

## **GUÍA DOCENTE**

# **TALLER DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO**

**GRADO EN BELLAS ARTES**

**CURSO 2018-2019**

<b>I.-Identificación de la asignatura</b>	
Período de impartición:	ANUAL
Créditos:	3 ECTS
Modalidad:	100% Presencial con el apoyo del campus virtual.
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Coordinador de facultad:	Pablo Martínez
Director de la titulación:	Juan Jesús Torres
Coordinador de departamento:	Bengoa Vázquez
Profesor colaborador:	Juan Carlos Ayuso

<b>II.-Presentación de la asignatura</b>
Proyecto de diseño corporativo, packaging, publicitario, editorial o web. Trabajo a partir de briefing, trabajo de campo para obtener datos e información gráfica por medios convencionales (dibujo al natural, fotografía, ilustración) y posterior tratamiento con herramientas tecnológicas (aplicaciones informáticas de representación digital, edición, retoque fotográfico, composición y maquetación de textos, digitalización), pruebas de impresión y lanzamiento publicitario tanto en soporte impreso como digital.

<b>III.-Competencias</b>	
CG2	Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica
CG3	Planificación y gestión del tiempo
CG4	Conocimientos básicos del área de estudio
CG5	Conocimientos básicos de la profesión
CG8	Habilidades informáticas básicas
CG10	Capacidad de aprendizaje
CG11	Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información procedente de fuentes diversas)
CG12	Capacidad crítica y autocrítica
CG14	Capacidad para generar nuevas ideas
CG15	Resolución de problemas
CG16	Toma de decisiones
CG17	Trabajo en equipo
CG18	Habilidades interpersonales
CG25	Habilidad para trabajar de forma autónoma
CG26	Diseño y gestión de proyectos
CG27	Iniciativa y espíritu emprendedor
CG29	Interés por la calidad
CG30	Orientación a resultados
CE7	Conocimiento del vocabulario y de los conceptos inherentes al diseño gráfico
CE9	Conocimiento de métodos de producción y técnicas de diseño gráfico
CE12	Conocimiento de los materiales de diseño gráfico y de sus procesos derivados de creación y/o producción
CE14	Conocimiento de los instrumentos y métodos de experimentación en grafismo
CE19	Capacidad para identificar y entender los problemas del diseño gráfico
CE20	Capacidad de interpretar creativa e imaginativamente problemas de diseño gráfico
CE22	Capacidad de producir y relacionar ideas dentro del proceso creativo
CE25	Capacidad de (auto)reflexión analítica y (auto)crítica en el trabajo creativo
CE27	Capacidad de trabajar autónomamente
CE28	Capacidad de trabajar en equipo
CE30	Capacidad de perseverancia
CE31	Capacidad para generar y gestionar productos de diseño gráfico
CE32	Capacidad de aplicar profesionalmente tecnologías específicas de diseño gráfico.
CE42	Habilidades para el diseño gráfico. Adquirir las destrezas propias de la práctica del grafismo
CE48	Habilidad para una presentación adecuada de los proyectos de grafismo

#### IV.-Resultados de aprendizaje

El alumno deberá ser capaz de:

- Plantear un concepto innovador acorde con las necesidades de cada proyecto.
- Establecer la metodología de un proyecto de diseño corporativo, packaging, publicitario, editorial o web.
- Identificar y desarrollar los elementos formales del proceso.
- Plantear soluciones en el tiempo y la forma requeridos en el Briefing, utilizando las herramientas tecnológicas adecuadas y aplicando los conocimientos adquiridos.

#### V.- Contenidos

##### V.A- Temario de la asignatura

1. EL PROGRAMA DE ESTA ASIGNATURA EXIGIRÁ APLICAR CONOCIMIENTOS TEÓRICOS
2. TAMBIÉN SUPONDRÁ PONER EN PRÁCTICA HABILIDADES TÉCNICAS
3. BRIEFING
4. LANZAMIENTO PUBLICITARIO

Proyectos vinculados:

#### VI.-Evaluación

##### VI.A.- Criterios generales de evaluación

**SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA:** La asistencia a clase es obligatoria. La falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades de una asignatura puede suponer la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria. El profesor decide la aplicación de esta norma.

**CALIFICACIÓN:** El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si el alumno desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría de Alumnos, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

**ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN:** La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

**TRABAJOS UNIVERSITARIOS:** Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un alumno copia el trabajo de otro, ambos serán considerados responsables.

##### VI.B.- Criterios específicos de evaluación de la asignatura

##### EVALUACIÓN ORDINARIA

En esta asignatura, la falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades supone la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria.     **SI**         **NO**

Todas las pruebas revaluables deberán obtener una calificación mínima de 5.

Si una de ellas se puntúa por debajo del mínimo, no se procederá al cálculo de la media ponderada.

El profesor indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Campus Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación.

En el caso de trabajos, será determinante la entrega/ presentación de los mismos en los plazos establecidos por el docente.

Pruebas (*)	Descripción de la prueba	Revaluable/ No revaluable en convocatoria extraordinaria	Ponderación (en %)
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas).	--	--	--
SE2 Valoración de trabajos y proyectos.	Prácticas y ejercicios periódicos propuestos de acuerdo a los contenidos de clase	<b>Revaluable</b>	70%
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales e informes periódicos.	Resultado de ejercicios e implicación en clase	<b>No revaluable</b>	25%
SE4 Evaluación de la resolución de problemas y actividades prácticas.	--	--	--
SE5 Actitud en clase y participación en los debates.		<b>No revaluable</b>	5%
			100%

(\*) De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la Secretaría de Alumnos (escritos, grabaciones...)

### **EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA**

El alumno realizará o entregará las pruebas de evaluación revaluables que no haya superado en la evaluación ordinaria (calificación mínima: 5). Conserva el resto de las calificaciones obtenidas en evaluación ordinaria, siempre y cuando no las haya perdido por falta de asistencia.

La prueba de evaluación extraordinaria se colgará en el campus virtual llegado el momento.

#### **VI.C.-Revisión de las pruebas de evaluación**

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del alumno de TAI.

### **VII.-Recursos didácticos**

#### **Bibliografía recomendada**

##### **Creatividad:**

Ayuso, J. C., (2017), The Advertising ROUGH BOOK: Cómo dar forma a tus ideas, Amazon.

De Bono, E. (2007). El pensamiento lateral manual de creatividad. Barcelona: Paidós.

De Bono, E. (2007). Creatividad, 62 ejercicios para desarrollar la mente. Barcelona: Paidós.

Marina, J. (2007). Teoría de la Inteligencia Creadora. Barcelona: Anagrama.

##### **Diseño:**

Contreras, F., y San Nicolás, C. (2001). Diseño gráfico, creatividad y comunicación. Madrid: Blur Ediciones.

Memelsdorff, F. (2004). Rediseñar para un mundo en cambio. Madrid: Blur Ediciones.

Mollerup, P. (1989). El programa de diseño corporativo. The corporate design programme virksomhedens design-program. Ed. Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial.  
VVAA (2006). Diseño & Comunicación Visual. Edición de Eguizábal, Raúl. Segovia: Cuadernos de Publifilia, Colegio Universitario de Segovia.  
Wong, W. (2006). Principios del diseño en color. Barcelona: Gustavo Gili.

**Imagen y comunicación:**

Gubern, R. (2004). Patologías de la imagen. Barcelona: Anagrama.  
Klein, N. (2011). No Logo. El poder de las marcas. Barcelona: Paidós Ibérica.  
Mcluhan, M. y Fiore, Q. (2010). El medio es el mensaje. Barcelona: Paidós Studio 65.

**Identidad corporativa**

Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago, Chile: Libros de la Empresa.  
González, J. (2002). Identidad visual corporativa. Madrid: Síntesis.  
Mono (2006). Identidad corporativa, del brief a la solución final. Barcelona: Gustavo Gili.  
Olins, W. (1991). Identidad corporativa. Toledo: Celeste ediciones.

**Tipografía**

Gill, E. (2004). Un ensayo sobre tipografía. Valencia: Campgràfic Editors.  
Lupton, E. Y Miller, A. (1994). El abc de la Bauhaus y la teoría del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.  
Martínez, C. (2014). Manual de recursos tipográficos. Una guía para experimentar con tipografía. Valencia: Campgràfic Editors.  
Martín, J. Y Mas, M. (2012). Manual de tipografía del plomo a la era digital. Valencia: Campgràfic Editors, 9ª edición.

**Filmografía recomendada**

**Direcciones web de interés**

Juan Carlos Ayuso WEB y BLOG. Recuperado de <https://www.juancarlosayuso.com>  
REVISTA: *Jot Down*, <http://www.jotdown.es/>  
Plataforma música y artes: Cultura Inquieta, <http://www.culturainquieta.com/es/>

**Material del alumno necesario para cursar la asignatura**

Folios blancos A4 - Rotuladores negros finos tipo Fabercastell Finepen o similares (no permanentes)

Visitas, Master Classes, eventos o talleres adicionales se comunicarán a lo largo del curso

La asistencia es obligatoria.