Guía docente
320144 - DGC - Diseño Gráfico y Comunicación

Última modificación: 22/06/2023

Unidad responsable: Escuela Superior de Ingenierías Industrial, Aeroespacial y Audiovisual de Terrassa
Unidad que imparte: 717 - DEGD - Departamento de Ingeniería Gráfica y de Diseño.

Titulación: GRADO EN INGENIERÍA DE DISEÑO INDUSTRIAL Y DESARROLLO DEL PRODUCTO (Plan 2010). (Asignatura obligatoria).

Curso: 2023 **Créditos ECTS:** 6.0 **Idiomas:** Catalán

PROFESORADO

Profesorado responsable: Rosó Baltà Salvador

Otros: Rosó Baltà Salvador

COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Específicas:
CED20-DIDP. Capacidad para diseñar y proyectar en entornos diferentes de comunicación efectiva y eficiente con los diferentes agentes que intervienen en el proceso de diseño y desarrollo industrial. (Módulo de tecnologia específica: diseño industrial).
CED21-DIDP. Capacidad para tomar decisiones con relación a la representación gráfica de conceptos. (Módulo de tecnologia específica: diseño industrial).
CED22-DIDP. Capacidad para aplicar métodos, técnicas e instrumentos específicos para cada forma de representación técnica. (Módulo de tecnologia específica: diseño industrial).
CED23-DIDP. Conocimientos sobre topología de diseño, productos y su presentación. (Módulo de tecnologia específica: diseño industrial).
CED24-DIDP. Capacidad para diseñar teniendo en cuenta la imagen corporativa de la empresa y su reflejo en el producto. (Módulo común a la rama industrial - Módulo de tecnologia específica: diseño industrial).
CED25-DIDP. Capacidad para tomar decisiones relacionadas con la imagen corporativa del producto y empresa. (Módulo común a la rama industrial - Módulo de tecnologia específica: diseño industrial).
CED26-DIDP. Conocimientos de posicionamiento y segmentación. (Módulo común a la rama industrial - Módulo de tecnologia específica: diseño industrial)

Genéricas:
CG03-DIDP. Aportar a la dimensión profesional una dimensión de responsabilidad ética y social, que comporte una toma de conciencia acerca de la implicación que tiene el ejercicio de la actividad profesional respecto a los valores humanos, sociales, culturales, económicos, de accesibilidad y de respeto al medio ambiente.

Transversales:
CT06 N3. Aprendizaje autónomo - Nivel 3Aplicar los conocimientos alcanzados en la realización de una tarea en función de la pertinencia y la importancia, decidiendo la manera de llevarla a cabo y el tiempo que es necesario dedicarle y seleccionando las fuentes de información más adecuadas.

METODOLOGÍAS DOCENTES

- La asignatura constará de sesiones teóricas y el contenido estará vinculado con la práctica que se esté trabajando. En estas sesiones de exposición se introducirán las bases teóricas de la materia, conceptos, métodos y resultados ilustrándolo con ejemplos convenientes para facilitar su comprensión.

- Las clases prácticas se fundamentarán con proyectos basados â□□â□□en laboratorio (lab based learning) centrados en sesiones presenciales con exposición de conceptos, técnicas y procedimientos, combinadas con la resolución de ejercicios y trabajos prácticos. Parte de este aprendizaje será cooperativo y se basará en proyectos (project based cooperative learning), orientados a la realización de problemas y proyectos evaluables en equipo. El trabajo transversal del curso estará centrado en el trabajo grupal PBL programado conjuntamente con la asignatura de Diseño y Producto I. Este trabajo recogerá la mayoría de conceptos tratados durante el curso en las dos asignaturas.

- Una parte del trabajo que conlleva la asignatura se realizará de manera autónoma e individual de estudio, preparación y realización de ejercicios. Los estudiantes, de forma autónoma tendrán que estudiar para asimilar los conceptos, resolver los ejercicios propuestos ya sea manualmente o con la ayuda del ordenador.

- Se hará uso de las herramientas propias de la plataforma ATENEA y otras herramientas (web 2.0) alojadas de forma externa, a fin de
potenciar el aprendizaje colaborativo.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

- Desarrollar, sistematizar y estructurar el proceso creativo.
- Introducir conceptos, técnicas y metodologías propias del sector del diseño gráfico y la comunicación.
- Conocer y practicar las técnicas de representación gráfica como medio para favorecer la expresión y transmisión de ideas en los
- procesos del diseño industrial.
- Facilitar y potenciar la capacidad de análisis.
- Desarrollar la capacidad de imaginar, crear y representar nuevas ideas de productos basados â□□â□□en el diseño gráfico.
- Desarrollar la capacidad de percepción visual del entorno mediante la observación con el fin de interpretar, imaginar, crear y representar haciendo uso del lenguaje gráfico.
- Definir y gestionar proyectos de desarrollo visual.
- Proporcionar conocimientos y desarrollar habilidades para aplicar la teoría del color, tipografía, imagen y composición tanto en el diseño como en la representación y la imagen final del producto.
- Familiarizarse y utilizar el lenguaje técnico propio del sector del diseño gráfico.

HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo grande	30,0	20.00
Horas grupo pequeño	30,0	20.00
Horas aprendizaje autónomo	90,0	60.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

TEMA 1. Principios del diseño gráfico

Descripción:
Diseño gráfico y comunicación visual
Elementos y principios del diseño gráfico
Pensamiento crítico y justificación
Metodologías de diseño I

Objetivos específicos:
Comprender los principios básicos del diseño gráfico y la comunicación visual
Conocer y utilizar recursos básicos

Actividades vinculadas:
AV1: Maquetación editorial

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 2. Diseño editorial I

Descripción:
Diseño editorial
Composición y jerarquía visual
Tipografía
Retícula
Metodologías de diseño II

Objetivos específicos:
Comprender los principios básicos del diseño editorial
Identificar y justificar qué tipografía utilizar en cada caso
Tratamiento tipográfico, vectorización del texto, párrafo
Familiarizarse con el uso de la retícula compositiva

Actividades vinculadas:
AV1: Maquetación editorial

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 3. Diseño editorial II

Descripción:
Introducción a la imagen y fotografía
Los planes de la imagen
La imagen como elemento comunicacional
Introducción a la tipografía
Clasificaciones y estilos
Características de la tipografía
El uso de la tipografía como elemento comunicacional

Objetivos específicos:
Familiarizarse con la imagen / fotografía como elemento de contenido comunicacional
Utilizar las herramientas de edición fotográfica y corrección del color.
Utilizar la edición de imagen para integrar un producto en un contexto.
Identificar y justificar qué tipografía utilizar en cada caso.
Tratamiento tipográfico, vectorización del texto, justificación y otros efectos.

Actividades vinculadas:
AV2: Proyecto de maquetación editorial

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 4. Diseño publicitario

Descripción:
Introducción al diseño publicitario
Análisis de los canales de la publicidad
Características del lenguaje y retórica visual
Introducción al color, propiedades del color y modelos de color
La psicología del color y cómo se utiliza en la comunicación visual

Objetivos específicos:
Trabajar la adecuación del lenguaje y el mensaje con el público objetivo
Conocer las herramientas para el tratamiento del color y la generación de efectos mediante el color
Utilización de recursos para la creación de paletas de colores y cómo crear una paleta de colores consistente

Actividades vinculadas:
AV2: Generación de piezas publicitarias

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 5. Diseño de infografías

Descripción:
Infografías
Semiótica visual
Metodologías de diseño III

Objetivos específicos:
Identificar la información relevante para el público objetivo y sintetizar el mensaje
Organizar la información de manera visual para generar atracción en el lector
El storyboard como herramienta de diseño comunicacional

Actividades vinculadas:
AV2: Generación de piezas publicitarias

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 6. Evolución del diseño gráfico y tendencias

Descripción:
Repaso histórico de las tendencias en el campo del diseño gráfico
Análisis de tendencias actuales en el diseño gráfico y la comunicación visual

Objetivos específicos:
Identificar las tendencias que caracterizan la corriente estética actual en el campo del diseño gráfico
Maneras de incentivar el pensamiento creativo

Actividades vinculadas:
AV3: Generación de elementos gráficos para la presentación de un producto industrial

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 7. Proyecto de diseño III

Descripción:
Señalética
Tipos de soportes y señales
Mapas, flujos y circulación

Objetivos específicos:
Comprender los principios del diseño de señaléticas
Utilización de los recursos de diseño gráfico y la comunicación en el diseño de señales

Actividades vinculadas:
AV4: Generación de elementos gráficos para la presentación de un producto industrial

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 8. Diseño de packaging

Descripción:
Packaging, marcas y productos
Elementos de diseño del packaging y las etiquetas
Metodologías de diseño IV

Objetivos específicos:
Identificar el mensaje/intención comunicativa del packaging
Conocer los elementos que caracterizan un envase o etiquetado

Actividades vinculadas:
AV4: Generación de elementos gráficos para la presentación de un producto industrial

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 9. Diseño de packaging II

Descripción:
Innovación en el packaging
Envases personalizados, de edición limitada, envases interactivos, eco-packaging y packaging reutilizable
Métodos de fabricación e impresión II

Objetivos específicos:
Traçar la experiència que aporta el packaging al consumidor
Entender diverses maneres d'interactuar amb el packaging

Actividades vinculadas:
PBL. Integrado con la asignatura de Disseny i Producte I

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 10. Interfaces digitales

Descripción:
Diseño y elementos de las interfaces digitales
Retícula compositiva, diseño responsive y diseño por componentes o sistemas de diseño
Interacción y animación
Gamificación
Metodologías de diseño VI

Objetivos específicos:
Comprender los principios del diseño digital y las interfaces interactivas
Comprender las bases de la usabilidad y el diseño centrado en el usuario
Conocer el proceso de diseño de interfaces

Actividades vinculadas:
PBL. Integrado con la asignatura de Disseny i Producte I

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 11. Interfaces de los productos

Descripción:
Principios del diseño de interfaces
Usabilidad, ergonomía y affordance
Tipos de elementos de control, señales e indicadores
Análisis de tareas y pruebas con usuarios;
Metodologías de diseño VI

Objetivos específicos:
Identificar los controles y elementos de interacción de los productos y justificar su elección
Conocer herramientas avanzadas: transformaciones para incorporar la serigrafía al objeto

Actividades vinculadas:
PBL. Integrado con la asignatura de Disseny i Producte I

Dedicación: 11h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

TEMA 12. Contenido adicional

Descripción:
Contenidos adicionales y complementarios

Actividades vinculadas:
PBL. Integrado con la asignatura de Disseny i Producte I

Dedicación: 23h 30m
Grupo grande/Teoría: 8h
Grupo pequeño/Laboratorio: 8h
Aprendizaje autónomo: 7h 30m

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

Se aplicará un modelo de evaluación continua con la finalidad básica de ponderar tanto el trabajo autónomo como el trabajo en equipo desde estudiantes.

La evaluación de adquisición de conocimientos, competencias y habilidades se realizará a partir de:
- Primer examen individual 15%
- Segundo examen individual..... 15%
- Actividades y entregas programadas..... 49%
- PBL, informe i presentación oral..... 21%

Para aquellos estudiantes que cumplan los requisitos y se presenten al examen de reevaluación, la calificación del examen de reevaluación substituirá las notas de todos los actos de evaluación que sean pruebas escritas presenciales (controles, exámenes parciales y finales) y se mantendrán las calificaciones de prácticas, trabajos, proyectos y presentaciones obtenidas durante el curso.
Si la nota final después de la reevaluación es inferior a 5.0 substituirá la inicial únicamente en el caso de que sea superior. Si la nota final después de la reevaluación es superior o igual a 5.0, la nota final de la asignatura será aprobado 5.0.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:
- Ambrose, Gavin; Harris, Paul. Tipografía. Barcelona: Parramón, 2005. ISBN 9788434226715.
- Samara, Timothy. Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Gustavo Gili, 2011. ISBN 8425215668.
- Ambrose, Gavin; Aono-Billson, Nigel. Enfoque y lenguaje. Barcelona: Parramón, 2011. ISBN 9788434237919.
- Wiedemann, Julius. Logo design. Köln: Taschen, 2011.
- Yot, Richard. Guía para usar la luz. Barcelona: Blume, 2011. ISBN 9788498015294.
- Pipes, Alan. Dibujo para diseñadores. Barcelona: Blume, 2008. ISBN 9788498012507.
- Capsule. Claves del diseño: packaging 01. Barcelona: Gustavo Gili, 2009. ISBN 9788425223037.
- Lupton, Ellen; Cole Phillips, Jennifer. Diseño gráfico: nuevos fundamentos. Barcelona: Gustavo Gili, 2009. ISBN 9788425223259.
- Ambrose, Gavin; Harris, Paul. Packaging de la marca: la relación entre el diseño de packaging y la identidad de marca. Barcelona: Parramón, 2011. ISBN 9788434237902.
- Samara, Timothy. Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. ISBN 9788425222245.
- Bosler, Denise. Creative anarchy: how to break the rules of graphic design for creative success. HOW Books, 2015. ISBN 9781440333323.