

GUÍA DOCENTE

Marketing en la red

GRADO EN ILUSTRACIÓN Y DESARROLLO VISUAL

MODALIDAD: PRESENCIAL

CURSO ACADÉMICO: 2025-2026

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación de la asignatura:	Marketing en la red
Titulación:	Grado en Ilustración y Desarrollo Visual
Facultad o Centro:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital
Materia:	Optatividad
Curso:	4
Cuatrimestre:	2
Carácter:	OPT
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a - email	
Página Web:	http://www.u-tad.com/

Descripción de la materia

La materia Optatividad proporciona una formación complementaria, en la que el alumno podrá elegir libremente en función de su interés profesional, una vez adquirido el núcleo de conocimientos básicos y fundamentales para un ilustrador o un profesional del desarrollo visual en el resto de materias del grado. Cada asignatura optativa se encuentra ligada a las distintas materias del plan de estudios con la función de completar el perfil del estudiante, permitiendo adquirir nociones en áreas concretas del Diseño y la ilustración, así como nuevas tecnologías asociadas a ellas./Elective subject provides complementary training, in which the student will be able to choose freely based on their professional interest, once they have acquired the core of basic and fundamental knowledge for an illustrator or a visual development professional in the rest of the subjects of the degree. Each optional subject is linked to the different areas of the study plan with the function of completing the student's profile, allowing the acquisition of notions in specific areas of Design and illustration, as well as new technologies associated with them.

Descripción de la asignatura

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA MATERIA (CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y COMPETENCIAS)

K4Conocer las técnicas tradicionales y digitales de creación y tratamiento de imágenes.

K6Conocer las principales herramientas que permiten la generación de contenido en proyectos de ilustración y desarrollo visual dentro del ámbito de la industria de la comunicación.

K11Conocer los principios generales de creación 3D como son el modelado, la iluminación y el texturizado.

K12Conocer los fundamentos en los que se basa la generación de mundos virtuales en el ámbito de la industria de la comunicación.

S2Utilizar las herramientas digitales y programas informáticos de creación de imágenes en proyectos de ilustración y desarrollo visual.

S3Experimentar con las posibilidades expresivas de las diferentes técnicas gráfico-plásticas en la generación de imágenes.

S5Diseñar personajes con una representación gráfica coherente de la figura humana y animal, su anatomía y su expresividad facial y corporal en consonancia con la psicología y el estilo visual definidos previamente.

S8Diseñar entornos y objetos teniendo en cuenta el marco de comunicación establecido, mediante la implementación de soluciones de sistemas de representación adecuados.

S9Confeccionar estrategias de producción en proyectos de ilustración y desarrollo visual mediante la utilización de herramientas de seguimiento y gestión de proyectos.

S11Adquirir las habilidades artísticas básicas de observación, interpretación para la representación gráfica del entorno físico.

S13Experimentar técnicas diversas de creatividad para la producción de obras artísticas innovadoras.

C4Crear proyectos de ilustración y desarrollo visual desde la conceptualización de la idea inicial hasta su implementación atendiendo a las particularidades comunicacionales, técnicas y artísticas del encargo.

C5Crear imágenes con métodos novedosos sirviéndose de la creatividad y la innovación.

C8Integrar los conocimientos adquiridos en un entorno de trabajo o de formación para el empleo, dentro del ámbito de la ilustración y el desarrollo visual.

CONTENIDO

- Estrategias de marketing digital para la promoción de ilustraciones y servicios de ilustración
- Análisis de la audiencia y de la competencia en línea
- Uso de herramientas de publicidad en línea y de análisis de datos para la medición y mejora del impacto de las campañas de marketing

TEMARIO

ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas totales	Horas presenciales
<i>Lección magistral</i>	34	34
<i>Resolución de ejercicios</i>	22	22
<i>Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno</i>	54	0
<i>Elaboración de trabajos (en grupo o individuales)</i>	36	0
<i>Actividades de Evaluación</i>	4	4
<i>Desarrollo de prácticas Externas</i>	0	0
<i>Elaboración del TFG</i>	0	0
<i>Tutoría</i>		
<i>Defensa del TFG</i>		
TOTAL	0	0

Metodologías docentes

M1P -Metodología clásica (lecciones magistrales)M2P -Aprendizaje basado en problemasM4P -Aprendizaje cooperativo

DESARROLLO TEMPORAL

SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
<i>Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura</i>	0	30
<i>Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias</i>	50	70
<i>Prueba Objetiva</i>	20	50

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CONVOCATORIA ORDINARIA	CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
<i>Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura</i>		
<i>Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias</i>		
<i>Prueba Objetiva</i>		

Consideraciones generales acerca de la evaluación

BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

MATERIALES, SOFTWARE Y HERRAMIENTAS NECESARIAS

Tipología del aula

Materiales:

Software: