

25876 - Diseño Gráfico Aplicado a Producto

Información del Plan Docente

Año académico	2017/18
Centro académico	110 - Escuela de Ingeniería y Arquitectura
Titulación	330 - Complementos de formación Máster/Doctorado 558 - Graduado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto
Créditos	6.0
Curso	XX
Periodo de impartición	Semestral
Clase de asignatura	Complementos de Formación, Obligatoria
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Introducción

La asignatura Diseño Gráfico Aplicado al Producto tiene el objetivo principal de ser una herramienta complementaria al trabajo del estudiante y al de un futuro diseñador industrial.

Comunicar es uno de los fines de todo ejercicio proyectual y creativo, y haciéndolo de una manera meditada y adecuada agiliza la comprensión.

El diseñador industrial puede llegar a tener, entre sus tareas profesionales, trabajos gráficos como complemento a los proyectos de desarrollo de producto realizados.

1.2. Recomendaciones para cursar la asignatura

Esta asignatura parte de cero en cuanto a conocimientos de diseño gráfico, aunque se recomienda haber superado las asignaturas Taller de Diseño I y Taller de Diseño II con el fin de tener adquirida una metodología de trabajo en proyectos de diseño y tener un buen nivel de representación artística, para mejorar y aumentar las habilidades comunicativas propias de esta asignatura.

1.3. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura de Diseño Gráfico Aplicado al Producto tiene como objetivo principal el ser una herramienta complementaria al trabajo del estudiante y futuro diseñador industrial. Los estudiantes aprenderán a emplear los elementos básicos de diseño gráfico y crearán marcas e interfaces que aplicarán a los productos diseñados. Al mismo tiempo se hará hincapié en recursos gráficos, utilizados en presentaciones de proyectos bajo forma de dossieres, paneles y presentaciones digitales, reforzando los valores comunicativos de dichos soportes.

1.4. Actividades y fechas clave de la asignatura

25876 - Diseño Gráfico Aplicado a Producto

Las primeras clases prácticas se concentran en el dominio de programas informáticos relacionados con diseño gráfico, edición de imágenes, de dibujo vectorial y maquetación.

En los ejercicios se ponen en práctica los contenidos presentados en las clases magistrales que se realizan semanalmente en sesiones dobles.

La asignatura comparte contenidos con otras asignaturas del módulo de 2º curso, 2º cuatrimestre, por lo que es necesario realizar una buena coordinación tanto de actividades/trabajos como de fechas. Cada fecha o actividad clave viene definida en el enunciado de proyecto común del módulo en el apartado calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos.

Consultar la página web de la escuela <https://eina.unizar.es/> para obtener información acerca de:

- Calendario académico (periodo de clases y periodos no lectivos, festividades, periodo de exámenes).
- Horarios y aulas.
- Fechas en las que tendrán lugar los exámenes de las convocatorias oficiales de la asignatura.
- Horarios de tutorías de profesores.

2.Resultados de aprendizaje

2.1.Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

Al superar la asignatura el estudiante deberá dominar las herramientas de software especializado para diseño gráfico y saber encontrar la forma adecuada al contenido que pretende transmitir, comunicando de manera más eficiente. El diseño gráfico aplicado al producto supondrá añadirle valor y mejorar su usabilidad. El alumno deberá ser capaz de crear imágenes corporativas y definir sus correctos usos y aplicaciones. Durante las clases prácticas se potenciará el trabajo en grupo, la toma de decisiones en base a las conclusiones extraídas merced a los análisis realizados. En la asignatura los estudiantes aprenderán, a su vez, a optimizar los recursos en las presentaciones visuales de sus proyectos.

El estudiante, para superar esta asignaturas, deberá demostrar los siguientes resultados...

1. Es capaz de conocer, comprender y analizar de forma crítica el papel del diseño gráfico en los mensajes visuales dentro de los diferentes entornos en los que se mueve la profesión del diseñador industrial.
2. Es capaz de trabajar y aplicar sus conocimientos, tanto teóricos como prácticos de las distintas especialidades, en los ejercicios y proyectos propuestos mediante las distintas herramientas de diseño gráfico.

2.2.Importancia de los resultados de aprendizaje

La asignatura es de carácter obligatorio y cursada en el 2º cuatrimestre del 2º curso. En este momento los alumnos han interiorizado una metodología de trabajo en otras asignaturas con perfil proyectual como Taller de Diseño I y Taller de Diseño II.

La asignatura dota a los alumnos de los conocimientos necesarios para que su calidad de presentación en los diferentes soportes gráficos utilizados en sus estudios sea alta.

3.Objetivos y competencias

3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

La asignatura forma parte del 2º cuatrimestre del 2º curso, junto con las de Aspectos Económicos y Empresariales del Diseño, Estadística y Fiabilidad del Producto, Tecnología Eléctrica y Electrónica y Creatividad. Se ha previsto un trabajo de módulo que integre a las cinco asignaturas. (<http://www.egrafica.unizar.es/pm/>)

La asignatura se encarga de aportar a los alumnos los conocimientos para lograr una presentación gráfica efectiva de los proyectos. Así como de dotar de una imagen del marca al producto diseñado, investigando y analizando, desde un punto de vista del branding, el mercado al que pertenece el producto.

A lo largo del curso se realizan ejercicios y proyectos que versan sobre temas gráficos como diseño por ordenador, ilustración, composición, branding, packaging, etc.

3.2.Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1 Realizar presentaciones eficaces y profesionales por medio del dibujo y tecnologías digitales haciendo uso de habilidades visuales que comuniquen ideas y conceptos de manera ágil y eficaz, eligiendo los soportes y contenidos más adecuados.

2 Definir la identidad corporativa y crear su imagen y manuales corporativos que definen sus correctos usos y aplicaciones.

3 Además el alumno adquiere otras competencias necesarias para el desarrollo de su profesión tales como:

- Conocimientos básicos de la profesión.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad para aprender de forma continuada
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Capacidad para trabajar de forma independiente

Las competencias que adquieres son:

CB01. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB02. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de

25876 - Diseño Gráfico Aplicado a Producto

problemas dentro de su área de estudio.

CB03. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB04. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB05. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG01. Adquirir conocimientos básicos de la actividad profesional del diseño industrial, para combinarlos conocimientos generalistas y los especializados con los que generar propuestas innovadoras y competitivas.

CG03. Capacidad para concebir y desarrollar proyectos de diseño, en los aspectos relativos al carácter de productos y servicios, su relación con el mercado, los entornos de uso y el usuario, y atendiendo a su fabricación, selección de materiales y procesos más adecuados en cada caso considerando facetas relevantes como la calidad y mejora de producto.

CG04. Capacidad de organizar el tiempo de forma efectiva y coordinar actividades, de adquirir con rapidez nuevos conocimientos y de rendir bajo presión.

CG05. Capacidad de obtener, gestionar, analizar y sintetizar información procedente de diversas fuentes para el desarrollo de proyectos de diseño y desarrollo de producto. Utilizar esta documentación para obtener conclusiones orientadas a resolver problemas y tomar decisiones con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico generando nuevos conceptos de producto, nuevas ideas y soluciones.

CG06. Capacidad de generar la documentación necesaria para la adecuada transmisión de las ideas por medio de representaciones gráficas, informes y documentos técnicos, modelos y prototipos, presentaciones verbales u otros en castellano y otros idiomas.

CG07. Capacidad para usar y dominar las técnicas, habilidades, herramientas informáticas, las tecnologías de la información y comunicación y herramientas propias de la Ingeniería de diseño necesarias para la práctica de la misma.

CG08. Capacidad para aprender de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo, y de trabajar en grupos multidisciplinares, con motivación y responsabilidad por el trabajo para alcanzar metas.

CG09. Conocer las industrias, organizaciones, normativas y procedimientos y otros elementos a tener en cuenta en los proyectos de diseño industrial.

CG10. Capacidad para planificar, presupuestar, organizar, dirigir y controlar tareas, personas y recursos.

CE05. Capacidad de realizar presentaciones eficaces y profesionales por medio del dibujo y tecnologías digitales

25876 - Diseño Gráfico Aplicado a Producto

haciendo uso de habilidades visuales que comuniquen ideas y conceptos de manera ágil y eficaz, eligiendo los soportes y contenidos más adecuados.

CE19. Capacidad de definir la identidad corporativa.

CB: COMPETENCIAS BÁSICAS. CG: COMPETENCIAS GENERALES. CE: COMPETENCIAS ESPECÍFICAS.

4.Evaluación

4.1.Tipo de pruebas, criterios de evaluación y niveles de exigencia

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación...

La asignatura se compone de dos partes con diferente porcentaje:

- 70% trabajos prácticos (40% ejercicios, 30% proyecto de módulo)
- 30% Examen Teórico

Es necesario aprobar las dos partes de la asignatura, la teórica y la práctica.

Se plantea el realizar una evaluación conjunta por parte de los profesores del módulo, de modo que la evaluación del alumno vendrá dada por tres notas que estarán ponderadas.

- Trabajo/s de asignatura -ejercicios (nota del profesor 40%)
- Trabajo o proyecto de módulo (nota del profesor 20%)
- Trabajo o proyecto de módulo (nota del equipo de profesores 10%)

Examen teórico en formato test en el que se evaluarán los aspectos más generales vistos durante el curso.

Nota: Siguiendo la normativa de la Universidad de Zaragoza al respecto, en las asignaturas que disponen de sistemas de evaluación continua o gradual, se programará además una prueba de evaluación global para aquellos estudiantes que decidan optar por este segundo sistema .

5.Metodología, actividades, programa y recursos

5.1.Presentación metodológica general

La metodología usada en la asignatura fomenta el trabajo continuo del alumno, aplicando los contenidos teóricos en los diferentes ejercicios y proyectos desarrollados en las sesiones prácticas.

25876 - Diseño Gráfico Aplicado a Producto

En las sesiones teóricas con todo el grupo se realizan exposiciones de los aspectos más generales e importantes del diseño gráfico, utilizando ejemplos reales para que los alumnos identifiquen factores similares en los ejercicios que realizan en la asignatura.

En las sesiones prácticas, se explican contenidos más prácticos y se revisan los ejercicios con el propio alumno o grupo de alumnos, dotando a las sesiones prácticas de cierto dinamismo.

La clase práctica de uno de los grupos podrá impartirse en inglés como lengua vehicular.

5.2.Actividades de aprendizaje

El estudiante conocerá distintos aspectos del diseño gráfico como los elementos básicos, el color, los recursos tipográficos. Su puesta en práctica se realizará a través de varios ejercicios en los cuales el alumno demostrará la capacidad de comunicación de distintos valores a través del diseño tipográfico y la composición de paneles, la creación de identificadores gráficos para una marca, la redacción de un manual de su uso y los ejemplos prácticos de su aplicación. El estudiante, en los distintos ejercicios prácticos, aplicará su diseño al producto y a distintos soportes que servirán para su presentación.

Clase magistral 15 h
Prácticas de laboratorio 45 h
Realización de trabajos de aplicación o investigación prácticos 50 h
Tutela personalizada profesor-alumno 10 h
Estudio y trabajo personal 15 h
Pruebas de evaluación 15 h

5.3.Programa

Los distintos aspectos de diseño gráfico serán presentados agrupados en los siguientes bloques:

1. Introducción al diseño gráfico

- ¿Qué es diseño gráfico?
- La función del diseñador gráfico
- Disciplinas del diseño gráfico

2. Elementos básicos del diseño gráfico

- Mensaje gráfico
- Elementos conceptuales

- Elementos visuales
- La composición gráfica
- Elementos de composición
- Las técnicas visuales

3. Tipografía

- ¿Qué es tipografía?
- Historia de la tipografía.
- Variables tipográficas.
- Disposición tipográfica.
- Tipometría.
- Conclusiones.

4. Branding.

- ¿Qué es Branding?
- ¿Qué diferencia hay entre una marca y un producto?
- Ciclo de vida.
- Tipos de marca.
- Gestión de marca.
- Identidad corporativa - imagen corporativa.
- Nombre de la marca.

5. Composición, maquetación y retículas.

- Proporción.

- Equilibrio.
- Jerarquía.
- Figura y fondo.
- Retículas.

6. Aplicaciones del diseño gráfico.

- Características de las aplicaciones del diseño gráfico.
- Entorno Expositivo.
- Entorno Comercial.
- Diseño de moda.
- Audiovisual.
- Señalética.
- Packaging.

7. Color

- ¿Qué es color?
- Teoría del color.
- Especificación del color.
- Propiedades de los colores.
- Círculo cromático.
- Percepción del color.
- Esquemas de contraste.
- Interacción del color.

- Significados del color.

8. Técnicas de impresión.

- Orígenes de la imprenta.

- Tipos de impresión.

- Impresión en plano.

- Impresión en relieve.

- Impresión en hueco.

- Impresión en soporte permeable.

- Otros sistemas de impresión.

- PDF/X-1^a.

5.4. Planificación y calendario

El semestre se divide en 15 semanas de docencia en las que las primeras sesiones están dedicadas a la parte teórica, con dos horas semanales para poder poner en práctica las técnicas aprendidas en los ejercicios y proyectos de la segunda parte del semestre.

Al principio del semestre se entregará el calendario detallado, en el cual se indican todas las fechas de las entregas y los trabajos a realizar para cada una de las clases prácticas que seguirá el siguiente esquema:

Semana	Clase teórica	Clase práctica
1	Introducción al diseño gráfico.	Inicio ej. 1
2	Elementos básicos del diseño gráfico.	Inicio ej. 2
3	Color.	Ej. 1 y 2
4	Tipografía.	Ej. 1 y 2
5	Branding.	Inicio PM

25876 - Diseño Gráfico Aplicado a Producto

6	Composición, maquetación y retículas.	Entrega ej. 1
7	Aplicaciones del diseño gráfico.	Ej. 2 y PM
8	Técnicas de impresión.	Entrega ej. 2
9		PM
10		PM
11		PM
12		PM
13		PM
14		PM
15		Entrega PM

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

[BB: Bibliografía básica / BC: Bibliografía complementaria]

- [BB] Ambrose, Gavin. The fundamentals of typography / Gavin Ambrose, Paul Harris . - 2nd ed. Lausanne : AVA Academia, 2011
- [BB] Contreras Medina, Fernando R.. Diseño gráfico, creatividad y comunicación / Fernando R. Contreras, César San Nicolás Romera Madrid : Blur Ediciones, D.L. 2001
- [BB] Lupton, Ellen. Diseño gráfico : nuevos fundamentos / Ellen Lupton, Jennifer Cole Phillips ; [versión castellana, Álvaro Marcos] Barcelona : Gustavo Gili, cop. 2009
- [BB] Miller, Anistatia R. Logos : making a strong mark : 150 strategies for logos that last / Anistatia Miller and Jared Brown . Gloucester, Massachusetts : Rockport, 2004
- [BB] Pozo Puértolas, Rafael. Diseño y producción gráfica : el diseño, la industria papelera y la industria gráfica : los procesos en la producción gráfica / Rafael Pozo Puértolas . - Reed. ampl. Barcelona : CPG, 2008
- [BB] Tena Parera, Daniel. Diseño gráfico y comunicación/ Daniel Tena Parera; prólogo de José María Ricarte Bescós Madrid : Pearson educación, D.L. 2004