



MÁSTER EN DISEÑO

Módulo	APLICADO
Materia	Imagen e Identidad Visual
Asignatura	605724 Diseño de Identidad Visual

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Curso:	Máster
Carácter:	Obligatoria
Período de impartición:	1er semestre
Créditos:	6 ECTS

Departamento responsable: Diseño e Imagen
Tfno. Dpto.: 91 394 36 53

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Descriptor

Esta asignatura trata de formar al alumno en el conocimiento de todos los aspectos que deben tenerse en cuenta a la hora de abordar un proyecto de diseño corporativo o de identidad de producto y adiestrarlo en su realización, procurando su capacitación profesional e investigadora en los aspectos conceptuales y creativos propios de un proyecto complejo

Requisitos

Ninguno.

OBJETIVOS

Objetivos generales.

O.G.1. Transferir al estudiante una formación profesional que le posibilite desarrollarse dentro del campo del diseño como profesional experto.

O.G.2. Profundizar en el desarrollo metodológico y tecnológico como herramienta para favorecer un avance permanente del diseño y su cultura, haciendo entender al estudiante lo importante y necesaria que es una continua formación para el desarrollo profesional.

O.G.3. Formar profesionales especializados en técnicas avanzadas de diseño, que desarrollen y practiquen la interactividad entre el diseñador y los demás profesionales involucrados en el proceso de creación del producto en su conjunto.

O.G.4. Formar diseñadores cuya formación satisfaga los requisitos de empresa y se adecue a las recomendaciones hechas por las asociaciones internacionales de profesionales.

O.G.5. Entender en la práctica profesional como base para un desarrollo eficiente del diseño y su cultura.

O.G.6. Profundizar en la formación académica como herramienta que posibilita el desarrollo adecuado en el ejercicio profesional del diseño.

O.G.7. Formar expertos capaces de liderar puestos de dirección y equipos en diseño.

O.G.8. Investigar en el rol social del diseñador enfatizando la necesidad de innovación y sostenibilidad de los productos diseñados por él, así como posibilitar y agilizar las colaboraciones entre profesión, industria y sociedad.

O.G.9. Profundizar sobre las habilidades comunicativas en las relaciones profesionales, capacitando para presentar y defender oralmente y por escrito el trabajo.

Objetivos específicos

O.E.1. Preparar profesionales especializados en diseño que dominen en profundidad diferentes estrategias y procesos para la creación de productos, desde su concepción, hasta su distribución y venta.

O.E.2. Formar diseñadores eficientes que puedan competir en formación y capacidad profesional en el mercado internacional con los egresados de los centros europeos cuyos estudios han sido considerados correspondientes o afines a los de este Máster.

O.E.3. Desarrollar en el estudiante la formación integral del diseño, y que ésta sea eficiente adaptándose creativamente a los requerimientos planteados por la empresa o las asociaciones internacionales de profesionales, sean éstos formales o funcionales.

O.E.4. Instruir al estudiante para que sean capaz de desarrollar estrategias propias de trabajo dentro del campo del diseño, y de este modo poder dar soluciones eficientes a propuestas realizadas desde el mercado laboral.

O.E.5. Contribuir a que la integración de los egresados en el ámbito laboral del diseño sea adecuada a los fines que la empresa demanda, dotándoles del reconocimiento de la formación recibida y que se les exige para ejercer la profesión en el mercado laboral.

O.E.6. Permitir la incorporación del sistema de educación superior español a la corriente internacional de la investigación en diseño a nivel superior de máster.

O.E.7. Comprender la especialización del diseño orientándola al conocimiento de sus diferentes modalidades, al conocimiento de los procesos técnicos y tecnológicos, así como al estudio y adecuación de los materiales y las habilidades técnicas necesarias para trabajar con ellos.

COMPETENCIAS

Competencias generales.

C.G.1. Aplicar a entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos multidisciplinares, los conceptos, principios, teorías o modelos relacionados con el ámbito del diseño.

C.G.2. Elaborar adecuadamente y con originalidad escritos argumentados y motivadores que integren conocimientos y aborden la complejidad de formular juicios.

Elaborar proyectos de trabajo, artículos científicos y formular hipótesis razonables.

C.G.3. Comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, tanto a un público experimentado en diseño como aquel otro no informado,

C.G.4. Emitir juicios específicos sobre aspectos concretos del diseño en función de criterios, de normas externas o de reflexiones personales.

C.G.5. Utilizar capacidades de enseñanza y aprendizaje específicas del ámbito del diseño que les permitan profundizar en el trabajo autónomo.

C.G.6. Integrarse como diseñadores en grupos multidisciplinares, con las capacidades de elaboración con profesionales de otros ámbitos, y de intercambio y colaboración entre distintos grupos de trabajo para rentabilizar el uso de recursos y la difusión de resultados.

Competencias específicas:

C.E.1. Aprender a gestionar líneas de pensamiento, de discurso y práctica dentro del ámbito del diseño, utilizando para ello la interrelación de herramientas como son: el Dibujo, la Fotografía, el Vídeo, los Entornos Multimedia y Digital, el Entorno Urbano y la intervención social para dar solución a propuestas concretas de diseño.

C.E.2. Realizar proyectos, individuales o en colaboración, con equipos multidisciplinares de diseño.

C.E.3. Emplear técnicas de documentación gráfica y tridimensional en un proyecto de diseño.

C.E.5. Enmarcar los procesos de diseño aplicando el conocimiento de las metodologías de investigación, documentación y de archivo pertinentes en el desarrollo de un proyecto.

C.E.6. Saber analizar los elementos configuradores y estructurales de los objetos y de las realidades susceptibles de ser diseñadas, aplicando capacidad crítica, expositiva y comunicativa de los conceptos del diseño actual.

C.E.7. Utilizar el marco legal, y sus normativas, en el que se desenvuelve la creación del diseño.

C.E.9. Utilizar lenguajes propios del diseño para analizar el medio social al que se dirige el producto creado.

Competencias Transversales:

C.T.1. Capacidad para la búsqueda de información, su análisis, interpretación, síntesis y transmisión.

C.T.2. Capacidad para la resolución de problemas de manera creativa, funcional e innovadora.

C.T.3. Capacidad para desarrollar aprendizajes y trabajos de manera

autónoma. **C.T.4.** Capacidad para trabajar en equipo y adaptarse a situaciones nuevas.

CONTENIDOS

Introducción y definición sobre el diseño de identidad visual.

Logotipos, marcas, sistemas de identificación.

Introducción y definiciones sobre diseño de packaging.

Análisis sobre las diferentes etapas del diseño. La planificación y el desarrollo de un proyecto de diseño de *identidad visual* y *packaging*.

Estudio sobre aspectos conceptuales y creativos propios del diseño y, en concreto, sobre el diseño de productos. Color, tipografía e imágenes

Análisis de códigos visuales. Aspectos gráficos y otros propios de la forma y la estructura que se refieren a la materialización de los productos.

Estudio sobre materiales, técnicas de manipulado, envases, embalajes y distribución. Análisis y consideraciones respecto al diseño y al packaging sostenible. Edición gráfica, maquetación, preimpresión. Sistemas de impresión industrial.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados del aprendizaje que el estudiante obtiene al cursar este módulo le capacitan para generar diferentes líneas de pensamiento dentro del área del diseño gráfico en general, utilizar la interrelación de herramientas como el dibujo, la fotografía, el entorno urbano y la intervención social para dar soluciones a propuestas concretas, como son aquellos aspectos relacionados con la identidad visual, la visualización de datos y la fotografía de producto, empleando, para ello, documentación y metodologías de indagación oportunas en el desarrollo del proyecto.

También le capacitan para trabajar en equipo, realizando proyectos multidisciplinares y empleando técnicas de documentación, y para la realización de un proyecto de diseño que pueda estar enmarcado dentro de la producción de espacios y la producción audiovisual, conociendo de este modo los elementos configuradores y estructurales de las realidades susceptibles de ser diseñadas, aplicando su capacidad crítica, expositiva y comunicativa.

METODOLOGÍA

Descripción

El método a seguir en el desarrollo de los contenidos tiene la siguiente estructura: • Exposición de los contenidos teóricos.

- Apoyo visual. Cada unidad didáctica irá acompañada de la visualización y análisis de imágenes, de ejemplos y de diferentes tipos de material que ilustren tanto los contenidos teóricos como prácticos de la asignatura.
- Proyectos de aplicación. A lo largo del semestre se desarrollarán ejercicios enfocados a la profundización en los contenidos de la asignatura y la realización de los proyectos personales del estudiante. Lecturas seleccionadas.

Actividad formativa

Actividades a realizar para adquirir las competencias	Competencias generales, transversales y específicas	ECTS
Clases magistrales: 100% presencialidad. Centradas en contenidos teóricos y prácticos con ayuda de referencias visuales. Clases de presentación de ejercicios, trabajos o proyectos a desarrollar. De esta manera se sigue el proceso de adquisición de las competencias	C.G.3, C.G.5, C.T.1. C.E.2, C.E.5, C.E.7.	1.5

Clases tutorizadas (teórico-prácticas): 85% presencialidad Resolución de ejercicios en el aula bajo la dirección del profesor. Resolución de ejercicios individualmente o en grupo bajo la dirección del profesor. Seminarios. Debates. En este espacio también se desarrollan las “Tutorías específicas” que consisten en dialogar y preparar la presentación de los trabajos y materiales individuales, así como de los grupos reducidos durante el curso, además de resolver las dudas y orientar el trabajo del estudiante. De esta manera se sigue el proceso de adquisición de las competencias	C.G.1, C.G.2, C.G.3, C.G.5, C.G.6. C.T.1.C.T.3 C.T.4 C.E.1, C.E.2, C.E.5, C.E.9	3.5
---	---	-----

Actividad autónoma del estudiante: 0% presencialidad Consiste en el trabajo no presencial que el estudiante realiza de manera individual o en grupo. En esta actividad se incluyen las horas de estudio, las dedicadas a la realización de trabajos, elaboración de dossiers, resolución de problemas, prácticas específicas y adquisición de destrezas propias del ámbito del diseño, así como las necesarias para la preparación y realización de pruebas objetivas o pruebas de evaluación. Investigación bibliográfica y fuentes auxiliares. De esta manera se sigue el proceso de adquisición de las competencias	C.G.1, C.G.2, C.G.3, C.G.4, C.G.6. C.T.1, C.T.2, C.E.1 C.E.3, C.E.5, C.E.6.	1
---	--	---

Actividad del estudiante

-Introducción al diseño de identidad visual. Evolución y funciones. Identidad, imagen y marca. Diferentes sistemas de identidad visual.

-Elementos de la identidad visual. Componentes gráficos y principios del diseño.

-Proyecto de identidad visual. Fases y aplicación de metodologías de diseño.

-Aplicaciones de la identidad visual. Adaptación de la identidad visual a distintos soportes y contextos. Tipos de branding.

-Producción gráfica. Procesos y materiales. Sistemas de impresión, preimpresión, gestión del color y preparación de originales. Criterios de sostenibilidad y accesibilidad aplicados al diseño.

-Presentación de proyectos de identidad visual. Manual de identidad e imagen del producto final.

Cronograma

Al comenzar el curso el profesor expondrá el calendario de actividades.

EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN PONDERACIÓN MÍNIMA PONDERACIÓN

MÁXIMA Trabajo tutelado en el aula (contenido teórico): hasta 3 puntos. 0.0 a 3.0

Exposición de trabajos, proyectos realizados autónomamente o en grupo (desarrollo de prácticas); hasta 7 puntos. 0.0 a 7.0

Participación activa en el proceso de enseñanza y aprendizaje (actividad autónoma del estudiante), hasta 2 puntos. 0.0 a 2.0

La calificación global de los tres sistemas de evaluación no podrá superar, en ningún caso el valor de 10, es decir, la calificación final numérica oscilará de 0 a 10.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias básicas

Arnheim, Rudolf. El pensamiento visual. Barcelona: Paidós, 1986.

Budelman, Kevin, Yang Kim y Curt Wozniak. Brand Identity Essentials. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2010.

Chaves, Norberto. La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

García Garrido, Sebastián. Diseño de la identidad visual de las instituciones. Madrid: Experimenta Libros, 2021.

Kreutz, Robert. Dynamic Identities: How to Create a Living Brand. BIS Publishers, 2022.

Lorenz, Martin. Flexible Visual Systems. Karlsruhe: Slanted Publishers, 2021.

Lupton, Ellen. Diseño gráfico. Nuevos fundamentos. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.

Müller-Brockmann, Josef. Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos. Barcelona: Gustavo Gili, 2012.

Munari, Bruno. ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

Rawsthorn, Alice. El diseño como actitud. Barcelona: Gustavo Gili, 2021.

Wheeler, Alina. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 6th ed. Hoboken, NJ: Wiley, 2024.

Bibliografía complementaria

Ambrose, Gavin, y Paul Harris. Design Thinking for Visual Communication. 2.^a ed. Londres: Bloomsbury, 2023.

Baines, Phil, y Andrew Haslam. Tipografía. Función, forma y diseño. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.

Healey, Matthew. ¿Qué es el branding? Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

Heller, Steven, y Gail Anderson. The Graphic Design Idea Book: Inspiration from 50 Masters. Londres: Laurence King Publishing, 2016.

Meggs, Philip B., y Alston W. Purvis. Historia del diseño gráfico. 6.^a ed. Hoboken, NJ: Wiley, 2016.