

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Diseño
-------------	-----------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Diseño Gráfico
-------------	----------------

Tipo:	Obligatoria
-------	-------------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	2
--------	---

Código:	3463
---------	------

Periodo docente:	Tercer-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 diseño editorial, diseño industrial, diseño de moda e incluso diseño de espacios efímeros.

Es una asignatura teórico práctica que tiene como objetivo principal dar a conocer a los estudiantes 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 vectorialmente con software específico de la profesión.

Estas prácticas están dirigidas a que el estudiante adquiera conocimientos de la imagen y el texto como conceptos primordiales del diseño gráfico y de su relación e interpretación en distintos formatos.

En definitiva, el estudiante 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 asignaturas de 3º y 4º Grado de Diseño.

OBJETIVO

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

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Para realizar esta asignatura es necesario dominar los conocimientos adquiridos en las asignaturas: "Tecnologías I", "Color", "Dibujo I", "Fotografía", "Creación Visual" y "Sistemas de análisis de la forma y el espacio".

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, imágenes estáticas y en movimiento.
- Proceso creativo de realizar una marca vectorial.
- Utilización de diferentes herramientas digitales para generar bocetos.
- Depuración de los vectores de una marca final para que funcione en reducción y en blanco y negro positivo y negativo.
- Estudio del color corporativo: tintas de una marca a partir de un libro de color.
- La identidad visual corporativa aplicada: el branding.
- Las artes finales.
- Realización de fotomontajes para la aplicación de una marca.
- Sistema visual y Manual de marca.

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.

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 curiosidad y de sorpresa más allá de la percepción práctica.

Adquirir la capacidad de comunicación.

Desarrollar la capacidad para trabajar autónomamente.

Desarrollar la capacidad para trabajar en equipo.

Adquirir la capacidad de perseverancia.

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 calificación final será el resultado de ponderar numéricamente las calificaciones de carácter individual y las que hubiera de grupo.

Requisitos mínimos para mantener una evaluación continua:

- Alta del estudiante en el Aula Virtual de la asignatura durante las dos primeras semanas de clase.
- Realizar todos los ejercicios prácticos.
- Entregar las tareas en la fecha y forma establecidas.
- Asistir al 80% de las clases.

CONVOCATORIA ORDINARIA:

El curso se evalúa en 4 bloques, los dos primeros en la 1ª evaluación y los dos últimos en la 2ª evaluación. En las entregas de cada bloque el alumno demostrará las destrezas prácticas adquiridas y la asimilación de los aspectos teóricos vinculados a la asignatura a través de diferentes ejercicios basados en el contenido de la asignatura.

El curso se divide en 4 bloques que se evalúan de la siguiente manera:

- **25% BLOQUE 1:** análisis e investigación conceptual.**25% BLOQUE 2:** investigación formal y creativa de la marca y presentación TXTM.**25% BLOQUE 3:** depuración de una marca, proporciones entre los elementos de una marca, zona de neutralidad y colores corporativos.**25% BLOQUE 4:** aplicaciones de una marca, manual de identidad visual corporativa, artes finales y asistencia.

Para aprobar la asignatura se deberá obtener una calificación media de los cuatro bloques anteriores de 5.0 o superior. Para obtener esta calificación media es imprescindible haber entregado en fecha y forma todas las entregas requeridas y haber asistido a más del 80% de las clases.

En el caso de duda sobre la realización de alguna entrega, número elevado de faltas injustificadas o una media insuficiente de los tres primeros bloques, se convocará al alumno para realizar una PRUEBA PRÁCTICA PRESENCIAL el día del examen. Será imprescindible superar este examen para obtener la calificación media final. El alumno que sea convocado a este examen y no se presente, obtendrá un No presentado como calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

- Los alumnos que no hayan aprobado la asignatura en primera convocatoria deberán entregar aquellos ejercicios y tareas no presentados o suspensos durante el curso, con el mismo grado de exigencia que en la convocatoria ordinaria.
- Además, deberá realizar PRUEBA PRÁCTICA PRESENCIAL el día del examen que será imprescindible superar para obtener la calificación media final. No realizar la PRUEBA PRÁCTICA PRESENCIAL supone un No presentado como calificación final.
- REQUISITOS MÍNIMOS PARA APROBAR LA ASIGNATURA: los mismos que en la ordinaria.

ALUMNOS REPETIDORES: los mismos requisitos que en la ordinaria.

ASISTENCIA:

- Es fundamental la asistencia a clase y la participación activa en las actividades presenciales.
- El alumno que falte a clase por un motivo justificado tiene la obligación de entregar al PEC de curso y al profesor un justificante de la misma en la clase siguiente después de haber faltado.
- Aquellos justificantes que se entreguen después de esa fecha carecerán de validez y la falta contará como no justificada, pasando a formar parte del 20% de faltas no justificadas.
- Para los estudiante que repiten la asignatura es aconsejable su asistencia. Es su responsabilidad contactar con el profesor para conocer las pautas relativas a la evaluación final.

INFORMACIÓN ADICIONAL:

- Las conductas de **plagio**, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.
- Concesión **Matrícula de Honor**: La Matrícula de Honor es un reconocimiento a la excelencia. Se concederá exclusivamente a aquellos estudiantes que destacan por encima de sus compañeros, no solo con respecto a sus resultados académicos dentro de la asignatura, sino también con respecto a su actitud e interés frente al estudio y la asignatura, su compromiso, trabajo en equipo a lo largo de todo el curso, solo se concederá una por cada 20 alumnos o fracción y no es obligatorio concederla, pudiendo quedar desierta.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Norberto Chaves. La imagen corporativa :teoría y práctica de la identificación institucional / Barcelona :Editorial Gustavo Gili,2016.

Emilio Delgado Martos, Miguel Hernández Cañadas. El papel del cartón: procesos creativos aplicados al diseño estructural / Madrid :Editorial UFV,2021.

Adrian Frutiger. Signos, símbolos, marcas, señales / 9ª ed. Barcelona :Gustavo Gili,2005.

Enric Jardí ; epílogo de Joan Costa. Pensar con imágenes / Barcelona :Gustavo Gili,2012.

Ezio Manzini. Cuando todos diseñan: una introducción al diseño para la innovación social / Madrid :Experimenta,2015.

Philip B. Meggs, Alston W. Purvis. Historia del diseño gráfico / 4ª ed. Barcelona :RM Verlag,2009.

Complementaria

David Airey. Diseño de logos: la guía definitiva para crear la identidad visual de una marca / 2ª ed. Madrid :Anaya,2015.

Berger, John (1926-2017) Modos de ver / 3ª ed. Barcelona :Gustavo Gili,2016.

Cruz Novillo. Logos / [S.I.] :Counterprint,2017.

Kimberly Elam. La geometría del diseño: estudios sobre la proporción y la composición / Barcelona :Gustavo Gili,2014.

Andrew Haslam ; con fotografías de Daniel Alexander. Lettering: manual de producción y diseño / Barcelona :Gustavo Gili,2011.

Eva Heller. Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón / Barcelona :Gustavo Gili,2004.

John Kane. Manual de tipografía / Barcelona :Gustavo Gili,2004.

Ellen Lupton, Jennifer Cole Phillips. Diseño gráfico: nuevos fundamentos / Barcelona :Gustavo Gili,2009.

Raquel Marín Álvarez. Ortotipografía para diseñadores / Barcelona :Editorial Gustavo Gili,2013.

Dorte Nielsen y Sarah Thurber ; traducción de Álvaro Marcos. Conexiones creativas :la herramienta secreta de las mentes innovadoras / Barcelona, España :Editorial Gustavo Gili,[2018]

Wucius Wong. Fundamentos del diseño / 3ª ed. Barcelona :Gustavo Gili,1998.