

Curso 2024-25



Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE
Comunicación Visual

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño de Moda

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2024

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Moda

Asignatura: Comunicación Visual

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Optativa
Carácter	Teórico-práctica
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño de Moda
Materia	Lenguajes y Técnicas de Representación y Comunicación
Periodo de impartición	4º Curso / 7º y 8º Semestre
Número de créditos	4 ECTS
Departamento	Departamento didáctico, especialidad moda
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		Todos

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla 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.
CT15 Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

Competencias generales

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.

CG3 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.

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

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

CG20 Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

Competencias específicas

CEM1 Generar propuestas creativas de diseño de moda e indumentaria adecuadas a los condicionamientos materiales, funcionales, estéticos y comunicativos de los supuestos de trabajo.

CEM2 Concebir y materializar proyectos de diseño de moda e indumentaria que integren los aspectos formales, materiales, técnicos, funcionales, comunicativos y de realización.

CEM7 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.

CEM8 Resolver los problemas estéticos, funcionales, técnicos y de realización que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto.

CEM10 Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de moda e indumentaria.

CEM11 Dominar la tecnología digital específica vinculada al desarrollo y ejecución de proyectos de diseño de moda e indumentaria.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Ser capaz de conocer los diferentes elementos de la comunicación para desarrollar las herramientas de comunicación en el ámbito de la moda, desde plantear conceptos y estrategias adecuadas, pasando por la generación de estrategia de marca, identidad visual de marca, proyectos editoriales de comunicación de marca, así como imágenes de campaña y lookbook.

- Identificar una metodología / proceso de trabajo a seguir para el desarrollo de la comunicación de una marca, teniendo en cuenta todos los puntos de contacto de la misma y desarrollo.
- Aplicar los conocimientos en la realización de la comunicación visual de su proyecto TFE. Desde la concepción e idea, pasando por la estrategia del proyecto hasta la realización y producción de propuestas comunicativas, ya sea para la comunicación de una colección de moda, la creación de una marca o la puesta en marcha de un proyecto audiovisual o digital relacionado con la moda.
- Poder conseguir que el alumno genere una visión creativa coherente con su TFE, manejando los recursos necesarios para la búsqueda de referentes de diversas disciplinas para construir su universo estético y su capacidad para llevarlo a cabo.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
I. Introducción, presentación de proyectos. Análisis y estrategia.	Tema 1. Qué es la comunicación visual de una marca de moda.
	Tema 2. Presentación de proyectos a realizar en la asignatura.
	Tema 3. El análisis e investigación en la comunicación.
	Tema 4: Análisis externo.
	Tema 5: Herramientas de análisis.
	Tema 6: Caso de estudio
II. Estrategia de proyecto	Tema 1: ¿Qué es y cómo se construye una estrategia?
	Tema 2: Construcción de valores y atributos-
	Tema 3: Definición de territorio.
	Tema 4: Definición de propuesta de valor
	Tema 5 :Creación de plataforma de proyecto
	Tema 6: Caso de estudio

III. Workshop: Buscando y definiendo la idea del proyecto	Tema 1: Asociación de la idea de proyecto a imágenes.
	Tema 2: Definición de un nombre para el proyecto.
	Tema 3: Adjetivar los rasgos esenciales del proyecto.
	Tema 4: Construir un manifiesto e idea de proyecto.
IV. Universo visual	Tema 1: ¿Qué perseguimos en la creación de un universo?
	Tema 2: La creación del universo visual
	Tema 3: Decisiones primarias
	Tema 4: Ejemplos de universos virtuales
	Tema 5: Referencias de estudios creativos que trabajan para moda
V. Presentación de proyectos de TFE: Concepto y universo	Los alumnos presentarán sus proyectos de TFE para tener una visión global de las propuestas, se tendrá en cuenta la exposición, presentación, así como la información trabajada en la sesión de Workshop.
VI. Campañas de moda, fotografía y layouts de campaña.	Sesión de análisis sobre fotografía de moda, su aplicación en comunicación y campañas, análisis de layouts.
VII. Diseño editorial para moda	Tema 1: Objeto y forma en un proyecto editorial.
	Tema 2: Estructura de una publicación.
	Tema 3: Tipografía.
	Tema 4: Layout y composición.

<p>VIII. Sesión de lookbooks, catálogos, brandbooks e invitaciones.</p>	<p>Sesión de análisis de publicaciones para marcas de moda contemporáneas a través de los cuales asentaremos conocimientos de diseño y de planteamiento y comunicación de una colección. Entenderemos también el nexo de unión con las invitaciones y su importancia.</p>
<p>IX. La importancia de la web y RRSS en la comunicación de moda.</p>	<p>Tema 1: Cómo afrontamos un proyecto digital.</p>
	<p>Tema 2: El árbol de contenidos.</p>
	<p>Tema 3: Arquitectura y prototipado.</p>
	<p>Tema 4: Análisis de websites de marcas de moda.</p>
<p>X. Revisión y resolución de dudas</p>	<p>Sesión individualizada de feedback a cada alumno y proyecto concreto de TFE de cara a la presentación y entrega final de proyecto</p>
<p>XI. Revisión de Proyectos</p>	<p>Sesión individualizada de feedback a cada alumno y proyecto concreto de TFE de cara a la presentación y entrega final de proyecto</p>
<p>XII. Revisión de Proyectos</p>	<p>Sesión individualizada de feedback a cada alumno y proyecto concreto de TFE de cara a la presentación y entrega final de proyecto</p>
<p>XIII. Revisión de Proyectos</p>	<p>Sesión individualizada de feedback a cada alumno y proyecto concreto de TFE de cara a la presentación y entrega final de proyecto</p>
<p>XIV-XV. Simulacro de presentación de proyectos</p>	<p>Sesiones que tienen el objetivo de simular la presentación del alumno, en público junto al resto de alumnos. Se analizará su capacidad oral, presentaciones y elementos de comunicación. Se reforzará su discurso y se realizará feedback de entregables.</p>

<p>XVI. Feedback de la asignatura y nota final</p>	<p>Durante esta sesión se realizará feedback entre alumno y profesor acerca de la asignatura, conocimientos y entrega de trabajos finales. Se entregará la nota final a cada alumno.</p>
--	--

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	10 horas
Actividades prácticas	21,5 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	32 horas
Realización de pruebas	8,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	15 horas
Preparación prácticas	18 horas
Preparación de pruebas	15 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	120 horas

8. METODOLOGÍA

<p>Actividades teóricas</p>	<p>Exposición teórica de contenidos donde se explicarán todos los elementos clave necesarios para la conceptualización, desarrollo y realización de la comunicación visual de los proyectos de TFE. Se combinará la exposición de contenidos con dinámicas de análisis y debate.</p>
<p>Actividades prácticas</p>	<p>Workshops de trabajo, dinámicas de grupo y feedback sobre cada uno de los proyectos de TFE para que le sirvan de apoyo en el desarrollo de la comunicación.</p>
<p>Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)</p>	<p>El alumno contará con el apoyo de talleres tutorizados donde podrá asentar los conocimientos adquiridos en clase y solventar dudas técnicas.</p> <p>Plató fotográfico.</p> <p>Se tendrá en cuenta tanto la aplicación de los conocimientos impartidos como la evolución del alumno y su continuidad en la materia.</p>

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- Ser capaz de conocer los diferentes elementos de la comunicación para desarrollar las herramientas de comunicación en el ámbito de la moda, desde plantear conceptos y estrategias adecuadas, pasando por la generación de estrategia de marca, identidad visual de marca, proyectos editoriales de comunicación de marca, así como imágenes de campaña y lookbook.
- Identificar una metodología / proceso de trabajo a seguir para el desarrollo de la comunicación de una marca, teniendo en cuenta todos los puntos de contacto de la misma y desarrollo.
- Aplicar los conocimientos en la realización de la comunicación visual de su proyecto TFE. Desde la concepción e idea, pasando por la estrategia del proyecto hasta la realización y producción de propuestas comunicativas, ya sea para la comunicación de una colección de moda, la creación de una marca o la puesta en marcha de un proyecto audiovisual o digital relacionado con la moda.
- Poder conseguir que el alumno genere una visión creativa coherente con su TFE, manejando los recursos necesarios para la búsqueda de referentes de diversas disciplinas para construir su universo estético y su capacidad para llevarlo a cabo.

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.

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	Bitácora docente
Actividades prácticas	<p>Bitácora docente</p> <p>Dentro de la evaluación continua el alumno tendrá 3 entregas internas donde el equipo docente revisará el trabajo, realizará un feedback sobre el mismo y ayudará al alumno a asentar los conocimientos expuestos hasta la entrega final.</p> <p>Se evaluarán tres trabajos individuales</p> <p>Panel de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> El alumno deberá presentar de manera organizada y explicativa un documento en pdf donde explique la comunicación visual de su proyecto en función de la idea de TFE y los objetivos de su proyecto <p>Creación de idea / concepto de proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> El alumno deberá presentar un documento que consistirá en la explicación conceptual de su proyecto de TFE, simbolizado a través de la plataforma de proyecto, donde deberá definir los valores y atributos del proyecto, personalidad del proyecto, idea de proyecto y propuesta de valor <p>Análisis de universo visual de marca:</p> <ul style="list-style-type: none"> El alumno deberá seleccionar una marca a su elección y analizarla de forma global en torno a su identidad y universo visual.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	Aplicación de los conocimientos impartidos en los talleres tutorizados, que se verán reflejados en las entregas prácticas.

9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	<ul style="list-style-type: none"> Participación activa en clase de calidad, coherencia y pertinencia de las intervenciones. Coherencia del contenido. Expresión oral. Interés y grado de implicación. Respeto del espacio lectivo.
----------------------	--

Actividades prácticas	Entrega y presentación de trabajos en el formato y fecha indicadas. Creatividad de las propuestas. Expresión oral en las presentaciones. Maquetación y limpieza del trabajo presentado. Grado de ajuste a briefing. Calidad del análisis. Conceptualización narrativa del estilismo.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia a sesiones de trabajo en los talleres. Realización de sesiones en plató fotográfico para la consecución de los proyectos. Asistencia a sesiones de feedback.

9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
- 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).
- 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 y realizará las pruebas indicadas específicamente para esta convocatoria, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado 9.3.2 de esta guía.
- En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación quedan explicitados en esta guía en el apartado 9.3.3.

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

Instrumentos	Ponderación
Proyecto parcial (Idea y concepto de proyecto)	30%
Proyecto parcial (Idea o panel de comunicación)	30%
Proyecto parcial (Análisis de comunicación de marca)	30%
Participación activa y de calidad en clase, tutorías y talleres	10%
Total	100%

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

Instrumentos	Ponderación
Proyecto parcial (Idea y concepto de proyecto) según prueba para evaluación con pérdida de evaluación continua	35%
Proyecto parcial (Idea o panel de comunicación) según prueba para evaluación con pérdida de evaluación continua	35%

Proyecto parcial (Análisis de comunicación de marca) según prueba para evaluación con pérdida de evaluación continua	30%
Total	100%

9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Proyecto parcial (Idea y concepto de proyecto) según prueba para evaluación extraordinaria	35%
Proyecto parcial (Idea o panel de comunicación) según prueba para evaluación extraordinaria	35%
Proyecto parcial (Análisis de comunicación de marca) según prueba para evaluación extraordinaria	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	
	BLOQUE I: Introducción, presentación de proyectos. Análisis y estrategia			
Semana 1	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 2	BLOQUE II: Estrategia de proyecto			
	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas.	1,5 horas	2 horas
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 3	BLOQUE III: Workshop: Buscando y definiendo la idea del proyecto			
	Actividades teóricas	Explicación de dinámicas y ejercicios	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Talleres de creación	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	3 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 4	BLOQUE IV: Universo visual			
	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	2 horas
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 5	BLOQUE V: Presentación de proyectos de TFE: Concepto y universo			
	Actividades prácticas	Feedback y resolución de dudas de proyecto	0,5 horas	3 horas
	Evaluación	Presentación de proyectos y evaluación del equipo docente	2 horas	

Semana 6	BLOQUE VI: Campañas de moda, fotografía y layouts de campaña.			
	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	3 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

BLOQUE VII: Diseño editorial para moda				
Semana 7	Actividades teóricas	Exposición teórica		
	Actividades prácticas	Sesión de feedback	0,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	3 horas	
	Evaluación	Presentación de proyectos y evaluación del equipo docente	2 horas	

BLOQUE VIII: Sesión de lookbooks, catálogos, brandbooks e invitaciones.				
Semana 8	Actividades teóricas	Exposición teórica		
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	0,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	3 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase	2 horas	

BLOQUE IX: La importancia de la web y RRSS en la comunicación de moda.				
Semana 9	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 horas
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	4 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

BLOQUE X: Revisión y resolución de dudas				
Semana 10	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	4 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 11	BLOQUE XI: Revisión de Proyectos			
	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	4 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 12	BLOQUE XII: Revisión de Proyectos			
	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	4 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 13	BLOQUE XIII: Revisión de Proyectos			
	Actividades teóricas	Exposición teórica	1 hora	1 hora
	Actividades prácticas	Dinámicas de aprendizaje y debate. Feedback y resolución de dudas	1,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de herramientas / plató fotográfico	4 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 14	BLOQUE XIV: Simulacro de presentación de proyectos			
	Actividades prácticas	Sesión de feedback	2,5 hora	3 horas
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 15	BLOQUE XV: Simulacro de presentación de proyectos			
	Actividades prácticas	Sesión de feedback	2,5 hora	3 horas
	Evaluación	Asistencia y participación en clase		

Semana 16	BLOQUE XVI: Feedback de la asignatura		
	Evaluación	Feedback de la asignatura y nota final	2,5 horas

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

11.1. Bibliografía general

Título	Graphic design for fashion
Autor	Jay Hess and Simone Pasztorek
Editorial	Laurence King Publishing

Título	Diseño de marcas
Autor	Alina Wheeler
Editorial	Anaya Multimedia

Título	The Art Directors: Handbook of Professional Magazine Design
Autor	Horst Moser
Editorial	Thames & Hudson

11.2. Bibliografía complementaria

Título	Sistemas Reticulares
Autor	Josef Muller Brockmann
Editorial	Gustavo Gili

Título	La investigación en el diseño
Autor	Gavin Ambrose
Editorial	Parramón

11.3. Direcciones web de interés

www.nowness.com
www.showstudio.com
www.ignant.com
www.mmparis.com

www.petronioassociates.com

www.homework.dk

11.4. Otros materiales y recursos didácticos

Visita	El imparcial (Ver y consultar publicaciones impresas)
Visita	La Central del Reina (Ver y consultar publicaciones impresas)
Visita	Ivorypress (Ver y consultar publicaciones impresas)