

Curso 2024-25



Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE

Proyectos de Diseño Gráfico. Implementación

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño Gráfico

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2024

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.
Asignatura: Proyectos de Diseño Gráfico. Implementación.

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

| | |
|---|--|
| Tipo | Obligatoria de especialidad |
| Carácter | Teórico-práctica |
| Especialidad/itinerario/estilo/instrumento | Diseño Gráfico |
| Materia | Proyectos de Diseño Gráfico |
| Periodo de impartición | 5º Semestre |
| Número de créditos | 4 ECTS |
| Departamento | Departamento didáctico, especialidad gráfico |
| Prelación/ requisitos previos | Sin prelación |
| Idioma/s en los que se imparte | Español |

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

| Apellidos y nombre | Correo electrónico |
|---------------------------|---------------------------|
| Iglesias Gutiérrez, Raúl | |

3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

| Apellidos y nombre | Correo electrónico | Grupos |
|--|---------------------------|---------------|
| Iglesias Gutiérrez, Raúl Maldonado Rodríguez, Eva | | Todos |

4. COMPETENCIAS

| Competencias transversales |
|---|
| CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizar y gestionarla adecuadamente. |
| CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza. |
| CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación. |
| CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos. |
| CT11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad. |

CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

CT9 Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.

CT10 Liderar y gestionar grupos de trabajo.

CT16 Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental

Competencias generales

CG7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

CG8 Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.

CG11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

CG1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

CG2 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

CG16 Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles

CG22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

Competencias específicas

CEG1 Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

CEG2 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual

CEG3 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.

CEG4 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.

CGE15 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Saber aplicar la metodología de investigación a un proyecto de diseño gráfico.
- Dominar las estrategias y criterios de decisión para la innovación y calidad.
- Saber trabajar técnicas para la visualización de ideas a través de un brief de cliente real.
- Ser capaz de abordar el planteamiento desde las bases de un proyecto de diseño gráfico en los fundamentos del campo audiovisual basados en las campañas de comunicación integrales o el branding, generando el manual completo de aplicación.

6. CONTENIDOS

| Bloque temático (en su caso) | Tema/repertorio |
|---------------------------------------|--|
| I. Definición del proyecto | Tema 1. Presentación del proyecto: <i>brief</i> , fases y agentes. |
| | Tema 2. El contrabrief. |
| II. Diseño del producto. | Tema 3. Diseño del producto. |
| | Tema 4. Producción del producto. |
| | Tema 5. Envase y embalaje del producto. |
| III. Identidad del producto. | Tema 6. Naming del producto. |
| | Tema 7. Identidad visual del producto. |
| IV. Diseño publicitario I. Fotografía | Tema 8. Conceptualización y planificación de la campaña de fotografía. |
| | Tema 9. Producción de la campaña de fotografía. |
| | Tema 10. Postproducción de la campaña de fotografía. |
| V. Diseño publicitario II. Editorial. | Tema 11. Diseño de producto editorial. Medios impresos. |
| | Tema 12. Diseño de producto editorial. Medios digitales. |

| | |
|--|---|
| VI. Diseño publicitario III. Audiovisual. | Tema 13. Conceptualización y planificación de la campaña audiovisual. |
| | Tema 14. Producción de la campaña audiovisual. |
| | Tema 15. Postproducción de la campaña audiovisual. |
| V. Presentación y comunicación del producto. | Tema 16. Presentación y comunicación del producto. |

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

| Tipo de actividad | Total horas |
|---|------------------|
| Actividades teóricas | 17,5 horas |
| Actividades prácticas | 20 horas |
| Otras actividades formativas de carácter obligatorio (Workshop, jornadas, seminarios) | 32 horas |
| Realización de pruebas | 2,5 horas |
| Horas de trabajo del estudiante | 32 horas |
| Preparación prácticas | 16 horas |
| Total de horas de trabajo del estudiante | 120 horas |

8. METODOLOGÍA

| | |
|----------------------|--|
| Actividades teóricas | <p>Se utilizará principalmente la clase magistral, que consistirá fundamentalmente en la exposición oral de los contenidos de cada tema/sesión, respaldados por recursos informáticos y visionado de materiales (fotografías, textos, fragmentos y/o piezas audiovisuales que sirvan de soporte argumental, como ejemplos que ilustran la exposición u objetos de análisis). Durante el desarrollo de una sesión teórica, se plantearán, por tanto, preguntas o problemas relacionados con el tema expuesto, los textos comentados y los contenidos impartidos para promover y ocasionar un debate grupal.</p> <p>Hincapié en el estudio por casos y trabajo con brief de cliente Los proyectos siempre estarán relacionados con el campo audiovisual basado en campañas de comunicación integrales o el branding audiovisual, generando el manual completo de aplicación, generando el manual completo de aplicación, los clientes variarán cada año.</p> |
|----------------------|--|

| | |
|--|--|
| <p>Actividades prácticas</p> | <p>Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura. De este modo se favorecerá el trabajo grupal de los estudiantes, las dinámicas de aprendizaje e investigación necesarias, y la resolución y monitorización de cuestiones específicas planteadas en cada grupo de trabajo.</p> <p>Presentación de contrabrief del proyecto a desarrollar al cliente. Sesiones de trabajo con correcciones sobre proyecto. Presentación final de proyecto por grupos.</p> |
| <p>Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)</p> | <p>Sesiones de apoyo en las que, con una metodología participativa basada en el desarrollo de habilidades y herramientas de tecnología y producción de las distintas fases del proceso de diseño poder dirigir el proyecto/ejercicios hasta su fase final.</p> <p>Seminarios, exposiciones, conferencias y webinars sesiones donde se fomenta el análisis, la crítica y el debate para potenciar las herramientas en formulación de ideas, el manejo de la creatividad en el diseño y la cultural visual.</p> |

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- La capacidad de aplicar la metodología de investigación a un proyecto de diseño gráfico
- El dominio de las estrategias y criterios de decisión para la innovación y calidad.
- La capacidad de trabajar técnicas para la visualización de ideas a través de un brief de cliente real.
- La capacidad de abordar el planteamiento desde las bases de un proyecto de diseño gráfico, en los fundamentos del campo audiovisual basados en las campañas de comunicación integrales o el branding, generando el manual completo de aplicación.

La evaluación debe diseñarse y planificarse de manera que quede integrada dentro de las actividades formativas de enseñanza/aprendizaje.

Se propone que la evaluación del aprendizaje de los alumnos sea continúa, personalizada e integradora:

- Continúa en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y consecuentemente no limitada por fechas o situaciones concretas.
- Personalizada, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno. Se prestará especial atención en cuanto a la participación del alumno en los grupos de trabajo.
- Integradora en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas para la etapa, a través de los objetivos de las distintas unidades temáticas y áreas.

Se evaluarán los aprendizajes de los alumnos en relación con el logro de los objetivos educativos determinados en el currículo y asociados a los objetivos generales y específicos, tomando como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para el área.

Para evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos es necesario:

- Evaluar la competencia curricular de los mismos (capacidades y aptitudes).
- Evaluar los factores que dificultan o facilitan un buen aprendizaje.
- Propiciar la autoevaluación y coevaluación de los propios alumnos como fuente de análisis y crítica de resultados, con el fin de permitir modificaciones de actitudes para su perfeccionamiento.
- Valorar el contexto de aprendizaje en el que se desenvuelve el alumno.

9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

| | |
|---|---|
| Actividades teóricas | Debate Ensayos y trabajos de investigación |
| Actividades prácticas | Diarios o bitácoras Tutorías Proyectos Exposición |
| Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios) | Asistencia activa a los talleres, a seminarios, exposiciones, conferencias o webinars compartiendo las reflexiones y los conocimientos en el aula con el grupo. |

9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

| | |
|-----------------------|---|
| Actividades teóricas | <p>Mediante los debates el alumno es capaz de demostrar su capacidad para llegar a conclusiones sobre los contenidos asimilados y defender argumentativamente sus opiniones al respecto.</p> <p>Mediante los ensayos y trabajos de investigación se comprueba que el alumno trabaja activamente con los contenidos teóricos asimilados, y es capaz de relacionarlos entre sí en el desarrollo de un ejercicio escrito de corte argumentativo.</p> |
| Actividades prácticas | <p>Mediante el diario o la bitácora se comprueba la adquisición progresiva en el alumno de los resultados del aprendizaje siguiendo una línea temporal.</p> <p>Mediante las tutorías continuas, se verifica la constancia del alumno en el proceso de trabajo y su evolución en el aprendizaje</p> <p>Con el desarrollo de un proyecto completo que incluya los principales puntos tratados durante el curso, el alumno demostrará haber asimilado el conjunto de los contenidos impartidos.</p> |

| | |
|---|---|
| | Mediante la exposición se constata, a través de la instalación de su trabajo en el espacio, que el alumno es capaz de integrar todos los elementos comunicativos de los proyectos resultantes de su aprendizaje. |
| Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.) | Se valorará que el estudiante aplique los contenidos propedéuticos del aprendizaje adquirido en talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars a los trabajos y proyectos del curso. |

9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1. El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
2. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y el estudiante deberá cumplir con un porcentaje de actividad con presencia del profesor, cuya estimación será del 80 %.
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua, se le evaluará en evaluación con pérdida de evaluación continua, presentará el/los trabajo/s solicitado/s durante el curso y una prueba específica para esta convocatoria, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado 9.3.1 y 9.3.2 correspondiente de esta guía.
4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación queda explicitado el apartado 9.3.3 en esta guía.
5. Para aprobar la asignatura se debe cumplir con los requisitos de la ponderación de los instrumentos de evaluación que se definen en los puntos 9.3.1, 9.3.2 y 9.3.3.

9.3.1. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

| Instrumentos | Ponderación |
|--|-------------|
| Realización, presentación y entrega, investigación, plataforma de marca y naming | 25% |
| Realización, presentación y entrega universo visual de marca | 25% |
| Realización, presentación y entrega brief comunicación de proyecto | 20% |
| Presentación y entrega final de proyecto | 30% |
| Total | 100% |

9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

| Instrumentos | Ponderación |
|--|-------------|
| Realización, presentación y entrega, investigación, plataforma de marca y naming | 20% |
| Realización, presentación y entrega universo visual de marca | 20% |

| | |
|--|-------------|
| Realización, presentación y entrega brief comunicación de proyecto | 15% |
| Presentación y entrega final de proyecto | 25% |
| Prueba específica para la evaluación con pérdida de evaluación | 20% |
| Total | 100% |

9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

| Instrumentos | Ponderación |
|--|-------------|
| Realización, presentación y entrega, investigación, plataforma de marca y naming | 25% |
| Realización, presentación y entrega universo visual de marca | 25% |
| Realización, presentación y entrega brief comunicación de proyecto | 20% |
| Presentación y entrega final de proyecto | 30% |
| Total | 100% |

9.3.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

| Instrumentos | Ponderación |
|---|-------------|
| Se determinarán en función de la discapacidad | |
| Total | 100% |

10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

| Semana | CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN | Total horas presenciales | Total horas no presenciales |
|-----------|---|--------------------------|-----------------------------|
| Semana 19 | I. Definición del proyecto. II. Diseño del producto. III. Identidad del producto. IV. Diseño publicitario I. Fotografía. VI. Diseño publicitario III. Audiovisual. | | |
| | Actividades teóricas Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección: | 7,5 horas | |

| | | | | |
|--|------------------------------|--|----------|---------|
| | | Tema 1. Presentación del proyecto: <i>brief</i>, fases y agentes. | | |
| | | Tema 2. El contrabrief. | | |
| | | Tema 6. Naming del producto. | | |
| | | Tema 8. Conceptualización y planificación de la campaña de fotografía. | | |
| | | Tema 13. Conceptualización y planificación de la campaña audiovisual. | | |
| | | El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias. Análisis de casos. Debates. | | |
| | Actividades prácticas | Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura. Desarrollo del proyecto en las áreas temáticas: | 10 horas | 8 horas |
| | | Tema 3. Diseño del producto. | | |
| | | Tema 4. Producción del producto. | | |
| | | Tema 5. Envase y embalaje del producto. | | |
| | | Tema 7. Identidad visual del producto. | | |
| | | Materialización del producto. | | |
| | Otras actividades formativas | Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars. | 6 hora | |

| | | | | |
|--------------|---|--|-----------|---------|
| | IV. Diseño publicitario I. Fotografía. | | | |
| Semana 10-11 | Actividades teóricas | Desarrollo del proyecto en las áreas temáticas: Tema 9. Producción de la campaña de fotografía. Tema 10. Postproducción de la campaña de fotografía. | 2,5 horas | |
| | Actividades prácticas | Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura. Materialización de la campaña de fotografía. | 5 horas | 4 horas |
| | Otras actividades formativas | Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars. | 6 hora | |

| | | | | |
|--------------|--|--|---------|--|
| | V. Diseño publicitario II. Editorial. VI. Diseño publicitario III. Audiovisual. | | | |
| Semana 12-14 | Actividades teóricas | Desarrollo del proyecto en las áreas temáticas: | 5 horas | |
| | | Tema 11. Diseño de producto editorial. Medios impresos. | | |

| | | | | |
|------------------------------|---|---|---------|---------|
| | | Tema 12. Diseño de producto editorial. Medios digitales. | | |
| | | Tema 14. Producción de la campaña audiovisual. | | |
| | | Tema 15. Postproducción de la campaña audiovisual. | | |
| | Actividades prácticas | Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura. | 5 horas | 4 horas |
| Otras actividades formativas | Proyecto de workshop específico de la materia | 5 horas | | |

| | | | | |
|------------------|---|---|-----------|--|
| Semana 14 | V. Presentación y comunicación del producto. | | | |
| | Actividades teóricas | Tema 16. Presentación y comunicación del producto. | 2,5 horas | |
| | Actividades prácticas | Entrega y exposición del proyecto final. | | |
| | Otras actividades formativas | Proyecto de workshop específico de la materia | 15 horas | |

| | | | | |
|----------------------|--|--|----------|--|
| Semana Taller | Bloque III. Proyecto específico de la materia | | | |
| | Actividades teóricas | Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección. | | |
| | Actividades prácticas | Taller y práctica Proyecto | | |
| | Otras actividades formativas | Asistencia y/o participación workshop específico de la materia | 20 horas | |

| | | | | |
|------------------|--|--|-----------|--|
| Semana 15 | Evaluación Convocatoria Ordinaria | | | |
| | Actividades teóricas | | | |
| | Actividades prácticas | Evaluación Continua: Evaluación de proyectos y resultados. Evaluación con pérdida de Evaluación Continua: Evaluación de proyectos y resultados más la prueba específica | 2,5 horas | |
| | Evaluación | Evaluación con pérdida de evaluación continua. | | |

| Comentarios de los resultados finales | | | | |
|---------------------------------------|------------|---|-----------|--|
| Sesión 16 | Evaluación | Evaluación, comentarios e información de los resultados de los proyectos y ejercicios | 2,5 horas | |
| | | | | |

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

| |
|---|
| Acceso a plató: |
| 4 cabezas de flash Elinchrom BRX500 |
| 2 disparadores flash remoto |
| 2 difusores flash octa |
| 2 difusores flash rectangulares |
| 4 pantallas LED |
| 6 focos LED fresnel spot |
| 1 difusor 5en1 |
| 2 palios 2x2m |
| 1 slider motorizado |
| 2 Canon 7D Mark II (24-105mm, 10-18mm, 70-200mm, 100mm) |
| 6 pinzas americanas |
| 6 ceferinos |
| 1 trípode de foto |
| 10 trípodes luces |
| 2 cabezas de flash Elinchrom D-Lite RX 2 |
| 1 disparador flash remoto |
| 1 difusor flash octa |
| 1 difusor flash cuadrado |
| 2 pantallas LED |
| 2 focos LED fresnel spot |
| 1 palio 2x2m |
| Acceso a ordenadores con Adobe Lightroom |

11.1. Bibliografía general

| | |
|-----------|--|
| Título | Diseño de producción y dirección artística. Cine |
| Autor | Ettedgui, Peter |
| Editorial | Océano |

| | |
|-----------|--|
| Título | Arte en fotogramas - Cine realizado por artistas |
| Autor | Tejeda, Carlos |
| Editorial | Alianza |

11.2. Bibliografía complementaria

| | |
|-----------|---|
| Título | Identidad corporativa del brief a la solución final |
| Autor | Mono |
| Editorial | GG |