

Guía docente

340080 - DIGR - Diseño Gráfico

Última modificación: 19/05/2026

Unidad responsable:	Escuela Politécnica Superior de Ingeniería de Vilanova i la Geltrú		
Unidad que imparte:	340 - EPSEVG - Escuela Politécnica Superior de Ingeniería de Vilanova i la Geltrú.		
Titulación:	GRADO EN INGENIERÍA DE DISEÑO INDUSTRIAL Y DESARROLLO DEL PRODUCTO (Plan 2009). (Asignatura obligatoria).		
Curso: 2026	Créditos ECTS: 6.0	Idiomas: Catalán	

PROFESORADO

Profesorado responsable:	SERGI BUENO ARROYO
Otros:	Primer quadrimestre: SERGI BUENO ARROYO - D5011, D5012, D5021, D5111, D5112

COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Específicas:

1. D21. Capacidad para tomar decisiones con relación a la representación gráfica de conceptos.
2. D23. Conocimientos sobre topología de diseño, productos y su presentación.
3. D25. Capacidad para tomar decisiones relacionadas con la imagen corporativa del producto y empresa
4. D33. Conocimientos de estética.
5. D34. Conocimientos de la evolución histórica de los productos.
6. D36. Conocimientos de la historia del arte.
7. D38. Capacidad para identificar el lenguaje de las formas, sus valores y relación con el entorno cultural.
8. D41. Dominio de las herramientas relacionadas con el proceso de diseño.
9. D43. Conocimientos de la metodología del diseño
10. D44. Conocimientos de antropometría.
11. D45. Conocimientos de ergonomía de necesidades específicas.
12. D46. Capacidad para el diseño de envases y embalajes.
13. D54. Capacidad para analizar, diseñar y proyectar en los talleres de diseño.
14. D58. Conocimientos prácticos de metodología de diseño industrial.
15. D61. Conocimientos prácticos de diseño de detalle de productos.
16. G5. Dominio de las técnicas de representación, concepción espacial, normalización y diseño asistido por ordenador; conocimiento de los fundamentos del diseño industrial.

METODOLOGÍAS DOCENTES

- La asignatura constará de sesiones teóricas, el contenido estará vinculado con las prácticas que se irán desarrollando. En estas sesiones de exposición 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 en laboratorio (lab based learning) centradas 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 proyecto final de la asignatura programado para resolver un problema o necesidad del mundo real. Este trabajo recogerá la mayoría de conceptos tratados durante el curso en las dos asignaturas.
- Los proyectos que conlleva la asignatura se realizarán de manera grupal e individual de estudio, preparación y realización de proyectos. 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, con el 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 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 aprendizaje autónomo	90,0	60.00
Horas grupo pequeño	30,0	20.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

TEMA 1. Introducción al diseño gráfico y la comunicación visual.

Descripción:

Introducción al Diseño gráfico y la comunicación visual.
Repaso histórico de las tendencias en el campo del diseño gráfico.
El gráfico, un recurso metodológico para la planificación del Proyecto de Diseño

Objetivos específicos:

Comprender los principios básicos del Diseño gráfico y la comunicación visual
Familiarizarse con los métodos gráficos y de comunicación.
Conocer y utilizar los recursos básicos del Diseño Gráfico.

Actividades vinculadas:

Proyecto de búsqueda de necesidades utilizando la metodología mindmap.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h
Grupo pequeño/Laboratorio: 2h
Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 2. La Imagen

Descripción:

Introducción a la imagen y la fotografía.

Los planes de la imagen.

La imagen como elemento comunicacional.

Objetivos específicos:

Familiarizarse con la imagen / fotografía como elemento de contenido comunicacional

Utilizar la edición de imagen para integrar un producto en un contexto.

Actividades vinculadas:

Selección y comentario de una imagen

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 3. Proyecto de diseño 3D

Descripción:

Diseño de información orientado a la visualización de datos.

Introducción a la infografía.

El lenguaje gráfico como un lenguaje universal.

Objetivos específicos:

Identificar la información de relevancia para el público objetivo y sintetizar el mensaje.

Organizar la información de manera visual como herramienta transcultural y persuasiva.

Actividades vinculadas:

Proyecto de información utilizando el recurso de la infografía.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 4. El "sistema-packaging" (packaging inspiracional).

Descripción:

La disciplina packaging una herramienta de marketing relacionada con el producto.
Las características del packaging.
El packaging, un dispositivo de comunicación.

Objetivos específicos:

Conocer y familiarizarse con el briefing como documento de requerimientos.
Familiarizarse en el uso del moodboard como técnica de definición inspiracional.
Identificar el packaging como una disciplina que con el paso de los años se ha ido documentando y especializando de manera exponencial en la generación de productos.
Identificar la creciente demanda de la inmediatez y la globalización de los productos, que requieren las soluciones estéticas y funcionales más adecuadas para su consumo.

Actividades vinculadas:

Propuesta conceptual para un packaging.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 5 Y 6. El "sistema-packaging" (el Proyecto).

Descripción:

La función del packaging; operativa y comunicativa.
La técnica y tecnología en la solución del packaging.
CVP y Futuribles.

Objetivos específicos:

Conocer la complejidad del proyecto de packaging.
Identificar las diferentes funciones que contiene el producto packaging.
Conocer los cambios de materiales y técnicas de producción.

Actividades vinculadas:

Propuesta funcional para un proyecto de packaging.

Dedicación: 20h

Grupo grande/Teoría: 4h

Grupo pequeño/Laboratorio: 4h

Aprendizaje autónomo: 12h

TEMA 7. El "sistema-packaging" (interacción).

Descripción:

La comunicación en la interacción producto / usuario.
Tendencias comunicativas del mercado.
La experiencia a través del packaging.

Objetivos específicos:

Conocer el procedimiento para llevar a cabo un estudio de mercado como primer punto para definir una estrategia comunicativa y visual de un producto.

Actividades vinculadas:

Propuesta formal por un proyecto de packaging.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 8. Aspectos semióticos en la representación visual.

Descripción:

Introducción a la semiótica y los sistemas de representación visual.
Utilización de la iconografía como elemento comunicativo y de síntesis.
Análisis de las características y tipologías de iconos.

Objetivos específicos:

Utilizar los recursos iconográficos para la creación de mensajes.

Actividades vinculadas:

Crear una secuencia de uso gráfica del proyecto de packaging de la Asignatura.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 9. Aspectos semióticos en la representación visual (Símbolo).

Descripción:

Introducción a la semiótica y los sistemas de representación visual.
Utilización de la iconografía como elemento comunicativo y de síntesis.
Análisis de las características y tipologías de iconos.

Objetivos específicos:

Utilizar recursos como la iconografía para la creación de mensajes.

Actividades vinculadas:

Crear un símbolo de marca para el proyecto de la Asignatura.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 10. Aspectos semióticos en la representación visual (Tipografía).

Descripción:

Introducción a la tipografía y sus características.
El elemento básico de la tipografía.
Las fuentes tipográficas y su composición.

Objetivos específicos:

Utilizar la tipografía como un recurso estético y significativo del mensaje.

Actividades vinculadas:

Buscar una familia tipográfica idónea por el proyecto de la Asignatura y argumentarla.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 11. Aspectos semióticos en la representación visual (Color).

Descripción:

Introducción y definición del color.
El color, un atributo del objeto.
Psicología del color.
Clasificación y nomenclaturas según su aplicación.

Objetivos específicos:

Utilizar el color como un recurso semiótico y estético para el mensaje.

Actividades vinculadas:

Crear una paleta de color específica por la imagen visual del proyecto de la Asignatura.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

TEMA 12. Identidad corporativa.

Descripción:

La Identidad corporativa, un objetivo estratégico de la cultura de empresa.
Contrucción de la arquitectura de una Marca.

Objetivos específicos:

Estudiar la marca como un recurso preceptivo e identitario.

Actividades vinculadas:

Crear una marca para el proyecto de la Asignatura.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h



título castellano

Descripción:

TEMA 13. Diseño Editorial

Objetivos específicos:

Comprender los principios básicos del Diseño editorial.
Familiarizarse en el uso de la retícula compositiva.

Actividades vinculadas:

Crear una retícula compositiva para documentar el proyecto de la Asignatura.

Dedicación: 10h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 2h

Aprendizaje autónomo: 6h

ACTIVIDADES

Pruebas parciales

Descripción:

Realización de diferentes pruebas que evalúan los contenidos comprendidos en las sesiones de teoría y que forman parte del proyecto total de la Asignatura.
Estas pruebas se realizan en grupo de estudiantes.

Objetivos específicos:

Ejercitarse en la práctica añadiendo un componente temporal.

Material:

El adecuado para la práctica de la asignatura.

Entregable:

Las pruebas serán evaluables y se realizarán puntualmente a lo largo de la Asignatura.

Dedicación: 3h

Grupo pequeño/Laboratorio: 3h

Prueba Final

Descripción:

Realización de un proyecto que recoja las pruebas parciales realizadas a lo largo de la Asignatura.

Objetivos específicos:

Ejercitarse en la práctica añadiendo un componente temporal y una recopilación de todos los contenidos aprendidos a lo largo de la Asignatura.

Material:

El adecuado para la práctica de la asignatura.

Entregable:

El proyecto final de la Asignatura se entregará al final de esta.

Dedicación: 10h

Grupo pequeño/Laboratorio: 10h

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:

- Actividades y entregas programadas de las partes 50%
- Informe y presentación oral del proyecto en grupo 50%

Para aquellos estudiantes que cumplan los requisitos y se presenten al examen de re-evaluación, la calificación del examen de re-evaluación sustituirá las notas de todos los actos de evaluación que sean pruebas escritas presenciales (controles, exámenes parciales y finales).

Si la nota final después de la re-evaluación es inferior a 5.0 sustituirá la inicial únicamente en el caso de que sea superior.

Si la nota final después de la re-evaluación es superior o igual a 5.0, la nota final de la asignatura será aprobado 5.0.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- Acaso, María. El Lenguaje visual. Barcelona: Paidós, 2011. ISBN 9788449326561.
- 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.
- Albers, Josef. Interacción del color. Madrid: Alianza, 2017. ISBN 9788491047223.
- Costa, Joan. Diseñar para los ojos. 2a ed. Tiana: Costa Punto Com, 2008. ISBN 9788461181377.
- Frutiger, Adrian. Signos, símbolos, marcas, señales. Barcelona: Gustavo Gili, 1985. ISBN 8425210445.
- Sanz, Juan Carlos; García, Rosa. Diccionario del color. Tres Cantos [Madrid]: Akal, 2001. ISBN 8446010836.
- Julier, Guy. La Cultura del diseño [en línea]. Barcelona: Gustavo Gili, 2010 [Consulta: 25/03/2022]. Disponible a: <https://elibro.net/es/lc/upcatalunya/titulos/45529>. ISBN 9788425222290.
- Kane, John; Dávila, Mela; Giménez, Darío. Manual de tipografía [en línea]. 2a ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012 [Consulta: 28/03/2022]. Disponible a: <https://elibro.net/es/lc/upcatalunya/titulos/45469>. ISBN 8425221331.
- Lupton, Ellen; Cole Phillips, Jennifer. Diseño gráfico : nuevos fundamentos [en línea]. Barcelona: Gustavo Gili, 2009 [Consulta: 15/02/2024]. Disponible a: <https://elibro.net/es/lc/upcatalunya/titulos/211903>. ISBN 9788425223259.
- Wong, Wucius. Fundamentos del diseño [en línea]. Barcelona: Gustavo Gili, 2014 [Consulta: 17/05/2022]. Disponible a: <https://elibro.net/es/lc/upcatalunya/titulos/45553>. ISBN 8425227410.

RECURSOS

Otros recursos:

- ACASO, M.: El lenguaje visual, Barcelona: Paidós, 2006.
- ADAMS, S., MORIOKA, N., STONE, T.: Logo design workbook, Massachusetts: Rockport Publishers Inc., 2004.
- AICHER, O.: El mundo como proyecto, Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- AICHER, O.: Analógico y digital, Barcelona: Gustavo Gili, 1988.
- AMBROSE, G.(ed): Packaging de la marca: la relación entre el diseño de packaging y la identidad de marca. Barcelona: Parramón, 2011.
- AMBROSE, G. (ed): Fundamentals of Typography, London: AVA Publishing, 2006.
- ALBERS, J.: Interacción del color, Madrid: Alianza Editorial, 2010.
- BERGER, J.: Modos de ver, Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- BIRCH, H.: Dibujar. Trucos, técnicas y recursos para la inspiración visual, Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
- BOERBOOM, P.: Dibujar. El color como material y recurso visual, Barcelona: Gustavo Gili, 2019.
- BROWN, T.: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, Nueva York: Harper Business, 2009.
- BUXTON, B.: Sketching User Experiences: Getting the Design Right and the Right Design, San Francisco, Morgan Kaufmann, 2007.
- CHAVES, N.: La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional, Barcelona: Gustavo Gili, 2012.
- CALIMANTRA: Técnicas de caligrafía para trabajar la atención plena, Barcelona: Gustavo Gili, 2019.
- COSTA, J. (ed): Diseñar para los ojos, Barcelona: Costa Punto Com, 2007.
- DE BONO, E.: El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas, Barcelona: Paidós, 1995.
- DONDIS, D.A.: La sintaxis de la imagen, introducción al alfabeto visual, Barcelona: Gustavo Gili, 2012.
- ELAM, K.: Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía, Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- ELAM, K.: La geometría del diseño. Estudios sobre la proporción y la composición, Barcelona: Gustavo Gili, 2014.

FUENTES, R.: La práctica del diseño gráfico, Barcelona: Paidós, 2005

FRUTIGER, A.: Signos, símbolos, marcas, señales, Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

GALLEGO, R., SANZ, J.C.: Diccionario Akal del Color, Madrid: Ed. Akal, 2001.

GONZALEZ DEL RIO, J., PREFASI, S., MAGAL, T.: Teoría i Historia del Disseny Gràfic, València: Universitat Politècnica de València, 2010.

HELLER, E.: Psicología del color. Como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón, Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

HELLER, S., ILIÉ, M.: Iconos del diseño gráfico, Italia: Electa, 2009.

HERRIOTT, L.: Packaging y plegado 2. Nuevos ejemplos de ingeniería del papel listos para usar, Barcelona: Gustavo Gili, 2011.

HOFMANN, A.: Manual de diseño gráfico. Formas, síntesis, aplicaciones, Barcelona: Gustavo Gili, 1988.

HYLAND, A., BATEMAN, S.: Símbolos, Barcelona: Gustavo Gili, 2011.

JARDI, E.: Pensar con imágenes, Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

JULIER, Guy: La Cultura del Diseño, Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

KANE, J.: Manual de tipografía, Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

KELLEY, T.; LITTMAN, J.: The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm, Nueva York: Random House, 2001.

KOREN, L., WIPPO MECKLER, R.: Recetario de diseño gráfico, Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

KUNZ, W.: Tipografía: macro y microestética, Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

LAMARRE, Guillaume: Storytelling como estrategia de comunicación. Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores, Barcelona: Gustavo Gili, 2019.

LEBORG, Ch.: Gramática visual, Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

LUPTON, Ellen (ed.): Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking, Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

LUPTON, E., COLE PHILLIPS, J.: Diseño Gráfico. Nuevos Fundamentos, Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

MARTINEZ DE SOUSA, J.: Diccionario de tipografía y del libro, Madrid: Paraninfo, 1995.

MASON, D.: Materiales y procesos de impresión, Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

MEGGS, P.B., PURVIS, A.W.: Historia del diseño gráfico, Barcelona: Editorial RM, 2009.

MIJKSENAAR, P.: Una introducción al diseño de información, Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

MOLLIÈRE, Bruno: La perspectiva en urban sketching, Barcelona: Gustavo Gili, 2017.

MÜLLER-BROCKMANN, J.: Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos, Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

MUNARI, B.: Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica, Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

MUNARI, B.: Artista y diseñador, Barcelona: Gustavo Gili, 2019.

MUNARI, B.: El arte como oficio: Gustavo Gili, 2020.

NEWARK, Q.: ¿Qué es el Diseño Gráfico?, México: Gustavo Gili, 2002.

OSBORN, A. F.: Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative, Nueva York: Thinking, Scribner's, 1953.

PIPES, A.: Dibujo para diseñadores, Barcelona: Blume, 2008.

RAFOLS, R., COLOMER, A.: Diseño audiovisual, Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

ROAM, D.: Tu mundo en una servilleta, Barcelona: Gestión 2000, 2010.

ROM, J.: Els Fonaments del Disseny Gràfic, Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., 2022.

SAMARA, T.: Diseñar con y sin retícula, Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

SPARKE, T.: Diseño y cultura. Una tradición, Barcelona: Gustavo Gili, 2011.

TAYLOR, F., Cómo crear un portfolio y adentrarse en el mundo profesional. Guía de orientación para creativos, Barcelona: Gustavo Gili,

TATARKIEWICZ, W.: Historia de seis ideas, Madrid: Tecnos, 2001.

TORNQUIST, J.: Color y luz. Teoría y práctica, Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

ZAPPATERRA, Y.: Diseño editorial, periódicos y revistas, Barcelona: Gustavo Gili, 1984.

WIEDEMANN, Julius. Logo design. Köln: Taschen, 2011.

WONG, W.: Fundamentos del diseño, Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

WONG, W.: Fundamentos del diseño bi y tri-dimensional, Barcelona: Gustavo Gili, 1991.

WONG, W.: Principios del diseño en color, Barcelona: Gustavo Gili, 1992.