



Proyectos gráficos y
digitales

**Máster Universitario
en Diseño Industrial**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Proyectos gráficos y digitales

Titulación: Máster Universitario en Diseño Industrial

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Joseba K Azcaray Fernández (Profesor responsable) y D. Guillermo Abad de Aranzabal

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas:

CB6. 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.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. 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.

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto dirigido o autónomo.

Competencias generales:

CG1. Ser capaz de incorporar conocimientos que les permitan profundizar en la teoría y práctica del diseño industrial, generando su propio juicio para adaptarse a escenarios futuros creando conocimiento que favorezca la evolución de la disciplina.

CG6. Adquirir habilidad para gestionar la información y el conocimiento del entorno del diseño.

CG7. Aplicar procesos creativos para la innovación en diseño.

CG9. Ser capaz de exponer información a través de nuevas técnicas de comunicación como presentaciones visuales, digitales y orales, e integrarlas en entornos similares al entorno laboral.

CG10. Adquirir capacidad para proyectar soluciones de diseño, incluyendo la capacidad de análisis y síntesis.

CG11. Resolver problemas complejos y proponer soluciones, ser flexible y capaz de adaptarse al cambio y de organizar y planificar, desde el pensamiento en diseño.

CG13. Ser capaz de comunicar gráficamente la información.

CG14. Ser capaz de trabajar en equipos multidisciplinares aportando herramientas de investigación de diseño industrial, para la creación de nuevos productos, servicios o conocimiento.

Competencias específicas:

CE5. Ser capaz de conocer y saber aplicar a la imagen corporativa de una empresa los principios fundamentales de la comunicación visual.

CE6. Ser capaz de conocer y saber aplicar los aspectos centrales de comunicación, tecnología de etiquetado, envase, embalaje, visual merchandising y productos digitales

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Conocer, saber seleccionar y aplicar los conocimientos de la materia.
- Formular juicios a partir de una información inicial del proyecto de diseño.
- Aplicar con criterio de los métodos de análisis y técnicas descritos en ella.
- Redactar y comunicar utilizando un lenguaje preciso y adecuado a la misma.
- Aprender por sí mismo otros conocimientos relacionados con la materia.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

- Presentación de la importancia de la imagen.
- Desarrollo de productos de diseño gráfico: logotipos, packaging, identidad corporativa, maquetaciones, visual merchandising.
- Desarrollo de productos de diseño digitales (páginas web, aplicaciones móviles), usabilidad del servicio y técnicas de testeo.
- Empleo del paquete adobe: Photoshop, Illustrator, InDesign.
- Realización de un proyecto gráfico.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura

Explicación de la guía docente

1. La importancia de la imagen

Fundamentos del diseño gráfico

Fundamentos del diseño digital: Service Design, UX & UI

Brief Proyectos digitales

2. User Research

Métodos cualitativos y cuantitativos

Investigación de campo

Análisis-Síntesis

UserTesting

Lookback

3. Content Strategy

Estrategia de producto digital

Requerimientos funcionales y requerimientos de contenido

Estructura de navegación

Diseño de interfaz, navegación e información

Visual Design & Design Systems. Sketch, Principle, Figma

4. Estrategia de marca. Desarrollo de productos digitales

Estrategia de marca

Brand Heart

Visual Guidelines

Tono y mensajes de marca

Creación de una Marca, trabajo en equipo, usabilidad y testeo.

Aplicación web y app.

5. Suite Adobe Creative · Desarrollo de productos de diseño gráfico

Manejo y empleo de las distintas herramientas aplicadas al diseño

Aplicación software de Adobe en un proyecto gráfico

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *Creación de un portfolio digital*. Los alumnos, de manera individual, tendrán que crear una página web en la que puedan ir incorporando los proyectos realizados en el master.

Actividad Dirigida 2 (AD2): *Diseño interactivo*. Divididos en grupos de entre 3 y 6 personas, los alumnos realizarán un ejercicio basándose en las distintas estrategias y métodos estudiados a lo largo del módulo.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
Clases magistrales	30	100%
Tutorías	15	20%
Estudio individual	50	0%
Actividades de evaluación	5	100%
TOTAL	100	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual / Proyecto asignatura	50%
Examen parcial	20%
Examen final	30%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual / Proyecto asignatura	60%
Examen final	40%

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos, imágenes o cualquier tipo de medio, de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará falta grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Allanwood, G., Beare, P., & Foz, C. M. (2015). *Diseño de experiencias de usuario: Cómo crear diseños que gustan realmente a los usuarios*. Barcelona: Parramón.

Arden, Paul. *Pienses lo que pienses piensa lo contrario*. ED. Maeva.

Bassat, Luis. *El libro rojo de las marcas*. ED. Espasa

Brand. *Las marcas según Wally Olins*. Ed. Turner.

Cervera Fantoni, A.L. (1998) *Envase y embalaje. La venta silenciosa*. Editorial ESIC.

Cuello, J. y Vittone, J. (2013) *Diseñando apps para móviles*.

Müller-Brockmann, J. (2012) *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.

Tena Parera, D. (2004). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Madrid: Ed. Pearson Educación.

Villafañe, J. (1985). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide.