1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Taller de identidad Corpotativa y Señalética
Titulación	Grado en Diseño Gráfico y Multimedia
Escuela/ Facultad	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño – Campus Creativo
Curso	Primero
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial/Virtual
Semestre	S2
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	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 (teoría de la imagen, del color, de la forma, leyes de la percepción visual, etc.).
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.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en proyectos.

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:

Actividad formativa	Número de horas
Lectura de temas de contenido y documentación complementaria	18
Clases virtuales síncronas	6
Debates y coloquios a través de seminario virtual	12
Proyectos	25
Actividades en laboratorios virtuales para la utilización de aplicaciones informáticas	25
Actividades participativas grupales (seminarios, participación en foros on-line, etc.) a través de webconference	11
Trabajo autónomo	25
Tutoría virtual	25
Pruebas presenciales de conocimiento	3
TOTAL	**150**

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 de evaluación presenciales	60 %
Exposiciones orales	5%
Proyectos	35%

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	Semana 2-4
Actividad 2	Semana 8-10
Actividad 3	Semana 12-14
Actividad 4	Semana 16-18
Pueba de conocimientos	Semana 18

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

(*) El cronograma definitivo quedará a disposición del alumno al inicio del curso en el documento “Plan de Trabajo” como anexo a esta guía.

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

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). *The Brand Book*. Londres, Thames and Hudson.

Piercy, J. (2013). *Symbols.* A Universal Language. Michael O'Mara.

Rand, Paul. (2016). *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*. 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

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.

PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

CÓMO COMUNICARTE CON TU DOCENTE

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros y compañeras puedan leerla.

¡Es posible que alguien tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al docente puedes enviarle un mail a ana.olmedo@universidadeuropea.es o un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar una tutoría previa cita vía mail.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por estudiantes y docentes, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En este apartado se indica el cronograma de actividades formativas, así como las fechas de entrega de las actividades evaluables de la asignatura:

Semana	Contenidos	Actividades formativas/evaluables	Peso en la evaluación de la actividad evaluable
1-3	Unidad 1	Actividad 1	10%
4-6	Unidad 2	Actividad 2	10%
7-8	Unidad 3	Actividad 3	10%
9-11	Unidad 4	Actividad 4	10%
13-14	Unidad 5		
15-18	Preparación para el examen	Examen	60%

Este cronograma podrá sufrir modificaciones que serán notificadas al estudiante en tiempo y forma.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Actividad 1. Análisis de marcas de un mismo sector:

En esta actividad grupal se plantea al alumno que haga una presentación seleccionando tres marcas de un mismo sector competitivo y mostrar una comparación.

Actividad 2. Creación de una identidad visual:

El objetivo es desarrollar una identidad visual desarrollando sus elementos de identidad principales.

Actividad 3. Creación de una familia de iconos:
Diseño de una propuesta iconográfica para la identidad visual desarrollada en la actividad 2.

Actividad 4. Señalética del espacio:
Diseño de un sistema señalético acorde a la identidad visual desarrollada en la actividad 2.

REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.
- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.

REGLAMENTO USO DE IA

El estudiante debe ser el autor o autora de sus trabajos/actividades.

El uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) debe ser autorizado por el docente en cada trabajo/actividad, indicando de qué manera está permitido su uso. El docente informará previamente en qué situaciones se podrá usar herramientas de IA para mejorar la ortografía, gramática y edición en general. El estudiante es responsable de precisar la información dada por la herramienta y declarar debidamente el uso de cualquier herramienta de IA, en función de las directrices que marque el docente. La decisión final sobre la autoría del trabajo y la idoneidad del uso reportado de una herramienta de IA recae en el docente y en los responsables de la titulación.