

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Taller de identidad corporativa y señalética
<b>Titulación</b>	Grado en Diseño Gráfico y Multimedia
<b>Escuela/ Facultad</b>	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño – Campus Creativo
<b>Curso</b>	3º
<b>ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Idioma/s</b>	Castellano
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Semestre</b>	S2
<b>Curso académico</b>	2023-2024
<b>Docente coordinador</b>	Ana Olmedo Alguacil

## 2. PRESENTACIÓN

En esta materia conoceremos la creación gráfica de la identidad de las empresas o instituciones. Aplicaremos un conjunto de señales o símbolos que cumplan la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de flujo o comportamiento. Veremos el diseño de programas de señalización en entornos corporativos, comerciales, culturales y urbanos. Finalmente analizaremos la identificación de puntos de información en todo tipo de proyectos de asistencia a la navegación, en su sentido físico, o su interpretación.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos

CON01. Identificar los principios y teorías del lenguaje visual aplicados al diseño gráfico y multimedia.

CON03. Identificar los procesos creativos adecuados para la creación de proyectos de diseño gráfico y multimedia, online y offline.

- .Identificar los sistemas de comunicación visual.
- Identificar la importancia gráfica del diseño de la marca.

### Habilidades

HAB03. Diseñar proyectos de diseño gráfico y multimedia aplicando los conocimientos adquiridos, justificando su viabilidad técnica, económica y temporal.

HAB05. Aplicar los principios de accesibilidad universal al diseño gráfico y multimedia, online y offline.

- Aplicar un conjunto de señales o símbolos que cumplan la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de flujo o comportamiento.

### **Competencias**

COMP11. Capacidad para diseñar proyectos de imagen corporativa utilizando el diseño gráfico y multimedia.

## **4. CONTENIDOS**

Diseño de programas de señalización en entornos corporativos, comerciales, culturales y urbanos. Se analizará la identificación de puntos de información en todo tipo de proyectos de asistencia a la navegación, en su sentido físico, o su interpretación. Se formará además al estudiante en la creación gráfica de la identidad de las empresas o instituciones.

## **5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

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

- Clase magistral/web conference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperative

## **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 online:**

<b>Actividad formativa</b>	<b>Número de horas</b>
Lectura de temas de contenido y documentación complementaria (modalidad virtual)	18
Clases virtuales síncronas	6
Debates y coloquios a través de seminario virtual (modalidad virtual)	12

Proyectos (modalidad virtual)	25
Actividades en laboratorios virtuales para la utilización de aplicaciones informáticas (modalidad virtual)	25
Actividades participativas grupales (seminarios, participación en foros on-line, etc.) a través de webconference (modalidad virtual)	11
Trabajo autónomo (modalidad virtual)	25
Tutoría virtual (modalidad virtual)	25
Pruebas presenciales de conocimiento (modalidad virtual)	3
<b>Total</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

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

### Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Informes y escritos	10%
Carpeta de aprendizaje	5%
Proyectos	25%

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 1-3
Actividad 2	Semana 4-6
Actividad 3	Semana 7-9
Actividad 4	Semana 10-12
Actividad 5	Semana 13-16

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

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La **obra de referencia** para el seguimiento de la asignatura es:

Airey, Davis. (2019). Identity Designed. EE. UU. Rockport Publishers.

Bass, Jennifer. (2011). Saul Bass: A Life in Film and Design. Londres. Laurent King.

Black, A. (2017). Information Design: Research and Practice. Taylor & Francis Ltd.

Bokhua, George. (2022). Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons. EE. UU.: Rockport Publishers.

Costa, J. (1989). Señalética: de la señalización al diseño de programas. CEAC.

Costa, J. (2007). Señalética Corporativas. Costa Punto Com Editor (CPC).

- García, D. (2012), Wayfinding: acotaciones a un término. Nº1. Revista Asepau. Recuperado de [http://www.asepau.org/sites/default/files/pdf/articles/11.\\_wayfinding.pdf](http://www.asepau.org/sites/default/files/pdf/articles/11._wayfinding.pdf)
- García, M. (2019). Wayfinding, donde la arquitectura, el diseño gráfico y ambiental te ayudan. Cómo crear historias. Recuperado de <https://comocrearhistorias.com/wayfinding-donde-la-arquitectura-el-diseno-grafico-y-ambiental-te-ayudan/>
- García Moreno, D. (2012). Diseño de sistemas de orientación espacial: Wayfinding. Laboratorio Wayfinding.
- Jordison, S. (2016). Signs and Instructions You Must Obey. HarperCollins Publishers.
- Landa, Robin. (2022). Strategic Creativity. EE. UU. Routledge.
- Lupton, Ellen. (2010). Thinking With Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students. EE. UU.: Princeton Architectural Press.
- Lynch, K (1960). La imagen de la ciudad. Edición española, Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2001.
- McNeil, Paul. (2017). The Visual History Of Type: A Visual Survey of 320 Typefaces. Londres, Reino Unido: Laurence King.
- Müller-Brockmann, Josef. (2015). Pioneer of Swiss Graphic Design. Zúrich. Lars Müller Publishing.
- Müller, Jens. (2022). Logo Beginnings. Colonia: Taschen.
- Neumeier, Marty. (2000). The Brand Gap. Berkeley, EE. UU.: New Riders Press / Peachpit.
- Olins, Wally. (2008). Wally Olins. The Brand Book. Londres, Thames and Hudson.
- Piercy, J. (2013). Symbols. A Universal Language. Michael O'Mara.
- Rand, Paul. (2016). Paul Rand: A Designer's Art. EE. UU.: Princeton Architectural Press.
- Rathgeb, Markus. (2015). Otl Aicher. Londres, Phaidon Press.
- Reed, J., Smyth, H. (2015). New York City Transit Authority. Graphics Standards Manual. Standards Manual.
- Shaw, P. (2011). Helvetica and the New York City Subway System. The MIT Press.
- Sockwell, Felix. (2017). Thinking in Icons: Designing and Creating Effective Visual Symbols. EE. UU.: Rockport Publishers
- VV. AA. (2000). Manuals 1. Londres, Unit Editions.
- VV. AA. (2000). Manuals 2. Londres, Unit Editions.
- VV. AA. (2019). Disruptive Branding. Londres, Kogang Page.
- Wedeman, Julius. (2019). Logo Design. Global Brands. Colonia: Taschen.
- Wheeler, Alina. (1997). Designing Brand Identity. EE. UU.: Wiley Press.

## 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](mailto: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.