

**MÀSTER UNIVERSITARI EN
DISSENY I COMUNICACIÓ**

Versió 2.

COA 03/03/09

PLA D'ESTUDIS DE MÀSTER OFICIAL

(versió amb les modificacions aprovades a la COA de 03/03/09)

SRA. VICERECTORA DE POSTGRAU, DOCTORAT I RELACIONS INTERNACIONALS

MARÍA MORRÁS

ÒRGAN RESPONSABLE DEL PROGRAMA OFICIAL DE POSTGRAU

ELISAVA Escola Superior de Disseny / Universitat Pompeu Fabra

Signat: **Xavier Costa i Jordi Cano**

Títol oficial de màster

Màster en Disseny i Comunicació

Máster en Diseño y Comunicación

Master in Design and Communication

Objectius formatius de la titulació (Descripció sintètica de competències a assolir)

La necessitat d'optimitzar el disseny i la comunicació s'imposa en qualsevol proposta professional individual, en tota activitat empresarial i en qualsevol àmbit de divulgació cultural o institucional. En tots aquests casos, la figura del dissenyador adquireix una importància decisiva en el procés de creació dels missatges i la seva adequació als objectius, els costums i les demandes de la societat. En termes de comunicació, tot allò que no es veu, no existeix. La comunicació ha esdevingut un dels factors estratègics essencials per a la innovació i el posicionament d'empreses i institucions. En el dissenyador recau la responsabilitat de formalitzar les polítiques estratègiques de les organitzacions.

Objectius:

- Dotar l'alumne d'un perfil professional competitiu i innovador que integri els últims criteris i tendències en disseny i comunicació i la seva aplicació tant en l'àmbit de l'empresa com de l'administració pública.
- Destacar el paper preponderant de la comunicació estratègica com a factor d'innovació i l'aportació de valor del disseny en la creació de missatges.
- Oferir els instruments i les eines necessàries d'una metodologia per a l'anàlisi i l'adequació formal d'una estratègia.
- Dotar d'eines teòriques i pràctiques per a desenvolupar la capacitat creativa, de seducció i persuasió, així com la seva competència per a l'anàlisi i la direcció d'equips.
- Fomentar la immersió en la cultura visual, propiciant la multidisciplinarietat i la interrelació de mitjans i llenguatges creatius.
- Establir diverses línies de treball teòric i pràctic per a l'anàlisi i el control de l'eficàcia i

l'adequació de la formalització del missatge persuasiu.

Competències instrumentals.

- Capacitat d'anàlisi i de síntesi
- Capacitat d'organitzar i planificar
- Capacitat per resoldre problemes aplicats a la resolució de projectes.
- Habilitats per a la gestió de la informació en l'àmbit del disseny gràfic aplicat a la comunicació.

Competències Interpersonals:

- Capacitat de treballar en equips interdisciplinaris
- Capacitat crítica i autocrítica
- Capacitat d'aprendre autònomament
- Capacitat per a comunicar i defensar projectes.

Competències Sistèmiques:

- Capacitat d'adaptar-se a noves situacions
- Capacitat de vincular aptituds creatives amb elements de sistematització i gestió de projectes.
- Preocupació per la qualitat.

Competències Específiques:

- Saber actuar de manera competitiva en l'àmbit del disseny i la comunicació visual, des de la perspectiva de la seva aplicació en el món laboral.
- Saber desplegar aspectes propis del disseny i practicables, en tasques específiques, a diferents àmbits de la comunicació al servei de l'empresa o la institució.
- Aportar elements de valor a les organitzacions, empreses o institucions vehiculades a través del disseny i diferents accions de comunicació.
- Saber utilitzar tècniques innovadores i creatives aplicables a la solució de problemes específics plantejats de manera estratègica.
- Saber posar en pràctica metodologies que incorporin solucions innovadores en el camp dels disseny i la comunicació visual.
- Desenvolupar la capacitat analítica en l'àmbit del disseny i la comunicació aplicable, en funció de l'especialització escollida, a la publicitat o la direcció d'art.
- Desplegar la capacitat creativa i aplicar-la a la introducció de noves tendències.
- Conèixer l'àmbit professional en que es desplega l'activitat del disseny i la comunicació aplicada a la publicitat o la direcció d'art.
- Ser capaç de cercar els recursos tècnics necessaris per a resoldre de manera positiva una labor concreta en el marc d'un equip de treball propi de l'activitat professional.
- Saber traduir en un informe l'activitat desenvolupada i redactar un projecte que expliciti de manera visual i textual una labor específica.

Objetivos formativos de la titulación (descripción sintética de las competencias que deben adquirirse)

La necesidad de optimizar el diseño y la comunicación se impone en cualquier propuesta profesional individual, en toda actividad empresarial y en cualquier ámbito de divulgación cultural o institucional. En todos estos casos, la figura del diseñador adquiere una importancia decisiva en el proceso de creación de los mensajes y su adecuación a los objetivos, las costumbres y las demandas de la sociedad. En términos de comunicación, lo que no se ve no existe. La comunicación se ha convertido en uno de los factores estratégicos esenciales para la innovación y el posicionamiento de empresas e instituciones. En el diseñador recae la responsabilidad de formalizar las políticas estratégicas de las organizaciones.

Objetivos:

- Dotar al alumno de un perfil profesional competitivo e innovador que integre los últimos criterios y tendencias en diseño y comunicación y su aplicación tanto en el

ámbito de la empresa como en la administración pública.

- Destacar el papel preponderante de la comunicación estratégica como factor de innovación y la aportación de valor del diseño en la creación de mensajes.
- Ofrecer los instrumentos y las herramientas necesarias de una metodología para el análisis y la adecuación formal de una estrategia.
- Dotar al alumno de herramientas teóricas y prácticas para desarrollar la capacidad creativa, de seducción y persuasión, así como su competencia para el análisis y la dirección de equipos.
- Fomentar la inmersión en la cultura visual, propiciando la multidisciplinariedad y la interrelación de medios y lenguajes creativos.
- Establecer diversas líneas de trabajo teórico y práctico para el análisis y el control de la eficacia y la adecuación de la formalización del mensaje persuasivo.

Competencias instrumentales:

- Capacidad de análisis y de síntesis
- Capacidad de organización y planificación
- Capacidad para resolver problemas aplicados a la resolución de proyectos.
- Habilidades para la gestión de la información en el ámbito del diseño gráfico aplicado a la comunicación.

Competencias interpersonales:

- Capacidad para trabajar en equipos interdisciplinarios
- Capacidad crítica y autocrítica
- Capacidad para aprender de forma autónoma
- Capacidad para comunicar y defender proyectos.

Competencias sistémicas:

- Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones
- Capacidad para vincular aptitudes creativas con elementos de sistematización y gestión de proyectos.
- Preocupación por la calidad.

Competencias específicas:

- Saber actuar de manera competitiva en el ámbito del diseño y la comunicación visual, desde la perspectiva de su aplicación en el mundo laboral.
- Saber desplegar aspectos propios del diseño practicables, en tareas específicas, a diferentes ámbitos de la comunicación al servicio de la empresa o la institución.
- Aportar elementos de valor a las organizaciones, empresas o instituciones vehiculados a través del diseño y diferentes acciones de comunicación.
- Saber utilizar técnicas innovadoras y creativas aplicables a la solución de problemas específicos planteados de manera estratégica.
- Saber poner en práctica metodologías que incorporen soluciones innovadoras en los campos del diseño y la comunicación visual.
- Desarrollar la capacidad analítica en el ámbito del diseño y la comunicación aplicable, en función de la especialización escogida, a la publicidad o a la dirección de arte.
- Desplegar la capacidad creativa y aplicarla a la introducción de nuevas tendencias.
- Conocer el ámbito profesional en el que se desarrolla la actividad del diseño y la comunicación aplicada a la publicidad o a la dirección de arte.
- Ser capaz de buscar los recursos técnicos necesarios para resolver de manera positiva una labor concreta en el marco de un equipo de trabajo propio de la actividad profesional.
- Saber traducir en un informe la actividad desarrollada y redactar un proyecto que explicita de manera visual y textual una labor específica.

Educational aims of the degree (Summarised description of skills to be achieved)

The need to optimise design and communication imposes itself on any individual professional initiative, on all business activity and in any context of circulating cultural or

institutional information. In all of these cases, the figure of the designer becomes of decisive importance in the process of creating messages and their suitability to the aims, customs, and demands of society. In terms of communication, anything that is not seen does not exist. Communication has become one of the essential strategic factors for innovation and the positioning of companies and institutions. The responsibility for formalising organisations' strategic policies rests on the designer's shoulders.

Aims:

- To provide the student with a competitive and professional profile with the latest criteria and trends in design and communication and their application in both business and the public administration.
- To emphasise the predominant role of strategic communication as an innovative factor and the contribution of design in the creation of messages.
- To provide the methodological tools and instruments necessary for the analysis and formal adaptation of a strategy.
- To give the theoretical and practical tools to develop the capacity for creation, seduction and persuasion, as well as the ability for analysis and team management.
- To encourage immersion in visual culture, bringing about a variety of disciplines and the interrelation of media and creative languages.
- To establish different lines of theoretical and practical work to analyse and control the efficiency and adaptability when forming a persuasive message.

Instrumental skills:

- Capability for analysis and synthesis.
- Capability for organising and planning.
- Capability for solving problems applied to the solution of projects.
- Abilities for managing information in the context of graphic design applied to communication.

Interpersonal skills:

- Capability for working in multi-disciplinary teams.
- Capability for criticism and self-criticism.
- Capability for self-teaching.
- Capability for communicating and defending projects.

Systems skills:

- Capability for adapting to new situations.
- Capability for linking creative aptitudes with aspects of systemisation and management of projects.
- Concern for quality.

Specific skills:

- To know how to act competitively in the field of design and visual communication, from the perspective of applying this in the real world of work.
- To know how to use personal and practicable aspects of design in specific tasks, in different fields of communication for the benefit of the company or institution.
- To make worthy contributions to organizations, companies or institutions using design and different communication activities as a vehicle.
- To know how to use innovative and creative techniques applicable to the solution of specific, strategically set problems.
- To know how to put into practice methodologies that involve innovative solutions in the field of design and visual communication.
- To develop an analytic ability in the context of design and applicable communication, according to the chosen specialisation, advertising or art management.
- To use creative ability and apply this to the introduction of new trends.
- To get to know the professional field in which the activity of design and communication applied to advertising and art management takes place.
- To be able to look for the necessary technical resources to positively solve a specific job in the context of a work team belonging to the same professional activity.

- To know how to transform the work carried out into a report, and to draw up a project that visually and textually explains a specific task.

Modalitat de la titulació
Acadèmica:
Professional: X
Recerca:

Especialitats de la titulació
Especialitat 1: Mòdul Disseny, Creativitat i Publicitat Módulo de Diseño, Creatividad y Publicidad Design, Creativity and Advertising Module
Especialitat 2: Mòdul de Direcció d'Art Módulo de Dirección de Arte Artistic management Module

Nombre de crèdits de la titulació¹: 60
Oferta global de la titulació²: 70

¹ Si les especialitats tenen un nombre diferent de crèdits ECTS, cal especificar el nombre de cadascuna (*no entren al còmput dels crèdits ECTS de la titulació els mòduls d'anivellament*)

² El càlcul de l'oferta global de la titulació es comptabilitza d'acord amb el criteri següent:
- Els Màsters 60 crèdits no pot superar aquest nombre de crèdits incrementats en un 75%. Quan el màster tingui especialitats, aquest percentatge serà aplicable per cada especialitat.

Exemples:

- * Màster o especialitat de 60 ECTS: màxim 105 ECTS
- * Màster o especialitat de 90 ECTS: màxim 158 ECTS
- * Màster o especialitat de 120 ECTS: màxim 210 ECTS

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial

Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual

TÍTOL DE MÀSTER

Màster en Disseny i Comunicació
Master's In Design and Communication

(Repetir les taules següent per a cada assignatura)

1. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES DE MÀSTER
2. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT (si s'escau)
3. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OPTATIVES
4. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES D'ANIVELLAMENT (si s'escau)

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació

1. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES DE MÀSTER

Mòdul ¹	Tipus ²	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ³	Coneixements, capacitats i destreses
1	A	1	1	El disseny i la comunicació: conceptes generals i teories	6	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les arrels de la comunicació. Les situacions comunicatives ▪ Els mitjans de comunicació i la cultura ▪ Teories i pràctiques de la comunicació. Evolució dels conceptes principals ▪ Principis fonamentals del disseny com a eina de comunicació. ▪ Diferents dimensions del disseny aplicat a la comunicació: estratègica, persuasiva, semiòtica, narrativa. ▪ La comunicació publicitària: especificitats <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitat per a interpretar els principis fonamentals del disseny y la seva aplicabilitat en l'àmbit de la comunicació. ▪ Habilitat per a identificar tècniques i estratègies innovadores aplicables a la comunicació visual. ▪ Saber densificar i posar en pràctica elements persuasius i narratius a través del disseny. ▪ Capacitat per adquirir instruments necessaris per a identificar i plantejar situacions que poden traduir-se en missatges comunicatius, des de la perspectiva del disseny i la publicitat.
1	A	1	1	El diseño y la comunicación: conceptos generales y teorías	6	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las raíces de la comunicación. Las situaciones comunicativas ▪ Los medios de comunicación y la cultura ▪ Teorías y prácticas de la comunicación. Evolución de los conceptos principales ▪ Principios fundamentales del diseño como herramienta de comunicación ▪ Diferentes dimensiones del diseño aplicado a la comunicación: estratégica, persuasiva, semiótica y narrativa ▪ La comunicación publicitaria: especificidades <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad para interpretar los principios fundamentales del diseño y su aplicabilidad en el ámbito de la comunicación ▪ Habilidad para identificar técnicas y estrategias innovadoras aplicables a la comunicación visual ▪ Saber densificar y poner en práctica elementos persuasivos y narrativos a través del diseño ▪ Capacidad para adquirir instrumentos necesarios para identificar y plantear situaciones que pueden traducirse en mensajes comunicativos, desde la perspectiva del diseño y la publicidad
1	A	1	1	Design and communication: general and theoretical concepts	6	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ The roots of communication. Communicative situations ▪ Media and culture ▪ Communication theories and practices. Development of main concepts. ▪ Fundamental principles of design as a communications tool. Different aspects of design applied to communication: strategic, persuasive, semiotic, narrative. ▪ Advertising communication: specifics. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ The capability to interpret the fundamental principles of design and their suitable application in the field of communication. ▪ The ability to identify innovative techniques and strategies applicable to visual communication. ▪ To know how to give shape to persuasive and narrative elements and put them into practice, through design. ▪ The capability for acquiring the necessary instruments to identify and approach situations that may become communicative messages, from the perspective of design and advertising.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació						
1. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES DE MÀSTER						
Mòdul ⁴	Tipus ⁵	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ⁶	Coneixements, capacitats i destreses
1	A	1	1	La comunicació personal	3	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conceptes generals de la comunicació neurolingüística. ▪ La negociació, les dinàmiques de grup, l'eficàcia en situacions d'interacció comunicativa personal, eines de presentació i argumentació. ▪ La percepció i la persuasió, característiques i mitjans. ▪ Llenguatge verbal i no verbal. <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilitat per a desplegar elements de persuasió i estratègies de comunicació personal. ▪ Adquirir coneixements aplicables al desenvolupament de tasques col·lectives en àmbits interdisciplinaris. ▪ Saber presentar i argumentar projectes de manera competitiva en l'àmbit del disseny i la comunicació visual, des de la perspectiva de la seva aplicació en el context laboral.
1	A	1	1	La comunicació personal	3	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conceptos generales de la comunicación neurolingüística ▪ La negociación, las dinámicas de grupo, la eficacia en situaciones de interacción comunicativa personal, herramientas de presentación y argumentación ▪ La percepción y la persuasión: características y medios ▪ Lenguaje verbal y no verbal <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad para desplegar elementos de persuasión y estrategias de comunicación personal ▪ Adquirir conocimientos aplicables al desarrollo de tareas colectivas en ámbitos interdisciplinarios ▪ Saber presentar y argumentar proyectos de manera competitiva en el ámbito del diseño y la comunicación visual, desde la perspectiva de su aplicación al contexto laboral
1	A	1	1	Personal communication	3	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ General concepts of neuro-linguistic communication. ▪ Negotiating, group dynamics, and efficiency in situations of personal communicative interaction, and defending arguments. ▪ Perception and persuasion, characteristics and resources. ▪ Verbal and non-verbal language. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ability to use elements of persuasion and personal communication strategies. ▪ Acquiring knowledge applicable to carrying out group tasks in multi-disciplinary contexts. ▪ Knowing how to present and argue for projects competitively in the field of design and visual communication, from the perspective of the application of this in the context of the world of work.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació

1. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES DE MÀSTER

Mòdul ⁷	Tipus ⁸	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ⁹	Coneixements, capacitats i destreses
1	A	1	1	El disseny i la comunicació estratègica a l'empresa i a l'administració pública.	6	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'empresa i la comunicació. ▪ Comunicació estratègica i comunicació integral. Planificació estratègica de la comunicació ▪ Aportar valor des del disseny. Disseny aplicat al Màrqueting i al <i>Branding</i> ▪ Eines, mitjans i canals per a la comunicació : ▪ Relacions públiques i esdeveniments. Pla de mitjans. Estructuració i gestió. Màrqueting directe. <i>Buzzing</i>, teoria del "boca-orella". ▪ La comunicació a l'administració pública. <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitat per analitzar l'entorn a partir de les necessitats comunicatives de l'empresa i les institucions, determinant quin són els elements claus, els grups d'interès i els processos que intervenen directa i indirectament en l'àmbit de la nostra acció. ▪ Saber desplegar aspectes propis del disseny i practicables, en tasques específiques, a diferents àmbits de la comunicació al servei de l'empresa o la institució. ▪ Aportar elements de valor a les organitzacions, empreses o institucions vehiculades a través del disseny i diferents accions de comunicació.
1	A	1	1	El diseño y la comunicación estratégica en la empresa y en la administración pública.	6	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La empresa y la comunicación ▪ Comunicación estratégica y comunicación integral. Planificación estratégica de la comunicación ▪ Aportar valor desde el diseño. Diseño aplicado al <i>marketing</i> y al <i>branding</i> ▪ Herramientas, medios y canales para la comunicación ▪ Relaciones públicas y eventos. Plan de medios. Estructuración y gestión. Marketing directo. <i>Buzzing</i>, teoría del "boca-oreja" ▪ La comunicación en la administración pública <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad para analizar el entorno a partir de las necesidades comunicativas de la empresa y las instituciones, determinando cuáles son los elementos clave, los grupos de interés y los procesos que intervienen directa e indirectamente en el ámbito de nuestra acción ▪ Saber desplegar aspectos propios del diseño practicables, en tareas específicas, a diferentes ámbitos de la comunicación al servicio de la empresa o la institución ▪ Aportar elementos de valor a las organizaciones, empresas o instituciones vehiculados a través del diseño y diferentes acciones de comunicación
1	A	1	1	Design and strategic communication in companies and public administrations.	6	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Companies and communication. ▪ Strategic communication and complete communication. Strategic planning of communication ▪ Adding value through design. Design applied to Marketing and <i>Branding</i> ▪ Tools, media and channels for channels communication : ▪ Public relations and events. Media plan. Structuring and management. Direct marketing. <i>Buzzing</i>, the theory of "mouth-to-ear". ▪ Communication in public administration. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ The ability to analyse the environment based on the communicative need of the companies and institutions, determining what the key elements are, the interest groups and the processes that intervene directly in our field of activity. ▪ Knowing how to use practicable aspects of design in specific tasks and contexts of communication for the benefit of the company or institution. ▪ Contributing worthy elements to organizations, companies or institutions using design and different communication activities as a vehicle.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació						
1. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES DE MÀSTER						
Mòdul ¹⁰	Tipus ¹¹	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ¹²	Coneixements, capacitats i destreses
2	A	1	1	El disseny i l'estratègia comunicativa	6	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disseny i comunicació visual: elements fonamentals, comunicació gràfica, anàlisi de la informació gràfica, imatge i identitat corporativa, comunicació visual i narració. ▪ Disseny i pensament estratègic ▪ Disseny i creativitat. Art, estètica, estil. ▪ Llenguatges i canals. <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Saber identificar el elements fonamentals del disseny i la comunicació gràfica. ▪ Adquirir capacitat pràctica i conèixer la dimensió projectual del disseny. ▪ Capacitat per a traçar un línia estratègica adaptable a diferents solucions gràfiques.
2	A	1	1	El diseño y la estrategia comunicativa	6	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño y comunicación visual: elementos fundamentales, comunicación gráfica, análisis de la información gráfica, imagen e identidad corporativa, comunicación visual y narración ▪ Diseño y pensamiento estratégico ▪ Diseño y creatividad. Arte, estética y estilo ▪ Lenguajes y canales <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Saber identificar los elementos fundamentales del diseño y la comunicación gráfica ▪ Adquirir capacidad práctica y conocer la dimensión proyectual del diseño ▪ Capacidad para trazar una línea estratégica adaptable a diferentes soluciones gráficas
2	A	1	1	Design and communicative strategy	6	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Design and visual communication: fundamental elements, graphic communication, analysis of graphic information , image and corporate identity, visual communication and narration. ▪ Design and strategic thinking ▪ Design and creativity. Art, aesthetics, style. ▪ Languages and channels. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Knowing how to identify the fundamental elements of design and graphic communication. ▪ Acquiring practical capability and recognising the project dimensions of design. ▪ The ability to trace a strategic line adaptable to different graphic solutions.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació						
1. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES DE MÀSTER						
Mòdul ¹³	Tipus ¹⁴	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ¹⁵	Coneixements, capacitats i destreses
2	A	1	2	Metodologia de projectes aplicada al Disseny.	4	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les fases del projecte ▪ Eines, dramàtica i eficàcia en la presentació de projectes ▪ Tallers vinculats al desplegament de treballs analitzant casos d'estudi. <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitat per a utilitzar el disseny gràfic com a llenguatge per analitzar, projectar estratègicament i comunicar. ▪ Adquirir tècniques per a segmentar i definir els diferents públics objectius ▪ Saber identificar les diferents fases del projecte i definir-ne les eines més adequades per utilitzar.
2	A	1	2	Metodología de proyectos aplicada al diseño	4	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las fases del proyecto ▪ Herramientas, dramaturgia y eficacia en la presentación de proyectos ▪ Talleres vinculados al despliegue de trabajos analizando casos de estudio <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad para utilizar el diseño gráfico como lenguaje para analizar, proyectar estratégicamente y comunicar ▪ Adquirir técnicas para segmentar y definir los diferentes públicos objetivos ▪ Saber identificar las diferentes fases del proyecto y definir sus herramientas más adecuadas a utilizar
2	A	1	2	Methodology of projects applied to design.	4	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Phases of the project ▪ Tools, dramaturgy and efficiency in presenting projects ▪ Workshops related to using works to analyse case studies. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ability to use graphic design as a language to analyse, strategically project and communicate. ▪ Acquiring techniques to break down and define the different public aims. ▪ Knowing how to identify the project's different phases and defining the most suitable tools to be used for this.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació						
1. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES DE MÀSTER						
Mòdul ¹⁶	Tipus ¹⁷	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ¹⁸	Coneixements, capacitats i destreses
2	AF	1	2	Projecte de disseny aplicat a la comunicació .	5	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Desenvolupament d'un projecte d'anàlisi i aplicació d'una estratègia comunicativa aplicada a un servei o un producte. Es desplegaran els diferents recursos propis de la pràctica del disseny gràfic i s'aplicaran específicament a l'àmbit de treball proposat. El treball tutoritzat es centrarà en la organització i gestió de continguts, com aquests es canalitzen en elements específics propis del disseny o com s'agrupen des d'una perspectiva més propera a la organització i visualització de continguts. <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Capacitat per a desenvolupar un pla estratègic, definint el procés i establint un guió pel correcte desenvolupament del pla per determinar les accions i actuacions necessàries per assolir l'objectiu predeterminat. Capacitat per a definir les accions creatives proposant el llenguatge, el suport i concretant el canal, després de definir un concepte unitari i emprant tots els recursos comunicatius del llenguatge del disseny gràfic.
2	AF	1	2	Proyecto de diseño aplicado a la comunicación	5	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de un proyecto de análisis y aplicación de una estrategia comunicativa aplicada a un servicio o producto. Se desplegaran los diferentes recursos propios de la práctica del diseño gráfico y se aplicarán específicamente en el ámbito de trabajo propuesto. El trabajo tutorizado se centrará en la organización y gestión de contenidos, cómo se canalizan en elementos específicos propios del diseño o cómo se agrupan desde una perspectiva más próxima a la organización y visualización de contenidos <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad para desarrollar un plan estratégico, definiendo el proceso y estableciendo un guión para el correcto desarrollo del plan para determinar las acciones y actuaciones necesarias para alcanzar el objetivo predeterminado Capacidad para definir las acciones creativas proponiendo el lenguaje, el apoyo y concretando el canal, después de definir un concepto unitario y empleando todos los recursos comunicativos del lenguaje del diseño gráfico
2	AF	1	2	Design project applied to communication.	5	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Development of a project to analyse and apply a communicative strategy to a service or product. Different graphic design resources will be applied specifically to the context of the job proposed. The work, supervised by a tutor, will focus on the organization and management of the contents, such as those that channel specific elements of design or those that fall into a perspective closer to the organization and visualization of contents. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Ability to develop a strategic plan, defining the process and establishing a route plan for the correct development of the plan to define the actions and activities necessary to fulfil the predetermined aim. Ability to define the creative actions, proposing the language, support, and specifying the channel, after defining the sole concept and employing all the communicative resources of graphic design language.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació

2. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT

Mòdul ¹⁹	Tipus ²⁰	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ²¹	Coneixements, capacitats i destreses
3	A	1	2	Història de la publicitat i teoria de la comunicació	4	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Naixement de la publicitat ▪ Publicitat i societat: ètica, democràcia, propaganda, política i publicitat ▪ Conceptes bàsics de la teoria de la informació ▪ Anàlisi semiòtica de la comunicació ▪ Estudi sociosemiòtic de la comunicació ▪ Anàlisi narratològica del discurs ▪ La comunicació publicitària com a discurs persuasiu ▪ Pragmàtica del discurs persuasiu ▪ Metàfora i topoi <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anàlisi crítica de la publicitat en el context social. ▪ Conèixer la perspectiva històrica en el que es fonamenta la publicitat i les tendències actuals. ▪ Saber analitzar els discursos narratius i persuasius que la publicitat articula. ▪ Conèixer el conceptes bàsics de la teoria de la informació i la seva aplicabilitat en les pràctiques publicitàries.
3	A	1	2	Historia de la publicidad y teoría de la comunicación	4	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nacimiento de la publicidad ▪ Publicidad y sociedad: ética, democracia, propaganda, política y publicidad ▪ Conceptos básicos de la teoría de la información ▪ Análisis semiótico de la comunicación ▪ Estudio sociosemiótico de la comunicación ▪ Análisis narratológico del discurso ▪ La comunicación publicitaria como discurso persuasivo ▪ Pragmática del discurso persuasivo ▪ Metáfora y tópicos <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis crítico de la publicidad en el contexto social ▪ Conocer la perspectiva histórica en la que se fundamenta la publicidad y las tendencias actuales ▪ Saber analizar los discursos narrativos y persuasivos que la publicidad articula ▪ Conocer los conceptos básicos de la teoría de la información y su aplicabilidad en las prácticas publicitarias
3	A	1	2	The history of advertising and the theory of communication	4	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ The birth of advertising. ▪ Advertising and society: ethics, democracy, propaganda, politics and advertising. ▪ Basic concepts of the theory of information ▪ semiotic Analysis of communication ▪ socio-semiotic study of communication ▪ Narrative Analysis of speech ▪ Advertising communication as a persuasive discourse. ▪ Pragmatics of persuasive discourse ▪ Metaphor and cliché <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ critical analysis of advertising in a social context . ▪ Getting to know the historical context on which advertising and current trends are based. ▪ Knowing how to analyse narrative and persuasive discourses produced by advertising. ▪ Knowing the basic concepts of the theory of information and how it can be used in advertising practices.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació

2. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT

Mòdul ²²	Tipus ²³	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ²⁴	Coneixements, capacitats i destreses
3	A	1	2	Agents, mecanismes, dinàmiques creatives, màrqueting i estratègia	3	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Direcció de comptes ▪ Planner ▪ Planificació de mitjans ▪ Usabilitat i implicació ▪ Públics i targetes objectius, segmentació ▪ Determinació de posicionament i branding ▪ Estratègia de vinculació ▪ Planificació estratègica <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Saber identificar públics objectius per tal de dirigir una estratègia de màrqueting. ▪ Analitzar i interpretar les dinàmiques creatives presents en un estratègia de màrqueting. ▪ Capacitat per a desenvolupar una planificació estratègica aportant elements de creativitat. ▪ Saber planificar els diferents mitjans que intervenen en un projecte de publicitat gràfica. ▪ Conèixer i saber posar-se en relació amb els diferents agents que intervenen en una agència.
3	A	1	2	Agentes, mecanismos, dinámicas creativas, marketing y estrategia	3	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirección de cuentas ▪ El planificador ▪ Planificación de medios ▪ Usabilidad e implicación ▪ Públicos y <i>targetes</i> objetivos, segmentación ▪ Determinación de posicionamiento y <i>branding</i> ▪ Estrategia de vinculación ▪ Planificación estratégica <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Saber identificar públicos objetivos para dirigir una estrategia de <i>marketing</i> ▪ Analizar e interpretar las dinámicas creativas presentes en una estrategia de <i>marketing</i> ▪ Capacidad para desarrollar una planificación estratégica aportando elementos de creatividad ▪ Saber planificar los diferentes medios que intervienen en un proyecto de publicidad gráfica ▪ Conocer y saber relacionar los diferentes agentes que intervienen en una agencia
3	A	1	2	Agents, mechanisms, creative dynamics, marketing and strategy	3	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Accounts management ▪ Planner ▪ Means planning ▪ Usability and implication ▪ Publics and targets, segmentation ▪ Determining of positioning and branding ▪ Linking strategy ▪ strategic planning <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Knowing how to identify target publics in order to manage a marketing strategy. ▪ Analysing and interpreting the creative dynamics present in a marketing strategy. ▪ Ability to develop a strategic plan, providing elements of creativity. ▪ Knowing how to plan the different resources involved in a graphic advertising project. ▪ Knowing how to position oneself with respect to the different players involved in an agency.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació						
2. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT						
Mòdul ²⁵	Tipus ²⁶	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ²⁷	Coneixements, capacitats i destreses
3	A	1	2	Conceptualització, creació i metodologia de projectes aplicada a la comunicació publicitària	3	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creativitat ▪ Copy i direcció d'art ▪ Comunicació visual ▪ Llenguatge de la publicitat ▪ Art i publicitat ▪ Estratègia, planificació, coordinació, etapes i dinàmica del projecte ▪ Guió i dramaturgia de la presentació <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolupar la creativitat i generar d'idees a partir de l'estudi de la pràctica creativa en la publicitat. ▪ Elaborar missatges publicitaris a partir de l'anàlisi i generació de discursos persuasius. ▪ Formalitzar missatges visuals a partir del coneixement dels mecanismes de la percepció, del mitoanàlisi i l'imaginari col·lectiu, de la construcció de figures retòriques i l'ús de la redacció publicitària i el llenguatge bidimensional de la tipografia i la imatge fixa. ▪ Elaborar un projecte de publicitat després de conèixer el departament de Comptes, la figura i metodologia del Planer, el departament creatiu, copy i direcció d'art.
3	A	1	2	Conceptualización, creación y metodología de proyectos aplicadas a la comunicación publicitaria	3	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creatividad ▪ El <i>copy</i> y dirección de arte ▪ Comunicación visual ▪ Lenguaje de la publicidad ▪ Arte y publicidad ▪ Estrategia, planificación, coordinación, etapas y dinámica del proyecto ▪ Guión y dramaturgia de la presentación <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar la creatividad y generar ideas a partir del estudio de la práctica creativa en la publicidad ▪ Elaborar mensajes publicitarios a partir del análisis y la generación de discursos persuasivos ▪ Formalizar mensajes visuales a partir del conocimiento de los mecanismos de la percepción, del mitoanálisis y del imaginario colectivo, de la construcción de figuras retóricas y del uso de la redacción publicitaria y el lenguaje bidimensional de la tipografía y la imagen fija ▪ Elaborar un proyecto de publicidad después de conocer el departamento de Cuentas, la figura y metodología del planificador, el departamento creativo, el <i>copy</i> y la dirección de arte
3	A	1	2	Conceptualisation, creation and methodology in projects applied to advertising communication	3	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creativity ▪ Copy AND artistic management ▪ Visual Communication ▪ Advertising language ▪ Art and advertising ▪ Strategy, planning, coordination, stages and the dynamics of the project ▪ Script and dramaturgy of the presentation <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Developing the creativity and generating ideas based on studies of creative practice in advertising. ▪ Drawing up advertising messages through the analysis and creation of persuasive discourses. ▪ Formalising visual messages through knowledge of the mechanisms of perception, myth-analysis and the collective imagination, the construction of rhetorical figures, and the use of advertising editing and the two-dimensional language of typography and the still image. ▪ Drawing up an advertising project after getting to know the Accounts department, the figure and methodology of the Planner, the creative department, copy and artistic management.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació

2. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT

Mòdul ²⁸	Tipus ²⁹	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ³⁰	Coneixements, capacitats i destreses
3	A	1	2	Llenguatges i cultura visual	4	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ S'efectuarà una immersió en la cultura visual i el món de la creació. ▪ Anàlisi de la preponderància de la cultura visual. ▪ Teoria de la comunicació de masses. ▪ Art i teoria de l'estètica. ▪ Avantguardes i innovació en l'àmbit de l'art; ▪ Art i mitjans de comunicació de masses; art i publicitat; ▪ Els llenguatges de la creativitat: el cinema, el vídeo, la performance, la pintura, la instal·lació... ▪ Estètiques, modes i tendències. <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conèixer les tendències dominants en les diferents dècades del s. XX des de l'àmbit de les arts, el disseny, la comunicació visual i la publicitat. ▪ Conèixer els elements específics que s'apliquen a cadascuna d'aquestes especialitats i l'àmbit professional que abasten ▪ Saber posar en relació els diferents moviments d'avantguarda entre les diverses disciplines que pertanyen a la cultura visual.
3	A	1	2	Lenguajes y cultura visual	4	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se efectuará un inmersión en la cultura visual y en el mundo de la creación ▪ Análisis de la preponderancia de la cultura visual ▪ Teoría de la comunicación de masas ▪ Arte y teoría de la estética ▪ Vanguardias e innovación en el ámbito del arte ▪ Arte y medios de comunicación de masas; arte y publicidad ▪ Los lenguajes de la creatividad: el cine, el vídeo, la <i>performance</i>, la pintura, la instalación... ▪ Estéticas, modas y tendencias <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer las tendencias dominantes en las diferentes décadas del s. XX en el ámbito de las artes, el diseño, la comunicación visual y la publicidad ▪ Conocer los elementos específicos que se aplican a cada una de estas especialidades y el ámbito profesional que abarcan ▪ Saber relacionar los diferentes movimientos de vanguardia entre las diversas disciplinas que pertenecen a la cultura visual
3	A	1	2	Visual languages and culture	4	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ There will be immersion in visual culture visual and the world of creation. ▪ Analysis of the predominance of visual culture. ▪ Theory of communication of the masses. ▪ Art and the theory of aesthetics. ▪ Avant-gardes and innovation in the field of art; ▪ Art and mass media; art and advertising; ▪ The languages of creativity: cinema, video, performance, painting, installations... ▪ Aesthetics, fashions and trends. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Discovering the dominant trends in the different decades of the 20th century through the context of the arts, design, visual communication and advertising. ▪ Finding out the specific elements that are applied to each one of these specialties and the professional field they provide for. ▪ Knowing how to relate the different vanguard movements among the different disciplines belonging to visual culture.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació

2. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT

Mòdul ³¹	Tipus ³²	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ³³	Coneixements, capacitats i destreses
3	A	1	2	Anàlisi i creativitat, el context i l'aplicació	3	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudi dels fonaments, el marc teòric i pràctic dels recursos del llenguatge visual com a eina persuasiva. Elements per a l'anàlisi de la formulació de les idees, eines per a l'elaboració d'hipòtesis i criteris d'avaluació i adequació en un projecte audiovisual. ▪ Teoria i fonaments del disseny gràfic, audiovisual i multimèdia. Disseny i comunicació visual. ▪ Tècniques i mètodes d'estímul de la creativitat. ▪ Teoria dels llenguatges; ▪ Anàlisi i producció del missatge persuasiu. ▪ Anàlisi i teoria de la imatge: aproximacions des de la semiòtica; la capacitat projectual de la imatge, la pregnància, el simbolisme, l'antropologia, l'imaginari col·lectiu al voltant de la imatge. ▪ La combinació de mitjans i llenguatges en l'elaboració de missatges persuasius. ▪ L'empresa i el mercat <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conèixer les tendències dominants en les diferents dècades del s. XX des de l'àmbit de les arts, el disseny, la comunicació visual i la publicitat. ▪ Saber formular propostes creatives adequades tenint en compte moviments històrics precedents. ▪ Saber formular idees i utilitzar eines per tal d'analitzar i avaluar un projecte audiovisual.
3	A	1	2	Anàlisis y creatividad, el contexto y la aplicación	3	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio de los fundamentos y el marco teórico y práctico de los recursos del lenguaje visual como herramienta persuasiva. Elementos para el análisis de la formulación de las ideas, herramientas para la elaboración de hipótesis y criterios de evaluación y adecuación en un proyecto audiovisual ▪ Teoría y fundamentos del diseño gráfico, audiovisual y multimedia. Diseño y comunicación visual ▪ Técnicas y métodos de estímulo de la creatividad ▪ Teoría de los lenguajes ▪ Análisis y producción del mensaje persuasivo ▪ Análisis y teoría de la imagen: aproximaciones desde la semiótica; la capacidad proyectual de la imagen, la pregnancia, el simbolismo, la antropología y el imaginario colectivo en torno a la imagen ▪ La combinación de medios y lenguajes en la elaboración de mensajes persuasivos ▪ La empresa y el mercado <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer las tendencias dominantes en las diferentes décadas del s. XX en el ámbito de las artes, el diseño, la comunicación visual y la publicidad ▪ Saber formular propuestas creativas adecuadas teniendo en cuenta movimientos históricos anteriores ▪ Saber formular ideas y utilizar herramientas para analizar y evaluar un proyecto audiovisual
3	A	1	2	Analysis and creativity, context and application	3	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studying the fundamentals, the theoretical and practical context of visual language resources as a persuasive tool. Elements for the analysis of the formulation of ideas, tools for creating hypotheses and criteria for evaluation and adaptation in an audiovisual project. ▪ Theory and fundamentals of graphic, audiovisual and multimedia design. Visual Design and communication. ▪ Techniques and methods for stimulating creativity. ▪ Theory of languages; ▪ Analysis and production of the persuasive message. ▪ Analysis and theory of image: semiotic approaches, Capability for projection of the image, pregnancy, symbolise, anthropology, and the collective imagination regarding the image. ▪ The combination of media and languages in drawing up persuasive messages. ▪ Companies and the market. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Discovering the dominant trends in the different decades of the 20th century through the context of the arts, design, visual communication and advertising.

ANNEX 1. - Contingut del títol de màster oficial Màster en Disseny i Comunicació						
2. ASSIGNATURES/ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT						
Mòdul ³⁴	Tipus ³⁵	Curs	Trimestre	Denominació	Crèdits ECTS ³⁶	Coneixements, capacitats i destreses
3	A	1	2	Teoria i pràctica de la metodologia de la direcció i gestió de projectes en l'àmbit de la direcció d'art.	3	<p><u>Coneixements:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Etapes d'un projecte ▪ Els recursos del projecte ▪ Funcions i tipologies del director d'art ▪ Argumentació de la hipòtesi seleccionada ▪ Presentacions de projectes ▪ Direcció d'equips multidisciplinaris, la fragmentació del projecte ▪ Tipologia de projectes: disseny gràfic, audiovisual, publicitari. <p><u>Capacitats i destreses:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Saber aplicar metodologies projectuals, des de la definició de la idea fins a la seva formalització i producció del treball en equip ▪ Ser capaç de formular un projecte específic en l'àmbit de la direcció d'art. ▪ Assolir competències per tal de coordinar o dirigir equips multidisciplinaris que treballen a l'entorn d'un projecte.
3	A	1	2	Teoría y práctica de la metodología de la dirección y gestión de proyectos en el ámbito de la dirección de arte	3	<p><u>Conocimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Etapas de un proyecto ▪ Los recursos del proyecto ▪ Funciones y tipologías del director de arte ▪ Argumentación de la hipótesis seleccionada ▪ Presentaciones de proyectos ▪ Dirección de equipos multidisciplinarios, la fragmentación del proyecto ▪ Tipología de proyectos: diseño gráfico, audiovisual, publicitario <p><u>Capacidades y destrezas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Saber aplicar metodologías proyectuales, desde la definición de la idea hasta su formalización y la producción del trabajo en equipo ▪ Ser capaz de formular un proyecto específico en el ámbito de la dirección de arte ▪ Adquirir competencias para coordinar o dirigir equipos multidisciplinarios que trabajen en torno a un proyecto
3	A	1	2	Theory and practice of management methodology in the context of artistic management.	3	<p><u>Knowledge:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Project stages ▪ Project resources ▪ Functions and typologies of the art director ▪ Argumentation of the chosen hypothesis ▪ Presentations of projects ▪ Management of multi-disciplinary teams, the project breakdown. ▪ Typology of projects: graphic, audiovisual and advertising design. <p><u>Capabilities and skills:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Knowing how to apply project methodologies, from the definition of the idea to its formalization, and creating teamwork. ▪ Being able to formulate a specific project in the field of artistic management. ▪ Fulfilling responsibilities in order to coordinate or manage multidisciplinary teams that work on a project.

ANNEX 2: ESTRUCTURA GENERAL I ORGANITZACIÓ DEL TÍTOL DE MÀSTER**Distribució dels crèdits⁴⁰**

CURS/ANY	ASSIGNATURES/ ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES MÀSTER	ASSIGNATURES/ ACTIVITATS FORMATIVES OBLIGATÒRIES D'ESPECIALITAT (si en té)	MATÈRIES OPTATIVES	TOTALS	MATÈRIES DANIVELLAMENT (si s'escau)
1r	30	30	0	60	0
2n	0	0	0	0	0
TOTAL	30	30	0	60	0

Organització d'assignatures en Mòduls (nombre crèdits per mòdul: 10, 15 ó 20 ECTS)⁴¹**MÒDULS OBLIGATORIS DE MÀSTER⁴²****MÒDUL 1** Disseny i Estratègies de Comunicació: 15 crèdits**MÒDUL 2** Disseny Aplicat a la Comunicació: 15 crèdits

...

MÒDULS OBLIGATORIS D'ESPECIALITAT⁴³ (Si en té, indiqueu mínim 2 espec.)**MÒDUL 3** Disseny, Creativitat i Publicitat: 10 crèdits**MÒDUL 4** Direcció d'Art: 10 crèdits**MÒDUL 5** Pràcticum i Projecte Final: 20 crèdits

...

MÒDULS OPTATIUS**MÒDUL**
MÒDUL**MÒDULS D'ANIVELLAMENT (si s'escau)****MÒDUL**
MÒDUL**Relació d'activitats formatives fora de mòdul (indiqueu de 3 a 20 crèdits ECTS)**

NOM	Núm. Crèdits ECTS	CURS	TRIMESTRE

RECORREGUT FORMATIU : MÒDULS DE MODALITAT (si el màster en té més d'una modalitat definida)**Segons la modalitat del màster, aquest ha d'incloure necessàriament:**

- * Màster iniciació recerca: Mòduls metodològics més treball recerca com a mínim de 20 ECTS
- * Màster especialització professional: Pràctiques, mínim de 20 ECTS
- * Màster especialització acadèmica: Opcionalment treball final de recerca o pràctiques, mínim de 10 ECTS

