

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA:

Diseño Gráfico

CÓDIGO: 501027 **CURSO:** 2025-2026

TITULACIÓN: Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2024/2025

Identificación y características de la asignatura					
Código	501027				
Denominación (español)	Diseño gráfico				
Denominación (inglés)	Graphic Design				
Titulaciones	Grado en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos				
Centro	Centro Universitario de Mérida				
Módulo	Específico				
Materia	Expresión Artística				
Carácter		ECTS	6	Semestre	5
Profesor/es					
Nombre	Despacho	Correo-e			
Telma Barrantes Fernández	21	tbarrantes@unex.es			
Área de conocimiento	Dibujo				
Departamento	Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal				
Profesor coordinador (si hay más de uno)					
Competencias					
Competencias Básicas					
1. CB1- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.					
2. CB2- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.					
3. CB4- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.					
Competencias Generales					
4. CG1- Desarrollar capacidades y aptitudes en los estudiantes para concebir, desarrollar, y ejecutar el proceso de diseño y rediseño de productos, conceptos y servicios, guardando un equilibrio entre la técnica y el contexto sociocultural, y respondiendo a las necesidades y tendencias de los usuarios, la empresa, el mercado y de la sociedad en general.					
5. CG2- Proporcionar los conocimientos y procedimientos necesarios desde una perspectiva técnica, científica, humanística y estética, garantizando un desarrollo					

sostenible y medioambiental y potenciando las capacidades creativas y de innovación necesarias para el desarrollo de productos.
6. CG3- Desarrollar habilidades para el desarrollo profesional futuro: trabajo en equipo, liderazgo, competitividad y posicionamiento del producto en la sociedad a través del desarrollo de técnicas de comunicación, marketing, toma de decisiones, entre otros...
7. CG4-Aportar a la formación académico-profesional una dimensión de responsabilidad y respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, formación que conlleve una toma de conciencia acerca de la vinculación necesaria entre el ejercicio de la actividad profesional y el respeto a la diversidad y a los valores humanos, sociales, culturales, económicos, culturales y medioambientales.
Competencias Específicas
8. CE8: Capacidad para la edición de imágenes y su empleo versátil y dinámico en el proceso de comunicación.
9. CE13. Conocer y aplicar los procesos de la percepción y la interacción entre el producto y el usuario.
10. CE20. Conocer los diferentes tipos de medios que subyacen en la comunicación multimodal mediante el conocimiento y análisis de herramientas tecnológicas de acceso y difusión de la información.
11. CE21. Desarrollar una visión general de los sistemas de comunicación multimedia y analizar aspectos relativos a la creatividad, el diseño electrónico e interfaz gráfica para la correcta comunicación, análisis y creación de productos y aplicaciones multimedia.
12. CE22. Crear, gestionar y presentar de forma eficiente documentos y presentaciones adaptadas a usuarios potenciales, valiéndose de documentos impresos y TIC's.
13. CE38. Observar, interpretar y documentar las tendencias del diseño.
14. CE40. Ser capaz de diseñar y rediseñar productos y servicios.
Competencias Transversales
15. CT10. Comunicación escrita (nivel de dominio 3) 16. CT21. Liderazgo (nivel de dominio 2)
15. CT10. Comunicación escrita (nivel de dominio 3) 16. CT21. Liderazgo (nivel de dominio 2)
Contenidos
Breve descripción del contenido ¹
Fotorrealismo y Edición de imágenes. Composición y Comunicación. Creación de productos gráficos, vinculados al branding. Integración del producto. Animación e Imagen en movimiento.
Temario

Denominación del tema 1: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO

Contenidos del tema 1: Origen de la imagen gráfica y evolución del diseño gráfico. Clasificación. El diseño en la sociedad. Metodologías. Comunicación audiovisual y elementos.

Descripción de las actividades prácticas del tema 1: toma de contacto con las herramientas.

Denominación del tema 2: LA IMAGEN FIJA E IMAGEN EN MOVIMIENTO

Contenidos del tema 2: Ilustración, Fotografía y Vídeo.

Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Elaboración de imágenes fotográficas, comienzo de ilustraciones e imagen vectorial.

Denominación del tema 3: MATERIALES Y SISTEMAS DE IMPRESIÓN

Contenidos del tema 3: Materiales involucrados en el Diseño Gráfico. Sistemas de impresión.

Descripción de las actividades prácticas del tema 3: identificar elementos de impresión en el diseño.

Denominación del tema 4: TIPOGRAFÍA

Contenidos del tema 4: Definición, elementos y clasificación. Construcción y deconstrucción. Legibilidad.

Descripción de las actividades prácticas del tema 4: caligrama y tipograma (finalizamos la práctica de ilustración). Diagramación.

Denominación del tema 5: LA IDENTIDAD CORPORATIVA

Contenidos del tema 5: Concepto de Branding. Clasificación. Composición del manual de identidad visual.

Descripción de las actividades prácticas del tema 5: Branding y Manual de Identidad Corporativa.

Denominación del tema 6: DISEÑO PUBLICITARIO Contenidos del tema 6: El mensaje y su difusión. Campaña.

Descripción de las actividades prácticas del tema 6: No hay prácticas.

Denominación del tema 7: DISEÑO EDITORIAL

Contenidos del tema 7: Definición. Maquetación y encuadernación.

Descripción de las actividades prácticas del tema 7: Elaboración de un diseño editorial.

Denominación del tema 8: DISEÑO GRÁFICO DEL PRODUCTO

Contenidos del tema 8: Envases, embalajes y etiquetas. Integración del producto

Descripción de las actividades prácticas del tema 8: Elaboración de un envase y/o embalaje.

Actividades formativas

Horas de trabajo del estudiante por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	CH	L	O	S	TP	EP
Presentación	1	1						
1	14	4		4				6
2	17	4		6			1	6
3	8	3		2			1	2

4	5			2			1	2
5	26	2		4				20
6	5	1						4
7	18	2		6				10
8	26	8		8				10
Evaluación	30	2		1				27
TOTAL	150	27		33			3	87

GG: Grupo Grande (85 estudiantes).

CH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

L: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)

O: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (30 estudiantes)

S: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes

Clases expositivas de teoría y problemas: Presentación de los contenidos de la asignatura y planificación de la participación de todos los estudiantes en las distintas tareas. Discusión de aspectos teóricos. Adicionalmente se realizarán charlas divulgativas realizadas por expertos y/o empresas de la materia.

Enseñanza participativa: Trabajos prácticos en grupos medianos o pequeños.

Tutorización: Actividad de seguimiento para tutela de trabajos dirigidos, consultas de dudas y asesoría en grupos pequeños o individuales.

Aprendizaje autónomo mediante el análisis de documentos escritos, la elaboración de memorias, el estudio de la materia impartida y desarrollo de los supuestos prácticos planteados.

Aprendizaje virtual. Uso de herramientas virtuales de comunicación entre profesor y estudiante e incluso entre los estudiantes entre sí.

En las sesiones de Grupo Grande el profesor describe los conceptos y metodologías de diseño, ilustrándolos con ejemplos. Para el desarrollo de estas sesiones se utilizarán presentaciones en formato informático que el profesor ha elaborado a tal efecto y sesiones específicas, con casos prácticos de aplicación teórica.

En las sesiones de Seminario/laboratorio, el alumno, con la ayuda del profesor, aplica las metodologías de diseño a casos prácticos, con desarrollos específicos sobre el ordenador y prototipos.

Resultados de aprendizaje

- Aprender los fundamentos del Diseño Gráfico y su aplicación en el Diseño Industrial.
- Formar en la norma, criterios y factores a tener en cuenta en la creación de la imagen corporativa.
- Aprender las funciones del diseño gráfico en distintos ámbitos: publicitario, editorial, de producto.
- Formar en el uso software específicos en Diseño Gráfico.
- Resultar convincente mediante la comunicación escrita, demostrando un estilo propio en la organización y expresión del contenido de escritos largos y complejos. (CT10, nivel de dominio 3).
- Transmitir confianza y mover a otros a la acción. (CT21, nivel de dominio 2).

Sistemas de evaluación

Los criterios de evaluación para ambas modalidades :

1. Demostrar la comprensión y adquisición de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura, utilizando de manera adecuada el vocabulario específico de la asignatura. Para tal se tendrá en cuenta el apartado teórico de la asignatura.
 2. Conocer y aplicar los fundamentos del Diseño. Este criterio se tendrá en cuenta en las sesiones y trabajos prácticos.
 3. Aplicar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de productos nuevos innovadores a partir del conocimiento del ámbito gráfico, a partir de la integración del Diseño Gráfico en el ámbito del Diseño Industrial y del desarrollo de productos. Este criterio se tendrá en cuenta en las sesiones y trabajos prácticos.
 4. Mostrar iniciativa respecto del grupo, tanto en las propuestas prácticas como en la participación teórica, desarrollada en las sesiones de gran grupo.
 5. Participar activamente en el desarrollo de la asignatura, mostrando claridad en la exposición oral y soltura en los conocimientos adquiridos. Este criterio será evaluado en las sesiones teóricas de la evaluación continua y en la exposición oral.
- Estos criterios se desarrollarán de acuerdo a los contenidos teóricos, prácticos. La evaluación podrá hacerse en dos modalidades:

Evaluación Continua

1-En la **parte teórica**: A medida que el curso avance, el alumno deberá realizar un examen final para la evaluación de los conocimientos teóricos adquiridos. En esta parte se valorará la capacidad de concreción, análisis y síntesis de dichos conocimientos. El examen estará compuesto de dos partes, en que se distribuirá el contenido teórico, y deberán de superarse las dos partes para aprobar la parte teórica.

La nota de esta parte podrá ser hasta de un 4,00 sobre la nota final.

2-En la **parte práctica**: la evaluación será continua. Se realizarán revisiones sucesivas de las prácticas en el aula, con defensa oral de los resultados, así como prácticas con entrega en fechas señaladas, no siendo posible la presentación fuera de dicha fecha. Para la evaluación de cada práctica será imprescindible cumplir todos los requisitos solicitados. Cada práctica llevará en la hoja de datos los criterios de evaluación correspondientes. (Se valorará hasta 4,00 puntos).

3-**Exposición Oral** de resultados durante la evaluación continua contará con una puntuación total de hasta 1 puntos. En este apartado se valorará especialmente la competencia de liderazgo, con un máximo de 0,5 punto.

4. **Memoria**: hasta 0,5 puntos

IMPORTANTE: Los alumnos que decidan optar a este sistema de evaluación deberán asistir habitualmente a las clases y no faltar en más de 3 ocasiones (3 faltas de asistencia), o no hayan entregado alguna práctica, en fecha y hora, pasarán directamente a ser evaluados en el formato de convocatoria tradicional. Para aprobar la asignatura los alumnos tendrán tener aprobadas tanto la parte teórica como la parte práctica.

Para la calificación de Matrícula de Honor se tendrá en cuenta la trayectoria global del curso académico, valorando para ello la asiduidad en la asistencia a las clases, la participación activa en las mismas y la ampliación de las prácticas más allá de lo estrictamente solicitado, mostrando en ellas el carácter de excelencia necesario para esta distinción. La calificación mínima de partida para considerar la M.H. será un 9,5.

Sistemas de evaluación	Porcentajes
Examen de certificación.	40,00%
Exposición oral de trabajos realizados.	10.00%
Realización de trabajos dirigidos (informes, casos prácticos, ejercicios y problemas).	40.00%
Memoria de prácticas externas	5.0%

Única Prueba de carácter global

1-En la **parte teórica**: se realizará un examen final para la evaluación de los conocimientos teóricos adquiridos. En esta parte se valorará la capacidad de concreción, análisis y síntesis de dichos conocimientos. El examen estará compuesto de dos partes, en que se distribuirá el contenido teórico, y deberán de superarse las dos partes para aprobar la parte teórica.

Se valorará hasta 4,25 puntos, teniendo en cuenta que la buena comunicación escrita, descrita entre los criterios anteriormente, será imprescindible para superar la asignatura.

2-En la **parte práctica**: Se entregarán todas las prácticas específicas de carácter obligatorio, similares a las propuestas en el aula, que deberán ser entregadas antes del examen. Además, se realizará una prueba práctica cuyos criterios de evaluación acompañarán a su realización. (Se valorará hasta 4,25 puntos).

3- Además, se sumarán a las calificaciones la **defensa oral** obligatoria, en fecha señalada. (Se valorará hasta 1,5 puntos). En este apartado se valorará especialmente la competencia de Liderazgo, con un máximo de 1 puntos.

IMPORTANTE: Para ser evaluados mediante este sistema el alumno podrá solicitarlo al comienzo de la asignatura, tener más de 3 faltas de asistencia durante el transcurso de la asignatura o no haber entregado alguna práctica en tiempo y forma. Para aprobar la asignatura los alumnos tendrán que tener aprobadas tanto la parte teórica como la parte práctica.

Para la calificación de Matrícula de Honor se tendrá en cuenta la trayectoria global del curso académico, valorando para ello la asiduidad en la asistencia a las clases, la participación activa en las mismas y la ampliación de las prácticas más allá de lo estrictamente solicitado, mostrando en ellas el carácter de excelencia necesario para esta distinción. La calificación mínima de partida para considerar la M.H. será un 9,5.

Para la calificación de Matrícula de Honor se tendrá en cuenta la trayectoria global del curso académico, valorando para ello la asiduidad en la asistencia a las clases, la participación activa en las mismas y la ampliación de las prácticas más allá de lo estrictamente solicitado, mostrando en ellas el carácter de excelencia necesario para esta distinción.

Sistemas de evaluación

Porcentaje

Examen de certificación.	42,5 %
Exposición oral de trabajos realizados.	15 %
Examen Práctico	42,5 %

Será obligatorio la entrega de prácticas (informes, casos prácticos, ejercicios y problemas) y una memoria de todas prácticas elaboradas

Bibliografía (básica y complementaria)

Basic Lite (2012). Barcelona: Index Book.
 Desarrollo de un proyecto gráfico (2010). Barcelona: Index Book
 BASSAT, L. (1999). El libro rojo de las marcas. Cómo construir marcas de éxito, Navarra: Espasa Calpe
 BRYONY GÓMEZ-PALACIO & ARMIN VIT (2009). Graphic design referenced. Minneapolis: Rockport publishers.
 CORRADINI, M. (2011). Crear: cómo se desarrolla una mente creativa. Madrid: Narcea.
 JONES, C. (1978). Métodos de diseño. Barcelona: Gustavo Gili.
 MELLADO, JM. (2006). Fotografía digital de alta calidad. Barcelona: Artual.
 MORGAN, C. L. (1998). Logos: Logotipos, identidad, marca, cultura, Barcelona: Index Books.
 MUNARI, B.(1983). ¿Cómo nacen los objetos?. Barcelona: Gustavo Gili.
 SATUÉ, H. (1997). El diseño gráfico en España: historia de una forma comunicativa nueva. Madrid: Alianza.
 SWANN, A.(1990). La creación de bocetos gráficos. Barcelona: Gustavo Gili.
 SWANN, A.(2001). Bases del diseño gráfico. Barcelona: Gustavo Gili.
 TENA, D. (2004). Diseño gráfico y comunicación. Madrid: Pearson-Prentice Hall.
 WUCIUS WONG (2012). Fundamentos del Diseño. Barcelona: Gustavo Gili

Bibliografía complementaria

Advertising Week. Guide for the Metadata. Ninth Anniversary. October 1-5, 2012. New York: Advertising Week.
 PHANURAT, P. (2012). 55 years of Helvetica. Bangkok: School of Digital Media (Sripatum University).
 SANZ, F. (2002). Diseño Industrial: desarrollo del producto. Madrid: Thompson.
 VILLAFANE, J.(1999). La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Pirámide.
 WEBB YOUNG, J. (2003). A Technique for Producing Ideas. New York: McGraw-Hill Professional.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Virtualización de la asignatura en la plataforma Avuex del campus virtual de la Universidad de Extremadura, <http://campusvirtual.unex.es>.