# Proyecto/Guía docente de la asignatura

*Project/Course Syllabus*

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Asignatura** ***Course*** | Diseño y Comunicación Visual<br>Design and Visual Communication | | |
| **Materia** ***Subject area*** | Fundamentos de Diseño Industrial | | |
| **Módulo** ***Module*** | | | |
| **Titulación** ***Degree Programme*** | Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo del Producto | | |
| **Plan** ***Curriculum*** | 448 | **Código** **Code** | 42427 |
| **Periodo de impartición** ***Teaching Period*** | 2º CUATRIMESTRE | **Tipo/Carácter** ***Type*** | OB |
| **Nivel/Ciclo** ***Level/Cycle*** | | **Curso** ***Course*** | 1º |
| **Créditos ECTS** ***ECTS credits*** | 6 | | |
| **Lengua en que se imparte** ***Language of instruction*** | Castellano | | |
| **Profesor/es responsable/s** ***Responsible Teacher/s*** | Carlos Rodríguez Fernández (Coordinador)<br>Sagrario Fernández Raga | | |
| **Datos de contacto (E-mail, teléfono…)** ***Contact details (e-mail, telephone…)*** | carlos.rodriguez.fernandez@uva.es<br>s.f.raga@uva.es | | |
| **Departamento** ***Department*** | Dpto. de Teoría de la Arquitectura y Proyectos Arquitectónicos | | |
| **Fecha de revisión por el Comité de Título** ***Review date by the Degree Committee*** | 16 de junio de 2025 | | |

## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

***Course Context and Relevance***

### 1.1 Contextualización

***Course Context***

- Asignatura de primer curso.
- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

### 1.2 Relación con otras materias

***Connection with other subjects***

- Se relaciona, de un modo más directo, con asignaturas como Expresión Artística, Dibujo Artístico, Estética e Historia del Diseño y Taller I y II.

### 1.3 Prerrequisitos

***Prerequisites***

- Requisitos previos necesarios: Diseño Básico y Creatividad

## 2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (RD 822/2021) o competencias (RD 1393/2007)

***Learning outcomes (RD 822/2021) or competences (RD 1393/2007)***

### 2.1 (RD1393/2007) Competencias Generales

***General Competences***

- CG1 Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
- CG2 Capacidad de organización y Planificación del tiempo
- CG9 Capacidad para trabajar en equipo de forma eficaz.
- CG11 Capacidad para la Creatividad y la Innovación.

### 2.2 (RD1393/2007) Competencias Específicas

***Specific Competences***

- CE-F-3 Aplicar y dominar conocimientos culturales, tecnológicos y de comunicación.
- CE-F-10 Conocer y aplicar las principales teorías semióticas
- CE-F-8 Capacidad para la comunicación en lenguajes formales gráficos y simbólicos
- CE-E-7 Capacidad de proyectar, visualizar y comunicar ideas.

## 3. Objetivos

***Course Objectives***

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

## 4. Contenidos y/o bloques temáticos

***Course Contents and/or Modules***

### Bloque 1: EL MENSAJE VISUAL

***Module 1: The visual message***

**Carga de trabajo en créditos ECTS:** 1,5
***Workload in ECTS credits:***

#### a. Contextualización y justificación

***a. Context and rationale***

- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

#### b. Objetivos de aprendizaje

***b. Learning objectives***

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

#### c. Contenidos

***c. Contents***

**TEMA 1.1 Introducción a las teorías semióticas.**
Breve introducción a la semiótica general, semiótica específica y semióticas aplicadas. Análisis del concepto de código visual. Estudio de las relaciones entre semiótica y semántica. Límites de la semiótica. Lo interpretable y la significación. Niveles de lectura y la medida del significado.

**TEMA 1.2 Semiótica visual y de la imagen.**
La mirada y la estructura de lo visible. La imagen como signo. Teorías y tipos de signo. Icono (imagen, diagrama y metáfora), índice y símbolo. Comunicación visual, signos icónicos y signos plásticos.

**TEMA 1.3 Retóricas de la imagen y enunciados visuales.**
Retóricas de la imagen y enunciados visuales. Figuras de adición, sustracción, sustitución e intercambio.

#### d. Métodos docentes

***d. Teaching and Learning methods***

- Lección magistral, aprendizaje cooperativo, resolución de problemas, estudio de casos, contrato de aprendizaje.

#### e. Plan de trabajo

***e. Work plan***

- Exposición de contenidos a través de las clases teórica, complementados con las prácticas, seminarios y tutorías.

#### f. Evaluación

***f. Assessment***

- Prueba escrita, evaluación de prácticas y trabajos.

#### g Material docente

***g Teaching material***

- Mensajes de Paz. Catálogo de la exposición. Trabajos de alumnos de Diseño y Comunicación Visual 2021.22 Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto. Disponible en el Repositorio Documental UVa: https://uvadoc.uva.es/handle/10324/53770

## g.1 Bibliografía básica

***Required Reading***

AICHER, ACASO, M. *El lenguaje visual.* Barcelona: Paidós Estética, 2011.
AICHER, O. *Sistemas de signos en la comunicación visual.* México: Gustavo Gili, 1995.
AMBROSE, G. *Imagen.* Barcelona: Parramón, 2006.
ARNHEIM, R. *El pensamiento visual.* Barcelona: Paidós Estética, 1998.
AUMONT, J. *La imagen.* Barcelona: Paidós, 1992.
BARTHES, R. *La aventura semiológica.* Barcelona: Paidós, 1993.
BARTHES, R. *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía.* Barcelona: Paidós, 2016.
ECO, U. *Signo.* Barcelona: Labor, 1998.
— *La estructura ausente: introducción a la semiótica.* Barcelona: Lumen, 1973.
— *Tratado de semiótica general.* Barcelona: Lumen, 1981.
FLOCH, J.M. *Semiótica, marketing y comunicación; bajo los signos, las estrategias.* Barcelona: Paidós Comunicación, 1993.
FRASCARA, J. *El diseño de comunicación.* Buenos Aires: Ed. Infinito, 2011.
GOMBRICH, E.H., HOCHBERG, J. y BLACK, M. *Arte, percepción y realidad.* Barcelona: Paidós Comunicación, 1992.
HOFFMAN, D. *Inteligencia visual cómo creamos lo que vemos.* Barcelona: Paidós, 2000.
KEPES, G. *El lenguaje de la Visión.* Buenos Aires: Ed. Infinito, 1976.
LEDESMA, M. *El diseño gráfico, una voz pública. De la comunicación visual en la era del individualismo.* Buenos Aires: Ed. Argonauta, 2003.
MARTÍNEZ-VAL, J. *Comunicación en el diseño gráfico: la lógica de los mensajes visuales en diseño, publicidad e Internet.* Madrid: Laberinto, 2004.
RICARD, A. *La aventura creativa, las raíces del diseño.* Barcelona: Ariel, 2017.
SATUÉ, E. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días.* Madrid: Alianza Forma, 2004.
SEBEOK, T.A. *Signo, una introducción a la semiótica.* Barcelona: Paidós Comunicación, 1996.
YATES, D. *De la publicidad al diseño de comunicación: la revolución creativa que está cambiando el mundo*. Barcelona: Promopress, 2016.
ZIMMERMANN, Y. *Del Diseño.* Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
SONTAG, S. *Sobre la fotografía.* Barcelona: Debolsillo, 2011.

## g.2 Bibliografía complementaria

***Supplementary Reading***

## g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), …)

***Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)***

## h. Recursos necesarios

***Required Resources***

- Aulas teórica y práctica.
- Medios de reproducción de imagen y contenidos escritos.

## i. Temporalización

***Course Schedule***

| TEMA | TÍTULO DEL TEMA | HORAS (T) | HORAS (A) |
|---|---|---|---|
| 1.1 | Introducción a las teorías semióticas | 1 | 3 |
| 1.2 | Semiótica visual y de la imagen | 1 | 3 |
| 1.3 | Retóricas de la imagen y enunciados visuales | 1 | 3 |

## Bloque 2: LA COMPOSICIÓN VISUAL

***Module 1: The visual composition***

**Carga de trabajo en créditos ECTS:** 1,5
***Workload in ECTS credits:***

### a. Contextualización y justificación

***a. Context and rationale***

- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

### b. Objetivos de aprendizaje

***b. Learning objectives***

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Aplicar los principales conceptos de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

### c. Contenidos

***c. Contents***

**TEMA 2.1 Representación visual de la información.**
Estudio, definición y práctica de los fundamentos compositivos del diseño y la comunicación visual. Equilibrio dinámico, peso y dirección visual.

**TEMA 2.2 Anatomía del mensaje visual.**
Descomposición del mensaje visual. Formas de representación. Interacción formal.

**TEMA 2.3 Conceptos de diseño gráfico.**
Concepto de iconicidad y aplicaciones. Síntesis de la información visual y función comunicativa.

### d. Métodos docentes

***d. Teaching and Learning methods***

- Lección magistral, aprendizaje cooperativo, resolución de problemas, estudio de casos, contrato de aprendizaje.

### e. Plan de trabajo

***e. Work plan***

- Exposición de contenidos a través de las clases teórica, complementados con las prácticas, seminarios y tutorías.

### f. Evaluación

***f. Assessment***

- Prueba escrita, evaluación de prácticas y trabajos.

### g Material docente

***g Teaching material***

- Mensajes de Paz. Catálogo de la exposición. Trabajos de alumnos de Diseño y Comunicación Visual 2021.22 Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto. Disponible en el Repositorio Documental UVa: https://uvadoc.uva.es/handle/10324/53770

### g.1 Bibliografía básica

***Required Reading***

AMBROSE, G. y HARRIS, P. *Bases del diseño layout.* Barcelona: Parramón, 2008.
ARNHEIM, R. *Arte y percepción visual: psicología del ojo creador.* Madrid: Alianza, 1998.
BARNICOAT, J. *Los carteles: su historia y su lenguaje.* Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
BELJON, J.J. *Gramática del Arte.* Madrid: Celeste Ediciones, 1993.

BRAND, W. *Visual Thinking.* Barcelona: Gustavo Gili, 2023.
HELLER, E. *Psicología del color.* Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
KANIZSA, G. *Gramática de la visión percepción y pensamiento.* Barcelona: Paidós, 1998.
KANDINSKY, V. *De lo espiritual en el arte.* Barcelona: Paidós, 2007. (1ª ed. 1911).
— *Punto y Línea sobre el plano.* Barcelona: Seix Barral, 2010. (1ª ed. 1923)
KOCH, Rudolf. *El libro de los símbolos.* Editorial Dilema, 2013.
KÜPPERS, H. *Fundamentos de la Teoría de los colores.* Barcelona: Gustavo Gili, 1992.
LEBORG, Ch. *Gramática visual.* Barcelona: Gustavo Gili, 2013.
LUCIE, E. Artes Visuales en el siglo XX. Colonia: Könemann, 2000.
LUPTON, E. *Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking.* Barcelona: Gustavo Gili. 2012.
LUPTON, E., PHILIPS, J.C. *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos.* Gustavo Gili, Barcelona, 2016.
MORRIS, Ch. *Fundamentos de la teoría de los signos.* Barcelona: Paidós Comunicación, 1998.
MUNARI, Bruno. *Dibujar el sol.* Barcelona: Gustavo Gili, 2023.
MÜLLER-BROCKMANN, J. *Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos.* Barcelona: Gustavo Gili, 1982.
ITTEN, J. *El arte del color.* Barcelona: Gustavo Gili, 2020. (1ª Ed. 1961).
SAMARA, T. *Diseñar con y sin retícula.* Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
PANOFSKI, E. *La perspectiva como forma simbólica.* Barcelona: Austral, 2018. (1ª Ed. 1927)
SWANN, A. *Bases del Diseño Gráfico.* Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
WONG, W. *Principios del Diseño en color.* Barcelona: Gustavo Gili, 2006.
WONG, W. *Fundamentos del diseño.* Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

## g.2 Bibliografía complementaria

***Supplementary Reading***

## g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), …)

***Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)***

## h. Recursos necesarios

***Required Resources***

- Aulas teórica y práctica.
- Medios de reproducción de imagen y contenidos escritos.

## i. Temporalización

***Course Schedule***

| TEMA | TÍTULO DEL TEMA | HORAS (T) | HORAS (A) |
|---|---|---|---|
| 2.1 | Representación visual de la información | 1 | 3 |
| 2.2 | Anatomía del mensaje visual | 1 | 3 |
| 2.3 | Conceptos de diseño gráfico | 1 | 3 |

## Bloque 3: METODOLOGÍA DEL PROYECTO GRÁFICO

***Module 1: Graphic design methodology***

**Carga de trabajo en créditos ECTS:** 1,5
***Workload in ECTS credits:***

### a. Contextualización y justificación

***a. Context and rationale***

- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

### b. Objetivos de aprendizaje

***b. Learning objectives***

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Aplicar los principales conceptos de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

### c. Contenidos

***c. Contents***

**TEMA 3.1 Planificación del diseño.**
Análisis de antecedentes – Briefing.

**TEMA 3.2 Mensaje y método.**
Aproximación semántica, concepto gráfico e idea de comunicación. Estrategias de comunicación visual. Técnicas e inteligencia visual aplicada.

**TEMA 3.3 Síntesis gráfica y proyecto.**
Desarrollo de las fases del proyecto gráfico.

### d. Métodos docentes

***d. Teaching and Learning methods***

- Lección magistral, aprendizaje cooperativo, resolución de problemas, estudio de casos, contrato de aprendizaje.

### e. Plan de trabajo

***e. Work plan***

- Exposición de contenidos a través de las clases teórica, complementados con las prácticas, seminarios y tutorías.

### f. Evaluación

***f. Assessment***

- Prueba escrita, evaluación de prácticas y trabajos.

### g Material docente

***g Teaching material***

#### g.1 Bibliografía básica

***Required Reading***

AICHER, O.: *Sistemas de signos en la comunicación visual [manual para diseñadores, arquitectos, planificadores y analistas de signos].* Gustavo Gili, Méjico, 1995.
ARNHEIM, R: *El pensamiento visual*. Paidós Estética, Madrid, 1986.
ARNHEIM, R: *Arte y percepción visual psicología del ojo creador: nueva versión*. Madrid, Alianza, 1998.
AUMONT, J.: *La imagen*. Barcelona, Paidós, 1992.
BARNICOAT, J. *Los carteles: su historia y su lenguaje*. Gustavo Gili, Barcelona (5ª Ed, 2000).

BARTHES, R.: *La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós, 1993.
BELJON, J.J.: *Gramática del Arte*. Celeste Ediciones, Madrid, 1993.
CHAVES, N: *La imagen corporativa: Teoría y metodología de la identificación institucional*. Gustavo Gili, Barcelona (3ª Ed., 1994).
DONDIS, D.A.: *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili, Barcelona, 1997.
DUBOIS, B. y ROVIRA CELMA, A: *Comportamiento del consumidor, comprendiendo al consumidor*. Prentice Hall, Madrid. 2ª Ed. 1998.
ECO, U.: *Signo*. Lábor, Barcelona, 1998.
ECO, U.: *La Estrategia de la ilusión*. Umberto Eco. Barcelona, Lumen, 1999.
ECO, U.: *La estructura ausente: introducción a la semiótica*. Barcelona, Lumen, 1999.
ECO, U.: *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Lumen, 2000.
FLOCH, J.M.: *Semiótica, marketing y comunicación; bajo los signos, las estrategias*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1993.
GOMBRICH, E.H., HOCHBERG, J. y BLACK, M: *Arte, percepción y realidad*. Paidós Comunicación, Barcelona. 4ª Ed. 1992.
GUBERN, R.: *La mirada opulenta exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili, 1994.
GUBERN, R.: *Medios icónicos de masas*. Historia 16, Madrid, 1997.
HELLER, Eva: *Psicología del color*. Gustavo Gili. Barcelona, 2004.
HOFFMAN, D.: *Inteligencia visual cómo creamos lo que vemos*. Barcelona, Paidós, 2000.
KANIZSA, G.: *Gramática de la visión percepción y pensamiento*. Barcelona, Paidós, 1998.
KÜPPERS, H: *Fundamentos de la Teoría de los colores*. Gustavo Gili, Barcelona (4ª Ed. 1992).
LUCIE- SMITH, E. *Artes Visuales en el S.XX*. Könemann, Colonia, 2000.
MIJKSENAAR, P. y WESTENDORP, P.: *Abrir aquí, el arte del diseño de instrucciones*. Könemann, Colonia, 2000.
MORRIS, Ch: *Fundamentos de la teoría de los signos*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1998.
MÜLLER- BROCKMANN, J: *Historia de la comunicación visual*. Gustavo Gili, Barcelona, 1998.
MUNARI, B: *Diseño y Comunicación Visual, contribución a una metodología didáctica*. Gustavo Gili, Barcelona, 1996.
NORMAN, D.A.: *La psicología de los objetos cotidianos*. Ed. Nerea, Madrid, 1990.
RICARD, A: *La aventura creativa, las raíces del diseño*. Ariel, Barcelona, 2000.
SEBEOK, T.A: *Signo, una introducción a la semiótica*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1996.
SPARKE, P.: *El Diseño del S.XX, los pioneros del siglo*. Blume, Barcelona, 1999.
SWANN, A: *Bases del Diseño Gráfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
WONG, W: *Principios del Diseño en color. Diseñar con colores electrónicos*. Gustavo Gili, Barcelona, 1975.
ZELANSKY, P. y FISCHER, M.P. *Color*. Blume, Madrid, 2001.
ZIMERMANN, Y: *Del Diseño*. Gustavo Gili, Barcelona, 1998.

## g.2 Bibliografía complementaria

***Supplementary Reading***

## g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), …)

***Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)***

## h. Recursos necesarios

***Required Resources***

- Aulas teórica y práctica.
- Medios de reproducción de imagen y contenidos escritos.

## i. Temporalización

***Course Schedule***

| TEMA | TÍTULO DEL TEMA | HORAS (T) | HORAS (A) |
|---|---|---|---|
| 3.1 | Planificación del diseño | 1 | 3 |
| 3.2 | Mensaje y método | 1 | 3 |
| 3.3 | Síntesis gráfica y proyecto | 1 | 3 |

## Bloque 2: LA IDENTIDAD VISUAL

***Module 1: The visual identity***

**Carga de trabajo en créditos ECTS:** 1,5
***Workload in ECTS credits:***

### a. Contextualización y justificación

***a. Context and rationale***

- Formación básica del Grado necesaria como introducción y fundamento teórico.

### b. Objetivos de aprendizaje

***b. Learning objectives***

- Identificar las principales teorías semióticas.
- Conocer y aplicar los métodos y técnicas para el análisis semiótico.
- Conocer los principios de la comunicación visual y los principios teóricos de la imagen.
- Desarrollar las habilidades de lectura y comprensión de imágenes.
- Saber expresarse en lenguajes gráficos y simbólicos.
- Desarrollar habilidades para la creación de mensajes visuales.
- Aplicar los principales conceptos de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

### c. Contenidos

***c. Contents***

**TEMA 4.1 Identidad visual corporativa.**
Identificación vs. Denominación. La función identificadora. Nomenclatura y semiosis institucional.

**TEMA 4.2 Niveles de identificación institucional.**
Signos identificadores básicos: nombres, imagotipos, logotipos. Sistemas de identidad visual corporativa. Programas integrales de identidad visual corporativa.

**TEMA 4.3 Metodología de la identidad visual corporativa.**
Fases metodológicas: Investigación, identificación, sistematización, diagnóstico. Política, estrategia intervención y elaboración de imagen identificativa.

### d. Métodos docentes

***d. Teaching and Learning methods***

- Lección magistral, aprendizaje cooperativo, resolución de problemas, estudio de casos, contrato de aprendizaje.

### e. Plan de trabajo

***e. Work plan***

- Exposición de contenidos a través de las clases teórica, complementados con las prácticas, seminarios y tutorías.

### f. Evaluación

***f. Assessment***

- Prueba escrita, evaluación de prácticas y trabajos.

### g Material docente

***g Teaching material***

#### g.1 Bibliografía básica

***Required Reading***

AAVV. *Brand New Brand.* Gestalten, 2012.
AAVV. From Type to Logo. Victionary, 2022.
AAKER, David. *Las marcas según Aaker: 20 principios para conseguir el éxito.* Empresa Activa, 2014.
— *Identity Designed: The process: Research, Strategy, Design, Implementation.* Rockport

Publishers, 2024.
— *Diseño de logos. La guía definitiva para crear la identidad visual de una marca.* Anaya Multimedia, 2019.
AICHER, Otl. *El mundo como proyecto.* Barcelona: Gustavo Gili, 2005.
AMBROSE, G. *Fundamentos de la tipografía.* Barcelona: Parramón, 2006.
AMBROSE, G. y HARRIS, P. *Metodología del Diseño.* Barcelona: Parramón, 2010.
CHAVES, Norberto. *Marca Gráfica Corporativa, institucional y de Lugar.* Experimenta, 2021.
DE SOTO, Drew. *Lo Que Hay Que Saber Sobre el Diseño de Identidad Corporativa.* Hoaki, 2020.
DONDIS, D.A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual.* Barcelona: GG, 2010.
GERNSHEIMER, Jack. *Designing Logos: The process of creating Symbols that endure.* New York: Allworth Press, 2008.
JACOBS, Marvin. *Graphic Design Concepts.* North Olmsted: Words&Pictures Publishing, 2007.
LUPTON, E. *Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking.* Barcelona: Gustavo Gili, 2012.
— *Pensar con tipos. Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores.* Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
LUPTON, E., PHILIPS, J.C. *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos.* Barcelona: Gustavo Gili, 2016.
MARÍN, R. *Ortotipografía para diseñadores.* Barcelona: Gustavo Gili, 2013.
MIJKSENAAR, P. y WESTENDORP, P. *Abrir aquí, el arte del diseño de instrucciones.* Colonia: Könemann, 2000.
MOLLERUP, Per. *Marks of Excellence. The History and Taxonomy of Trademarks.* London: Phaidon Press, 1997.
MULLER, Jens. *Logo Modernism.* Taschen, 2022.
— *Logo Beginnings.* Taschen, 2022.
JOHNSON, Michael. *Branding In Five and a Half Steps.* Londres: Thames and Hudson, 2016.
RATHGEB, M. *Otl Aicher.* Phaidon Press, 2006.
SATUÉ, E. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días.* Madrid: Alianza Forma, 2004.
SHAOQUIANG, Wang. *Decoding Logos. From Logo Design to Brandig.* Hoaki, 2022.
WHEELER, Alina. *Diseño de marcas.* Madrid: Wiley, 2018.
— *Diseño de marcas. Una guía esencial para todo el equipo de diseño de una marca.* Madrid: Anaya Multimedia, 2013.

## g.2 Bibliografía complementaria

***Supplementary Reading***

## g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), …)

***Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)***

## h. Recursos necesarios

***Required Resources***

- Aulas teórica y práctica.
- Medios de reproducción de imagen y contenidos escritos.

## i. Temporalización

***Course Schedule***

| TEMA | TÍTULO DEL TEMA | HORAS (T) | HORAS (A) |
|---|---|---|---|
| 4.1 | Identidad visual corporativa | 1 | 3 |
| 4.2 | Niveles de identificación institucional | 1 | 3 |
| 4.3 | Metodología de la identidad visual corporativa. | 1 | 3 |

## 5. Métodos docentes y principios metodológicos
***Instructional Methods and guiding methodological principles***

| MÉTODOS DOCENTES | OBSERVACIONES |
|---|---|
| Lección magistral | Clases teóricas |
| Aprendizaje cooperativo | Clases prácticas y de seminario |
| Resolución de problemas/ proyectos | Clases de seminario |
| Estudio de casos | Clases prácticas |

Las metodologías docentes utilizadas en el desarrollo de la materia y su relación con las competencias a desarrollar.
• Método expositivo/ lección Magistral: En ellas el profesor expone a los alumnos los contenidos de la materia objeto de estudio con la finalidad de que los estudiantes comprendan y participen activamente en la información transmitida.
Competencias a desarrollar: CE-F-3 CE-F-8, CE-F-10, CE-E-7

• Aprendizaje orientado a proyectos: Se llevarán a cabo distintos proyectos para resolver un problema o abordar una tarea mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades, a partir del desarrollo y aplicación de los aprendizajes adquiridos y del uso efectivo de recursos. Se desarrollan de manera individual y colectiva corrigiendo periódicamente en seminarios y tutorías.
Competencias a desarrollar: CG1, CG2, CG11, CE-F-3, CE-E-10, CE-F-8, CE-E-7

• Aprendizaje cooperativo: Se utilizará en algunas de las actividades presenciales o semi-presenciales como estrategia idónea para el trabajo en grupo, y para fomentar el desarrollo de las competencias interpersonales del alumno.
Competencias a desarrollar: CG1, CG2, CG9, CG11, CE-F-3, CE-F-8, CE-E-7

## 6. Tabla de dedicación del estudiantado a la asignatura
***Student Workload Table***

| ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA(1) | HORAS | ACTIVIDADES NO PRESENCIALES | HORAS |
|---|---|---|---|
| Clases teóricas | 15 | Estudio y trabajo autónomo individual | 30 |
| Clases prácticas | 15 | Estudio y trabajo autónomo grupal | 60 |
| Laboratorios | | | |
| Prácticas externas, clínicas o de campo | | | |
| Seminarios | 30 | | |
| Otras actividades | | | |
| | | | |
| Total presencial | **60** | Total no presencial | **90** |
| | | TOTAL presencial + no presencial | **150** |

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor para otro grupo presente en el aula.

## 7. Sistema y características de la evaluación

***Assessment system and criteria***

| **INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO** *ASSESSMENT METHOD/PROCEDURE* | **PESO EN LA NOTA FINAL** *WEIGHT IN FINAL GRADE* | **OBSERVACIONES** REMARKS |
|---|---|---|
| Prueba final | 30% | De carácter teórico – práctica |
| Ejercicios prácticos semanales | 20% | Evaluación de ejercicios prácticos individuales y de la actitud del alumno |
| Ejercicios seminarios | 50% | Evaluación de seminarios desarrollados en equipos, con valoración del aprendizaje colaborativo |

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN** *ASSESSMENT CRITERIA*

La evaluación es continuada y está dirigida a desarrollar las competencias transversales y específicas de la asignatura. Para que el alumno pueda adquirirlas y afianzarlas, es fundamental el seguimiento periódico de todas las actividades propuestas y desarrolladas en el aula, así como la participación activa en la plataforma del Campus Virtual, correcciones públicas, actividades de aprendizaje colaborativo, etc., cuya valoración se tendrá en cuenta de forma ponderada en las calificaciones de cada apartado.

- **Convocatoria ordinaria:**
  - Es requisito indispensable superar las pruebas individuales de evaluación continua.
  - Cada prueba o práctica será valorada en función de su importancia y complejidad.
  - Se deberá obtener una puntuación de 5 en la prueba final y en cada uno de los conjuntos de prácticas y seminarios.
  - Se valorará la presentación y la calidad gráfica en cada ejercicio. La descuidada presentación podría conllevar al suspenso de la prueba.
  - Cualquier tipo de fraude en una prueba escrita, copia o plagio supondrá una nota de 0 en dicha prueba.
  - En prácticas y seminarios el uso de Inteligencia Artificial (IA) no autorizada por el profesor, supondrá una nota de 0 en dicha prueba.

- **Convocatoria extraordinaria*:**

  Los criterios de evaluación serán los mismos que para la convocatoria ordinaria. Se guardarán para esta convocatoria las calificaciones de los seminarios y prácticas semanales siempre que estén aprobados en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico.

  - La prueba o práctica será valorada en función de su importancia y complejidad.
  - Se deberá obtener una puntuación de 5 en la prueba final y en cada uno de los conjuntos de prácticas y seminarios.
  - Se valorará la presentación y la calidad gráfica en cada ejercicio. La descuidada presentación podría conllevar al suspenso de la prueba.
  - Cualquier tipo de fraude en una prueba escrita, copia o plagio, supondrá una nota de 0 en dicha prueba.
  - En prácticas y seminarios el uso de Inteligencia Artificial (IA) no autorizada por el profesor, supondrá una nota de 0 en dicha prueba.

(*) Se entiende por convocatoria extraordinaria la segunda convocatoria.
RECORDATORIO El estudiante debe poder puntuar sobre 10 en la convocatoria extraordinaria salvo en los casos especiales indicados en el Art 35.4 del ROA 35.4. “La participación en la convocatoria extraordinaria no quedará sujeta a la asistencia a

*(*)The term "second exam session (extraordinary/resit" refers to the second official examination opportunity.*
*REMINDER Students must be assessed on a scale of 0 to 10 in the extraordinary session, except in the special cases indicated in Article 35.4 of the ROA: “Participation in the extraordinary exam session shall*

clase ni a la presencia en pruebas anteriores, salvo en los casos de prácticas externas, laboratorios u otras actividades cuya evaluación no fuera posible sin la previa realización de las mencionadas pruebas." https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf

*not be subject to class attendance or participation in previous assessments, except in cases involving external internships, laboratory work, or other activities for which evaluation would not be possible without prior completion of the aforementioned components."* https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf

## 8. Consideraciones finales

***Final remarks***

- La evaluación de la asignatura exige un seguimiento ininterrumpido.
- La participación parcial en cualquiera de las prácticas, seminarios o exámenes a lo largo del curso implica la solicitud de evaluación del trabajo realizado y, por tanto, el seguimiento de la asignatura.
- Los ejercicios, al igual que las prácticas no podrán ser presentados fuera del periodo establecido por el calendario de la asignatura.
- Tampoco, la mera asistencia y entrega de los mismos conllevará su valoración positiva.
- Para aprobar el curso es necesario aprobar cada una de las partes por separado.
- Para la calificación continuada de las Prácticas se deben realizar al menos un 80% de las mismas.
- En prácticas y seminarios el uso de Inteligencia Artificial (IA) no autorizada por el profesor, supondrá una nota de 0 en dicha prueba.
- La realización de los Seminarios correspondientes a cada Unidad Temática es indispensable para la evaluación de su totalidad. La falta de alguno de ellos implica la renuncia a su evaluación por curso.
- La evaluación es continuada e integra las competencias generales y específicas de la asignatura. En el aprendizaje y los resultados positivos tanto de Prácticas Semanales cómo de los Seminarios pesa notablemente su seguimiento a lo largo del curso. También la exposición pública y la participación activa y colaborativa del alumno durante el desarrollo de cada trabajo.