

## GUIA DOCENT

2017-2018

### 1. Identificació de l'assignatura

**Titulació:** Títol Superior de Disseny

**Nivell:** Títol Superior d'Ensenyaments Artístics

**Nom de l'assignatura/codi:** EDG16-DISSENY PUBLICITARI

| Especialitat | Curs   | Període | Tipus      | Nombre de crèdits ECTS |
|--------------|--------|---------|------------|------------------------|
| Gràfic       | Tercer | Segon   | Específica | 8                      |

**Departament:** Projectes i teoria del disseny

**Idioma:** Català/castellà

**Horari:** -

**Web de l'assignatura:** -

#### Professorat responsable:

Jordi Miguel Sempere i Vicedo  
 Correu electrònic: jsempere@escoladisseny.com  
 Horari de tutories: -

#### Cap de departament

Toni Riera Sabater  
 Correu electrònic: triera@escoladisseny.com  
 Horari d'atenció: -

### 2. Contextualització

#### 2.1. Matèria a la qual pertany l'assignatura

Matèria: Projectes de disseny gràfic

El disseny gràfic és comunicació, és crear propostes on la imatge i el concepte convergeixen i son sempre resultat d'un laboriós procés que combina la exploració i el descobriment. L'assignatura de Disseny Publicitari es contextualitza dins dels processos comunicatius emprats a les agències i consultories publicitàries. Per tant, s'estudiaran els àmbits de la comunicació, els tipus de llenguatges i es treballaran les múltiples aplicacions i productes que són susceptibles d'aplegar, finalment, al públic objectiu. Les funcions habituals d'un dissenyador són fer anuncis de publicitat, merchandising, dissenyar cartells, flyers, publicacions, informes, catàlegs.

#### 2.2. Perfil professional

El dissenyador persuadeix i influeix també en la opinió pública, i el que dissenya ha de servir per instruir a la gent. Aquests problemes de disseny han de produir-se en un procés meditat i estructurat a consciència i des del començament, basat en la exploració, experimentació i discerniment sobre les idees que formaran la proposta de disseny final d'acord amb la tipologia del problema. Aquest procés s'ha de dur a terme per afavorir l'àmbit professional, establert en la relació entre el dissenyador i el client i fomentant en els valors de respecte, confiança, ètica i integritat.

### 3. Requisits

#### 3.1. Requisits essencials

Haver superat l'assignatura de formació bàsica Fonaments del disseny.

#### 3.2. Requisits recomanables

Haver superat prèviament les assignatures de Tipografia (EDG01, 8 ECTS), Projectes de Disseny Gràfic (EDG06, 8 ECTS) i Cultura del Disseny (FB10, 4 ECTS), assignatures contextualitzades en el segon curs dels Estudis Superiors de Disseny. És recomanable que l'alumnat haja cursat Recursos Lingüístics (EDG13, 5è semestre, 2 ECTS) i Disseny Editorial (EDG12, 5è semestre, 8 ECTS).

## 4. Competències

### 4.1. CT/Competències transversals

- CT01 Organitzar i planificar el treball de manera eficient i motivadora.
- CT02 Recollir informació significativa, analitzar-la, sintetitzar-la i gestionar-la adequadament.
- CT03 Solucionar problemes i prendre decisions que responguin als objectius del treball que es realitza.
- CT04 Utilitzar eficientment les tecnologies de la informació i la comunicació.
- CT05 Comprendre i utilitzar, almenys, una llengua estrangera en l'àmbit del seu desenvolupament professional.
- CT06 Realitzar autocrítica cap al propi desenvolupament professional i interpersonal.
- CT07 Utilitzar les habilitats comunicatives i la crítica constructiva en el treball en equip.
- CT08 Desenvolupar raonada i críticament idees i arguments.
- CT09 Integrar-se adequadament en equips multidisciplinaris i en contextos culturals diversos.
- CT10 Liderar i gestionar grups de treball.
- CT11 Desenvolupar en la pràctica laboral una ètica professional basada en l'apreciació i la sensibilitat estètica, mediambiental i cap a la diversitat.
- CT12 Adaptar-se, en condicions de competitivitat, als canvis culturals, socials i artístics i als avenços que es produeixen en l'àmbit professional i seleccionar els canals adequats de formació continuada.
- CT13 Cercar l'excel·lència i la qualitat en la seva activitat professional.
- CT14 Dominar la metodologia de recerca en la generació de projectes, idees i solucions viables.
- CT15 Treballar de forma autònoma i valorar la importància de la iniciativa i l'esperit emprenedor en l'exercici professional.
- CT16 Usar els mitjans i recursos al seu abast amb responsabilitat envers el patrimoni cultural i mediambiental.
- CT17 Contribuir amb la seva activitat professional a la sensibilització social de la importància del patrimoni cultural, la seva incidència en els diferents àmbits i la seva capacitat de generar valors significatius.

### 4.2. CG/Competències generals

- CG01 Concebre, planificar i desenvolupar projectes de disseny d'acord amb els requisits i condicionaments tècnics, funcionals, estètics i comunicatius.
- CG02 Dominar els llenguatges i els recursos expressius de la representació i la comunicació.
- CG03 Establir relacions entre el llenguatge formal, el llenguatge simbòlic i la funcionalitat específica.
- CG04 Tenir una visió científica sobre la percepció i el comportament de la forma, de la matèria, de l'espai, del moviment i del color.
- CG05 Actuar com a mediadors entre la tecnologia i l'art, les idees i els fins, la cultura i el comerç.
- CG06 Promoure el coneixement dels aspectes històrics, ètics, socials i culturals del disseny.
- CG07 Organitzar, dirigir i / o coordinar equips de treball i saber adaptar-se a equips multidisciplinaris.
- CG08 Plantejar estratègies de recerca i innovació per a resoldre expectatives centrades en funcions, necessitats i materials.
- CG09 Investigar en els aspectes intangibles i simbòlics que incideixen en la qualitat.
- CG10 Ser capaços d'adaptar-se als canvis i a l'evolució tecnològica industrial.
- CG11 Comunicar idees i projectes als clients, argumentar raonadament, saber avaluar les propostes i canalitzar el diàleg.
- CG12 Aprofundir en la història i la tradició de les arts i del disseny.
- CG13 Conèixer el context econòmic, social i cultural en què té lloc el disseny.
- CG14 Valorar la dimensió del disseny com a factor d'igualtat i d'inclusió social, i com a transmissor de valors culturals.
- CG15 Conèixer processos i materials i coordinar la pròpia intervenció amb altres professionals, segons les seqüències i graus de compatibilitat.
- CG16 Ser capaços de trobar solucions ambientalment sostenibles.
- CG17 Plantejar, avaluar i desenvolupar estratègies d'aprenentatge adequades a la consecució objectius personals i professionals.
- CG18 Optimitzar la utilització dels recursos necessaris per assolir els objectius previstos.
- CG19 Demostrar capacitat crítica i saber plantejar estratègies de recerca.
- CG20 Comprendre el comportament dels elements que intervenen en el procés comunicatiu, dominar els recursos tecnològics de la comunicació i valorar la seva influència en els processos i productes del disseny.
- CG21 Dominar la metodologia d'investigació.
- CG22 Analitzar, avaluar i verificar la viabilitat productiva dels projectes, des de criteris d'innovació formal, gestió empresarial i demandes de mercat.

#### 4.3.CE/Competències específiques de l'especialitat

- Generar, desenvolupar i materialitzar idees, conceptes i imatges per a programes comunicatius complexos.
- Dominar els recursos formals de l'expressió i la comunicació visuals.
- Comprendre i utilitzar la capacitat de significació del llenguatge gràfic.
- Dominar els procediments de creació de codis comunicatius.
- Establir estructures organitzatives de la informació.
- Interrelacionar els llenguatges formal i simbòlic amb la funcionalitat específica.
- Conèixer i utilitzar correctament els canals que serveixen de suport a la comunicació visual, d'acord amb els objectius comunicatius del projecte.
- Analitzar el comportament dels receptors del procés comunicatiu d'acord amb els objectius del projecte.
- Reflexionar sobre la influència social positiva del disseny i valorar la incidència que té en la millora de la qualitat de vida i del medi ambient i la capacitat de generar identitat, innovació i qualitat en la producció.

#### 5. Resultats d'aprenentatge

L'alumne serà capaç de planificar campanyes publicitàries i dur-les a la pràctica. Tindrà capacitat de síntesi per desenvolupar correctament cada fase de la generació de les aplicacions publicitàries. Tindrà consideració del medis més adients per implementar les aplicacions escaients generades en el procés creatiu. Podrà executar maquetes i models. Comunicar amb eficiència, criteri, practicitat i objectivitat qualsevol problema publicitari plantejat.

#### 6. Continguts

Els continguts de l'assignatura es divideixen en dos blocs de coneixements per tal de millorar l'aprenentatge i contextualitzar millor l'aprenentatge del disseny publicitari. Estos dos blocs es defineixen en:

- La comunicació publicitària. S'estudiaran les bases que regeixen el disseny publicitari. S'analitzaran els tipus de publicitat, els recursos creatius i es definiran els paràmetres de l'acció projectual partint dels distints paràmetres que defineixen.
- Comunicació i societat. Es contextualitzarà la comunicació publicitària al seu entorn cultural, econòmic i social.

Bloc temàtic 01: La comunicació publicitària.

- UD01 Introducció a la publicitat. (5 hores presencials/una sessió de 5 hores) Del 12 al 16 de febrer de 2018

- Presentació de l'assignatura. Continguts i instruments d'avaluació.
- Visionat de documental.
- Definició de publicitat. Història, tipus i descripcions.
- L'agència de publicitat. Estructura, tipus i funcions.

- UD02 Plataforma de comunicació. (10 hores presencials/dues sessions de 5 hores) Del 28 de febrer al 02 de març de 2018

- Fases de la comunicació publicitària.
- Tipus d'estratègies: de contingut, creativa i de medis.
- Concepte de redisseny VS restyling.

- UD03 Estratègia de contingut (10 hores presencials/dues sessions de 5 hores) Del 05 al 16 de març de 2018.

- Brief i contrabrief.
- El públic i el consumidor. Concepte de short list.
- Concepte de copy strategy.
- L'eix de comunicació.

- UD04 Estratègia creativa (10 hores presencials/dues sessions de 5 hores) Del 19 al 30 de març de 2018.

- Recursos creatius. Modalitats i resultats.
- Gèneres i estils publicitaris.
- Els límits de la creativitat publicitària.

- UD05 Estratègia de medis (15 hores presencials/tres sessions de 5 hores) Del 09 al 20 d'abril de 2018.

- Factors de selecció: econòmics, abast, etc.
- Tipus de medis impresos.
- Tipus de medis no impresos.
- Comparativa d'exemples i anàlisi.

Bloc temàtic 02: Publicitat i societat.

- UD06 Publicitat en funció del producte (15 hores presencials/tres sessions de 5 hores) Del 23 d'abril a l'11 de maig de 2018

- Publicitat comercial.
- Tipologies de producte.
- Envase, etiquetatge, distribució, posicionament, relació qualitat/preu.
- Comparativa d'exemples i anàlisi.
- Aplicacions a partir d'un copy predeterminat.

- UD07 Publicitat en funció de la intenció (10 hores presencials/dues sessions de 5 hores) Del 14 al 25 de maig de 2018

- La publicitat institucional i la comunicació social.
- Campanya d'informació informativa/conativa VS propaganda.

- Comparativa d'exemples i anàlisi.
- Aplicacions a partir d'un copy predeterminat.

- UD08 Publicitat funció del destinatari (10 hores) Del 28 de maig a l'11 de juny de 2018
- Publicitat solidària, reivindicativa i de guerrilla.
- Noves plataformes de comunicació.
- Comparativa d'exemples i anàlisi.
- Aplicacions a partir d'un copy predeterminat.

## 7. Metodologia docent

### 7.1. Estratègies generals metodològiques

La metodologia de treball se centra, sobretot, en l'activitat del docent a l'aula. Així, s'enfocarà l'estratègia metodològica general en un binomi basat en sistemes inductius i sistemes expositius que porten a definir les següents línies de l'actuació didàctica a l'aula:

- Pràctiques enfocades a projectes: Aplicar els coneixements i habilitats adquirits en la fase de resolució de problemes per escometre un projecte complet.
- Estudi de casos: A partir de l'exposició de coneixements per activar els processos cognitius de l'alumne a l'inici de cada sessió, s'analitzaran casos i exemples reals dins de l'entorn de la matèria per comparar relacions i contextos de cada cas concret.
- Aprenentatge centrat en problemes: Exercitar, assajar i posar en pràctica els coneixements adquirits prèviament. També es desenvoluparan mecanismes d'aprenentatge actiu i autònoma partir de la resolució de problemes plantejats pel professor i que s'avaluaran amb l'ajut dels coneixements teòrics una vegada realitzats els exercicis.
- Aprenentatge cooperatiu: Desenvolupar l'aprenentatge mitjançant hàbits de crítica constructiva i valoració dels treballs propis i aliens, en posades en comú, exposicions i correccions comparatives.

### 7.2 Organització i tipus d'activitats d'aprenentatge

| Activitats de treball presencial    |                    |   | 75 hores  |
|-------------------------------------|--------------------|---|-----------|
| Modalitat                           | Tipus d'agrupament | Descripció de la finalitat i metodologia emprada                                  |           |
| Classes teòriques                   | Grup gran          | S'exposarà el contingut teòric de l'assignatura a través de sessions presencials. | 25 hores  |
| Classes pràctiques                  | Individual         | Resolució de problemes pràctiques a l'aula.                                       | 45 hores  |
| Avaluació                           | Individual         | Avaluació de treballs pràctics.   | 5 hores   |
| Activitats de treball no presencial |                    |   | 125 hores |
| Modalitat                           | Tipus d'agrupament | Descripció de la finalitat i metodologia emprada                                  |           |
| Estudi de casos.                    | Individual         | Investigació, comparació i lectures.  | 25 hores  |
| Activitats de treball no presencial | Individual         | Desenvolupament d'un projecte de disseny.   | 100 hores |

### 7.3 Instal·lacions del centre i material

Aules amb cadires, taules per dibuix, il·luminació adequada i endolls suficients pels ordinadors de cada alumne.  
Sala d'estudi i biblioteca

### 7.4 Activitats interdisciplinàries

Assistència a xerrades, ponències, cursos. Treballs col·laboratius interdisciplinaris de formació/professionalització.

### 7.5 Activitats complementàries

Visites a exposicions relacionades amb el món del disseny.  
Jornadas Setfont's'17.  
Taller de cal·ligrafia de Paz Alomar.  
Xerrada de Damià Rotger.  
Xerrades/taller de professionals i professorat especialitzat extern.

## 8. Avaluació de l'aprenentatge dels estudiants (L'avaluació del procés d'aprenentatge de l'estudiant es basarà en el grau i nivell d'adquisició i consolidació de les competències establertes d'acord amb el perfil professional definit per a l'especialitat corresponent)

8.1. Criteris d'avaluació generals del departament (si és el cas): No hi ha criteris generals.

### 8.2. Criteris d'avaluació

- CA01 Assisteix regularment a les activitats lectives, tutories, seminaris, i a la resta de les activitats programades
- CA02 Participa regularment a les activitats lectives, tutories, seminaris, i a la resta de les activitats programades
- CA03 Participa a l'aula de manera discursiva i argumenta el propi punt de vista raonadament

- CA04 Demuestra interès per la matèria
- CA05 Coneix, assimila i comprèn els conceptes fonamentals de l'assignatura
- CA06 Demuestra i aplica correctament els conceptes fonamentals de l'assignatura en les activitats programades
- CA07 Coneix i utilitza correctament la terminologia específica de l'assignatura
- CA08 Coneix i utilitza correctament els materials, les eines, les tecnologia i les tècniques específiques de l'assignatura
- CA09 Demuestra capacitat de síntesi, actitud crítica i raonament argumentat en les activitats programades
- CA10 Planifica correctament el temps i les activitats programades
- CA11 Treballa amb pulcritud, ordre i neteja
- CA12 Demuestra capacitat per expressar conceptes o reflexions, amb un fil conductor bàsic i ordenat
- CA13 Segueix la metodologia de treball proposada, les normes de presentació i els terminis d'entrega establerts
- CA14 Presenta correctament les activitats programades
- CA15 Resol correctament les activitats programades
- CA16 Demuestra sensibilitat artística, imaginació creativa, creativitat, innovació i originalitat en les activitats programades.
- CA17 Desenvolupa un estil propi en les activitats programades.

### 8.3. Procediments i tècniques d'avaluació i criteris de qualificació o ponderació

Dos itineraris, un per l'alumnat que assisteix amb aprofitament i un altre per l'alumnat que no assisteix

| Procediments i tècniques d'avaluació                         | Tipus (*) | Criteris d'avaluació     | Criteris de qualificació o ponderació |             |
|--|-----------|--------------------------|---------------------------------------|-------------|
|  |           |                          | Itinerari A                           | Itinerari B |
| Tècniques d'observació (registres, llistes de control, etc.) | NR        | CA1, CA2, CA4, CA5, CA10 | 5%                                    | ---         |
| Treballs/exercicis   | R         | CA5—CA8, CA10—CA15       | 95%                                   | 40%         |
| Treball final  | R         | CA5—CA8, CA11—CA15       | ---                                   | 60%         |
| <b>Total</b>   |           |                          | 100 %                                 | 100 %       |

\*Aquest camp s'utilitza per especificar el tipus o caràcter de l'activitat d'avaluació: NR (no recuperable) o R (recuperable).

### 8.4 Sistema de qualificacions.

La qualificació d'aquesta assignatura se basa en un procediment d'avaluació contínua el l'itinerari A i en avaluació final en itinerari B.

- Per a l'aplicació del sistema d'avaluació contínua, es considerarà alumnat de l'**itinerari A** aquell qui tinga una presencialitat d'almenys el 80% del total del període lectiu. **Podrà absentar-se sense justificar un 20% del total del període lectiu (tres sessions de 4 hores) sense que li afecte al sistema d'avaluació.**
- Si un/a alumne/a s'absenta sense justificar més del 20% (tres sessions de 4 hores) del període lectiu, es considerarà alumnat de l'**itinerari B**. **En aquest cas, perd el dret a avaluació contínua i passarà a ser evaluat pel procediment d'avaluació final.** Se li exigiran els treballs desenvolupats al llarg del curs més un treball final, en les ponderacions expressades en la graella anterior.

El nivell d'aprenentatge aconseguit pels estudiants s'ha d'expressar amb qualificacions numèriques. Els resultats obtinguts per l'alumne es qualificaran d'acord amb una escala numèrica del 0 al 10, amb expressió d'un decimal, a la qual es pot afegir la qualificació qualitativa corresponent:

- 0,0-4,9: suspens (SS)
- 5,0-6,9: aprovat (AP)
- 7,0-8,9: notable (NT)
- 9,0-10: excel·lent (EX)
- No Presentat (NP)

Per superar l'assignatura, l'alumnat haurà d'obtenir com a mínim un aprovat (5,0) en cadascun dels exercicis pràctics especificats puntualment en cada unitat didàctica. L'entrega de treballs fora de termini suposarà l'avaluació sobre el 80% de la nota.

- Els alumnes considerats **d'itinerari A (avaluació contínua)**, hauran d'aprovar totes les tasques, podent recuperar al final dels períodes complementaris i/o extraordinaris **únicament aquells treballs no aprovats. No realitzen treball final.**
- Els alumnes considerats **d'itinerari B (avaluació final)**, obtindran la nota mitjançant mitjana aritmètica de tots els treballs i projectes presentats, a més del treball final. La suma de les notes dels projectes més el del treball final haurà de resultar aprovat (5,0) Si no resulta aprovat, hauran de **recuperar tots els treballs (projectes i treball final)**.

### 8.5 Criteris específics/rúbrica.

Les pràctiques i els exercicis són tècnicament correctes. Ponderació variable sobre 10. Consideracions específiques:

- El treball és complet en les seues parts.
- S'han seguit les instruccions donades.
- Ordre, neteja en l'execució d'esborranys.
- Ordre i presentació acurada en els exercicis.
- Ortotipografia i adequació tècnica.

Les pràctiques i els exercicis finals s'han executat metodològicament de manera correcta. Ponderació variable sobre 10. Consideracions específiques:

- Hi ha un estudi del context del problema.
- L'abstract o resum d'objectius és clar.
- La fase informativa és escaient. S'extrauen conceptes comunicatius interessants i pràctics/funcionals.
- Es relacionen i s'apliquen correctament a la fase de bocetatge les influències gràfiques, antecedents històrics estudiats i conceptes extrets en la fase informativa.
- Es justifiquen correctament les decisions de disseny i hi ha coherència i concordança amb la finalitat de l'encàrrec.
- S'acompleix el cronograma establert.

Aquestes variables són generals i s'adaptaran respecte als objectius/tipus d'exercicis proposats durant el període lectiu. En cas de falta de respecte al professor, amenaces verbals o físiques, qüestionament de l'autoritat o altra falta actitudinal greu, l'alumne podrà resultar no qualificat i perdre automàticament el dret a avaluació, sempre amb la mediació de la direcció del centre.

## 9. Recursos, bibliografia i documentació complementària

### 9.1. Bibliografia bàsica:

- AICHER, Olt. *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- BASSAT, Luís. *El libro rojo de las marcas*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial España, 2017.
- BASSAT, Luís. *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial España, 2017.
- DE BONO, Edward. *Seis sombreros para pensar*. Madrid: Paidós ibérica, 2008.
- DE BONO, Edward. *Tráguese ese sapo*. Madrid: Paidós ibérica, 2008.
- DOUGLAS, Torin. *Guía completa de la publicidad*. Madrid: Akal ediciones, 1983.
- GARCÍA UCEDA, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC Editorial, 2008.
- MEDINA, Agustín. *Introducción a la publicidad*. Madrid: Ediciones Pirámide, 2016.
- LUPTON, Ellen. *Design thinking*. Barcelona: Gustavo Gili Diseño, 2015.
- PRESON, Raquel. *El discurso de la publicidad*. Buenos Aires: Ediciones Colihue SRL, 1997
- TUSQUETS BLANCA, Oscar. *Todo es comparable*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2008.

### 9.2. Bibliografia complementària:

- AICHER, Olt. *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- BELLA, Félix. *Rompiendo las reglas: tipografía suiza de los turbulentos años ochenta*. Valencia: Campgràfic, 2008.
- BERRY, Susan i MARTIN, Judy. *Diseño y Color*. Barcelona: Blume, 1994.
- CONTRERAS, Fernando/SAN NICOLÁS ROMERA, César. *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid: Blur, 2001.
- EAGLEMAN, David. *Incógnito: La vida secreta del cerebro*. Barcelona: Anagrama, 2013.
- FAIRSTEIN, Gabriela Alejandra i GYSSELS, Silvana. *¿Cómo se aprende?.* Caracas: Federación Internacional de Fe y Alegría, 2003 (Colección Programa Internacional de Formación de Educadores Populares).
- FRUTIGER, Adrian. *Signos, Símbolos, Marcas, Señales. Elementos, Morfología, Representación, Significación*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.
- FUENTES, Rodolfo. *La práctica del diseño gráfico, una metodología creativa*. Madrid: Paidós, 2005.
- GLASER, Milton. *Diseñador/Ciudadano. Cuatro lecciones breves (más o menos sobre diseño)*. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
- GUTIÉRREZ GONZÁLEZ, Pedro Pablo. *Teoría y práctica de la publicidad impresa*. Valencia: Campgràfic, 2006.
- HAN, Byung-Chul. *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder, 2012.
- JONES, Christopher. *Diseñar el diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- JONES, Christopher. *Métodos de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982.
- LUPTON, Ellen. *Diseño Gráfico: Nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.
- LLOVET, Jordi. *Ideología y metodología del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- MEGGS, Philip. *Historia del diseño gráfico*. México: Trillas/Mc Kelvey, 1998.
- MUNARI, Bruno. *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- O'DONNELL, Timothy. *Sketch Book*. Massachusetts: Beverly Rockport, 2009.
- PAPANEK, Víctor. *Diseñar para el mundo real*. Barcelona: Pol·len Ediciones, 2014.
- PATHAK, Haresh. *Structural package designs*. Amsterdam: The Peppin Press, 1999.
- PELTA RESANO, Raquel. *Diseñar hoy*. Madrid: Paidós, 2010.
- SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza, 1992.
- SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza Forma, 1988.
- SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico en España*. Madrid: Alianza, 1997.
- SCHEURMANN, Erich. *Los Papalagi*. Barcelona: RBA Integral Editores, 2008.
- SOLANAS DONOSO, Jesús. *Diseño, arte y función*. Barcelona: Salvat, 1985.
- SWAN, Alan. *Diseño básico*. Barcelona: Blume, 1992.
- SWAN, Alan. *Bases del diseño gráfico*. Barcelona: Blume, 1992.
- WEST, Suzanne. *Cuestión de estilo: Los enfoques tradicional y moderno en la maquetación y tipografía*. Madrid: ACK, 1991.
- WONG, Wucius. *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1995
- RENNERT, Paul. *El arte de la tipografía*. Valencia: Campgràfic, 1988.
- RODRÍGUEZ -VALERO, Daniel. *Manual de tipografía digital*. Valencia: Campgràfic, 2016.
- PUJOL, Josep María. *Principios de la tipografía fundamental. De William Morris a Stanley Morison*. Valencia: Campgràfic, 2017.
- SERRA Y OLIVERES, Antonio. *Manual de la tipografía española ó sea el arte de la imprenta*. Madrid: Librería de D. Antonio Oliveres, 1852.
- SPENCER, Herbert. *Pioneros de la tipografía moderna*. Barcelona: Gustavo Gili, 1995.
- UNGER, Gerard. *¿Qué ocurre mientras lees?.* Valencia: Campgràfic, 2006.
- UNOS TIPOS DUROS. *Catálogo General de tipografía. Obra teórico práctica ilustrada con profusión de grabados y ejemplos gráficos. (recopilació) 1950*.
- VVAA. *Anuari Llettraferits 2017*. Valencia: Campgràfic, 2017.
- VVAA. *Retículas: soluciones gráficas para el diseñador*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

### 9.3. Altres recursos:

- *Codex: The journal of typography*. Nova York: Ata Price, [01-04-2011], 2011, nº 1.
- *Etapes: Design et culture visuelle* [en línea]. Cop. 1999 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://etapes.com>.
- *Experimenta: Revista de Diseño Gráfico, Arquitectura, Diseño Industrial* [en línea]. Cop. 2012 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://www.experimenta.es>.
- *Monográfica: Revista temática de diseño* [en línea]. Cop. 2012 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://www.monografica.org>.
- *Pentagram* [en línea]. Cop. 2012 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://www.pentagram.com/work/#/all/all/newest>.
- *Ponencias CIT Valencia*. València: ADCV, [20-06-2007], 2007, nº1.
- *Sagmeister & Walsh* [en línea]. [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://www.sagmeisterwalsh.com>.
- *Typographica. Type Reviews, Books, Commentary* [en línea]. Cop. 2002/2009 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://typographica.org>.
- *UnosTiposDuros* [en línea]. Cop. 2014 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://www.unostiposduros.com>.
- *Visual: Magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación*. Madrid: Blur, 2009.
- *Yorokobu* [en línea]. Cop.2014 [consulta 2014-08-29]. Disponible a: <http://yorokobu.es>.

### 10. Altres observacions (si escau)