

Taller de proyectos de diseño gráfico
GUÍA DOCENTE

GRADO EN BELLAS ARTES
Curso 2022/2023

Identificación de la asignatura

<i>Periodo de impartición</i>	Anual
<i>Créditos</i>	3 ECTS
<i>Modalidad</i>	Presencial.
<i>Idioma en el que se imparte</i>	Castellano
<i>Facultad</i>	Facultad de Artes Visuales & Creación Digital

Presentación de la asignatura

Proyecto de branding, 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.

Competencias

<i>Código Competencia</i>	<i>Descripción</i>
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: autoevaluación
CG14	Capacidad para generar nuevas ideas: autoaprendizaje
CG15	Resolución de problemas
CG16	Toma de decisiones: elección de capacidades individuales más adecuadas a la situación
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: comprensión de objetivos para alcanzarlos o sobrepasarlos
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

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, cada estudiante deberá ser capaz de:

- 01- Conceptualizar y definir las piezas de una campaña publicitaria.
- 02- Plasmar los conocimientos estético-plásticos adquiridos al desarrollo de un proceso de branding y naming para una marca, producto y/o servicio.
- 03- Acometer el rediseño de una publicación en función de unos objetivos definidos para adecuarla al contexto social actual.
- 04- Llevar a cabo un proceso de investigación de campo que le permita identificar aspectos relevantes aplicables a un diseño de packaging para lanzamiento de producto.
- 05- Definir un proceso global de comunicación para la creación de imagen de nueva empresa y/o campaña.

Asociación Competencias y Resultados de aprendizaje

<i>Código Competencia</i>	<i>Código Resultado de aprendizaje</i>
CG2	



CG3	
CG4	
CG5	
CG8	
CG10	
CG11	
CG12	
CG14	
CG15	
CG16	
CG17	
CG18	
CG25	
CG26	
CG27	
CG29	
CG30	
CE7	
CE9	
CE12	
CE14	
CE19	
CE20	
CE22	
CE25	
CE27	
CE28	
CE30	
CE31	
CE32	
CE42	
CE48	

Metodología docente

<i>MD1</i>	Lección magistral participativa.
<i>MD2</i>	Estudio de casos y debate.
<i>MD3</i>	Resolución de problemas y discusión de resultados.
<i>MD4</i>	Aprendizaje por proyectos.
<i>MD5</i>	Aprendizaje cooperativo y colaborativo.
<i>MD6</i>	Tutorización y seguimiento.

Contenidos

<i>Temario</i>	<p>1. METODOLOGÍA DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO. 2. FASES EN EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO. 3. EL BRIEFING. DOCUMENTACIÓN. MEMORIA DEL PROYECTO. 4. DESARROLLO DE UN PROYECTO DE DISEÑO GRÁFICO. Desarrollo completo que incluya los siguientes conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño corporativo/branding/logotipos. • Diseño de packaging. • Comunicación publicitaria. • Diseño editorial y comunicación. • Aplicación del diseño gráfico al diseño web. <p>CONTENIDOS</p> <p>01 Diseño corporativo/branding 02 Diseño de envases/packaging 03 Diseño y comunicación publicitaria 04 Diseño editorial/web 05 Diseño Gráfico</p> <p>METODOLOGÍA:</p> <p>01 Elaboración de trabajos especializados de diseño en función de objetivos definidos en un brief 02 Creación del concepto mediante roughs y procesos de pensamiento lateral 03 Investigación y trabajos de campo aplicados a proyectos de diseño 04 Metodologías de trabajo artístico/manuales y de base tecnológica/digital (aplicaciones informáticas de representación digital, edición, retoque fotográfico, composición y maquetación de textos, digitalización) 05 Control de calidad (color, personalidad, legibilidad, consistencia, ortografía) 06 Técnicas de presentación 07</p>
----------------	--

<i>AF1</i>	Clases teóricas, teórico-prácticas y/o talleres.	24 horas
<i>AF2</i>	Evaluación: realización de pruebas escritas, pruebas objetivas y/o pruebas prácticas presenciales.	3 horas
<i>AF3</i>	Trabajo autónomo: realización de prácticas y ejercicios, preparación de pruebas, búsqueda y selección de documentación y/o lectura de material de apoyo y referencias bibliográficas y visuales	60 horas
<i>AF5</i>	Debates presenciales y/o en línea.	2 horas

AF6	Tutorías académicas.	2 horas
-----	----------------------	---------

** La distribución de horas entre las actividades formativas puede sufrir cambios debido a necesidades académicas del curso, del grupo y/o del equipo docente.*

Evaluación

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 equipo docente decide la aplicación de esta norma.

CALIFICACIÓN

El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el/la 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 la/el estudiante desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría Académica, 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/una estudiante copia el trabajo de otro/a, ambas personas se considerarán responsables.

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. SÍ NO

Todas las pruebas 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 equipo docente indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Aula 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 equipo docente.

<i>Pruebas (*)</i>	<i>Descripción de la prueba</i>	<i>Ponderación en %</i>
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas)		(entre 10%-40%)
SE2 Valoración de trabajos y proyectos.		(entre 50%-80%)
SE3 Participación en clase, foros y debates.		(entre 10%-20%)
		100%

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

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los/las estudiantes que no superen la asignatura en el semestre en que se imparte dispondrán de una convocatoria extraordinaria para su superación, excepto en aquellos supuestos en los que no resulte posible por las características especiales de la asignatura.

La/el estudiante realizará o entregará las pruebas de evaluación que el equipo docente estime oportunas y de las que habrá sido informado previamente. El equipo docente se reserva el derecho a decidir si se mantienen las calificaciones de Sistemas de Evaluación en que el/la estudiante haya obtenido una calificación superior a 5 a lo largo del curso académico.

REVISIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

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

Recursos didácticos

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

BÁSICOS

Ayuso, J.C., (2017), The Advertising ROUGH BOOK: Cómo dar forma a tus ideas, Amazon.
Kandinsky, V., (1996), De lo espiritual en el arte, Paidós.
De Bono, E. (2007). El pensamiento lateral manual de creatividad. Barcelona: Paidós.

COMPLEMENTARIOS

Mcluhan, M. y Fiore, Q. (2010). El medio es el mensaje. Barcelona: Paidós Studio 65.
Memelsdorff, F. (2004). Rediseñar para un mundo en cambio. Madrid: Blur Ediciones.
Wong, W. (2006). Principios del diseño en color. Barcelona: Gustavo Gili.
Klein, N. (2011). No Logo. El poder de las marcas. Barcelona: Paidós Ibérica.
Mono (2006). Identidad corporativa, del brief a la solución final. Barcelona: Gustavo Gili.
Lupton, E. Y Miller, A. (1994). El abc de la Bauhaus y la teoría del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.

SITIOS WEB DE INTERÉS

2019 Juan Carlos Ayuso WEB/BLOG. Recuperado de <https://www.juancarlosayuso.com>
2019. AIGA, the professional association for design. Recuperado de <https://designarchives.aiga.org/>
2019. GRAPHIC DESIGN HISTORY. Recuperado de <http://designhistory.org/index.html>
2019. ADS OF THE WORLD. Recuperado de <https://adsoftheworld.com/>
2019. CIEN AÑOS DE PUBLICIDAD ESPAÑOLA. Recuperado de <https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala1/default.htm>
2019. VINTAGE ADVERTISING. Recuperado de <http://www.vintageadbrowser.com/alcohol-ads-1960s/3>
2019. APUNTES SOBRE DISEÑO Y ARTES GRÁFICAS. Recuperado de <http://www.gusgsm.com/book>

MATERIAL NECESARIO PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Cuaderno o bloc de notas papel blanco, rotuladores finos negros (no tienen que ser permanentes), lápiz, ordenador personal con programas de retoque fotográfico y de diseño/maquetación, cámara de fotos o móvil con cámara de al menos 5 Mpx.

VISITAS, MASTER CLASSES, EVENTOS O TALLERES ADICIONALES

La asistencia es obligatoria.