

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Estrategias de proyecto para el diseño gráfico digital
Titulación	Máster Universitario en Diseño Gráfico Digital
Escuela/ Facultad	Arquitectura, Ingeniería y Diseño – Creative Campus
Curso	Primero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial / Virtual
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Irene Estrella

2. PRESENTACIÓN

En la actualidad, las profesiones creativas se diluyen. Ahora, la versatilidad y la capacidad de adaptación a un entorno cambiante y abierto son la característica más demandada por las empresas. Cada vez se busca menos especialización y se demandan perfiles híbridos con soft skills como capacidad de pensamiento crítico, capacidad de colaboración, creatividad aplicada a resolución de problemas o capacidad de gestión en momentos de incertidumbre.

Este módulo está enfocado en entender la parte más estratégica del diseño, el análisis del entorno y las tendencias, la innovación y las nuevas metodologías de trabajo. Todo ello, abrirá la mente de los alumnos como diseñadores porque lograrán entender todas las circunstancias que rodean un proyecto, aportando más y siendo profesionales más completos y con más autonomía.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

CON1: Categorizar las teorías psicológicas, heurísticas y sesgos cognitivos que inciden en las experiencias digitales.

CON2: Indicar los principios y filosofía de las metodologías Design Thinking, Agile, Scrum y Lean

CON3: Identificar las condiciones y modelos de gestión para el ejercicio profesional en la dirección de equipos de diseño gráfico digital

CON4: Definir las fases, condiciones y gestión de partes interesadas en el desarrollo de proyectos integrados de diseño gráfico avanzado, según objetivos y estrategias empresariales
· Proponer la metodología de diseño gráfico adecuada según el proyecto y el contexto.

Habilidades

HAB2: Elaborar las especificaciones de un diseño digital gráfico concreto

HAB4: Aplicar metodologías Design thinking, Agile, Scrum y Lean en el proceso de desarrollo de un diseño gráfico

HAB6: Crear prototipos de un diseño gráfico digital con diversos grados de fidelidad adaptados a las fases de desarrollo.

- Crear un concepto de diseño gráfico basado en estrategias.
- Analizar movimientos exploratorios del diseño gráfico en casos de estudio reales.
- Adaptar estrategias de gamificación en un caso concreto.
- Diseñar escenarios de negocio gráfico digital futuros utilizando el diseño gráfico como herramienta de creación.
- Crear estrategias para la economía circular desde el diseño gráfico digital.

Competencias

COMP1: Incorporar la sostenibilidad, inclusividad y ética a los proyectos para la construcción de una visión holística del estudiante de diseño gráfico digital

COMP3: Aplicar las metodologías de diseño de experiencia de usuario para la creación de un diseño adaptativo que atienda a los principios de accesibilidad

COMP4: Diseñar un producto digital innovador aplicando diseño especulativo, justificando la técnica y estrategia empleada. CON2: Indicar los principios y filosofía de las metodologías Design Thinking, Agile, Scrum y Lean.

4. CONTENIDOS

Diseño gráfico estratégico: una reflexión sobre el valor estratégico del diseño gráfico digital (desde briefing, estrategias y creación del concepto).

Diseño gráfico, negocio e innovación: Moonshoot Factories (un proyecto exploratorio sin expectativa de rentabilidad o investigación completa).

Metodologías aplicadas a la creación de proyectos de diseño gráfico: Design Sprint, Visual Thinking, Estrategias circulares de diseño, Service Design, etc.

Estrategias de gamificación.

Diseño gráfico y futuro: Futures Thinking (frameworks de pensamiento, patrones, escenarios de futuro y estrategias temporales).

Taller de sostenibilidad de diseño gráfico digital.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje inverso
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad presencial)	8
Clases de aplicación práctica (modalidad presencial)	22
Investigaciones y proyectos (modalidad presencial)	40
Exposiciones orales de trabajos (modalidad presencial)	2
Trabajo autónomo (modalidad presencial)	50
Tutoría académica (modalidad presencial)	18
Debates y coloquios	8
Pruebas de conocimiento	2
TOTAL	150

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales (síncrona)	22
Exposiciones orales de trabajos (horas síncronas y asíncronas)	2
Investigaciones y proyectos	40
Estudios de contenidos y documentación complementaria	50
Tutoría virtual	18
Foro virtual	8
Pruebas presenciales de conocimiento	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%

Exposiciones orales	10% - 20%
Investigaciones y proyectos	20% - 30%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	10% - 20%
Investigaciones y proyectos	20% - 30%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
------------------------	-------

Actividad 1	Semana 1
Actividad 2	Semana 2
Actividad 3	Semana 3
Actividad 4	Semana 4
Prueba presencial de conocimiento	Fin semestre 1

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Cerem. <<https://www.cerem.es/blog/la-clave-de-los-focus-group-grupo-focal>>
- GfK. <<https://www.gfk.com/es/productos/gfk-geo-targetgroups>>
- Cámara Valencia <<https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/tecnicas-investigacion-mercado/>>
- Cyberclick <<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-test-a/b>>
- Antevenio. <<https://www.antevenio.com/blog/2017/05/10-errores-al-crear-tu-buyer-persona/>>
- Comuniza <<https://hub.comuniza.com/es/agencia-estrategia-de-marca>>
- El blog del branding. <<https://elblogdebranding.com/la-plataforma-de-marca-su-importancia-y-como-construirla/>>
- Brandfluence <<https://www.brandfluence.com/promesa-de-marca-branding/>>
- Rufus Leonard <<https://www.rufusleonard.com/blog/the-brand-experience-index>>
- Summa. <<https://summa.es/blog/brand-experience-que-es-y-como-se-construye-una-buena-experiencia-de-marca/>>
- Accenture informe experiencia <https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-145/Accenture-CV-Brochure-Crecimiento-una-cuestion-de-experiencia.pdf>
- Sitel <<https://www.sitel.com/es/blog/como-realizar-analisis-necesidades-cliente/>>
- Igor <<https://burnsclay.pbworks.com/f/Igor+Naming+Guide.pdf>>
- Branzai <<http://www.branzai.com/2012/07/el-tagline-de-marca-en-que-idioma-me.html>>
- Nombrand <<https://nombra.com/blog/naming-dime-como-te-llamas/>>
- Nombrand <<https://nombra.com/blog/naming-genericos-descriptivos-vs-raros/>>
- Nombrand <<https://nombra.com/blog/que-dice-naming-marca/>>
- Nombrand <<https://nombra.com/blog/equivocarse-en-naming/>>
- Summa <<https://summa.es/blog/claiming-to-heaven-o-con-tu-claim-al-cielo/>>
- Summa <<https://summa.es/blog/por-que-tanto-revelo-por-un-nombre/>>
- Wild wild web <<https://wildwildweb.es/es/blog/diferencias-entre-claim-eslogan-y-tagline>>
- Wolf Ollins <<https://es.scribd.com/document/390837342/Naming-Handbook>>
- Squadhelp <<https://www.squadhelp.com/blog/how-to-come-up-with-business-name/>>
- Innolandia. Charla TED Tim Brown <<https://innolandia.es/guia-dt-dummies-productos-y-servicios/>>
- Manifiesto agile <<https://agilemanifesto.org/>>
- Holded <<https://www.holded.com/es/blog/metodologia-agile>>
- Progressa lean <<https://www.progressalean.com/metodologia-agile/>>
- Santalucía impulsa <<https://www.santaluciaimpulsa.es/metodologia-agile-que-es-para-que-sirve/>>

- Excellence management <<https://excelencemanagement.wordpress.com/2021/03/01/metodologias-agiles-cuestion-de-principios-y-de-valores/>>
- Jerónimo Palacios <<https://jeronimopalacios.com/guia-de-scrum-2020/>>
- Scrum MX <<https://scrum.mx/informate/scrum-y-agile>>
- Design Thinking España. <<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>>
- Diana Pinos <<https://dianapinos.com/2021/05/03/design-thinking-del-origen-de-la-metodologia-a-un-mindset/>>
- Design Thinking.gal <<https://designthinking.gal/la-verdadera-historia-del-design-thinking/>>
- Service Desing Tools <<https://servicedesigntools.org/tools/ecosystem-map>>
- Marketers Touch Point <<http://marketerstouchpoint.com/blog/what-is-the-difference-between-design-thinking-and-service-design-thinking/>>
- Asesorías.com <<https://asesorias.com/empresas/modelos-plantillas/diagrama-ishikawa/>>
- Creatips web <<https://creatipsweb.wordpress.com/2018/09/06/scamper-muchas-tecnicas-en-una-para-crear-soluciones-1-8-generalidades/>>
- Design Sprint Kit <<https://designsprintkit.withgoogle.com/>>
- Innolandia <<https://innolandia.es/guia-design-sprint-espanol-dummies/>>
- UI from Mars <<https://www.uifrommars.com/que-es-design-sprint-fases/>>
- Uxables <<http://www.uxables.com/disenio-ux-ui/que-es-la-metodologia-design-sprint-y-sus-fases/>>
- The Lean startup <<http://theleanstartup.com/>>
- Platzi <<https://platzi.com/blog/que-es-design-sprint/>>
- DesignThinking.gal <<https://designthinking.gal/que-es-el-design-sprint-y-para-que-sirve/>>
- Mercadotecnia Total <<https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/que-son-las-5-fuerzas-de-porter/>>
- Eco Circular. <<https://eco-circular.com/2021/04/30/disenio-circular-donde-todo-empieza-y-termina-o-sera-vuelve-a-empezar/>>
- Circular Design Guide <<https://www.circulardesignguide.com/>>
- Regenesis Reno <<https://www.regenesisreno.com/expert-resources>>
- Camino Sostenibilidad <<https://caminossostenibilidad.com/2017/05/17/el-desarrollo-regenerativo-raymond-cole/>>
- Dialnet <[Dialnet-EconomiaCircularComoMarcoParaElEcodisenio-4881026.pdf](#)>
- N Badiola <<https://nbadiola.com/consejos-hacer-web-mas-sostenible/>>
- Sustainable web manifesto <<https://www.sustainablewebmanifesto.com/>>
- Design Sustainaby <<https://designsustainably.eu/>>
- Global warning <<https://globalwarning.blog/>>
- B Corp <<https://bcorporation.net/resource-center-justice-equity-diversity-inclusion>>
- Sustainable web Design <<https://sustainablewebdesign.org/>>
- La Marea <<https://www.lamarea.com/2020/04/28/la-huella-ecologica-de-la-economia-digital/>>
- Ecaldimia <<https://ecaldimia.com/digitalizacion-en-la-gestion-ambiental/>>
- Verne <https://verne.elpais.com/verne/2019/08/22/articulo/1566480798_855818.html>
- Marczewski, Andrzej (2018). Even Ninja Monkeys Like to Play. Unicorn Edition.
- Borrás Oriol, B. (2015). Fundamentos de la gamificación. Archivo Digital UPM. U.
- REVELIAN BLOG: <https://www.revelian.com/employer/blog/>
- TED TALK: “The power of gamification in education”
https://www.ted.com/talks/scott_hebert_the_power_of_gamification_in_education
- Sesión informativa COMPETENCIAS DIGITALES CON VIDEOJUEGOS. Flavio Escribano <<https://www.youtube.com/watch?v=z6lfJRxHQos&t=3s>>
- Game Design basado el los datos de Skills de los jugadores. Flavio Escribano en ESNE <https://www.youtube.com/watch?v=H8OvDF_6Qww>
- El funware en los sitios de recomendación social: características, claves e inconvenientes – Jorge Franganillo Anuario ThinkEPI 2018. <<https://franganillo.es/funware.pdf>>

- Gamification vs Ludictatorship. Flavio Escribano
<<https://web.archive.org/web/20150211053323/http://gecon.es/2014/07/01/gamification-versus-ludictatorship/>>
- Creatividad en blanco. <<https://creatividadenblanco.com/la-taxonomia-de-bartle/>>
- UPC
<<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/14113/Gallego%20Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>
- Toptotal <<https://www.toptal.com/designers/ui/un-enfoque-practico-para-el-diseno-de-gamificacion>>
- Medium <<https://gamificaxion.medium.com/dise%C3%B1ar-para-motivar-el-marco-de-gamificaci%C3%B3n-octalysis-276e012bf586>>
- Wikipedia <<https://es.wikipedia.org/wiki/Ludificaci%C3%B3n>>
- UX Matters <<https://www.uxmatters.com/mt/archives/2007/07/what-puts-the-design-in-interaction-design.php>>
- UX Booth <<https://www.uxbooth.com/articles/complete-beginners-guide-to-interaction-design/>>
- usability.gov <<https://www.usability.gov/what-and-why/interaction-design.html>>

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.