

GD
24-25

GUÍA DOCENTE

GRADO EN DISEÑO

ESPECIALIDAD: Estudios Superiores de Diseño

ASIGNATURA: **Proyectos de Comunicación**

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Tipo de materia:	Obligatoria
Materia a la que pertenece:	Tecnología aplicada al diseño gráfico
ECTS:	10
Curso:	4º
Anual/semestral:	Semestral / Primer semestre
Horas de docencia (cómputo anual):	3,5 h
Otras asignaturas de la de la misma materia:	Iniciación al Proyecto gráfico. Proyectos de Diseño gráfico I y II. Proyectos de diseño gráfico Audiovisual, Proyectos de diseño gráfico: entorno y producto.
Departamento:	Proyectos
Profesores:	Diseño Gráfico

2. INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

La asignatura obligatoria de Proyectos de Comunicación pertenece a la materia de Proyectos de Diseño Gráfico y se imparte en el primer semestre del cuarto curso de los Estudios Superiores de Diseño en la especialidad de Diseño Gráfico. En ella el alumnado profundiza en los conocimientos y metodologías específicas para la planificación y desarrollo de proyectos interdisciplinarios complejos en el ámbito de la comunicación gráfica, imagen global de empresas, estrategias de gestión de marca, gráfica del entorno y comunicación publicitaria. En el último bloque de contenidos de la asignatura se establecen los procesos y procedimientos necesarios para cubrir las competencias relacionadas con la enseñanza del diseño.

3. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
- CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente
- CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza
- CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación
- CT6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal
- CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
- CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- CT9 Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos
- CT10 Liderar y gestionar grupos de trabajo
- CT11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad
- CT12 Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada
- CT13 Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional
- CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables
- CT15 Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional

COMPETENCIAS GENERALES

- CG1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y

condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos
CG3 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica
CG5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio
CG7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares
CG8 Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales
CG11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
CG14 Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales
CG16 Ser capaz de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles
CG17 Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales
CG18 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos
CG19 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación
CG21 Dominar la metodología de investigación
CG22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DISEÑO GRÁFICO

CEG1 Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos completos
CEG3 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico
CEG4 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos
CEG5 Establecer estructuras organizativas de la información
CEG6 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica
CEG7 Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto
CEG8 Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto
CEG9 Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto
CEG10 Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa
CEG15 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción

4. CONTENIDOS POR SEMESTRE

Contenidos BORM

Definición y realización de proyectos. Metodología e investigación. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. El trabajo en equipo. Elaboración de proyectos interdisciplinares integrados. Métodos de investigación en el diseño. El proceso proyectual como investigación. Planificación de estrategias de comunicación de empresas. Ideación, gestión y seguimiento de proyectos integrados de Imagen global. Plan de comunicación, selección y gestión de medios. La enseñanza del diseño.

Temporalización de contenidos

BLOQUE I: SEPTIEMBRE -OCTUBRE

Definición y realización de proyectos.
Metodología e investigación.
Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad.
El trabajo en equipo.
Elaboración de proyectos interdisciplinares integrados.
Métodos de investigación en el diseño.
El proceso proyectual como investigación.
Planificación de estrategias de comunicación de empresas.

BLOQUE II: NOVIEMBRE-DICIEMBRE

Ideación, gestión y seguimiento de proyectos integrados de Imagen global.
Plan de comunicación, selección y gestión de medios.
La enseñanza del diseño.

Aulas de especialización

Las horas correspondientes a las Aulas de especialización se distribuirán a lo largo del semestre. El alumno cursará dichas horas atendiendo a necesidad de los recursos según los proyectos que realice a lo largo del este. • Fotografía AE1 / 4 HORAS
• Medios informáticos y tecnológicos 2D / 8 HORAS

5. METODOLOGÍA

La metodología será dinámica, flexible y participativa.

Se agrupa en dos grandes categorías: actividades de carácter presencial y actividades de trabajo autónomo. Actividades de carácter presencial: se distribuyen en clases presenciales, debates en grupo, planteamiento y desarrollo de proyectos, clases prácticas, de tutoría y de evaluación. Actividades de trabajo autónomo: consiste en la realización de proyectos, trabajos de análisis, memorias y actividades complementarias. A partir del input teórico del profesor y de la propuesta de proyecto explicada y entregada a los alumnos, el alumno inicia el planteamiento, desarrollo y realización de su proyecto. Las propuestas de proyectos podrán contener varias alternativas o ser de carácter único y en todas ellas se especifican los elementos mínimos a entregar, ya sean digitales o impresos. Todos los alumnos tendrán una carpeta-portfolio (A-3 de fundas) en el aula en la que irán archivando los trabajos impresos entregados lo que facilita el seguimiento y la evaluación continua del alumnado. Se podrán introducir actividades cortas que refuercen aquellos contenidos que el profesor considere necesarios en función del nivel del grupo. Así mismo se podrán encargar actividades de ampliación para aquellos alumnos que demuestren necesidades especiales. Aplicaremos una metodología participativa. Se realizarán correcciones públicas por parte del profesor con participación activa del resto de alumnos. Todos los proyectos son presentados a todo el grupo. El profesor buscará que el alumno trabaje en dos sentidos, y que se implique en el proceso de diseño con responsabilidad e intencionalidad: - Trabajo individual, de interiorización y búsqueda personal, - Trabajo en equipo, de coordinación con otros compañeros fomentando la capacidad de autocrítica. El proceso metodológico seguirá las fases que a continuación detallamos: Explicación general del bloque de contenido: Permite al alumno situarse en todo momento en los contenidos que se están trabajando. Se facilita documentación de apoyo. Debate crítico. Valoración de la comprensión por parte de los alumnos. Planteamiento del Proyecto: - Temporalización y fases. Resolución de dudas y preguntas. Seguimiento. - Desarrollo de los contenidos procedimentales asociados. Desarrollo por fases. - Seguimiento. Tutoría. Pruebas de impresión y edición. Valoración de resultados. - Aportaciones que potencien o minimicen determinados factores. - Resolución de fallos procedimentales, dudas, etc.
Exposición oral-visual: Exposición individual al grupo. Debate crítico. Se priorizará el desarrollo de proyectos y actividades de aula y se fomentará la puesta en común entre los alumnos por medio de debates, presentación y defensa de proyectos, para así, desarrollar el sentido crítico.
Información al alumno: Esta guía docente estará a disposición del alumno online. El profesor facilitará toda la información: la propuesta de cada proyecto, las presentaciones de cada bloque de contenido, referencias bibliográficas e información adicional de los contenidos. El Aula virtual ofrece la guía docente y los diversos materiales del curso, permite la entrega con registro de fecha de tareas así como los comentarios del profesor sobre los trabajos entregados. Estarán siempre a disposición del alumno las presentaciones del profesor y las propuestas de Proyectos o prácticas.

6. VOLUMEN DE TRABAJO		
El volumen total de la asignatura es de 280 horas (10 ECTS x 28 horas) distribuidas en las 18 semanas		
Tiempo de realización de trabajo presencial: 126 h	Temporalización de contenidos: 280 h	Tiempo de realización de trabajo autónomo: 154 h
60 horas	BLOQUE I: Comunicación de empresas e instituciones (En grupo) Definición y realización de proyectos. Metodología e investigación. Elaboración de proyectos interdisciplinares integrados. Métodos de investigación en el diseño. El proceso proyectual como investigación. Planificación de estrategias de comunicación de empresas e instituciones. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. El trabajo en equipo.	75 horas
66 horas	BLOQUE II: Proyectos integrados de Imagen global Ideación, gestión y seguimiento de proyectos integrados de Imagen global. Plan de comunicación, selección y gestión de medios.	79 horas

	La enseñanza del diseño.	
ACTIVIDADES PRESENCIALES		HORAS
Asistencia a clases teóricas		20
Asistencia a clases prácticas, proyectos, exposiciones de trabajos, etc.		78
Asistencia a tutorías en el aula (horario de clase)		28
Realización de exámenes		0
Total actividades presenciales		126
ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO		HORAS
Planificación de trabajos o proyectos		16
Realización autónoma de proyectos y trabajos		74
Recopilación de documentación para trabajos		60
Visitas a empresas, instituciones o sitios de interés		4
Total actividades de trabajo autónomo		154

7. RECURSOS

El aula está equipada con mesas y sillas para clases teóricas, debates y realización de bocetos. Se dispone en dicha zona de pizarra digital, proyector de video y pantalla.

Para la realización de proyectos el estudiante dispone de ordenadores de entorno Mackintosh dispuestos en bancadas exteriores.

Software: Adobe Illustrator, Indesign, Photoshop y programas de tratamiento de textos.

Se dispone a su vez de una zona de scanner, impresión y corte digital.

Para montaje, corte manual y montaje de prototipos y artes finales, hay otra zona de mesas con mantas de corte, cizallas, así como herramientas par encuadernación artesanal

El aula así mismo dispone de biblioteca, archivo de material gráfico y archivo de trabajos de alumnos.

8. EVALUACIÓN

Procedimiento de evaluación:

Evaluaremos de forma continuada durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, para lo que establecemos tres fases:

Evaluación formativa: Se trata de la evaluación a lo largo de todo el proceso formativo. Tiene carácter regulador, orientador y autocorrector del proceso educativo. Se realizará tomando como referencia las actividades desarrolladas por los alumnos, que se consideran actividades de evaluación, y valoraremos tanto sus avances como la idoneidad de las propias actividades. El alumno será informado siempre de sus calificaciones parciales.

Evaluación sumativa /final: Se aplicará al final del curso para llegar a una evaluación global en la que se pongan de manifiesto el grado de adquisición de las capacidades de la asignatura por parte del alumnado.

Se evalúan los proyectos presentados así como la metodología o proceso proyectual en el aula, las presentaciones orales y la participación en los debates de clase.

8.1 Criterios de evaluación BORM

CEv.1 Planificar acciones comunicativas.

CEv.2 Aplicar los procesos de investigación en la praxis del diseño.

CEv.3 Coordinar proyectos en los que intervienen profesionales pertenecientes a diferentes ámbitos.

CEv.4 Conocer y aplicar las tecnologías necesarias para la realización proyectos globales de comunicación.

CEv.5 Diseñar problemas de diseño.

CEv.6 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño gráfico interdisciplinares de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos definidos por el plan de comunicación. CEv.1

CEv.7 Conseguir el nivel correcto de adecuación a los condicionantes funcionales, estéticos y comunicativos planteados en el plan de comunicación.

CEv.8 Gestionar y organizar la información en los proyectos de arquitectura gráfica con coherencia formal y conceptual. Ser creativo en los planteamientos y las soluciones dadas.

CEv.9 Conseguir calidad gráfica.

CEv.10 Conseguir la viabilidad técnica y económica de los proyectos desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

CEv.11 Lograr una optimización en los recursos.

CEv.12 Demostrar capacidad crítica y de argumentación. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.

8.2. Instrumentos de evaluación:

Proyectos: Se especifica en cada propuesta los elementos mínimos a presentar (digitales e impresos).

Memorias de proyecto: Se especifica en cada propuesta los apartados mínimos.

Presentación visual y defensa oral del proyecto. Todos los proyectos se presentan al grupo y se establece un debate crítico sobre ellos.

8.3. Criterios de calificación

Para superar la asignatura es indispensable entregar todos los proyectos propuestos, así como las memorias pertinentes, y obtener una media ponderada superior a cinco. Aquellos alumnos que no hayan entregado los proyectos en la fecha indicada podrán entregarlos al finalizar el semestre en la fecha que se indique. El alumnado que no haya adquirido las competencias determinadas en el plan de estudios en la evaluación ordinaria deberá realizar los trabajos que se determinen en la evaluación extraordinaria. Los alumnos serán orientados individualmente por parte del profesor en cuanto a las actividades a desarrollar.

Se establece una ponderación de los criterios de evaluación para las evaluaciones ordinarias y otra ponderación distinta para las evaluaciones extraordinarias.

Los alumnos que no hayan asistido a clase con regularidad y/o no hayan entregado los trabajos en fecha a lo largo del curso, serán calificados con la ponderación de los criterios de evaluación extraordinaria.

EVALUACIÓN ORDINARIA: PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Proyectos (C.Ev. 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9 y 10)	60% nota
P01- Comunicación de empresas e instituciones	30%
P02- Proyecto integrado de Imagen global	30%
Memoria y metodología (C.Ev. 2, 5,11 y 12)	
P01- Comunicación de empresas e instituciones	15%
P02- Proyecto integrado de Imagen global	15%
Participación activa en aula. Presentación. (C.Ev.12)	10%

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA: PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Proyectos (C.Ev. 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9 y 10)	60% nota
P01- Comunicación de empresas e instituciones	30%
P02- Proyecto integrado de Imagen global	30%
Memoria y metodología (C.Ev. 2, 5,11 y 12)	
P01- Comunicación de empresas e instituciones	20%
P02- Proyecto integrado de Imagen global	20%

9. BIBLIOGRAFÍA

MARCA / BRANDING

DAVIS, Melissa (2010): Fundamentos del branding. Barcelona: Parramón Ediciones, S.A.

OLINS, Wally (2009): Wally Olins: El libro de las marcas: Barcelona: Editorial Océano Ambar.

GOBE, Marc (2005): Branding emocional. España: Editorial Divine Egg.

ROBERTS, Kevin (2005): Lovemarks: El futuro más allá de las marcas. Editorial: Empresa Activa

PLANIFICACIÓN DE MEDIOS y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

V.V.A.A. (2012): Planificación estratégica y gestión de la publicidad. ESIC Editorial

PEDAGOGÍA Y ETICA

NORMAN, Donal A. (2005): Diseño emocional. Editorial Paidós

ROBERTS +, Lucienne (2009): Good: Ética en el diseño gráfico: Barcelona: Indexbook