

25896 - Imagen corporativa

Información del Plan Docente

Año académico: 2024/25

Asignatura: 25896 - Imagen corporativa

Centro académico: 110 - Escuela de Ingeniería y Arquitectura

Titulación: 558 - Graduado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto

Créditos: 6.0

Curso: 4

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Se persigue que el alumnado profundice en aspectos clave de la comunicación del producto como es la aplicación de gráfica a producto y la comunicación de las características del producto al mercado por medio del desarrollo de estrategias de imagen corporativa.

- Identidad y valores de empresa.
- Desarrollar la metodología de imagen corporativa y arquitectura efímera.
- Estudiar la creación y gestión de nombres.
- Estudiar los fundamentos del escaparatismo, diseño de stands, expositores e instalaciones temporales.
- Profundizar en el conocimiento del manual de aplicación de imagen gráfica y en el desarrollo de aplicaciones.

2. Resultados de aprendizaje

- El alumnado deberá probar que es capaz de plantear y gestionar un proyecto de imagen corporativa con un posible desarrollo de elementos de arquitectura efímera para un cliente concreto.
- Debe ser capaz de realizar un análisis profundo de la identidad de este cliente hasta un punto que permita generar una serie de elementos gráficos y arquitectónicos capaces de comunicar dicha identidad.
- Deberá ser capaz de definir dichos elementos desde el punto de vista técnico, y de conseguir la satisfacción de su cliente tanto por la consecución de los objetivos del proyecto como por la eficacia de su gestión y la actitud profesional.
- Ser capaz de desarrollar proyectos de instalaciones de carácter temporal, como stands, expositores, elementos de escaparatismo, etc.
- Todo con un elevado índice de autonomía y responsabilidad respecto a las decisiones adoptadas a lo largo del desarrollo del proyecto.

3. Programa de la asignatura

- Introducción a la imagen corporativa
- Identidad corporativa
- Naming
- Parámetros de rendimiento de una marca gráfica
- Conceptualización y presentación de marcas gráficas
- Tipografía, color y tendencias
- Normalización de identidad visual y artes finales
- Escaparatismo. Diseño de stands y expositores.
- Soportes y materiales. Técnicas de impresión en gran formato y ediciones reducidas.

4. Actividades académicas

Clases magistrales: sesiones con el profesor en las que se explicará el temario de la asignatura: 30 horas.

Problemas y casos: sesiones de resolución de casos prácticos y apoyo a la resolución de un proyecto grupal de arquitectura efímera: 15 horas.

Prácticas: las clases prácticas podrán constar de diversos ejercicios, pero se basarán principalmente en el desarrollo de un proyecto que consistirá en la elaboración una marca gráfica y un manual de imagen corporativa para empresa y/o producto. 15 horas.

5. Sistema de evaluación

La asignatura se evalúa en tres partes con diferente porcentaje:

- 10% ejercicio práctico teóricos.
- 60% proyecto individual.
- 30% proyecto individual.

Se evalúan los siguientes aspectos:

1. Investigación para la identidad corporativa.
2. Análisis de imagen corporativa.
3. Aplicación de metodología y el proceso de diseño.
4. Generación de conceptos.
5. Desarrollo de conceptos.
6. Desarrollo de aplicaciones y su normalización.
7. Presentación de proyecto.

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.

6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

12 - Producción y Consumo Responsables
16 - Paz, Justicia e Instituciones Sólidas