

GUÍA DOCENTE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO I

Especialidad: GRÁFICO

Fecha aprobación: 22/06/2026

Fechas revisiones:

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Curso: 2º

Anual/semestral: 1er semestre

Tipo de asignatura: Obligatoria especialidad Materia: Proyectos de diseño gráfico

Horas de docencia semanales: 6

Horas de trabajo totales: 168

ECTS: 6

Departamento: Proyectos

Plan de estudios: resolución 11 de marzo de 2024

2. INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

El alumnado adquiere en esta asignatura los conocimientos y metodologías específicas para el desarrollo de proyectos gráficos en el ámbito del diseño gráfico de identidad y publicitario, así como los fundamentos teóricos y lenguajes que condicionan el desarrollo de los mismos. A partir de estos fundamentos, el alumnado debe ser capaz de desarrollar proyectos básicos de identidad gráfica y publicidad impresa. Son necesarios conocimientos de software: Illustrator, Photoshop e Indesign.

3. COMPETENCIAS

La adquisición de las competencias descritas a continuación será necesaria para superar la asignatura:

→ 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, CG11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo, CG19 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación

→ Competencias transversales

CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora., CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza, CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo, CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos

→ Competencias específicas

CEG3 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico, 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

→ Competencias digitales

El Plan Digital de Centro (PDC) recoge en su epígrafe 6.1 la integración gradual y adaptada de las TIC a los estudios superiores de diseño, con expresión de las competencias digitales (incluidas las referentes al uso de la IA en el proceso de aprendizaje), propuestas de indicadores de logro y recursos digitales.

4. CONTENIDOS

Definición y realización de proyectos. Metodología e investigación. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. El trabajo en equipo. Identidad corporativa. El manual de normas gráficas. Diseño publicitario. La gráfica y el tratamiento gráfico de la información.

Trabajo presencial 108 horas	Temporalización de contenidos 168 horas	Trabajo autónomo 60 horas
24	Definición y realización de proyectos. Metodología e investigación. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad. Creación de la marca. El discurso gráfico de la marca. Identidad gráfica corporativa.	10
64	Diseño publicitario. La gráfica y el tratamiento gráfico de la información. El trabajo en equipo.	30
20	El manual de normas gráficas. Estrategia y criterios de decisión, innovación y calidad.	20

5. VOLUMEN DE TRABAJO**→ Actividades de trabajo presencial****horas**

Asistencia a clases teóricas lectivas	20
Asistencia a clases prácticas lectivas	88
Realización de exámenes y/u otras pruebas de evaluación	-
TOTAL	108

→ Actividades de trabajo autónomo**horas**

Preparación y realización autónoma de trabajos prácticos y/o proyectos	60
Horas de estudio y preparación de exámenes y/u otras pruebas de evaluación	-
Talleres de especialización	
TOTAL	60

6. METODOLOGÍA

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 y/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.

Aplicaremos una metodología participativa. Se realizarán correcciones públicas por parte del profesor con participación activa del resto de alumnos. Todos los proyectos son presentados al final 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, y 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. Desarrollo de los contenidos procedimentales asociados: Pruebas de impresión. Valoración de resultados. Aportaciones que potencien o minimicen determinados factores.

Exposición oral-visual: Exposición individual al grupo. Debate crítico.

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.

Para atender a las/os alumnos/as con necesidades específicas y de apoyo educativo se aplicarán adaptaciones no significativas que afectarán a la metodología, sin merma en la adquisición de competencias, y siguiendo las indicaciones del Plan de Atención a la Diversidad.

→ Actividades de trabajo presencial

Asistencia a clases teóricas, clases prácticas, debates y tutorías.

→ Actividades de trabajo autónomo

Preparación y realización de trabajos y proyectos. Recopilación de documentación para proyectos.
--

7. EVALUACIÓN

→ Procedimiento de evaluación

La evaluación del proceso de aprendizaje de la materia se basará en el grado de consecución de las competencias de la asignatura y de los resultados de aprendizaje de la materia, tomando como referencia los criterios de evaluación.

Evaluación inicial: Se evaluarán los conocimientos previos del alumnado así como sus actitudes, capacidad e incluso motivación, con el fin de que nuestra intervención sea ajustada a sus necesidades.

Evaluación formativa: 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 las/los estudiantes, que se consideran actividades de evaluación, y se valorará tanto sus avances como la idoneidad de las propias actividades.

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 competencias de la asignatura por parte del alumnado.

→ **Estudiantes que no asisten a clase y/o no es posible realizar un seguimiento continuado**

La falta de asistencia a clase de modo reiterado puede provocar la imposibilidad de la aplicación correcta de los criterios de evaluación y la propia evaluación continua.

El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que pueden originar la imposibilidad de aplicación de la evaluación continua se establece en el 30% del total de horas lectivas de la asignatura. La/el estudiante que se vea implicado en esta situación se someterá a una evaluación final.

Las/os estudiantes con la asignatura pendiente pueden asistir regularmente a clase y hacer un seguimiento normal de la asignatura. Si por incompatibilidad del horario académico no es posible la asistencia, estas/os estudiantes se someterán a una evaluación final.

→ **Estudiantes evaluados por un tribunal**

El alumnado en cuarta convocatoria que solicite ser calificado por un tribunal, así como todo el alumnado de convocatoria extraordinaria, serán calificados por un tribunal. Estas/os estudiantes podrán asistir a clase. El/la docente de la asignatura podrá orientarlos, corregirlos y asesorarlos, pero no podrá evaluarlos.

7.1 INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Instrumentos de evaluación: Proyectos, memorias de proyecto (Se especifican en cada propuesta los apartados mínimos), presentaciones visuales y defensas orales del proyecto.

Técnicas de evaluación: seguimiento y observación en el aula, evaluación de proyectos y memorias entregados.

7.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Aplicar la metodología y las técnicas de ideación para abordar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos planteados. Desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario con calidad gráfica, coherencia formal y creatividad. Establecer con coherencia estructuras organizativas de la información. Demostrar capacidad crítica y argumentación. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.

7.3 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Para superar la asignatura es indispensable entregar todos los proyectos y actividades propuestos, así como las memorias pertinentes, y obtener una media ponderada superior a cinco. Para poder mediar, todos los proyectos y actividades deberán tener una calificación igual o superior a 4,0. Aquellos alumnos que no hayan entregado los proyectos en la fecha indicada o no hayan obtenido al menos un 4,0 en alguno de ellos 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.

Los trabajos presentados en las convocatorias de un curso no se evaluarán en convocatorias de otro curso, debiendo realizarse los ejercicios planteados en el curso durante el que se examinen

A. CALIFICACIÓN EN EVALUACIÓN REALIZADA POR LA/EL DOCENTE

→ Estudiantes que asisten a clase: evaluación continua

ELABORACIÓN DE TRABAJOS/PROYECTOS Aplicar la metodología y las técnicas de ideación para abordar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos planteados. Desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario con calidad gráfica, coherencia formal y creatividad. Establecer con coherencia estructuras organizativas de la información. Demostrar capacidad crítica y argumentación. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.	90%
EXÁMENES / OTRAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN -	0%
PARTICIPACIÓN ACTIVA Demostrar capacidad crítica y argumentación. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.	10%

→ Estudiantes que no asisten a clase: evaluación final

ELABORACIÓN DE TRABAJOS/PROYECTOS Aplicar la metodología y las técnicas de ideación para abordar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos planteados. Desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario con calidad gráfica, coherencia formal y creatividad. Establecer con coherencia estructuras organizativas de la información. Demostrar capacidad crítica y argumentación. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.	100%
EXÁMENES / OTRAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN -	0%

B. CALIFICACIÓN EN EVALUACIÓN REALIZADA POR TRIBUNAL (4ª y 5ª convocatoria)

ELABORACIÓN DE TRABAJOS/PROYECTOS Aplicar la metodología y las técnicas de ideación para abordar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos planteados. Desarrollar proyectos de identidad corporativa y de diseño publicitario con calidad gráfica, coherencia formal y creatividad. Establecer con coherencia estructuras organizativas de la información. Demostrar capacidad crítica y argumentación. Utilizar correctamente el lenguaje propio de la materia.	100%
EXÁMENES / OTRAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN -	0%

8. UTILIZACIÓN DE LA IA**Se permite el uso de IA Generativa con restricciones.**

El uso de IA generativa está permitido en ciertas tareas de esta asignatura.

Para conocer en cuáles se permite, se aconseja revisar con detalle las especificaciones de dichas tareas cuando éstas aparezcan en Google Classroom y/o en el temario detallado.

Es responsabilidad del/de la estudiante conocer y aplicar estos requisitos específicos.

En todas las actividades evaluables en este curso. La/el estudiante debe declarar por escrito la utilización que haya hecho de cualquier IA generativa.

→ Protocolo de buenas prácticas

- Solo se emplearán herramientas IA que respeten el RGPD y la LOPDGDD, garantizando la legalidad, privacidad y seguridad en los procesos asistidos por la IA o se aplicarán sistemas de anonimización de datos.
 - Las herramientas de IA empleadas por la/el docente, deben estar validadas por el centro y ajustadas a cada etapa educativa con un propósito educativo claro y vinculado al currículo, es decir, que sean relevantes para los objetivos de aprendizaje del curso y que hayan demostrado ser efectivas en entornos educativos.
 - La/el estudiante únicamente utilizará las herramientas de IA indicadas por la/el docente.
 - Las/los estudiantes deben emplear la IA bajo las instrucciones del profesorado como herramienta de apoyo, no como un sustituto del aprendizaje o el esfuerzo personal.
 - Se prohíbe el uso de IA para actividades que constituyan fraude académico, como la generación automática de respuestas en exámenes o la copia de tareas.
 - Es fundamental respetar la honestidad académica, y perseguir la originalidad y el pensamiento crítico en todos los trabajos, respetando los derechos de autor.
 - La IA debe utilizarse de forma respetuosa y responsable, evitando su uso para generar contenido ofensivo o perjudicial para otros.
 - Cuando un/a estudiante utilice IA para elaborar una tarea, debe indicar claramente qué partes han sido generadas con su ayuda.
 - No se permite presentar como propio un trabajo creado completamente por IA.
 - Las/los estudiantes deben verificar la veracidad de la información proporcionada por la IA, consultando fuentes confiables y contrastando con información primaria siempre que sea posible.
-

9. RECURSOS

Toda la información relativa a la asignatura se encuentra en la plataforma *Google Classroom*.

→ Recursos del aula

El aula está equipada con mesas y sillas para clases teóricas, debates y realización de bocetos. Se dispone en dicha zona de pizarra digital para proyecciones y presentaciones. Para la realización de proyectos el estudiante dispone de ordenadores de entorno Mackintosh. Software: Adobe Illustrator, Indesign, Photoshop y programas de tratamiento de textos. Se dispone a su vez de equipamiento 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 para encuadernación artesanal. El aula así mismo dispone de biblioteca, archivo de material gráfico y archivo de trabajos de alumnos.

→ Recursos de la/el estudiante

Software: Adobe Illustrator, Indesign, Photoshop y programas de tratamiento de textos. Equipo informático para trabajo autónomo. Carpeta de fundas A-3. Material para bocetos y prototipos.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Bassat, L. (2013). El libro rojo de la publicidad. De Bolsillo.
- Chaves, N. (2005). La imagen corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional. Gustavo Gili.
- Costa, J. (2004). La imagen de marca: Un fenómeno social. Paidós Diseño.
- Jardí, E. (2012). Pensar con imágenes. Gustavo Gili.
- Klein, N. (2011). No logo: El poder de las marcas. Planeta.
- Leborg, C. (2013). Gramática visual. Gustavo Gili.
- Lupton, H. (2012). Intuición, acción, creación: Graphic design thinking. Gustavo Gili.
- Ogilvy, D. (2001). Ogilvy & la publicidad. Folio.
- Olins, W. (2004). Brand: Las marcas según Wally Olins. Turner.
- Roberts, K. (2005). Lovemarks: El futuro más allá de las marcas. Empresa Activa.