientas, tipologías, paletas.
- **Elementos gráficos:** forma, fotografía, ilustración.
- Arte vs **Diseño Gráfico**.
- **BRIEFING** como herramienta clave.

PRÁCTICA

ENTORNO ADOBE Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

BLOQUE 2 ENTORNO FÍSICO - OFFLINE

CONTENIDO: Vamos a desarrollar todas las habilidades necesarias para realizar cualquier trabajo en los entornos físicos (OFFLINE). Primer acercamiento a la herramienta Adobe Illustrator

- El **vector**.
- Entornos **CMYK**.
- **Formatos** y pesos físicos.
- **Layout**. Bocetar, maquetas y prototipos.
- **Póster**. . diseño y maquetación.
- **Dípticos**, maquetación y exportación.
- Revistas. formatos, artes finales.

PRÁCTICA

ADOBE ILLUSTRATOR Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

BLOQUE 3 INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y FOTOGRAFÍA

CONTENIDO: Trabajaremos la fotografía y la inteligencia artificial generativa para entender y aplicar en cualquier trabajo de diseño Gráfico con imágenes. Primer acercamiento a la herramienta Adobe Photoshop

- Mapa **bits**.
- **Retoque** fotográfico.
- **Inteligencia Artificial** Generativa.
- **Capas**.
- **Formatos** y exportación.
- **Encuadre**.

PRÁCTICA

ADOBE PHOTOSHOP Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

BLOQUE 4 ENTORNO DIGITAL - ONLINE

CONTENIDO: Vamos a desarrollar todas las habilidades necesarias para realizar cualquier trabajo en los entornos digitales (ONLINE). Primer acercamiento a la herramienta Adobe XD

- El **píxel**
- Entornos **RGB**
- **Formatos** y pesos digitales
- **Wireframes**. Bocetar, maquetas y prototipos
- **Website**. Landing, web, portal. etc.
- **Redes Sociales**. Formatos y características
- **Apps y entornos digitales**. Móvil, pantalla, tableta, etc

PRÁCTICA

ADOBE XD Y OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad dirigida 01

CREATIVIDAD Y DISEÑO APLICADO A UNA GRÁFICA (COLOR y TIPOGRAFÍA)

Crearemos 3 GRÁFICAS a través de tipografía y color para 3 marcas distintas de un mismo sector (por ejemplo: banca, comunicaciones, comida rápida, leche, etc.)

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 02

CREATIVIDAD Y DISEÑO APLICADO A FORMAS VECTORIALES

Vamos a crear un OBJETO a través de formas geométricas como elemento de apoyo a nuestro logo o marca.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 03

CREATIVIDAD Y DISEÑO DE IDENTIDAD DE MARCA

Crearemos una marca desde cero con su manual de identidad.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 04

CREATIVIDAD Y DISEÑO DE UN CARTEL DE CINE

Diseño y maquetación de una campaña de Cine (cartel, marquesina y redes)

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 05

CREATIVIDAD Y DISEÑO APLICADO A RETOQUE, COLOR Y ENCUADRE

Trabajaremos sobre imágenes los distintos tipos de acabado para nuestra campaña.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 06

CREATIVIDAD Y DISEÑO DE CAMPAÑA DIGITAL

Crearemos una campaña digital con todas sus bajadas.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 07

CREATIVIDAD Y DISEÑO DE WEBSITE

Diseñaremos una LANDING de venta de producto.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

Actividad dirigida 18

CREATIVIDAD Y DISEÑO APP MÓVIL

Diseñaremos la home y 3 pantallas de una APP móvil.

Sobre los trabajos: repaso en GRUPO, análisis depuración y mejora.

3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1 Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría y práctica	45	45 (100%)
AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7,5	7,5 (100%)
AF4 Evaluación	7,5	7,5 (100%)
Total	150	60

4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	
Convocatoria ordinaria	
Modalidad presencial	PONDERACIÓN
SE1 Asistencia y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%
Convocatoria extraordinaria	
Modalidad presencial	PONDERACIÓN
SE1 Asistencia y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5 BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA. DISEÑO PUBLICITARIO EN 7 LIBROS

1. "El libro rojo de la publicidad" de Luis Bassat. Un libro esencial que cubre desde cómo crear un eslogan con gancho hasta los principios generales de la publicidad.
2. "Publicidad Creativa" de Miriam Sorrentino. Ofrece técnicas para crear anuncios y abarca la cultura, psicología, sociología y tecnología que componen la vida cotidiana de la profesión.
3. "Publicidad y diseño. Las claves del éxito" de Robin Landa. Considerado el texto más completo para formadores, alumnos y cualquier lector afín al diseño gráfico.
4. "Las claves de la publicidad" de Mariola García Uceda. Proporciona pautas para conseguir el éxito en el mundo de la publicidad.
5. "Redacción publicitaria. El arte de escribir para vender" de Jesús Pérez Viejo. La redacción publicitaria es una habilidad clave en el diseño de anuncios efectivos, y este libro ofrece una guía completa sobre cómo escribir textos persuasivos.
6. "El libro de la publicidad" de David Ogilvy. Figura legendaria en el mundo de la publicidad, y en este libro comparte sus ideas y consejos sobre cómo crear anuncios exitosos. Aunque fue escrito hace varias décadas, muchos de sus principios siguen siendo relevantes hoy en día,
7. "Diseño gráfico publicitario" de Janie Butler y Clive Court. Este libro ofrece una visión general del diseño gráfico aplicado a la publicidad, cubriendo temas como la composición, el color, la tipografía y la creación de mensajes visuales efectivos.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Ambrose, G. y Harris, P. (2007). Impresión y acabados. Barcelona: Parramon.
- Blackwell, L. (1998). Tipografía del siglo XX. Barcelona: Gustavo Gili.
- Carter, D. (2000). The new big book of logos. New York: HBI.
- Carter, D. (2001). The big book of corporate identity design. New York: HBI.
- Cerezo, J. M. (2002) Diseñadores en la nebulosa. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Chan, R. y Obermeier, B. (2007). Illustrator: técnicas esenciales. Madrid: Anaya
- Costa, J. (2007). Diseñar para los ojos. Barcelona: Costa Punto Com.
- Dondis, D. A. (1998). La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Barcelona: Gustavo Gili.
- Elam, K. (2006). Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- Frutiger, A. (2007). El libro de la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- González, L. y Pérez, P. (2001). Principios básicos sobre diseño periodístico. Madrid: Universitas.
- Gordon, M. y Dodd, E. (1994). Tipografía decorativa. Barcelona: Gustavo Gili.
- Graham, D. (2008). Las herramientas del diseñador: 2000 muestras de colores. Barcelona: Index Book.
- Heller, S. y Ilic, M. (2004). Escrito a mano. Diseño de las letras manuscritas en la era digital. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jute, A. (1997). Retículas: la estructura del diseño gráfico. Barcelona: Index books.
- Koren, L. y Wippo, R. (1992). Recetario de diseño gráfico. México: Ed. Gustavo Gili, S.A.
- Krug, S. (2006). No me hagas pensar. Prentice-Hall.
- March, M. (1989). Tipografía creativa. Barcelona: Gustavo Gili.

- Moreno, T. (1996). El color. Historia, teoría y aplicaciones. Barcelona: Ariel, Historia del Arte. Barcelona.
- Murphy, J. y Rowe, M. (1992). Cómo diseñar logotipos. Barcelona: Gustavo Gili.
- Owen, W. (1991). Diseño de revistas. Barcelona: Gustavo Gili.
- Poynor, R. (2004). No más normas. Diseño gráfico posmoderno. BCN: Gustavo Gili.
- Sala, M. (2000). Logos made in Spain. Barcelona: Index book.
- Satué, E. (1988). El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. MAD Alianza Editorial.

Recurso digital:

PORTALES DE INSPIRACIÓN

<https://www.pinterest.es/>
<https://www.behance.net/> SÚPER REF.
<https://www.domestika.org/es/projects>

TUTORIALES

<https://www.crehana.com/es/cursos-nuevos/>
<https://www.domestika.org/es/courses>

PRENSA Y MEDIOS DEL SECTOR

<https://lapublicidad.net/>
<https://www.marketingdirecto.com/>
<https://controlpublicidad.com/>
<https://www.anuncios.com/>
<https://www.reasonwhy.es/>

FESTIVALES DE CREATIVIDAD Y DISEÑO

<https://tocadosnebrija.com/> NEBRIJA
<https://elsolfestival.com/>
<https://www.clubdecreativos.com/>
<https://www.canneslions.com/>
<https://www.premioseficacia.com/>

DISEÑO: PORTALES, RECURSOS, HERRAMIENTAS

<https://www.toools.design/> (súper referencia)
<https://www.olds skull.net/>
<http://www.nometoqueslashelveticas.com/>
<https://iabspain.es/formatos-publicitarios/>
www.unostiposduros.com
<https://www.toools.design/>

BANCOS DE IMÁGENES GRATIS

<https://pixabay.com/es/>
<https://unsplash.com/es>
<https://www.pexels.com/es-es/>

BANCO DE IMÁGENES DE PAGO

<https://www.istockphoto.com/es>
<https://www.gettyimages.es/>
<https://stock.adobe.com/es>

TIPOGRAFÍAS

<https://fonts.google.com/> (súper referencia)
<https://www.dafont.com/es/>
<https://www.toools.design/font-library-and-inspiration>

COLOR (HERRAMIENTAS)

<https://color.adobe.com/es/create/color-wheel>
<https://www.toools.design/color-inspiration-and-combination-tools>

PODCAST

Bram Stoker

<https://www.brandstocker.com/podcast/>

Cómo Diferenciarse

<https://tonicolom.ws/podcast>

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Pablo Calzado Domínguez
Departamento	Departamento de Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas
Correo electrónico	pcalzado@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Soy Licenciado en Publicidad y RRPP por la Universidad Europea de Madrid. Además de otras formaciones en fotografía, edición de video y diseño web. CREATIVO Como profesional llevo más de 22 años siendo Creativo y Diseñador Gráfico en La Despensa, Dommo, GyroHSR, DDB, Tribal, Wysiwyg, Grey, JCDecaux, Yorokobu, Bungalow 25 y Wata Studio. He trabajado para: BMW, La Casera, Fiat, EON, Turismos de Canarias, Schweppes, Volkswagen. Lotería Nacional, Movistar, Caixa, Domino 's Pizza, Rodilla, Amstel, Disney, Trina, El País, Sage, American Express, Samsung, BBVA, El Corte Inglés, Lowi, Mahou, Vermut Lustau, Sanitas, San Miguel, etc. Además de múltiples pymes y emprendedores. PROFESOR Como profesor además de NEBRIJA he dado clases en la MIAMI ADS SCHOOL y UPM entre otras. ACTUALMENTE En la actualidad trabajo en la agencia WATA como Director Creativo y como Director Creativo y Estrategia en THE CÍRCULO. Además he creado una Gestora Cultural, CHICHA PROYECTOS, que impulsa proyectos de música y arte.