

**Proyecto/Guía docente de la asignatura***Project/Course Syllabus*

Asignatura <i>Course</i>	Diseño y Comunicación Visual		
Materia <i>Subject area</i>	Fundamentos de Diseño Industrial [EspDis]		
Módulo <i>Module</i>	Materias Específicas de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto		
Titulación <i>Degree Programme</i>	Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto		
Plan <i>Curriculum</i>	455	Código <i>Code</i>	42649
Periodo de impartición <i>Teaching Period</i>	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter <i>Type</i>	Básica
Nivel/Ciclo <i>Level/Cycle</i>	Grado	Curso <i>Course</i>	Optativa (4º)
Créditos ECTS <i>ECTS credits</i>	6,0 ECTS		
Lengua en que se imparte <i>Language of instruction</i>	Castellano		
Profesor/es responsable/s <i>Responsible Teacher/s</i>	Carlos Rodríguez Fernández (Coordinador) Sagrario Fernández Raga Laura Lázaro San José		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...) <i>Contact details (e-mail, telephone...)</i>	carlos.rodriguez.fernandez@uva.es / 983 423 457 s.f.raga@arq.uva.es laura.lazaro@uva.es		
Departamento <i>Department</i>	Departamento de Teoría de la Arquitectura y Proyectos Arquitectónicos		
Fecha de revisión por el Comité de Título <i>Review date by the Degree Committee</i>	22/06/2026		

En caso de guías bilingües con discrepancias, la validez será para la versión en español.
In the case of bilingual guides with discrepancies, the Spanish version will prevail.

Disposición de género. En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, y de conformidad con el artículo 14.11 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, todas las denominaciones que, en virtud del principio de economía del lenguaje, se hagan en género masculino incluso en este documento, referidas a titulares o miembros de órganos o a colectivos de personas, se entenderán realizadas tanto en género femenino como en masculino.

Cuidemos el Medio Ambiente. Por favor, no imprima este documento si no es necesario. De esta manera se ahorra agua, energía y recursos forestales. En caso de ser necesario, no olvide reciclarlo.

1. Situación / Sentido de la Asignatura

Course Context and Relevance

1.1 Contextualización

Course Context

La asignatura se incluye en el **Bloque de materias específicas de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto**, que se dirige a desarrollar los fundamentos del diseño industrial y sus herramientas de apoyo y a capacitar a los estudiantes para el diseño de productos.

Dentro de este bloque, la asignatura forma parte de la materia **Fundamentos de Diseño Industrial** [EspDis], que engloba las asignaturas que recogen los resultados de aprendizaje en el ámbito específico del diseño en general y del diseño industrial en particular, y desarrollan las capacidades creativas de los estudiantes y su materialización en la concepción de proyectos de diseño. Se imparte durante el segundo cuatrimestre del primer curso de la titulación.

1.2 Relación con otras materias

Connection with other subjects

Tiene estrecha relación con el resto de asignaturas que se engloban en la materia Fundamentos de Diseño Industrial (Ingeniería Gráfica y Taller de Diseño I) y, específicamente, con las que imparte el área de Composición Arquitectónica, como son Diseño Básico y Creatividad, Estética e Historia del Diseño I y Estética e Historia del Diseño II.

Además, su conexión es especialmente significativa con las asignaturas de Dibujo Artístico, Expresión Artística, Taller de Diseño I y Taller de Diseño II.

1.3 Prerrequisitos

Prerequisites

Se recomienda tener una familiaridad con programas informáticos de diseño vectorial (tipo Adobe Illustrator o equivalente) y de tratamiento de imágenes digitales de mapa de bits (tipo Adobe Photoshop o equivalente), como herramienta básica para el desarrollo de los diversos trabajos académicos en soporte papel o digital.

También se recomienda haber cursado la asignatura de 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 (RD822/2021) Conocimientos o contenidos*****Knowledge or content***

CG-01 Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrar una comprensión de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en su campo de estudio con una profundidad que llegue hasta la vanguardia del conocimiento.

CG-04 Reconocer, desde el propio ámbito de la titulación, las desigualdades por razón de sexo y género de la sociedad; integrar las diferentes necesidades y preferencias por razón de sexo y de género en el diseño de soluciones y resolución de problemas.

CG-05 Analizar y aplicar principios de diseño industrial, ergonomía y usabilidad para desarrollar productos innovadores y funcionales.

CM-22 Explicar los principios del diseño gráfico y los conceptos fundamentales de la semiótica y su aplicación al análisis visual, incluyendo los tipos de signos, códigos visuales, niveles de significación y las retóricas empleadas en los enunciados e imágenes.

2.2 (RD822/2021) Habilidades o destrezas***Skills or abilities***

HG-01 Ser capaces, mediante argumentos o procedimientos elaborados y sustentados por ellos mismos, de aplicar sus conocimientos, la comprensión de éstos y sus capacidades de resolución de problemas en ámbitos laborales complejos o profesionales y especializados que requieren el uso de ideas creativas e innovadoras.

HG-02 Tener la capacidad de recopilar e interpretar datos e informaciones sobre las que fundamentar sus conclusiones incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, la reflexión sobre asuntos de índole social, científica o ética en el ámbito de su campo de estudio.

HG-03 Ser capaces de desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como en el laboral o profesional dentro de su campo de estudio.

HG-04 Aplicar los conocimientos propios de la ingeniería industrial al aprendizaje de nuevos métodos y teorías.

HG-05 Mostrar las ventajas y las oportunidades de diferentes soluciones a un mismo problema de forma crítica y constructiva.

HG-10 Integrar conocimientos técnicos y estéticos para concebir y desarrollar soluciones de diseño industrial innovadoras que satisfagan las necesidades del usuario y del mercado.

HG-11 Utilizar técnicas de representación, prototipado y validación de producto para optimizar la comunicación, la funcionalidad y el desarrollo de soluciones de diseño industrial.

HM-23 Aplicar métodos de análisis e interpretación de imágenes, y aplicar teorías semióticas para visualizar ideas y comunicar mensajes mediante lenguajes gráficos y simbólicos.

2.3 (RD822/2021) Competencias***Competences***

SG-04 Desarrollar proyectos en el ámbito de la ingeniería en diseño industrial y desarrollo de producto.

SG-05 Dirigir proyectos en el ámbito de la ingeniería en diseño industrial y desarrollo de producto.



- SG-06 Proponer soluciones creativas para responder satisfactoriamente a necesidades y problemas reales de la sociedad.
- SG-10 Desarrollar la planificación de actividades, personas y recursos en empresas, organizaciones e instituciones.
- SG-11 Organizar adecuadamente las actividades, personas y recursos en empresas, organizaciones e instituciones.
- SG-12 Actuar eficazmente en un equipo multilingüe y multidisciplinar.
- SG-13 Desarrollar un trabajo individual, en el ámbito de las tecnologías específicas de la ingeniería industrial de naturaleza profesional, en el que se sinteticen e integren los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos en las enseñanzas, incluida su defensa ante un tribunal universitario.
- SM-22 Desarrollar la capacidad para conocer y aplicar teorías semióticas, proyectar y visualizar ideas, y comunicar mensajes mediante lenguajes gráficos y simbólicos.





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.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- 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: 2
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.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

c. Contenidos**c. Contents****TEMA 1.1 Introducción a la Comunicación Visual**

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.

TEMA 1.2 Retórica Visual

Tropos visuales de adición (repetición, epanadiplosis, hipérbole, préstamo y sinonimia), sustracción (elipsis), sustitución (metáfora, alegoría, metonimia, calambur y prosopopeya) e intercambio (antítesis, paralelismo y gradación)

TEMA 1.3 Comportamientos del Consumidor

La teoría económica, las motivaciones del inconsciente de Sigmund Freud, la clasificación de Henry Murray y la Pirámide de Maslow.

TEMA 1.4 Generación de Enunciados Visuales

Mapas mentales y volcado visual de datos. Asociaciones forzadas y verbos de acción, activar una idea. Signos visuales: icono, huella y símbolo.

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	Introducción a la Comunicación Visual	0,5	3
2	Retórica Visual	2	3
3	Comportamientos del Consumidor	1	3
4	Generación de Enunciados Visuales	1,5	3

Bloque 2: LA COMPOSICIÓN VISUAL**Module 1: The visual composition**Carga de trabajo en créditos ECTS: 2
*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.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

c. Contenidos**c. Contents****TEMA 2.1 Historia del Cartel**

La belle époque y el Art Nouveau, las vanguardias artísticas, Bauhaus, Cassandre y el Art Decó, el cartel fotográfico y el Poster Style, el Pop Art, la imagen conceptual y el cartel en España: Alberto Corazón, Manuel Estrada, Javier Mariscal e Isidro Ferrer.

TEMA 2.2 Gramática Visual

Los objetos y estructuras abstractos: punto, línea, superficie y volumen, juegos con la perspectiva y el formato. Objetos y estructuras concretos: de lo natural a lo geométrico, texturas y patrones visuales. Las acciones: imágenes como representación del mundo físico, movimiento inducido en el espectador. Los estímulos visuales: el peso y el equilibrio, la idea de espacio y materia.

TEMA 2.3 Fundamentos Sintácticos y Estrategias de Composición Visual

Binomios compositivos: equilibrio y tensión, el eje sentido, nivelación y aguzamiento. El principio de anisotropía espacial. Principios formadores de la imagen. Estrategias y técnicas de composición visual.

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	Historia del Cartel	1	3
2.2	Gramática Visual	3	3
2.3	Fundamentos Sintácticos y Estrategias de Composición Visual	1	3

Bloque 3: LA IDENTIDAD VISUAL**Module 1: The visual identity**Carga de trabajo en créditos ECTS: 2
*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.
- Conocer el trabajo de los principales referentes en Diseño Gráfico.
- Aplicar los conceptos principales de Diseño Gráfico en diferentes proyectos.

c. Contenidos**c. Contents****TEMA 3.1 La Identidad Visual Corporativa**

Signos identificadores básicos: nombres, logotipos, isotipos, imagotipos, isologos y logo icon. Iconización de la tipografía. Sistemas de identidad visual corporativa. Manuales de identidad corporativa

TEMA 3.2 La Cultura Universal de las Marcas

AEG, pionero en diseño integral, el caso de Olivetti, IBM, Massimo Vignelli y el metro de Nueva York, la escuela de Ulm, Otl Aicher y los JJOO Munich, Cruz Novillo, el hombre que diseñó España

TEMA 3.3 Metodología del proyecto gráfico

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 Branding*. 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)
3.1	La Identidad Visual Corporativa	2	3
3.2	La Cultura Universal de las Marcas	2	3
3.3	Metodología del Proyecto Gráfico	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 o A DISTANCIA ⁽¹⁾ FACE-TO-FACE/ ON-SITE or ONLINE ACTIVITIES ⁽¹⁾	HORAS HOURS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES INDEPENDENT / OFF-CAMPUS WORK	HORAS HOURS
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 (Talleres)	30		
Otras actividades			
Total presencial <i>Total face-to-face</i>	60	Total no presencial. <i>Total non-face-to-face</i>	90
TOTAL presencial + no presencial <i>Total</i>			150

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sentado en un aula del campus sigue una clase por videoconferencia de forma síncrona, impartida por el profesor. *Distance face-to-face activity refers to a situation in which a group of students, seated in a classroom on campus, attends a class via live videoconference delivered by the instructor in real time.*

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. First Exam Session (Ordinary)

- Es requisito indispensable superar cada uno de los proyectos de seminario, vinculados a cada bloque de la asignatura.
- Para superar la asignatura será necesario realizar al menos el 80% de las prácticas de clase.
- Se deberá obtener una puntuación de al menos 5 en la prueba final.
- 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^(*) Second Exam Session (Extraordinary / Resit) ^(*):

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.

- Es requisito indispensable superar cada uno de los proyectos de seminario, vinculados a cada bloque de la asignatura.
- Para superar la asignatura será necesario realizar al menos el 80% de las prácticas de clase.
- Se deberá obtener una puntuación de al menos 5 en la prueba final.
- 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

(*)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:

extraordinaria no quedará sujeta a la asistencia a 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-](https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf)

[content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf](https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf)

“Participation in the extraordinary exam session shall 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-](https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf)

[content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf](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.
- 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 como 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.