

Curso 2024-25



Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE
Diseño y Marca

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño de Interiores

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2024

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.

Asignatura: Diseño y Marca

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Optativa
Carácter	Teórico-práctico
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño de Producto / Diseño de Interiores
Materia	Cultura del diseño
Periodo de impartición	7º Semestre
Número de créditos	4 ECTS
Departamento	Departamento didáctico, especialidad producto
Prelación/ requisitos previos	Sin prelación
Idioma/s en los que se imparte	Español

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Vallhonrat Serrano, Jaime	

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

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Vallhonrat Serrano, Jaime		Interiores

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

Competencias generales

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

CG5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

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

CG18 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.

Competencias específicas

CEP1 Determinar las características finales de productos, servicios y sistemas, coherentes con los requisitos y relaciones estructurales, organizativas, funcionales, expresivas y económicas definidas en el proyecto.

CEP2 Resolver problemas proyectuales mediante la metodología, destrezas, y procedimientos adecuados.

CEP3 Proponer, evaluar y determinar soluciones alternativas a problemas complejos de diseño de productos y sistemas.

CEP13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de producto.

CEP15 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

- Identificar el concepto de marca, sus valores, misión y visión.
- Identificar y describir qué elementos construyen una marca.
- Entender los elementos específicos del branding personal.
- Construir una marca propia.
- Argumentar un proyecto de diseño de marca.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
I. Diseño y marca	Tema 1. ¿Qué es una marca?
	Tema 2. ¿Qué es el branding personal?
	Tema 3. Construyendo una identidad

	Tema 4. Sistema Visual
	Tema 5. Desarrollo de un producto de marca

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	10,5 horas
Actividades prácticas	13 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	32 horas
Realización de pruebas	16,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	13 horas
Preparación prácticas	29 horas
Realización de pruebas	6 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	120 horas

8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	<p>Se utiliza principalmente la clase magistral: exposición de contenidos mediante la presentación o explicación por parte del docente y que se apoya en el uso de las TIC's.</p> <p>Durante dicha exposición se podrán plantear preguntas, resolver las dudas que puedan presentarse, orientar la búsqueda de información, ocasionar el debate individual o en grupo, etc.</p> <p>En estas sesiones se imparte el contenido de la asignatura proponiendo inputs de información trilaterales (docente-alumno-grupo de alumnos) y desarrollándolos de manera tangible en ejercicios destinados a formar parte de las actividades prácticas.</p> <p>Posteriormente, en cada sesión, se aborda una dinámica grupal de debate en relación con el tema visto.</p>
----------------------	--

Actividades prácticas	<p>Las actividades prácticas serán de dos tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caso: técnica en la que los alumnos analizan situaciones profesionales presentadas por el profesor, con el fin de realizar una conceptualización experiencial y realizar una búsqueda de soluciones eficaces. En estos casos se abordan una a una todas las cuestiones formales que son importantes e indispensables en el proceso de diseño de un portfolio (composición y retícula, tipografía, ritmo y estructura, etc.). • Aprendizaje basado en proyectos: situaciones en las que el alumno debe explorar y trabajar un problema práctico aplicando conocimientos interdisciplinares. En este caso, debe producir un proyecto de marca. <p>Presentación de proyectos: exposición del proyecto asignado a un estudiante.</p>
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	<p>Se podrán visitar estudios de desarrollo de marca y casos de estudio.</p> <p>Taller de design: periodo de instrucción con el objetivo de revisar y discutir los conceptos y temas presentados en las clases. En estas sesiones de apoyo al trabajo propuesto para el desarrollo de la asignatura el estudiante podrá resolver dudas y profundizar en los contenidos impartidos en las actividades teóricas y/o prácticas.</p>

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Se solicitará la participación en los debates generados en las sesiones teóricas.
Actividades prácticas	<p>Se planteará el desarrollo de entregables (ejercicios prácticos, casos de estudio) y un proyecto final, individual, en relación a los contenidos del curso.</p> <p>Se definirán unos requisitos de entrega específicos para cada entrega.</p>
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	<p>Se planteará la asistencia a las visitas organizadas.</p> <p>Se planteará la asistencia y participación en el taller de design.</p>

9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se evaluará:

- Saber identificar el concepto de marca, sus valores, misión y visión.
- Saber identificar y describir qué elementos construyen una marca.
- Entender los elementos específicos del branding personal.
- La capacidad de construir una marca propia.
- Saber argumentar un proyecto de diseño de marca.

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 continua, personalizada e integradora:

- Continua 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.

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.

Actividades teóricas	Participación en los debates generados en las sesiones.
Actividades prácticas	<p>Evaluación del análisis de casos. Realización, presentación y entrega en fecha establecida de proyecto final individual propuesto relacionado con los contenidos del curso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la práctica realizada • Evaluación de las conclusiones o proyecto presentado
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	<p>Asistencia a las visitas organizadas. Asistencia y participación en el taller de design.</p>

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, en principio, del 80% (mínimo).
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua presentará una entrega específica para la evaluación con pérdida de evaluación continua que podrá constar de aquellas partes que se estimen oportunas, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado correspondiente de esta guía.
4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación queda explicitado en esta guía.
5. Para optar a evaluación continua, se deben entregar todos y cada uno de los trabajos prácticos propuestos en la fecha establecida.

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

Instrumentos	Ponderación
Análisis de casos	20%
Realización, presentación y entrega de proyecto	70%
Participación en sesiones críticas: taller, encuentros, visitas, correcciones, debates...	10%
Total	100%

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

Instrumentos	Ponderación
Realización, presentación y entrega de proyecto de curso	60%
Realización de prueba específica para la evaluación con pérdida de evaluación continua	40%
Total	100%

9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Realización, presentación y entrega de proyecto de curso	60%
Realización de prueba específica para la evaluación extraordinaria	40%
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

Sesión	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN		Total horas	Total horas
			presenciales	no presenciales
Sesión 1	TEMA 1: ¿Qué es una marca?			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Concepto y noción de marca). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	1,5 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Análisis de casos	1 hora	1 hora
	Otras actividades formativas	Taller de Design	3 horas	

Sesión 2	TEMA 1: ¿Qué es una marca?			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Concepto y noción de marca). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/marca personal Análisis de casos	1 hora	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de Design	3 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico/marca personal Actitud proactiva en el aula compartiendo los conocimientos, experiencias y herramientas aportadas en la visita organizada	0,5 horas	

Sesión 3	TEMA 1: ¿Qué es una marca?			
	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/marca personal Análisis de casos	1 hora	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de Design	2 horas	

	Evaluación	Revisión caso práctico/marca personal	1,5 horas	
--	------------	---------------------------------------	-----------	--

	TEMA 2: ¿Qué es el branding personal?			
Sesión 4	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Crear experiencia emocional). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Análisis de casos	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	

	TEMA 2: ¿Qué es el branding personal?			
Sesión 5	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Crear una experiencia emocional).	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/marca personal	0,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico/marca personal Actitud proactiva en el aula compartiendo los conocimientos, experiencias y herramientas aportadas en la visita organizada	1 hora	

	TEMA 2: ¿Qué es el branding personal?			
Sesión 6	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/marca personal	1 hora	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de Design	2 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico/marca personal	1,5 horas	

	TEMA 3: Construyendo una identidad			
Sesión 7	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Mensaje, signo y comunicación). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Análisis de casos	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de Design	2 horas	

TEMA 3: Construyendo una identidad				
Sesión 8	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Mensaje, signo y comunicación). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	0,5 horas	1 hora
	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/portfolio	0,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de Design	2 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico/portfolio	1,5 hora	

TEMA 3: Construyendo una identidad				
Sesión 9	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Mensaje, signo y comunicación). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	0,5 horas	1 hora
	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/portfolio	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de Design	2 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico Actitud proactiva en el aula compartiendo los conocimientos, experiencias y herramientas aportadas en la visita/encuentro organizado	0,5 hora	

TEMA 4: Experiencia de usuario				
Sesión 10	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Experiencia de usuario). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	1,5 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Análisis de casos	1 hora	1 hora
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	

TEMA 4: Sistema Visual				
Sesión 11	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Experiencia de usuario). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	0,5 horas	1 hora
	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/portfolio	0,5 horas	2 horas

	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico	1,5 horas	

	TEMA 4: Sistema Visual			
Sesión 12	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/marca personal	0,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico/portfolio	2 horas	

	TEMA 5: Desarrollo de un producto de marca			
Sesión 13	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Producto de marca). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Análisis de casos	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	

	TEMA 5: Desarrollo de un producto de marca			
Sesión 14	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Producto de marca). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	0,5 horas	1 hora
	Actividades prácticas	Trabajo caso práctico/portfolio	0,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión caso práctico	1,5 horas	

	Presentación Proyecto final			
Sesión 15	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	EVALUACIÓN CONTINUA. Presentación final de proyecto. EVALUACIÓN CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA: Presentación del proyecto del curso y prueba específica de esta convocatoria.	2,5 horas	6 horas

Sesión 16	Entrega de Notas. Evaluación y revisión de entregas		
	Evaluación	Revisión y evaluación de los trabajos de los alumnos, entrega de notas	2,5 horas

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

Todo el material didáctico estará disponible en la plataforma virtual

11.1. Bibliografía general

Título	No logo: El poder de las marcas
Autor	Naomi Klein
Editorial	Booket

Título	Creative Personal Branding: The Strategy to Answer
Autor	Jürgen Salenbacher
Editorial	Bis Publishers

Título	Diseño de marcas
Autor	Wally Olins
Editorial	Thames and Hudson Ltd

11.2. Bibliografía complementaria

Título	Wally Olins. Brand New.: The Shape of Brands to Come
Autor	Wally Olins
Editorial	Thames and Hudson Ltd

Título	¡Qué desastre! Cómo convertir errores épicos en éxitos creativos
Autor	Erik Kessels
Editorial	Phaidon

Título	The Digital Transformation Playbook
Autor	David L. Rogers
Editorial	Columbia University Press

Título	Think Punk: El nuevo pensamiento creativo para sobrevivir en la vida y en la empresa
Autor	Ecequiel Barricart
Editorial	Urano

Título	Brandoffon: El branding del futuro
Autor	Andy Stalman
Editorial	Amazon

11.3. Direcciones web de interés

<https://lacriaturacreativa.com/>
<https://www.dezeen.com>
<https://thecoolhunter.net/>
<http://trendland.com/>
<https://www.designboom.com/>

11.4. Otros materiales y recursos didácticos

Software	Adobe Photoshop
Software	Adobe Illustrator
Software	Adobe InDesign