

Curso 2024-25



Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE
Diseño Gráfico y Visual

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño de Producto

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2024

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Asignatura: Diseño Gráfico y Visual

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Obligatoria de Especialidad
Carácter	Teórico-práctica
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño de Producto
Materia	Ideación gráfica y realidad tridimensional
Periodo de impartición	4º 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		Todos

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
CT13 Buscar la excelencia y la calidad en su actividad 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.

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

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

CEP9 Dominar los recursos gráfico-plásticos de la representación bi y tridimensional.

CEP10 Producir y comunicar la información adecuada relativa a la producción.

CEP15 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, 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 cómo construir una marca.
- Identificar los conceptos que hay detrás de una identidad visual.
- Poder conectar el diseño de productos, servicios y sistemas con la comunicación de los mismos.
- Aplicar una idea de marca de forma integral a todo el proyecto de diseño y a su comunicación.
- Identificar los distintos recursos de la comunicación visual.
- Ser capaz de aplicar los conceptos y conocimientos adquiridos a un proyecto de diseño de producto.
- Ser capaz de desarrollar los recursos gráficos y visuales para la comunicación de un proyecto de diseño de producto.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
I. Comunicación Visual	Tema 1. Brand Concept
	Tema 2. Sistemas visuales
	Tema 3. Naming
	Tema 4. Recursos visuales
	Tema 5. Presentación y comunicación

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	12,5 horas
Actividades prácticas	9 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	24 horas
Realización de pruebas	8,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	16 horas
Preparación prácticas	14 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>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>Al finalizar este tipo de sesiones se proponen una serie de trabajos o tareas que el estudiante o grupo de estudiantes desarrolla en las actividades prácticas.</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, en grupo, 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 aborda el desglose visual de diferentes identidades de marca, y se determina su adecuación o incoherencia. Conclusiones que posteriormente se aplicarán, durante el aprendizaje basado en proyectos, a la comunicación de un proyecto. • Aprendizaje basado en proyectos: situaciones en las que el alumno, de forma individual, debe explorar y trabajar un problema práctico aplicando conocimientos interdisciplinares. En este caso, deberá producir diversas identidades gráficas de distintos productos para su comunicación de marca. <p>Presentación de proyectos: exposición del proyecto asignado a un estudiante.</p>
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	<p>Taller de design: periodo de instrucción realizado 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 análisis grupal de casos de estudio relacionados al contenido de la asignatura.</p> <p>Se planteará el desarrollo individual de la identidad gráfica de diversos productos 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.)

Se planteará la asistencia y participación en el espacio del taller de design.

9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se evaluará:

- Identificar cómo construir una marca.
- Identificar los conceptos que hay detrás de una identidad visual.
- Poder conectar el diseño de productos, servicios y sistemas con la comunicación de los mismos.
- Aplicar una idea de marca de forma integral a todo el proyecto de diseño y a su comunicación.
- Identificar los distintos recursos de la comunicación visual.
- Ser capaz de aplicar los conceptos y conocimientos adquiridos a un proyecto de diseño de producto.
- Ser capaz de desarrollar los recursos gráficos y visuales para la comunicación de un proyecto de diseño de producto.

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.

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 la identidad gráfica de los proyectos propuestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la práctica realizada • Evaluación de la identidad gráfica • Evaluación de las conclusiones • Evaluación de los recursos gráficos y audiovisuales desarrollados
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	Asistencia y participación en las sesiones de taller de design.

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
Realización, presentación y entrega de proyecto de curso	90%
Actitud y participación en sesiones: talleres, 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 presenciales	Total horas no presenciales
Sesión 1	TEMA 1: Brand concept			
	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (La noción de marca). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	2,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	

Sesión 2	TEMA 1: Brand Concept			
	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (La noción de marca). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	0,5 horas	1 hora
	Clases prácticas	Trabajo práctico/proyecto	1,5 horas	2 horas

	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión trabajo práctico/proyecto	0,5 horas	

	TEMA 2: Sistemas visuales			
Sesión 3	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Sistemas visuales). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	1 hora	1 hora
	Clases prácticas	Trabajo práctico/proyecto	1 hora	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión trabajo práctico/proyecto	0,5 horas	

	TEMA 2: Sistemas visuales			
Sesión 4	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Sistemas visuales). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	1 hora	1 hora
	Clases prácticas	Trabajo práctico/proyecto	1 hora	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión trabajo práctico/proyecto	0,5 horas	

	TEMA 3: Naming			
Sesión 5	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Naming). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	2,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	

	TEMA 3: Naming			
Sesión 6	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Naming). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	0,5 horas	1 hora

	Clases prácticas	Trabajo práctico/proyecto	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión trabajo práctico/proyecto	0,5 horas	

	TEMA 4: Recursos visuales			
Sesión 7	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Recursos visuales). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	1 hora	1 hora
	Clases prácticas	Trabajo práctico/proyecto	1 hora	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión trabajo práctico/proyecto	0,5 horas	

	TEMA 4: Recursos visuales			
Sesión 8	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Recursos visuales). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	0,5 horas	1 hora
	Clases prácticas	Trabajo práctico/proyecto	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión trabajo práctico/proyecto	0,5 horas	

	TEMA 5: Presentación y comunicación			
Sesión 9	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Presentación y comunicación). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.	2,5 horas	3 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	

TEMA 5: Presentación y comunicación				
Sesión 10	Clases teóricas	Clase magistral en la que se desarrollarán los contenidos concretos de la sección (Presentación y comunicación). El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias	0,5 horas	1 hora
	Clases prácticas	Trabajo práctico/proyecto	1,5 horas	2 horas
	Otras actividades formativas	Taller de design	2 horas	
	Evaluación	Revisión trabajo práctico/proyecto	0,5 horas	

PRESENTACIÓN FINAL				
Sesión 11	Otras actividades formativas	Taller de design	4 horas	
	Evaluación	Presentación final de trabajo práctico/proyecto	2,5 horas	6 horas

ENTREGA DE NOTAS Y FEEDBACK FINAL.				
Sesión 12	Evaluación	Entrega de notas, correcciones y evaluación final.	2,5 horas	

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

Recursos y materiales didácticos disponibles en el campus virtual.

11.1. Bibliografía general

Título	Logo Design Love
Autor	David Airey
Editorial	New Riders

Título	Diseño De Marcas
Autor	Alina Wheeler
Editorial	Bookman

Título	El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días
Autor	Enric Satué
Editorial	Alianza Forma

11.2. Bibliografía complementaria

Título	Tipografía
Autor	Philipp Luidl
Editorial	Campgràfic

Título	Veintidos consejos sobre tipografía
Autor	Enric Jardí
Editorial	Actar

11.3. Direcciones web de interés

http://www.branzai.com/
http://www.brandemia.org/
Graffica.info

11.4. Otros materiales y recursos didácticos

Adobe Photoshop
Adobe Illustrator
Adobe InDesign
Programas de dibujo asistido por ordenador