

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Diseño		
Rama de Conocimiento:	Artes y Humanidades		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Proyectos de Diseño II		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	3	Código:	1536
Periodo docente:	Sexto semestre		
Materia:	Creatividad		
Módulo:	Metodología para Proyectos de Diseño		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
José María Cruz Jiménez	p.cruz.prof@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Se trata de una asignatura de carácter eminentemente práctico, donde el alumno aplicará los conocimientos ya adquiridos a los proyectos que se propongan en clase. De esta manera, se harán "encargos" análogos a los planteados por clientes reales (incluyendo a los malos clientes), haciendo énfasis en la importancia básica de LAS IDEAS a la hora de resolver un trabajo de la manera más eficaz. También será enriquecedor el debate en clase sobre distintos trabajos, tanto los presentados por los alumnos como otros de gran relevancia pública, e incluso sobre diseños fallidos.

La asignatura Proyectos de Diseño II se imparte en el sexto semestre del Grado en Diseño, perteneciente a la facultad de Ciencias de la Comunicación.

La concepción del diseño como una ecuación: idea (la mejor posible) + desarrollo (el mejor posible), da necesariamente como resultado un buen trabajo, sea cual sea el campo del diseño en el que estemos trabajando (gráfico, industrial, multimedia, de moda, interiorismo...). La especialización en cualquiera de estas facetas de la profesión será compatible con un buen nivel en el resto, adquiriendo los adecuados conocimientos proyectuales y creativos que permitan afrontar cualquier encargo con garantía de éxito.

La metodología para la docencia de esta asignatura se basará principalmente en el "encargo" a los alumnos de trabajos similares a los que se reciben en cualquier estudio de diseño, para a partir de ese encargo analizar todos los condicionantes, comenzando por la calidad del propio cliente, que van a determinar el resultado final. Para ello, las clases contarán con una parte teórica donde se analizarán trabajos análogos a los que realizarán los alumnos, incidiendo no sólo en su parte más destacable sino también en sus posibles carencias.

De este modo, al finalizar el curso se habrán abordado un amplio abanico de trabajos en muy diversas facetas de la profesión y, simultáneamente, se investigará en profundidad en el campo en el que el alumno esté más interesado en centrar su carrera profesional.

## OBJETIVO

- Consolidar la concepción del diseño como una disciplina basada en los conocimientos, la experiencia y el talento, y alejada por lo tanto de otros conceptos como el gusto personal, las tendencias efímeras, el efectivismo o la frivolidad (no confundir con el humor o la ironía, muy positivos).

Los fines específicos de la asignatura son:

- Desarrollar en el alumno una metodología proyectual propia, no necesariamente convencional; pero también compartir una idea para mejorarla (la opinión de los demás, profesionales o no).

- Ofrecer al estudiante las claves teóricas que permitan comprender la importancia de la autocrítica sobre el trabajo en desarrollo.

- Enfocar correctamente el autoencargo, entendido como el trabajo que nadie nos ha pedido hacer.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los ya adquiridos en los cursos anteriores, especialmente en las asignaturas Fundamentos del Diseño, Proyectos I y Diseño Gráfico, Moda e Industrial.

## CONTENIDOS

Tras una presentación teórica de cada tema, se propondrá al alumno el desarrollo de un proyecto como si de un encargo real se tratase.

- Tema 1: Diseño de identidad visual (I).

Terminología básica.

Elementos base: símbolo, logotipo, color. Naming.

Espaciado de caracteres.

Estructura dimensional.

Representación en positivo y negativo.

Colores corporativos.

- Tema 2: Diseño de identidad visual (II).

La revolución digital. Impresos. El branding.

Señalización exterior: rótulos, fachadas.

Identificación de vehículos.

Señalización interior. Normativa de publicaciones. Identidad en la web.

Normativa de publicidad y promoción. Packaging.

- Tema 3: Diseño editorial.

Libros. Revistas. Cómic. Tipografía. Composición.  
Catálogos. Carátulas. Preimpresión, impresión, postimpresión.  
Flyers, folletos, invitaciones y soportes efímeros.

- Tema 4: Diseño de carteles.  
Conceptos teóricos. El cartel de cine. Color e imagen.

- Tema 5: Diseño de publicidad/en publicidad.  
Conceptos teóricos. Fotografía. Newsletters. Ejemplos prácticos.

- Tema 6: Diseño corporativo aplicado a la arquitectura y al interiorismo.  
Tratamiento corporativo de la fachada. Señalización. Pictogramas.  
Rotulación. Mobiliario corporativo.  
Fachada escultórica.

- Tema 7: Diseño ilustrado.  
Ilustración. Gráfica urbana: murales, graffiti, carteles.  
Poesía visual.

- Tema 8: Diseño de espacios expositivos.  
El stand. Gráfica expositiva.  
La vitrina.  
Iluminación.  
El recorrido.

- Tema 9: Diseño de moda.  
La tendencia. Los complementos.  
Diseño de moda y moda como soporte del diseño.

- Tema 10: Rediseño.  
Análisis del proyecto a rediseñar. Re-naming.  
Límites de la actuación. Mejorar, actualizar, modernizar un trabajo previo.

- Tema 11: Diseño de mobiliario.  
La mesa.  
La silla.

- Tema 12: Diseño industrial.  
La maqueta, el prototipo, el producto. Escultura corporativa.  
Diseño de papel: pliegues, troqueles, texturas. Ecodiseño.  
La escala: del objeto minúsculo al objeto enorme.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

El docente hará uso de herramientas informáticas para la explicación teórica y práctica de los distintos temas del curso.

Tratándose de una asignatura de penúltimo curso, se le dará un enfoque profesional, anticipando a los alumnos las claves de los trabajos y de los clientes a los que van a enfrentarse en pocos meses en su actividad de diseñadores.

Las clases constarán de una parte teórica en la que el docente presentará cada uno de los temas apoyando sus argumentos en imágenes de trabajos reales, analizando sus características principales y proponiendo un debate con el alumnado. Se tratará por lo tanto de una docencia participativa, que tratará de sacar partido de la discrepancia de opiniones, que podrán tener eco incluso en el campus virtual, a modo de blog.

Posteriormente, se planteará la parte práctica de la asignatura, que consistirá en "encargar" al alumno un proyecto en condiciones análogas a las que plantean los clientes reales, incluyendo en ocasiones los encargos mal realizados, que el propio diseñador debe aprender a reorientar en la medida de lo posible (contrabriefing).

Además del trabajo realizado en clase, los alumnos contarán con la orientación de su profesor en el horario de

tutorías, donde se podrá proponer además la visita a exposiciones, estudios, trabajos de diseño en espacios abiertos, etc.

También se invitará a personalidades relevantes de la profesión a exponer los aspectos esenciales de su concepción del diseño, demostrando así que las vías para lograr un buen resultado son múltiples.

Se exigirá al alumno una coherencia entre los niveles de idea, desarrollo y resultado del proyecto, de forma que un dominio de las técnicas de representación no enmascare una posible pobreza conceptual, y que en sentido contrario una gran idea no quede empobrecida por un insuficiente o defectuoso desarrollo.

\*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
Asistencia a clase Clases teóricas de explicación de los procesos y sistemas de creación Trabajo en clase para la realización de las prácticas	Trabajo autónomopráctico de investigación fuera de las horas de trabajo Visitas a exposiciones seminarios o conferencias Visita a los proveedores y espacios reales donde se realizan los ejercicios planteados por el profesor

## 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 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.

### Competencias específicas

Conocer los aspectos relevantes de la teoría y la crítica del diseño.

Plantear y resolver problemas de diseño.

Dominar el diseño básico y sus principios.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Dominar de las técnicas de producción de un proyecto de diseño gráfico.

Dominar de las técnicas de producción de un proyecto de diseño industrial o de producto.

Manejar la crítica de diseño, basada en conocimientos objetivos, aplicable también al desarrollo de proyectos propios (autocrítica).

Comprender las claves y diferencias entre el diseño online y offline, y de su utilización conjunta.

Afrontar con garantías de éxito cualquier encargo profesional de diseño.

### SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Evaluación continua en función de los trabajos presentados en clase, mediante una ponderación entre los trabajos individuales y aquellos realizados en grupo. Será un factor clave en la evaluación la asistencia a las clases, así como la participación activa en las mismas.

Tal y como sucede en el mundo real de la profesión, al que los alumnos deberán enfrentarse en pocos meses, el factor principal de evaluación de los trabajos será el resultado final de los mismos. No obstante, se valorará la actitud del alumno y su capacidad para dar solución conceptual a los proyectos propuestos más allá de su desarrollo y resultado más o menos afortunado.

Los porcentajes estimados de valoración por parte del profesorado de las actividades docentes será:

Presentación oral de proyectos: 20%

Aportación a los proyectos ajenos: 10%

Resultado global del proyecto de diseño: 60%

Trabajos sobre actividades extra-universitarias: 10%

Tendrán gran importancia en la evaluación del aprendizaje las aportaciones que cada alumno haga al trabajo de sus compañeros, con el fin de mejorarlo colectivamente mediante la crítica.

El examen en convocatoria ordinaria consistirá en la entrega de un portfolio en papel y en formato PDF con el contenido de todos los trabajos del curso, que supondrá el 60% de la nota total (como resultado global del proyecto de diseño) y el otro 40% será producto de los apartados arriba mencionados.

En convocatoria extraordinaria, el alumno presentará como examen un portfolio con tres proyectos planteados por el profesor, suponiendo la calificación de dicho portfolio el 100% de la nota.

En el escenario de una docencia 100% en remoto el examen se hará de forma presencial.

Será requisito mínimo para aprobar la asignatura la entrega de todos los trabajos del curso en tiempo y forma, y que todos ellos excepto uno tengan una nota igual o superior a 5.

Los alumnos repetidores no tienen la obligación de asistir presencialmente a las clases. El criterio de evaluación será el mismo que el que tienen los alumnos no repetidores.

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

## **BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS**

### **Básica**

González Solas, J. (2002). "Identidad Visual Corporativa". España, Madrid: Síntesis.

Koolhaas, R. y Mau, B. (1997). "S, M, L, XL". Alemania, Colonia: Taschen Evergreen.

Munari, Bruno. (1983). "¿Cómo nacen los objetos?" España, Barcelona: Gustavo Gili.

### **Complementaria**

Chaves, N. (1988). "La imagen corporativa". España, Barcelona: Gustavo Gili.

Costa, J. (1977). "La Imagen de Empresa". España, Madrid: Ibérico Europea de Ediciones CIAC.

Klein, N. (1999). "No logo". Canadá, Toronto: Alfred Knopf Paidós Ibérica.

Llovet, J. (1979). "Ideología y metodología del diseño". España, Barcelona: Gustavo Gili.