

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Diseño y Gestión de Diseño Gráfico
Titulación	Máster Universitario en Diseño Gráfico Digital
Escuela/ Facultad	Creative Campus
Curso	Primero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Enrique Royuela

2. PRESENTACIÓN

En este módulo partiremos de la idea del valor que el diseño aporta poniendo como principal ejemplo el branding y los intangibles.

Asimismo se pretende dotar al diseñador de capacidades y herramientas para ser emprendedor y auto gestionar sus propios proyectos. Hablamos de tareas como planificar las fases y tiempos de un proyecto, ajustarse a los entregables previstos, valorar económicamente un proyecto, controlar la buena marcha para garantizar su viabilidad y rentabilidad.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB4. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias generales:

- CG1. Proponer soluciones innovadoras a los problemas detectados en el contexto del diseño gráfico digital, aplicando los conocimientos y habilidades adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar profesional especializado.
- CG2. Analizar casos reales prácticos en el ámbito del diseño gráfico digital.

Competencias transversales:

- CT1. Creatividad. Capacidad para crear ideas nuevas, llegar a conclusiones o resolver problemas de una forma original. Requiere del conocimiento, curiosidad, imaginación y evaluación. El nivel más fundamental de la creatividad se manifiesta como el descubrimiento y el más alto como la innovación.
- CT2. Comunicación estratégica. Capacidad para transmitir de manera eficaz mensajes (ideas, conocimientos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, de tal manera que se alineen de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT6. Análisis crítico. Capacidad para integrar el análisis con el pensamiento crítico en un proceso de evaluación de distintas ideas o posibilidades y su potencial de error, basándose en evidencias y datos objetivos que lleven a una toma de decisiones eficaz y válida. Se trata de aprender a localizar, extraer, analizar e interpretar información y datos fiables para después estudiar, examinar y razonar, pudiendo así llegar a una conclusión de manera rápida y eficaz, como demanda el mundo actual.

Competencias específicas:

- CE1. Aplicar programas específicos de diseño gráfico digital.
- CE4. Interpretar y evaluar las teorías, técnicas y estrategias tradicionales y actuales aplicadas al diseño

gráfico digital y multimedia.

- CE8. Elaborar y plantear soluciones de diseño haciendo uso de estrategias gráficas que faciliten la visualización y la comprensión por parte de los usuarios.

Resultados de aprendizaje:

- RA1. Determinar los principios del diseño gráfico basados en casos reales prácticos
- RA2. Desarrollar los principios del diseño gráfico digital en un caso concreto.
- RA3. Evaluar proyectos gráficos desde una perspectiva estética y crítica.
- RA4. Adaptar las metodologías de diseño gráfico a un caso práctico.
- RA5. Analizar las especificaciones concretas del contexto digital gráfico.
- RA6. Crear una narrativa visual sobre un caso concreto e innovador.

4. CONTENIDOS

El módulo está organizado en seis unidades de aprendizaje:

Unidad 1. El valor del branding

Unidad 2. El cliente y la planificación

Unidad 3. Design Management

Unidad 4. Modelo de negocio para un diseñador, estudio o consultora. Unidad 5. Quién eres como diseñador gráfico

Unidad 6. Taller de Design Management para el diseño gráfico

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral / *web Conference*
- 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	10
Clases virtuales (síncrona)	18
Análisis de casos	7
Exposiciones orales de trabajos	2
Elaboración de informes y escritos	20
Investigaciones y proyectos (modalidad a distancia)	15
Estudios de contenidos y documentación complementaria	50
Tutoría virtual (modalidad a distancia)	18
Foro virtual (modalidad a distancia)	8
Pruebas presenciales de conocimiento (modalidad a distancia)	2
TOTAL	150

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	10
Clases virtuales (síncrona)	18
Análisis de casos	7
Exposiciones orales de trabajos	2
Elaboración de informes y escritos	20
Investigaciones y proyectos (modalidad a distancia)	15
Estudios de contenidos y documentación complementaria	50
Tutoría virtual (modalidad a distancia)	18

Foro virtual (modalidad a distancia)	8
Pruebas presenciales de conocimiento (modalidad a distancia)	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	5-10%
Informes escritos (modalidad a distancia)	10-25%
Caso / problema	10-20%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	5-10%
Informes escritos (modalidad a distancia)	10-25%
Caso / problema	10-20%

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 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades. Además, será necesaria la entrega de al menos el 50 % de las actividades del curso.

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 5,0 en la prueba de evaluación 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. En cualquier caso, el número mínimo de actividades a entregar para poder superar la convocatoria extraordinaria será del 50% de las actividades realizadas durante el curso, o en su defecto, otra actividad diferente y equivalente a las anteriores a propuesta del docente.

8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semanas 1-4
Actividad 2	Semanas 5-7
Actividad 3	Semanas 8-10
Actividad 4	Semanas 11-13
Proyecto final	Semanas 14-18

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

9. BIBLIOGRAFÍA

- Andersen, C. J. (2018). Love Brand: Build the Company People Love to Recommend. Francia: Motus.
- Baer, J. (2016). Hug Your Haters: How to Embrace Complaints and Keep Your Customers. New York: Portfolio/Penguin Random House.
- Barrutieta, B. (2011). Los activos intangibles y sus retos: horizontes para los próximos modelos productivos. Logroño: Netbiblo, Fundación Riojana para la Innovación.
- Bounfour, A. (2003). The Management of Intangibles. The Organisation's Most Valuable Assets. Londres: Routledge.
- Cham Kin, W. y Mauborgne, R. (2015). La estrategia del océano azul. Crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante. Barcelona: Profit.
- Conrad, A. y Peláez, B. (2019). "Cómo hacer un plan de trabajo infalible". Capterra. <<https://www.capterra.es/blog/1008/como-hacer-un-plan-de-trabajo-infalible/>>
- Cores, C. (2022). "50 sesgos cognitivos a tener en cuenta para ser la mejor versión de ti". Centro Psicológico Cecilia Cores. Disponible en: <<https://ceciliacorespsicologa.es/50-sesgos-cognitivos/>>
- ILERNA (2019). "La percepción visual: las leyes de la Gestalt". ILERNA Online. Disponible en: <<https://www.ilerna.es/blog/fp-a-distancia/3d/leyes-de-la-gestalt/>>

- Nirian, O. (s. f.). “Alcance de un proyecto”. Economipedia. <<https://economipedia.com/definiciones/alcance-de-un-proyecto.html>>
- Pho, K. Gay, S. & Wachter, R. (2016). Establishing, Managing and Protecting Your Online Reputation: A Social Media Guide for Physicians and Medical Practices. Phoenix: Greenbranch Publishing.
- Rand, P. (2014). Thoughts on Design. Chronicle Books.
- Retos en Supply Chain (2022). “Alcance de un proyecto: definición y factores de impacto”. EAE Business School. <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/alcance-de-un-proyecto-definicion-y-factores-de-impacto/>
- Roberts. K. (2005). Lovemarks: the future beyond brands. Brooklyn: PowerHouse Books.
- Satué, E. (2016). Mis queridos diseñadores gráficos. Madrid: Alianza.
- Varg, E. (s. f.). “Taller. Generación de ideas de negocio y emprendedorismo (habilidades directivas, modelos de negocios, herramientas diversas y plan de negocios)”. Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria. Disponible en: <https://www.rlcu.org.ar/recursos/A_0000144_003_Taller_1.pdf>

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.