

Asignatura: **PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO I**

1. Datos de la asignatura	
Tipo de materia:	Obligatoria / Teórico Práctica
Materia a la que pertenece:	PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO
ECTS:	6
Curso:	2º
Anual/semestral:	Semestral
Horas de docencia (cómputo anual):	3 / 168 horas de volumen de trabajo
Otras asignaturas de la misma materia:	Iniciación al Proyecto, Proyectos de diseño gráfico: Entorno y Producto, Proyectos de diseño gráfico audiovisual, Proyectos de comunicación.
Departamento:	Proyectos
Profesores:	Diseño Gráfico
2. Introducción a la asignatura	
<p>La asignatura obligatoria de Proyectos de Diseño Gráfico I perteneciente a la materia de Proyectos de Diseño Gráfico se imparte en el 1º semestre del 2º curso de los Estudios Superiores de Diseño en la especialidad de Diseño gráfico. En ella el alumnado adquiere los conocimientos y metodologías específicas para el desarrollo de proyectos gráficos en el ámbito del diseño gráfico de identidad y publicitario, así como los fundamentos teóricos y lenguajes que condicionan el desarrollo de los mismos. A partir de estos fundamentos, el alumnado debe ser capaz de manejar sistemas y métodos de trabajo para el desarrollo de proyectos de identidad gráfica.</p> <p>Son necesarios conocimientos de software: Illustrator, Photoshop e Indesign.</p> <p>Esta asignatura no lleva asociada aula de especialización, aunque se recomienda el Aula de medios informáticos y tecnológicos 2D.</p>	
3. Asignación de competencias	
<p><b>Competencias generales:</b></p> <p>CG1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos</p> <p>CG2 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación</p> <p>CG3 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.</p> <p>CG4 Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color</p> <p>CG5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio</p> <p><b>Competencias específicas Gráfico:</b></p> <p>CEG6 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica</p> <p>CEG7 Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto</p> <p>CEG8 Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto</p> <p>CEG9 Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto</p> <p>CEG10 Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa</p> <p>CEG11 Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual</p>	
4. Contenidos por semestre	
<p><b>Contenidos BORM:</b></p> <p><i>Definición y realización de proyectos. Metodología e investigación. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. El trabajo en equipo. Técnicas para la visualización de ideas. Diseño publicitario. Creación de la marca. Manuales de identidad. Gestión de la marca.</i></p>	

**BLOQUES de contenido:**

*Transversales: Definición y realización de proyectos. Metodología e investigación. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. Técnicas para la visualización de ideas.*

**Bloque de contenido I: Septiembre / octubre**

Creación de la marca. El discurso gráfico de la marca. Identidad gráfica corporativa.

**Bloque de contenido II: Noviembre / diciembre**

Diseño publicitario. Los medios publicitarios. Gráfica institucional y cultural. Trabajo en equipo y colaborativo.

**Bloque de contenido III: Enero / febrero**

Manual gráfico de identidad corporativa. Gestión de la marca.

**5. Metodología**

La metodología será dinámica, flexible, participativa.

Se agrupa en dos grandes categorías: actividades de carácter presencial y actividades de trabajo autónomo.

Actividades de carácter presencial: se distribuyen en clases presenciales, trabajos en grupo, planteamiento y desarrollo de proyectos, clases prácticas, de tutoría y de evaluación.

Actividades de trabajo autónomo: consiste en la realización de proyectos, trabajos de análisis, memorias y actividades complementarias.

A partir del imput teórico del profesor y de la propuesta de proyecto explicada y entregada a los alumnos el alumno inicia el planteamiento, desarrollo y realización de su proyecto. Las propuestas de proyectos podrán contener varias alternativas o ser de carácter único y en todas ellas se especifican los elementos mínimos a entregar, ya sean digitales o impresos. Todos los alumnos tendrán una carpeta-portfolio (A-3 de fundas) en el aula en la que irán archivando los trabajos impresos entregados lo que facilita el seguimiento y la evaluación continua del alumnado.

Se podrán introducir actividades cortas que refuercen aquellos contenidos que el profesor considere necesarios en función del nivel del grupo. Así mismo se podrán encargar actividades de ampliación para aquellos alumnos que demuestren necesidades especiales.

Aplicaremos una metodología participativa. Se realizarán correcciones públicas por parte del profesor con participación activa del resto de alumnos. Todos los proyectos son presentados por los alumnos a todo el grupo.

El profesor buscará que el alumno trabaje en dos sentidos, y que se implique en el proceso de diseño con responsabilidad e intencionalidad:

trabajo individual, de interiorización y búsqueda personal,

trabajo en equipo, de coordinación con otros compañeros fomentando la capacidad de autocrítica.

El proceso metodológico seguirá las fases que a continuación detallamos.

Explicación general del bloque de contenido:

Permite al alumno situarse en todo momento qué parte de los contenidos se están trabajando. Se facilita documentación de apoyo. Debate crítico. Valoración de la comprensión por parte de los alumnos.

Planteamiento del Proyecto:

Temporalización y fases. Resolución de dudas y preguntas. Seguimiento.

Desarrollo de los contenidos procedimentales asociados:

Desarrollo por fases.

Seguimiento. Tutoría. Pruebas de impresión. Valoración de resultados.

Aportaciones que potencien o minimicen determinados factores.

Resolución de fallos procedimentales, dudas, etc.

Exposición oral-visual:

Exposición individual al grupo. Debate crítico.

Se priorizará el desarrollo de proyectos y actividades de aula y se fomentará la puesta en común entre los alumnos por medio de debates, presentación y defensa de proyectos, para así, desarrollar el sentido crítico.

**Información al alumno:**

Esta guía docente estará a disposición del alumno en el Aula virtual. El profesor facilitará toda la información a través del Aula Virtual: la propuesta de cada proyecto, las presentaciones de cada bloque de contenido, referencias bibliográficas e información adicional de los contenidos.

Revisión habitual de carpeta A-3 y entregas digitales en escenario 1 y 2.

Revisión de entregas digitales en escenario 3.

El Aula virtual ofrece la guía docente y los diversos materiales del curso, permite la entrega con registro de fecha de tareas así como los comentarios del profesor sobre los trabajos entregados. Estarán siempre a disposición del alumno las presentaciones del profesor y las propuestas de Proyectos o prácticas.

**6. Volumen de trabajo**

(6 ECTS x 28 h= 168 hora ) 168 / 18 semanas = 9,3 volumen de trabajo semanal de asignatura semestral

<b>Trabajo presencial: 108 horas</b>	<b>Temporalización de contenidos:</b>	<b>Trabajo autónomo: 60 horas</b>
24 horas	Contenido/bloque de contenido:	10 horas

	Creación de Marca, Terminología básica específica, El discurso gráfico de la marca. Sistemas de aplicaciones.	
12 horas 42 horas	Contenido/bloque de contenido: Diseño publicitario. Medios publicitarios impresos y audiovisuales. Gráfica cultural e institucional.	30 horas
30 horas	Contenido/bloque de contenido: Gestión de marca. Sistemas de aplicaciones. Normalización. Manual gráfico de identidad corporativa.	20 horas
<b>Actividades de trabajo presencial</b>		<b>HORAS</b>
Asistencia a clases teóricas		16
Asistencia a clases prácticas, proyectos y debates		76
Asistencia a tutorías en el aula (horario de clase)		16
Total actividades presenciales		108
<b>Actividades de trabajo autónomo</b>		
Preparación de trabajos y proyectos		14
Realización autónoma de proyectos y trabajos		30
Asistencia a exposiciones		4
Recopilación de documentación para trabajos		12
Total actividades de trabajo autónomo		60
<b>TOTAL</b>		<b>168 horas</b>
<p><b>Procedimiento de evaluación:</b> Evaluaremos de forma continuada durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, para lo que establecemos tres fases:</p> <p><u>Evaluación inicial:</u> Vamos a evaluar los conocimientos previos del alumnado así como sus actitudes, capacidad e incluso motivación, con el fin de que nuestra intervención sea ajustada a sus necesidades. El primer trabajo del curso nos servirá de instrumento de evaluación inicial.</p> <p><u>Evaluación formativa:</u> Se trata de la evaluación a lo largo de todo el proceso formativo. Tiene carácter regulador, orientador y autocorrector del proceso educativo. Se realizará tomando como referencia las actividades desarrolladas por los alumnos, que se consideran actividades de evaluación, y valoraremos tanto sus avances como la idoneidad de las propias actividades. El alumno será informado siempre de sus calificaciones parciales.</p> <p><u>Evaluación sumativa /final:</u> Se aplicará al final del curso para llegar a una evaluación global en la que se pongan de manifiesto el grado de adquisición de las capacidades de la asignatura por parte del alumnado. Se evalúan los proyectos presentados así como la metodología o proceso proyectual en el aula, las presentaciones orales y la participación en los debates de clase.</p>		
<p><b>Criterios de evaluación BORM:</b></p> <p><i>C.Ev.1. Aplicar la metodología y las técnicas de ideación para abordar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario.</i></p> <p><i>C.Ev.2. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos planteados.</i></p> <p><i>C.Ev.3. Adecuar de forma correcta los condicionantes funcionales, estéticos y comunicativos planteados en el briefing.</i></p> <p><i>C.Ev.4. Conseguir coherencia formal.</i></p> <p><i>C.Ev.5. Lograr un grado de creatividad adecuado en los planteamientos y las soluciones dadas</i></p> <p><i>C.Ev.6. Conseguir calidad gráfica.</i></p> <p><i>C.Ev.7. Alcanzar viabilidad técnica y económica en los proyectos.</i></p> <p><i>C.Ev.8. Desarrollar la optimización de recursos.</i></p> <p><i>C.Ev.9. Demostrar capacidad crítica y argumentación.</i></p> <p><i>C.Ev.10. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.</i></p>		

<b>Instrumentos de evaluación:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyectos: Se especifica en cada propuesta los elementos mínimos a presentar (digitales e impresos).</li> <li>- Memorias de proyecto: Se especifica en cada propuesta los apartados mínimos.</li> <li>- Presentación visual y defensa oral del proyecto. Todos los proyectos se presentan al grupo y se establece un debate crítico sobre ellos.</li> </ul>	
<b>Criterios de calificación:</b>	
<p>Para superar la asignatura es indispensable entregar todos los proyectos propuestos, así como sus memorias correspondientes, y obtener una media ponderada superior a cinco. Aquellos alumnos que no hayan entregado los proyectos en la fecha indicada podrán entregarlos al finalizar el semestre en la fecha que se indique.</p> <p>El alumnado que no haya adquirido las competencias determinadas en el plan de estudios en la evaluación ordinaria deberá realizar los trabajos de recuperación que se determinen en la convocatoria extraordinaria. Los alumnos serán orientados individualmente por parte del profesor en cuanto ls actividades a desarrollar y los criterios de calificación.</p>	
<b>Ponderación de los criterios de calificación convocatoria ordinaria</b>	
Proyectos (C.Ev. 2, 3, 4, 5 y 6)	65 % de la nota
P01- Identidad gráfica 12 % P02- Publicidad en prensa 10 % P03- Gráfica y publicidad cultural 28 % P04- Manual de normas 15 %	
Memoria y metodología (C.Ev.1, 7,8, 9 y 10)	30 % de la nota
P01- Identidad gráfica 7% P03- Gráfica y publicidad cultural 14% P04- Manual de normas 9%	
Participación activa en aula (C.Ev. 9 y C.Ev. 10)	5 % de la nota
<b>Ponderación de los criterios de calificación convocatoria extraordinaria</b>	
Proyectos (C.Ev. 2, 3, 4, 5 y 6)	65 % de la nota
P01- Identidad gráfica 12 % P02- Publicidad en prensa 10 % P03- Gráfica y publicidad cultural 28 % P04- Manual de normas 15 %	
Memoria y metodología (C.Ev.1, 7, 8, 9 y 10)	35 % de la nota
P01- Identidad gráfica 7% P03- Gráfica y publicidad cultural 14% P04- Manual de normas 14%	
<b>8. Bibliografía básica.</b>	
<p>BASSAT, Luis (2013): <i>El Libro Rojo De La Publicidad</i>. De bolsillo.</p> <p>COSTA, J. (2004): <i>La imagen de marca. Un fenómeno social</i>. Barcelona: Paidós Diseño</p> <p>CONTRERAS, Fernando R., Romera, César San Nicolás (2001): <i>Diseño Gráfico, creatividad y comunicación</i>. Blur.</p> <p>CHAVES, Norberto (2005): <i>La imagen Corporativa. Teoría y practica de la identificación institucional</i>. Gustavo Gili.</p> <p>JARDI, Enric (2012): <i>Pensar con imágenes</i>. Gustavo Gili.</p> <p>KLEIN, Naomi (2011): <i>No logo: El poder de las marcas</i>. Planeta.</p> <p>LEBORG, Christian (2013): <i>Gramática visual</i>. Gustavo Gili.</p> <p>LUPTON, Hellen (2012): <i>Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking</i>. Gustavo Gili.</p> <p>MONO (2008): <i>Identidad Corporativa. Del brief a la solución final</i>. Barcelona: Gustavo Gili.</p> <p>KEVIN ROBERTS (2005): <i>Lovemarks: el futuro más allá de las marcas</i> (2005). Empresa Activa.</p> <p>OGILVY, David (2001) : <i>Ogilvy &amp; la publicidad</i>. Folio.</p> <p>OLINS, Wally (2004): <i>Brand: Las marcas según Wally Olins</i>. Turner.</p> <p>SEGARRA, Toni: <i>Desde el otro lado del escaparate</i>. Espasa (e-book).</p>	