

Estudios Superiores de Diseño

Guía docente de la asignatura: Proyectos de Comunicación

1. Datos de la asignatura

Tipo de materia:	Obligatoria
Materia a la que pertenece:	Proyectos de Diseño Gráfico
ECTS:	10
Curso:	4º
Anual/semestral:	Semestral primer semestre
Horas de docencia (cómputo anual):	3,5
Otras asignaturas de la misma materia:	Iniciación al proyecto gráfico, Proyectos de diseño gráfico I, Proyectos de diseño gráfico II, Proyectos de diseño gráfico Audiovisual, Proyectos de diseño gráfico: entorno y producto.
Departamento:	Proyectos
Profesores:	Diseño Gráfico

2. Introducción a la asignatura

Para el curso 2022/23, esta guía contempla medidas excepcionales frente a la Covid-19, con el fin de asegurar que la actividad educativa pueda desarrollarse con la mayor normalidad posible. Para ello se han contemplado 3 posibles escenarios: 1 presencial, 2 semipresencial y 3 telemático, a los que se pasará en función de la situación sanitaria.

La asignatura obligatoria de Proyectos de Comunicación perteneciente a la materia de Proyectos de Diseño Gráfico y se imparte en el primer semestre del cuarto 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 complejos en el ámbito de comunicación del proyecto de diseño gráfico, planificando estrategias para la gestión de marcas, producto, entorno y comunicación, así como los fundamentos teóricos y lenguajes que condicionan el desarrollo de los mismos. La asignatura es de carácter progresivo y a partir de estos fundamentos, el alumnado debe ser capaz de manejar sistemas y métodos de trabajo para el desarrollo de proyectos. En el último bloque de contenidos de la asignatura se establecen los procesos y procedimientos necesarios para cubrir las competencias relacionadas con la enseñanza del diseño.

3. Asignación de 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
- CT6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal
- CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
- CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- CT9 Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos
- CT10 Liderar y gestionar grupos de trabajo
- CT11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad
- CT12 Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada
- CT13 Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional

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

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

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

C<G5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio

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

CG14 Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales

CG16 Ser capaz de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles

CG17 Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales

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

CG19 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación

CG21 Dominar la metodología de investigación

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DISEÑO GRÁFICO

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

CEG3 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico

CEG4 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos

CEG5 Establecer estructuras organizativas de la información

CEG6 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica

CEG7 Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto

CEG8 Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto

CEG9 Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto

CEG10 Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa

CEG15 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

4. Contenidos

Definición y realización de proyectos.

Metodología e investigación.

Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. El trabajo en equipo. Elaboración de proyectos interdisciplinares integrados.

Métodos de investigación en el diseño. El proceso proyectual como investigación.

Planificación de estrategias de comunicación de empresas.

Ideación, gestión y seguimiento de proyectos integrados de Imagen global.

Plan de comunicación, selección y gestión de medios.

La enseñanza del diseño.

Temporalización de contenidos

5 SEMANAS X BLOQUE DE CONTENIDO

BLOQUE I: Marca / Producto / Servicio.

- Elementos constitutivos de las marcas: Estructuras, metodología, posicionamiento, valores, comunicación y mantenimiento de la marca. Ética en el diseño
- Metodología e investigación
- Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad
- Trabajo en equipo
- Posibilidades de extensión de la marca: nuevo producto, familias de marcas (submarcas), nuevo mercado o necesidad, colaboraciones (cobranding)

BLOQUE II: Marca / Entorno.

- Elaboración de proyectos interdisciplinarios. Experiencia de marca
- Ideación, gestión y seguimiento de proyectos integrados de Imagen global
- El proceso proyectual como investigación
- Técnicas del branding: Técnicas para diversificar las marcas, formas de colaboración, marketing y afinidad, colaboraciones con fines sociales.

BLOQUE III: Estrategia de comunicación de la marca. Diseño emocional

- Planificación de estrategias de comunicación de empresas
- Plan de comunicación, selección y gestión de medios.

BLOQUE IV: La enseñanza del diseño.

- Métodos de investigación en el diseño. Elaboración de contenidos
- Metodología de enseñanza
- Aplicación de las TIC

Aulas de especialización: Las horas correspondientes a las Aulas de especialización se distribuirán a lo largo del semestre. El alumno cursará dichas horas atendiendo a necesidad de los recursos según los proyectos que realice a lo largo del este.

Fotografía AE1 / 4 HORAS

Medios informáticos y tecnológicos 2D / 8 HORAS

5. Metodología

La metodología será dinámica, flexible, participativa y no excluyente atendiendo a la diversidad. La metodología de trabajo se agrupa en dos grandes categorías: actividades de carácter presencial y actividades de trabajo autónomo.

Actividades de carácter presencial: se distribuyen en clases presenciales, seminarios, trabajos en grupo, clases prácticas, de laboratorio, de tutoría, de evaluación y otros. En total se distribuyen en 126 horas de las 280 que ocupa la materia.

- En el escenario 1 todas las actividades serán de carácter presencial con todos los alumnos del grupo,
- En el escenario 2 la presencialidad de los alumnos será alterna semanalmente, estando conectados telemáticamente los alumnos de casa con Google MEET o plataforma ZOOM.
- En el escenario 3 las actividades presenciales se realizarán de manera telemática con Google MEET o plataforma ZOOM.

Actividades de trabajo autónomo: consiste en la realización de trabajos y estudios teóricos y prácticos, actividades complementarias, trabajos en red y otros. En total se distribuyen en 154 horas de las 280 que ocupa la materia. Se establecen mecanismos para dar información continua al

alumno: la guía docente estará a disposición del alumno en el corcho del aula. El profesor facilitará información a través de: la actividad impresa de cada bloque de contenido, fotocopias de información de contenidos, blogs, y e-mails. Se priorizará el desarrollo de actividades de aula. Se fomentará la puesta en común entre los alumnos por medio de debates, defensa de proyectos, para así, desarrollar el sentido crítico.

Actividades e instrumentos de enseñanza/aprendizaje

En este apartado se contemplan los 3 escenarios posibles mencionados en el punto 2 de la introducción.

1. Escenarios 1 (Presencial) y escenario 3 (Telemático)

Actividades de trabajo presencial o telemático

En el escenario 3 las actividades presenciales se realizarán de manera telemática con Google MEET o plataforma ZOOM.

- Clases teóricas en las que el profesor explicará los contenidos y mostrará ejemplos.
- Clases teórico-prácticas en las que se potenciará el intercambio de opiniones y el debate entre los miembros del grupo.
- Clases prácticas en las que el alumnado deba aplicar los conocimientos adquiridos a los trabajos del curso.
- Actividades de desarrollo individual: Proyectos individuales.
- Actividades de trabajo en grupo: Ejercicios y trabajos sobre problemas concretos.
- Tutorías y correcciones individualizadas.
- Presentación y corrección pública de trabajos.
- Evaluación.

Actividades de trabajo autónomo

- Preparación de proyectos fuera del aula: Búsqueda de información, materiales, desarrollo de maquetas o prototipos, resolución del documento, memoria...
- Desarrollo de trabajos prácticos.
- Estudio práctico.

2. Escenario 2 (Semipresencial).

La presencialidad de los alumnos será alterna semanalmente con la mitad de alumnos de cada grupo.

Actividades de trabajo presencial/telemático

Clases presenciales con el grupo asistente y telemáticas con el grupo de alumnos de casa (con Google MEET o plataforma ZOOM)

- Clases teóricas en las que el profesor explicará los contenidos y mostrará ejemplos.
- Clases teórico-prácticas en las que se potenciará el intercambio de opiniones y el debate entre los miembros del grupo.
- Presentación y corrección pública de trabajos.

Clases solo para alumnos presenciales (Los alumnos de casa desarrollarán estas actividades de manera autónoma y serán tutorizadas y corregidas a la semana siguiente)

- Clases prácticas en las que el alumnado deba aplicar los conocimientos adquiridos a los trabajos del curso.
- Actividades de desarrollo individual: Proyectos individuales.
- Actividades de trabajo en grupo: Ejercicios y trabajos sobre problemas concretos.
- Tutorías y correcciones individualizadas.
- Evaluación.

Actividades de trabajo autónomo

Los descritos en los escenarios 1 y 3

Medios de información al alumnado:

- Aula virtual y drive provisionalmente, como medio de intercambio de documentación.
- Correo electrónico.

10 ECTS x 28 h = 280 h / 20 semanas = 14 volumen de trabajo semanal de asignatura semestral

Tiempo de realización de trabajo presencial <u>140 horas</u>	Temporalización de contenidos 280 <u>horas</u>	Tiempo de realización de trabajo autónomo <u>140 horas</u>
35 horas	BLOQUE I: Marca / Producto / Servicio. - Elementos constitutivos de las marcas: Estructuras, metodología, posicionamiento, valores, comunicación y mantenimiento de la marca. Ética en el diseño - Metodología e investigación - Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad - Trabajo en equipo - Posibilidades de extensión de la marca: nuevo producto, familias de marcas (submarcas), nuevo mercado o necesidad, colaboraciones (cobranding)	35 horas Fotografía. Aula Especialización 1 / 4 horas
35 horas	BLOQUE II: Marca / Entorno. - Elaboración de proyectos interdisciplinares - Ideación, gestión y seguimiento de proyectos integrados de Imagen global. Experiencia de la marca - El proceso proyectual como investigación - Técnicas del branding: Técnicas para diversificar las marcas, formas de colaboración, marketing y afinidad, colaboraciones con fines sociales.	35 horas Medios informáticos y tecnológicos M2D / Aula Especialización 2 / 8 horas
40 horas	BLOQUE III: Estrategia de comunicación de la marca. Diseño emocional. - Planificación de estrategias de comunicación de empresas - Plan de comunicación, selección y gestión de medios.	40 horas
30 horas	BLOQUE IV: La enseñanza del diseño. - Métodos de investigación en el diseño. Elaboración de contenidos - Metodología de enseñanza - Aplicación de las TIC	30 horas

Actividades de trabajo presencial	HORAS
Asistencia a clases teóricas	40
Asistencia a clases prácticas, proyectos, exposiciones de trabajos, etc.	80
Asistencia a tutorías en el aula (horario de clase)	20
Realización de exámenes	0
Total actividades presenciales	140

Actividades de trabajo autónomo	HORAS
Preparación de trabajos o proyectos	20
Realización autónoma de proyectos y trabajos	60
Recopilación de documentación para trabajos	60
Preparación de exámenes	0
Total actividades de trabajo autónomo	140

7. Evaluación

Los procedimientos, instrumentos y criterios de evaluación y calificación serán los mismos en los tres escenarios: **presencial, semipresencial y telemático**, haciendo adaptaciones al formato de comunicación con el alumnado y teniendo en cuenta algunas especificaciones que se indican en los siguientes apartados. Se establecerán procedimientos para la evaluación de la práctica docente mediante control de asistencia y participación del alumnado.

En el escenario presencial, semipresencial y telemático:

La evaluación será **continua, formativa y sumativa**. Se incluye como instrumentos de evaluación la realización de actividades como trabajos, exposiciones orales, valorando especialmente la participación en las sesiones y el trabajo en el aula, y la realización de proyectos, en los que se compruebe la adquisición de las competencias establecidas en la guía docente. La evaluación se adaptará al carácter semestral de la materia. Evaluaremos de forma continuada durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, para lo que establecemos tres fases:

Evaluación inicial: 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.

Evaluación formativa: Se trata de la evaluación a lo largo de todo el proceso formativo. Tiene carácter regulador, orientador y auto corrector 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.

Evaluación sumativa / final: 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 evaluarán los proyectos presentados, así como la metodología o proceso proyectual en el aula, las presentaciones orales y la participación en los debates de clase.

Los **ejercicios prácticos** realizados en clase durante cada periodo lectivo deberán ser presentados a la finalización de cada uno de ellos. Estas prácticas deben corregirse en clase, en cualquiera de las fases, y se desarrollarán de manera complementaria de manera libre fuera del aula. Será obligatoria la presentación de todas las prácticas, y haber obtenido en cada una de ellas una calificación superior a 5 para la superación de la asignatura.

Procedimiento de Evaluación de la práctica docente

En el proceso de enseñanza-aprendizaje es necesario la evaluación de la práctica docente, que la realizará el profesor en base a:

- puesta en común con los alumnos en los momentos que el profesor estime necesario –si se percibe estado de desánimo general, falta de asistencia a clase, falta de iniciativa por parte del alumnado, no participación en las correcciones públicas, etc.

- el contraste de experiencias con otros compañeros del equipo docente o de otros centros.
- los cuestionarios contestados por los alumnos sobre asuntos que afecten a la marcha general del curso.

Alumnos evaluados por un tribunal:

Los alumnos/as en cuarta convocatoria (que a principio de cada semestre no soliciten ser calificados por el profesor de la asignatura) y los de convocatoria extraordinaria serán calificados por el tribunal de la asignatura. Estos alumnos podrán asistir a clase y presentar los ejercicios prácticos y trabajos durante el curso. El profesor de la asignatura podrá orientarles, corregirles y asesorarles, pero no podrá evaluarles.

7.1. Criterios de evaluación

Criterios de evaluación BORM:

Planificar acciones comunicativas.

Aplicar los procesos de investigación en la praxis del diseño.

Coordinar proyectos en los que intervienen profesionales pertenecientes a diferentes ámbitos.

Conocer y aplicar las tecnologías necesarias para la realización proyectos globales de comunicación.

Diseñar problemas de diseño.

Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño gráfico interdisciplinares de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos definidos por el plan de comunicación. Conseguir el nivel correcto de adecuación a los condicionantes funcionales, estéticos y comunicativos planteados en el plan de comunicación.

Gestionar y organizar la información en los proyectos de arquitectura gráfica con coherencia formal y conceptual.

Ser creativo en los planteamientos y las soluciones dadas.

Conseguir calidad gráfica.

Conseguir la viabilidad técnica y económica de los proyectos desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

Lograr una optimización en los recursos.

Demostrar capacidad crítica y de argumentación. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.

7.2. Instrumentos de evaluación:

Los alumnos que no hayan superado la evaluación serán orientados individualmente por parte del profesor en cuanto a las actividades que ha de desarrollar y cuales son los criterios de calificación.

- **Proyectos:** Definición del problema, elementos del problema, recopilación de datos, análisis de datos, creatividad, materiales y técnicas, experimentación y solución. Se especifica en cada propuesta los elementos mínimos a presentar (digitales e impresos).

- **Actividades**

- **Memoria:** Se especifican en cada propuesta los apartados mínimos.

- **Presentación y defensa oral del proyecto:** Todos los proyectos se presentan al grupo y se establece un debate crítico sobre ellos.

7.3. Criterios de calificación

Convocatoria ordinaria Escenario presencial / semipresencial / telemático:

Criterios de calificación:

- **Proyectos: 50%**
- **Memoria y metodología: 30%**
- **Actividades: 10%**
- **Participación activa en las sesiones: 10%**

PROYECTOS, MEMORIA Y METODOLOGÍA

- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROYECTO

En este apartado se puntúan los aspectos que contribuyen a que lo diseñado en el proyecto

manifieste a las claras una correcta aplicación de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

- DESARROLLO

En este apartado se puntúan los documentos del proyecto desde el punto de vista de su adecuación a lo diseñado, es decir, analizando si sus características son las adecuadas y estudiando la corrección de cada una de sus partes, siendo éstas procesos o resultados.

- COMUNICACIÓN Y TESTIMONIO GRÁFICO

En este apartado se puntúa el proyecto desde el punto de vista de sus propiedades comunicativas. Se recogen aquí todos los criterios que contribuyen a la legibilidad y comprensión de un proyecto, tanto a través de los documentos de proyecto como de la exposición oral.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Exposiciones en el aula de los alumnos (de manera individual o en grupo) en el que estudiarán proyectos de interés para el desarrollo de los planteados, analizando las distintas variables gráficas. Pequeños proyectos parciales complementarios del/los principales. Si, por decisión del profesor, en alguno de los proyectos no se realizaran actividades complementarias, este porcentaje se sumará al de la elaboración del proyecto.

PARTICIPACIÓN

La actitud positiva ante el trabajo a desarrollar y la correcta presentación del mismo será fundamental para obtener unos resultados óptimos. El uso apropiado del lenguaje de la materia, estructuración y desarrollo de capacidad crítica además de la capacidad de autoaprendizaje y transferencia de conocimientos.

Para superar la asignatura es indispensable entregar todos los proyectos propuestos, así como sus memorias correspondientes, y obtener una media ponderada superior a cinco. La calificación de cada trabajo se obtendrá de la media ponderada anterior, siendo como mínimo 5,0 la obtenida en cada uno de ellos. La calificación final será la media de las calificaciones de los proyectos que se realicen. Aquellos alumnos que no hayan entregado los proyectos en la fecha indicada podrán entregarlos al finalizar el semestre en la fecha que se indique.

Las **actividades** realizadas en clase o de forma semipresencial durante cada periodo lectivo deberán ser presentados a la finalización de cada uno de ellos. Estas prácticas deben corregirse en clase, en cualquiera de las fases, y se desarrollarán de manera complementaria de manera libre fuera del aula. Será obligatoria la presentación de todas las prácticas, y haber obtenido en cada una de ellas una calificación superior a 5,0 para la superación de la asignatura.

En cualquiera de los escenarios **presencial / semipresencial**, las actividades y proyectos se entregarán impresas y en formato digital, y su entrega será a través de la Plataforma de la asignatura. En el **telemático** solo se entregarán de manera online.

Alumnado con la asignatura pendiente

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 a las actividades a desarrollar y los criterios de calificación.

Será obligatorio tener una calificación superior a 5,0 y la presentación de todas las actividades y proyectos realizados en el curso y obtener en cada una de ellas una calificación superior a 5,0 para la superación de la asignatura.

Convocatorias posteriores, cuarta y quinta convocatoria

- En la **convocatoria extraordinaria**, el alumno será informado de los trabajos proyectos/actividades no superados y se le especificarán las entregas concretas en la convocatoria extraordinaria, al igual para aquellos alumnos que hayan perdido la evolución continua.



En el resto de casos el criterio de calificación será el siguiente:

- **Proyectos: 50%**
- **Memoria y metodología: 40%**
- **Actividades: 10%**

Alumnos evaluados por un tribunal

Los alumnos que deban ser calificados por un tribunal podrán asistir a clase y presentar los ejercicios prácticos y trabajos durante el curso. El profesor de la asignatura podrá orientarles, corregirles y asesorarles, pero no podrá evaluarles.

Será obligatorio tener una calificación superior a 5,0 y la presentación de todas las prácticas realizadas en el curso y obtener en cada una de ellas una calificación superior a 5,0 para la superación de la asignatura.

8. Bibliografía y recursos online

MARCA / BRANDING

DAVIS, Melissa (2010): *Fundamentos del branding*. Barcelona: Parramón Ediciones, S.A.

OLINS, Wally (2009): *Wally Olins: El libro de las marcas*: Barcelona: Editorial Océano Ambar.

GOBE, Marc (2005): *Branding emocional*. España: Editorial Divine Egg.

ROBERTS, Kevin (2005): *Lovemarks: El futuro más allá de las marcas*. Editorial: Empresa Activa

PLANIFICACIÓN DE MEDIOS y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

V.V.A.A. (2012): *Planificación estratégica y gestión de la publicidad*. ESIC Editorial

PEDAGOGÍA Y ETICA

NORMAN, Donal A. (2005): *Diseño emocional*. Editorial Paidós

ROBERTS +, Lucienne (2009): *Good: Ética en el diseño gráfico*: Barcelona: Indexbook