

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diseño		
Rama de Conocimiento:	Artes y Humanidades		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Diseño Gráfico		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	1528
Periodo docente:	Cuarto semestre		
Materia:	Gráfico		
Módulo:	Ámbitos de Creación		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Miguel Hernández Cañadas	m.hcanadas.prof@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Diseño Gráfico, perteneciente a la materia Gráfico dentro del Módulo de Ámbitos de Creación, tiene el propósito de profundizar en las herramientas propias de la profesión de Diseñador Gráfico y las disciplinas de su entorno.

Diseño Gráfico es una de las asignaturas clave del grado de Diseño, ya que es la base de partida para el conocimiento de las principales herramientas de otros ámbitos del diseño, como pueden ser el Diseño Editorial, El Diseño Industrial, el Diseño de Moda e incluso el Diseño de Espacios Efímeros.

Es una asignatura teórico-práctica que tiene como objetivo principal dar a conocer a los alumnos el desarrollo de

esta profesión en la actualidad mediante una serie de herramientas y claves estéticas para un correcto uso de las mismas. Para cumplir este fin, se realizarán ejercicios que irán desde la primera idea a lápiz sobre papel hasta los artes finales digitales realizados con programas de ordenador específicos de la profesión, como Illustrator.

Estas prácticas están dirigidas a que el alumno adquiriera conocimientos de la imagen y el texto como conceptos primordiales del diseño gráfico y de su relación e interpretación en distintos formatos, desde el cartel hasta la animación digital.

En definitiva, el alumno podrá tener los conocimientos básicos para poder comenzar a desenvolverse en el mundo del Diseño Gráfico y tendrá conocimientos de otros medios del diseño que completará en 3º y 4º Grado de Diseño en asignaturas de grado superior como "Ilustración", "Diseño Editorial", "Fotografía", "Proyectos de Diseño II", "Marketing e imagen de marca" y "Gestión del Diseño" entre otras.

## OBJETIVO

Adquirir los conocimientos básicos teórico-prácticos del Diseño Gráfico para el desarrollo del alumno como profesional.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

Para realizar esta asignatura es necesario dominar los conocimientos adquiridos en las asignaturas "Color", "Dibujo I", "Fundamentos del Diseño", "Proyectos de Diseño I" y "Tecnologías Aplicadas".

## CONTENIDOS

- La imagen: del boceto en papel al símbolo digital vectorial.
- El texto como firma: creación de un logotipo.
- Convivencia y diálogo entre imagen y texto: la marca.
- Componentes de la identidad de marca: identidad verbal, identidad visual, identidad sonora e identidad olfativa.
- Identidad visual: logotipo, símbolo, tipos de marcas gráficas, color corporativo, tipografía, pictogramas, movimiento.
- Sistema visual y manual de marca
- Creación de una logomarca vectorial.
- Creación de un documento del proceso creativo de la identidad visual.
- La identidad visual corporativa aplicada: el branding.
- Realización de fotomontajes con la aplicación de marca.
- Creación de un manual de uso de la marca.
- Los artes finales.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases magistrales.
- Vídeos docentes.
- Lecturas de libros y artículos.
- Exposiciones.
- Discusiones en foros de debate.
- Trabajo y presentaciones en grupo.
- Trabajo práctico.
- Observación reflexiva.
- Conceptualización abstracta.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje por proyectos.
- Flipped Classroom.
- Estudio de casos.
- Tutorías.

\*Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y

adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

### Competencias generales

Desarrollar la capacidad creativa del alumno desde una sólida base teórico-práctica que le permita plantear, resolver y presentar problemas de diseño de una forma única y original.

Formar diseñadores capaces de desenvolverse en el ámbito experimental, utilizando las herramientas básicas de la estética, como son el dibujo y el tratamiento color, junto con las últimas herramientas tecnológicas, aplicadas al campo del diseño gráfico, el diseño audiovisual, el diseño de espacios y otras técnicas propias de este campo.

Inculcar en el alumno la capacidad de trabajar en equipo, partiendo de la investigación autónoma al servicio de un proyecto global, que le permita definir responsabilidades y colaborar con otras profesiones y oficios, persiguiendo un fin común.

Dotar al alumno de una amplia visión del mundo del Diseño mediante el conocimiento de sus diferentes disciplinas para poder aprovechar las sinergias y los recursos creativos que comparten los diferentes profesionales de este campo.

Inculcar en el alumno la necesidad y responsabilidad de aplicar los métodos de usabilidad, las normativas legales y medioambientales durante el proceso de diseño y fabricación de los productos o mensajes.

Capacitar al alumno para poder trabajar como profesional autónomo y autosuficiente en proyectos de Diseño.

Enseñar al alumno a exponer, argumentar y defender su proyecto tanto a nivel universitario como en un entorno profesional, de cara a clientes o a profesionales del Diseño.

### Competencias específicas

Adquirir la capacidad para encontrar soluciones de diseño alternativas y evaluarlas.  
Solucionar problemas, adquirir métodos de diseño y diseñar proyectos.  
Adquirir la capacidad de (auto)reflexión analítica y (auto)crítica en el trabajo creativo.  
Adquirir la capacidad de comunicación.  
Desarrollar la capacidad para trabajar autónomamente.  
Desarrollar la capacidad para trabajar en equipo.  
Adquirir la capacidad de perseverancia.  
Desarrollar la capacidad de colaboración con otras disciplinas del Diseño.  
Plantear y resolver problemas de diseño.  
Dominar el diseño básico y sus principios.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Desarrolla un proyecto a partir de unas premisas y con un objetivo concreto.  
Crea una marca a partir de una documentación específica (briefing).  
Diseña los niveles de identificación visual de una marca.  
Estructura la comunicación de una marca mediante el uso del dibujo vectorial.  
Realiza presentaciones orales con coherencia entre el discurso y la imagen.  
Diseña un documento estético con un contenido ordenado.  
Elabora fotomontajes a partir de imágenes en mapa de bits y vectoriales.  
Analiza, selecciona y descarta los resultados del proceso creativo de una marca.  
Realiza una marca gráfica completa adaptable a diferentes formatos.  
Prepara los artes finales de una marca en un formato específico.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación según el propósito será de tipo formativo. La evaluación final de cada bloque será de tipo heteroevaluativo. En el desarrollo de cada uno de los bloques el alumno realizará una autoevaluación de las entregas parciales.

Requisitos mínimos para mantener una evaluación continua:

- Alta del alumno en el Aula Virtual de la asignatura durante las dos primeras semanas de clase.
- Realizar todos los ejercicios prácticos.
- Entregar los trabajos en las fechas que establezca el profesor.
- Asistir al 80% de las clases.

El curso se evalúa de la siguiente manera:

- 25% BLOQUE 1: análisis e investigación conceptual.
- 25% BLOQUE 2: investigación formal y creativa de la marca y presentación de propuestas.
- 25% BLOQUE 3: depuración de la marca, proporciones, zona de neutralidad y colores corporativos.
- 25% BLOQUE 4: manual de identidad visual corporativa.

Para aprobar la asignatura se deberá obtener una calificación media de los cuatro bloques anteriores de 5.0 o superior. Es imprescindible realizar todas las entregas y asistir a más del 80% de las clases.

Los requisitos para la evaluación de la convocatoria extraordinaria serán exactamente los mismos que para la evaluación ordinaria:

- 25% BLOQUE 1: análisis e investigación conceptual.

- 25% BLOQUE 2: investigación formal y creativa de la marca y presentación de propuestas.
- 25% BLOQUE 3: depuración de la marca, proporciones, zona de neutralidad y colores corporativos.
- 25% BLOQUE 4: manual de identidad visual corporativa.

En caso de no permitirse presencialidad en el sistema de evaluación alternativo no se modifican los pesos.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

Airey D. (2019). Diseño de logos. La guía definitiva para crear la identidad visual de una marca. Madrid: Espacio de diseño, Anaya multimedia.

Ambrose-Harris. (2014). Fundamentos del diseño gráfico. España: Parramón.

Chaves, N. (2012). La imagen corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional. Barcelona: Gustavo Gili.

Frutiger, A. (2011). Signos, Símbolos, Marcas y Señales. Barcelona: Gustavo Gili.

Kane, J. (2018). Manual de tipografía. Editorial Gustavo Gili.

Mollerup, P. (1997). Marks of excellence: the function and variety of trademarks. London: Phaidon Press.

Sitio web oficial de Adobe Illustrator - <https://helpx.adobe.com/es/support/illustrator.html>

### Complementaria

Baines, P., y Haslam A. (2002). Tipografía: función, forma y diseño. Barcelona: Gustavo Gili.

Gil E. y Calvera A. (2018). Pioneros del Diseño Gráfico en España. Experimenta Libros.

Jardí, E. (2012). Pensar con imágenes. Barcelona: Gustavo Gili.

Lupton, E., y Cole Phillips, J. (2016). Diseño Gráfico. Nuevos fundamentos. Barcelona: Gustavo Gili.

Meggs P. y Purvis A. W. (2015). Historia del Diseño Gráfico. Ciudad de México: Editorial RM, S.A. de C.V.

Newark, Q. (2002). ¿Qué es el diseño gráfico?: Manual de diseño. Barcelona: Gustavo Gili.

Wheeler, A. (2012). Designing Brand Identity. New York: John Wiley & Sons.

Haslam A. (2011). Lettering. Manual de producción y diseño. Barcelona: Gustavo Gili.

Nielsensarah D. (2018). Conexiones creativas. Barcelona. GG.