

Programación Web

Grado en Bellas Artes
2025-26

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Programación Web

Titulación: Grado en Bellas Artes

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D . David de la Fuente Sadornil

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Demostrar iniciativa y creatividad en el campo artístico.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis sobre el propio trabajo artístico.
- Conocer y discernir las implicaciones medioambientales de los proyectos artísticos y culturales.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en lengua española en el área de conocimiento de las Artes y las Humanidades, y en concreto en las Bellas Artes
- Desarrollar la capacidad de analizar la repercusión entre el arte y la sociedad.
- Conocer e integrar las herramientas digitales en la práctica artística.
- Utilizar correctamente las herramientas básicas de la expresión plástica (línea, color, composición y estructura)
- Conocer las normas de actuación derivadas de los derechos de autor y propiedad intelectual.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Conocer el entorno digital más actual, así como redes sociales
- Saber aplicar las herramientas en red al propio trabajo personal.
- Saber expresarse con la terminología y extensión propias de las redes.
- Saber resolver problemas sencillos surgidos en el ámbito de la red.
- Conocer de manera básica las leyes de protección de datos.
- Conocer los cauces para colocar y difundir la información.
- Conocer los mecanismos para la visibilidad de la información en la red.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado las asignaturas de Técnicas y materiales digitales I y II

2.2. Descripción de los contenidos

- La web como sistema de comunicación creativa y herramienta de posicionamiento profesional.
- Análisis estratégico del proyecto web: objetivos, contexto y público.
- Definición del buyer persona aplicado a proyectos artísticos y creativos.
- Estrategia de comunicación para portfolios web: enfoque, tono y mensaje.
- Principios de experiencia de usuario y psicología del comportamiento en entornos digitales.
- Conceptualización creativa y storytelling aplicado al diseño web.
- Branding y traducción de la identidad artística al entorno digital.
- Diseño visual para web: jerarquía, tipografía, color y composición.
- Estructuración del proyecto web mediante Design Thinking.
- Uso de WordPress, herramientas digitales e inteligencia artificial en el diseño web.
- Desarrollo del portfolio web artístico como proyecto final.
- Estrategias básicas de lanzamiento y difusión del portfolio web en entornos online y offline.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.

La asignatura **Programación Web** tiene como finalidad capacitar al alumno para diseñar y desarrollar una **web de portfolio artístico personal**, entendida como una **herramienta estratégica de comunicación, visibilidad y posicionamiento profesional**.

El enfoque de la asignatura se aleja de la programación avanzada para centrarse en el **pensamiento previo al diseño**, la conceptualización creativa, la experiencia de usuario y la coherencia entre identidad artística, público objetivo y objetivos de comunicación.

A lo largo del semestre, el alumno aprenderá a **pensar la web como un sistema**, que responde a una idea, a un usuario concreto y a un contexto real (galerías, fundaciones, instituciones culturales, empresas creativas o clientes profesionales), integrando diseño visual, storytelling, branding y tecnología accesible, como WordPress y herramientas de inteligencia artificial.

Explicación de la Guía Docente.

Tema 1. Definición del buyer persona en proyectos artísticos

Análisis y definición del público objetivo del portfolio web artístico, identificando perfiles como galerías, fundaciones, instituciones culturales, empresas creativas o clientes profesionales. Comprensión del contexto, necesidades y expectativas del receptor del proyecto creativo.

Tema 2. Estrategia de comunicación aplicada al portfolio web

Diseño de la estrategia de comunicación del proyecto web, estableciendo objetivos, tono, posicionamiento y mensaje clave en función del buyer persona definido. La web como eje central del ecosistema de comunicación del artista.

Tema 3. Storytelling y narrativa aplicada al entorno digital

Construcción del relato del portfolio web mediante storytelling, copy y narrativa visual. Desarrollo de un discurso coherente que articule los contenidos y refuerce la identidad artística del alumno.

Tema 4. Customer Journey creativo

Definición del recorrido del usuario en la web artística, analizando los puntos de contacto, la secuencia de contenidos y la experiencia global desde la primera visita hasta la comprensión del proyecto creativo.

Tema 5. UX y psicología del usuario

Introducción a los principios de experiencia de usuario y psicología del comportamiento aplicados al diseño web. Comprensión de cómo perciben, navegan y toman decisiones los usuarios en entornos digitales.

Tema 6. Principios de diseño web y jerarquía visual

Aplicación de criterios de diseño visual en web: jerarquía, composición, tipografía, color y legibilidad. Identificación de errores comunes en portfolios artísticos y webs de marca.

Tema 7. Branding y traducción de la identidad artística a la web

Adaptación de la identidad visual y conceptual del proyecto artístico al entorno digital, manteniendo coherencia entre obra, discurso y presentación web.

Tema 8. Estructuración del proyecto web mediante Design Thinking

Uso del proceso de Design Thinking para estructurar el portfolio web, desde la empatía con el usuario hasta la ideación, prototipado y validación de la solución digital.

Tema 9. Herramientas digitales, WordPress e inteligencia artificial

Introducción al uso de WordPress como plataforma para el desarrollo del portfolio web. Selección de plantillas con criterio, uso de plugins básicos y aplicación de herramientas de inteligencia artificial para apoyar el proceso creativo y de contenido.

Tema 10. Desarrollo y lanzamiento del portfolio web artístico

Diseño, publicación y presentación del portfolio web final. Definición de acciones básicas de lanzamiento y difusión del proyecto, combinando tácticas online y offline, y preparación de la defensa del proyecto.

2.4. Actividades Dirigidas

Actividad Dirigida 1 (AD1): Definición del proyecto, buyer persona y estrategia de comunicación

El alumno desarrollará un documento conceptual previo al diseño de su portfolio web en el que definirá la idea central del proyecto artístico, el buyer persona al que se dirige (galerías, fundaciones, instituciones culturales, empresas creativas u otros perfiles profesionales) y los objetivos de comunicación de la web. El trabajo incluirá el análisis de dónde se encuentra dicho público objetivo (canales digitales y contextos físicos) y la propuesta de una estrategia de comunicación coherente con su identidad creativa. Esta actividad servirá como base estratégica obligatoria para el desarrollo del portfolio web final.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Estructura, narrativa y diseño conceptual del portfolio web

A partir de la estrategia definida en la actividad anterior, el alumno diseñará la estructura del portfolio web, desarrollando el storytelling, la organización de contenidos, la jerarquía visual y la experiencia de usuario. Se trabajará mediante wireframes sencillos, esquemas visuales o prototipos básicos, apoyándose en WordPress, plantillas existentes o herramientas de inteligencia artificial. El objetivo es demostrar la coherencia entre concepto, diseño, usuario y comunicación antes de la ejecución final del sitio web

Examen final: Desarrollo de un portfolio web artístico

El alumno desarrollará de forma individual una **web de portfolio artístico personal**, concebida como una **herramienta de comunicación, posicionamiento y proyección profesional**, que recoja y presente de manera coherente sus trabajos creativos.

El proyecto final se construirá a partir del trabajo realizado en las **dos actividades dirigidas previas**, integrando la definición del proyecto artístico, el buyer persona y la estrategia de comunicación, así como la estructura, narrativa y diseño conceptual del sitio web.

La web se realizará mediante **WordPress u otras herramientas accesibles**, pudiendo apoyarse en

soluciones de **inteligencia artificial** para la generación de contenidos, estructura o elementos visuales, sin que se exija un desarrollo técnico avanzado.

El portfolio web deberá incluir:

- Una estructura clara y funcional, orientada al **buyer persona** definido (galerías, fundaciones, instituciones culturales, empresas creativas u otros perfiles profesionales).
- Una presentación coherente de los trabajos artísticos, cuidando la **narrativa, el ritmo visual y la experiencia de usuario**.
- La traducción de la **identidad artística y visual** del alumno al entorno digital.
- La aplicación de criterios de **diseño web, jerarquía visual, tipografía y color**.
- Una **estrategia básica de comunicación y lanzamiento**, que contemple acciones online y offline para dar visibilidad al portfolio.

El alumno deberá **presentar y defender públicamente** el proyecto final, justificando las decisiones estratégicas, creativas y de diseño adoptadas, y demostrando la coherencia entre concepto, usuario, comunicación y resultado final.

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4 Suspenso (SS)
5 - 6 Aprobado (AP)
7 - 8 Notable (NT)
9 - 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.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Examen Parcial	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Examen final	60%

3.3. Restricciones

Calificación mínima
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

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, proyectos y 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.

3.4. 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. Su uso no puede ser indiscreminado. El plagio, que debe demostrarse, 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.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica
(Imprescindible para el desarrollo del portfolio web en WordPress)

- Krug, S. (2015). No me hagas pensar (Ed. revisada). Pearson. Lectura clave para entender usabilidad y estructura web sin tecnicismos.
- Norman, D. A. (2016). El diseño de las cosas cotidianas. Paidós. Para comprender cómo piensan los usuarios (y por qué no hacen lo que esperamos).
- Lupton, E. (2014). Pensar con tipografía. Gustavo Gili. Esencial para no destrozar un portfolio con malas decisiones tipográficas.
- Costa, J. (2018). La imagen de marca: Un fenómeno social. Paidós. Ayuda a entender el portfolio como herramienta de identidad y posicionamiento.
- WordPress.org. Guía oficial de WordPress (Documentación básica). Recurso práctico para construir el portfolio sin entrar en programación.

Bibliografía recomendada
(Apoyo creativo, estratégico y de ampliación práctica)

- Garrett, J. J. (2011). The elements of user experience. New Riders. Para estructurar la web antes de diseñar o elegir plantilla.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). Universal principles of design. Rockport. Manual rápido de principios visuales aplicables directamente al portfolio.

- Munari, B. (2017). ¿Cómo nacen los objetos? Gustavo Gili. Trasladar el proceso creativo tradicional al entorno digital.
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia. Deusto. Para trabajar storytelling y discurso en la presentación del portfolio.
- Mollick, E. (2024). Co-inteligencia. Plataforma Editorial. Introducción clara y actual al uso creativo de IA en proyectos digitales.

Otros Recursos digitales

(Para usar durante la asignatura)

- WordPress.org – Documentación y tutoriales oficiales.
- Nielsen Norman Group – Artículos prácticos sobre UX y usabilidad.
- Smashing Magazine – Diseño web, UX y buenas prácticas.
- Awwwards – Referencias de diseño web contemporáneo
- Behance – Análisis de portfolios creativos bien estructurados.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. David de la Fuente Sadornil
Departamento	Facultad de comunicación y artes
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Técnico superior en gestión comercial y marketing Docente para la formación
Correo electrónico	dfuente@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
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	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid, es experto en desarrollo estratégico, táctico y creativo de campañas, y en la producción y organización de eventos. Ha trabajado durante 13 años como Brand Experience Director *en FCB (Foote Cone & Belding*), para marcas como Ron Barceló, Disaronno, Yamaha Motogp, Coca Cola, BMW, Cutty Sark, Leroy Merlin, Fosters F1, Master's Gin, Camel, o Quironsalud, entre otros, y ha colaborado con artistas de la talla de Franco Dragone Cirque du Soleil, La Fura dels Baus, Mercedes Pedroche o Els Comediants recibiendo multitud de premios al mejor evento del año, mejor decoración, gran premio del jurado, mejor evento promocional y mejor animación. Compagina su colaboración como productor creativo con la agencia *4 Tuercas* en la elaboración, planificación y producción de eventos para la editorial SM, y con Pedro Soler en *So What.team*. Actualmente trabaja como director de innovación y creativo en *Comunicación Gráfica Alborada y coordina* un equipo creativo multidisciplinar, creando y planificando proyectos de innovación y creatividad propios y para clientes como Orange, Canon, Venis, Crocs, Colacao, etc... Además, es coautor de varias publicaciones creativas como #daretotrip y #esteañosiquesi, y trabaja en el desarrollo de nuevas formas de aprendizaje basadas en la gamificación.