

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Motion Graphics and Video Compulsory subjects
SUBJECT	Postproduction II
SEMESTER (1-8)	5th
COURSE	3rd Graphic Design
TEACHER	Álex Beltrán

DIRECT HOURS	45
TOTAL HOURS	150
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	Postproduction I
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Efficiently use information and communication technologies.
 Conceive, plan and develop design projects according to the requirements and technical, functional, aesthetic and communicative conditions.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Have a scientific vision about the perception and behavior of form, matter, space, movement and color.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.
 Master the formal resources of expression and visual communication.

SUBJECT SUMMARY

Introduction to 3D as a tool for visual representation.
 Use of 3d for illustration, graphic design, prototyping and data visualization.
 Integration of video footage and 3d elements.
 Applying the principles of animation to 3d elements.

LEARNING OUTCOMES

The student will get an overview of 3d tools to use on a daily basis as a graphic designer and a motion grapher. They will acquire the skills to sketch and produce 3d concepts ready to render and produce.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

Session 1: Introduction to 3d and Cinema 4d

Session 2: Polygons, points, and edges.

Session 3: Basic creations tools

Session 4: Advanced creation tools

Session 5: MoGraph

Session 6: Rendering

Session 7: Dynamics

Session 8: Xpresso

Session 9: Project 1

Session 10: Project 1 presentation

Session 11: Project 2

Session 12: Project 2 Presentation

Session 13: Project 3

Session 14: Project 3 Presentation

Session 15: Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Each class will be documented and put together in a PDF to be delivered at the end of the semester with the three exercises. All as work files plus final renders.

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Participation in class (25%)
2. Project Presentation (25%)
3. Acquired knowledge from the program (25%)
4. Art direction for 3d projects (25%)

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

Cinema 4d Student version
Adobe CC

RETAKE CONTENT

Same as the regular course plus an exam on Cinema 4D

BIBLIOGRAPHY

Webs

Blogs on Motion Graphics

Motionographer

<http://motionographer.com/>

Art of the Title

<http://www.artofthetitle.com/>

Vimeo:

<http://vimeo.com>

Mograph

<http://mograph.net>

Blogs on Audiovisual Advertising

Shots Magazine

Boards Magazine (Interesante newsletter con información sobre las últimas producciones)

AdForum

Books:

"Moving graphics: new directions in motion design". Promopress, 2012

Shaw, Austin. "Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design" Focal Press.

Blazer, Liz. "Animated Storytelling" Peachpit Press.

Freeman, Heather. "The Moving image Workshop". Fairchild Books.

Fridsma, Lisa & Gyncild, Brie. "Adobe After Effects CC Classroom in a Book", Peachpit Press.

Braha, Yael & Byrne Bill "Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web" Focal Press.

CV

Álex Beltrán

Álex Beltrán has developed his role as a graphic designer, and then, focused on the world of advertising in several agencies in Barcelona and London. His multidisciplinary approach brought him to coordinate the video's team of the magazine ROJO and export self-created audiovisual shows (Sónar Barcelona, Design Made Korea, Lowlands ...). The cinema has also been one of his passions, engaging in post-production and color correction for films and commercials in Madrid and Barcelona. He currently works as a professor of video post-production tools and he is Master Trainer of Pro Applications and member of the Apple Consultants Network.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Fundamentos del Diseño
ASIGNATURA	Fundamentos del Diseño II
SEMESTRE (1-8)	2º
CURSO	1º Diseño Gráfico
DOCENTE	Carles Rodrigo
HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	6
PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

A través del proceso del diseño gráfico trabajaremos la investigación y la observación. Desde la búsqueda de la idea, pasando por el proceso de experimentación hasta el diseño y realización de una publicación y una intervención pública.

La asignatura comienza con investigación de campo y algunos ejercicios teóricos para continuar enfocándonos en dar vida a las ideas en forma física a través de técnicas de representación gráfica.

Se documentará la investigación y la presentación de cada proyecto en un blog de proyecto compartido con el fin de realizar un seguimiento y evaluar el progreso. ciutatdeparaules.com

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Analizar forma, capas y composición. Percepción y habilidades de observación.
Análisis de diseño y crítica basados en un enfoque multidisciplinar.
Teoría de proyecto, metodología y conceptualización.
Métodos de investigación y experimentación del proceso de diseño.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La ciudad es un lugar de reunión que combina calles estrechas con espaciosas plazas, avenidas con callejones sin salida, espacios verdes con espacios industriales, edificios singulares con grandes bloques de casas estándar y, escondidas en el paisaje de Barcelona, hay ideas. La gente se reúne en torno a estas ideas y usamos palabras para compartirlas.

Las palabras de moda se mezclan con las tradicionales. Las discusiones públicas se mezclan con conversaciones íntimas de la misma manera. Algunas palabras están reservadas para discusiones en la mañana y otras están reservadas para la noche o para las horas oscuras. El lenguaje de la ciudad siempre está evolucionando tanto semántica como visualmente.

“La Ciudad de las palabras” es una propuesta artística que ilumina y alimenta la confusión entre los deseos de los ciudadanos y sus formas de expresión”.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Organizar las distintas etapas en una metodología alcanzable.

Entender y poner en práctica la importancia de una investigación y exploración física de la materia.

Conocer diferentes técnicas de visualización de materiales.

Conocer los principios básicos del diseño: estructura, forma, color, espacio y volumen.

Entender el proceso de diseño.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1:

- **Introducción de la asignatura.**
- **Objetivos de la asignatura.**
- **Presentación sobre mapas y capas, ejemplos y técnicas.**
- **Creación de grupos lingüísticos mixtos.**
- **Establecer 250 m desde la escuela aprox. hasta la Plaça de la Virreina. mapear en aprox. 50 cm**
- **Cada grupo sale para crear un mapa, ilustrar la ruta hasta su ubicación, documentar la arquitectura, la orientación, la comunicación, los materiales de señalización, las personas (con fotografía) el entorno urbano, los muebles, etc.**
- **https://drive.google.com/open?id=1e2z1eRwVk_3pgBNNHqGzTbLSxtLQd2nm&usp=sharing**

Sesión 2:

Los alumnos deberán traer a clase ordenadores, sketchbooks, material de la investigación y fotografías

- **Presentar las capas del espacio físico, las texturas de comunicación, señalética, señalización, tipografía incrustada en la arquitectura. La propia arquitectura.**
- **Elegiremos hasta 4 elementos para cada una de las capas para que centran la narrativa del proyecto en torno a ellos.**

- Segunda mitad de la sesión: Introducción del concepto de intervención tipográfica y documentación en forma de publicación (periódico).
- <http://ciutatdeparaules.com/> blog del proyecto utilizado para la presentación y documentación del material del proyecto

Sesión 3:

- El lenguaje visual del espacio.
- Cada grupo realiza alzados de la calle y decodifica el material, que incluye semiótica, ideas de lenguaje (palabras). Sacando las palabras del espacio. Afinar el lenguaje y las palabras que se relacionarán con el proyecto final.
- Finalización del mapa

Sesión 4:

- Presentación final del mapa y material adicional.
- Durante la sesión los alumnos definirán el brief de su proyecto, documentando cómo lo afrontarán.

Sesión 5:

- Introducción por parte de los profesores a bases de investigación antropológica, entrevistas y técnicas de documentación.
- Inclusión/interacción de personas o conclusiones derivadas de su observación en las capas de su mapa.
- Estructurar con los grupos una lista de preguntas a hacer en la fase de investigación.
- Creación de publicación/libro en Din A5 documentando las entrevistas realizadas en el espacio. Tipo Fanzine. Investigación sobre fanzines.

<https://vimeo.com/252790735>

Sesión 6:

- Presentación de las fotografías de las personas entrevistadas y revisión de respuestas.
- Diseño de la publicación y discurso.
- Cómo encuadernar la publicación, técnicas de cosido.

Sesión 7 - Sesión 10

- Presentación de las publicaciones terminadas impresas. (en la impresora de la escuela / encuadernado manual)
- Introducción a las intervenciones del espacio físico. Tipologías, debate, interacción, acciones... Ejemplos basados en palabras y palabras construidas en el entorno.
- También se trabajan los mensajes, materiales, seguridad, controversia y sensibilidad respecto al espacio del proyecto propuesto.

Sesión 11:

- Investigación de diseño de periódicos <https://www.newspaperclub.com>
- Investigación de acciones.
- Propuestas de maquetación y diseño del periódico.
- Maquetas y propuestas para la propia intervención.

Sesión 12:

- Presentación de la documentación de la intervención grupal.
- Sesión de trabajo en aula

Sesión 13:

- **Sesión de trabajo en aula**

Sesión 14: Presentación final de la publicación**Sesión 15:**

- **Sesión de feedback.**

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Ejercicio 1 **“Investigación y documentación del entorno urbano”**

Ejercicio 2 **“Mapeo”**

Ejercicio 3 **“Libro de gente/vecinos”**

Ejercicio 4 **“Noticias del barrio”**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Limpieza y consistencia en la aplicación de los códigos gráficos y el uso de sistemas de representación, 20%
2. Uso de juicio y aplicación de soluciones adecuadas a problemas, 20%
3. Exactitud en la identificación del valor sintáctico y semántico de los artefactos y espacios. , 30%.
4. Coherencia en el proceso de trabajo, 30%.

Características**Grado**

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Cada estudiante debe tener un kit para cada clase.

El kit contiene: sketchbook, cutter, regla de metal, grapadora y grapas, papel, cinta adhesiva, pegamento y materiales de dibujo.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Realización de los ejercicios no realizados hasta alcanzar un nivel suficiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Edwards, Jeremy. **Objets anonymes**. Jean-Michel Place Editions, Paris 2000
- Barthes. R. (1957) **Mythologies**. Farrar, Straus and Giroux
- Maeda, J. (2006). **The Laws of Simplicity** (Simplicity: Design, Technology, Business, Life). MIT Press
- Ian Noble, Russell Bestley. (2004) **Visual Research: An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design**. (Bloomsbury Publishing)
- Marshall. P. (1997). **Research Methods: how to design and conduct a successful project**. Plymouth. How to Books Ltd.
- Shaughnessy, A. & Brooke, T. (2009) **Studio Culture: The secret life of the design studio**, Unit Editions.
- Ustwo London, **Pixel Perfect Precision** (<http://cdn.ustwo.com/PPP/PP3.pdf>) a guide to artworking for the screen
- Müller-Brockmann, Josef. **Grid Systems**
- Tyler. A. C. (1992). **Shaping Belief: The Role of the Audience in Visual Communications**. Design Issues, (Vol IX, No 1. PP.21-29)

CV

Carles Rodrigo

Diseñador gráfico y fundador de Carles Rodrigo Studio. Graduado en diseño gráfico en 2008 en Eina, Barcelona. Cuando aún cursaba sus estudios, en 2007, empezó su carrera profesional en Mucho. Su proyecto final de estudios 'Zarzuela Poster' fue incluido en el Wallpaper Graduate Directory 2009 y nominado en el Art Directors Club NY y en los premios Laus.

En 2012 se trasladó a Londres para unirse al equipo de Winkreative como diseñador y director de arte senior. Allí trabajó en proyectos editoriales y de identidad corporativa para clientes de gran escala como Monocle Magazine, Lexus, el Gobierno de Japón o Hermès, entre otros, hasta establecerse como diseñador independiente en 2014, fundando Carles Rodrigo Studio un año más tarde. Desde entonces vive y trabaja entre Londres y Barcelona, trabajando en un amplio rango de proyectos, desde identidad corporativa a diseño editorial, señalética o packaging, siendo la creación y uso de tipografía a base de su proceso de trabajo.

Esta labor la compagina con su cargo de docente en IED, a nivel de Grado y Máster, además de distintos workshops y conferencias de ámbito nacional e internacional.

Su trabajo ha sido reconocido por prestigiosas asociaciones como D&AD, Art Directors Club NY, Art Directors Club of Europe y Laus.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Lenguajes y técnicas de representación y comunicación
ASIGNATURA	Dibujo Técnico
SEMESTRE (1-8)	2º
CURSO	1º Diseño Gráfico
DOCENTE	Eduardo de Benito
HORAS FRONTALES	40
HORAS TOTALES	125
CRÉDITOS	4
PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Técnicas instrumentales de la estructura, expresión y representación bidimensional y tridimensional. Construcción, composición y transmisión de ideas, pensamientos e información. El dibujo en el proyecto de diseño.

Dibujo de observación, expresión y representación. Anàlisis de la forma y del espacio.

Geometría plana y descriptiva. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia. El lenguaje gráfico técnico y su dimensión comunicativa en el ámbito del diseño.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Recoger información significativa, analizarla, sintetizar la y gestionarla adecuadamente.

Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.

Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

El Dibujo Técnico, como lenguaje, debe ser exacto, claro y de fácil interpretación para quienes se sirvan de él. La materia permitirá desarrollar las habilidades necesarias mediante ejercicios de trazo preciso, manejo de instrumental de dibujo, montaje y técnicas complementarias que le darán destrezas para manejar el espacio bidimensional.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

El alumno deberá expresar sus ideas gráficamente y comunicarlas. Se desea capacitar al alumno para iniciarlo en la ejecución de dibujos simples. Para alcanzar este objetivo se parte de la construcción de figuras geométricas abordando las reglas indispensables y necesarias para una buena composición. Todo esto para enfocar los proyectos gráficos desde una primera premisa de construcción base.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción a la asignatura

Sesión 2: Geometría y proporcionalidad

Sesión 3: La proporción áurea y aplicación geométrica

Sesión 4: Dibujo constructivo

Sesión 5: Logotipo

Sesión 6: Ambigüedad gráfica y espacio

Sesión 7: Geometría plana

Sesión 8: Diseño estructural

Sesión 9: Packaging

Sesión 10: Diseño espacio

Sesión 11: Pictogramas

Sesión 12: Presentación del proyecto final

Sesión 13: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Construcción de un proyecto de señalética (packaging+libro) con sus respectivos bocetos técnicos y construcción de la retícula del libro.

Formato digital pdf: con el proyecto redactado y con las prácticas aplicadas en formato digital (Adobe Illustrator).

Se entregará al finalizar la asignatura.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo los parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

Prácticas diarias: 40%

Proyecto final: 60%

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9

Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

IED: Aula informática-sesión

Alumnos: Rotrings o rotuladores negros, láminas A4, reglas. Compás, regla, plantillas de círculos, papel milimetrado.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

El alumno que no haya superado el curso, tendrá que realizar el proyecto final, que consta de la creación de un sistema gráfico de pictogramas para una escuela de diseño.

Se tendrán que realizar 10 pictogramas, creando una retícula modular para generar dichos pictogramas y posteriormente aplicarlos sobre 5 soportes (mockups).

BIBLIOGRAFÍA

WONG, WUCIOS. *Fundamentos del Diseño bi y tri Dimensional* . Ed. Gustavo Gili

MULLER, BROCKMAN. *Retículas*. Ed. Gustavo Gili.

TOSTO, PABLO. *La Composición Aurea en las Artes Plásticas*. Librería Hachette, Buenos Aires, Argentina.

CV

Eduardo de Benito

Nació en Barcelona. Estudió un ciclo superior de diseño y producción editorial, entró a trabajar en Planeta, y posteriormente en el sector publicitario, en Ogilvy, Global (DDB HEALTH), MCCAN, DDB y actualmente en C14TORCE (DDB WORLDGROPU), como Director de Arte. Ha realizado un Postgrado en tipografía en la escuela Elisava.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Lenguajes y técnicas de representación y comunicación
ASIGNATURA	Comunicación de Proyecto II
SEMESTRE (1-8)	2º
CURSO	1º Diseño Gráfico
DOCENTE	Javier Pinilla / Marina Martínez
HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	200
CRÉDITOS	6
PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Representación gráfica utilizando la tecnología digital. Dispositivos y estrategias digitales.

Composición y percepción visual.

Técnicas instrumentales de la estructura, expresión y la representación bidimensional y tridimensional.

El lenguaje gráfico técnico y su dimensión comunicativa en el ámbito del diseño.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.

Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentando razonadamente.

Conocer procesos y materiales, y coordinar la propia intervención con otros profesionales.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Parte I: Introducción en el mundo de la creación de imagen vectorial a través de Adobe Illustrator,

por medio de sesiones centradas en la exposición de contenidos, de procesos prácticos para la presentación de ejercicios, y de análisis de ejemplos y experimentación por parte de los estudiantes.

Parte II: Consistirá en el manejo de la herramienta Adobe Photoshop aplicada a trabajos de retoque de fotografías y creación de composiciones. La metodología de la asignatura consistirá en mezclar clases teóricas con ejercicios prácticos y entregas periódicas de trabajos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Parte1: saber resolver y desarrollar representaciones gráficas diversas. Conocer el entorno y las herramientas básicas de trabajo de Adobe Illustrator.

Parte2: adquirir los conocimientos básicos sobre imagen digital y espacios de color, así como a dominar las técnicas básicas de composición de imágenes por capas de Photoshop y las de retoque de fotografías (mejora, alteración, etc.) y sus aplicaciones en diseño, publicidad, etc.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

PARTE 1

Sesión 1

Entorno de trabajo:

- La ventana de documento
- Las paletas de herramientas, los paneles y los inspectores
- Configuración de la página y ajuste de documento
- Navegación y desplazamiento en el documento
- Calidad de visualización
- Reglas y cuadrículas
- Utilización de las guías

Ejercicios prácticos sobre temática vista.

Sesión 2

El dibujo:

- Herramientas de selección
- Aplicación de color a las figuras
- Dibujo de figuras geométricas
- Trazados y curvas Bézier
- La herramienta de pincel y lápiz
- Nuevos controles del trazo
- Herramientas de deformación y degradados
- Las tijeras y la cuchilla
- Creación de símbolos. El spray de símbolos

Ejercicios prácticos sobre temática vista.

Sesión 3

El color:

- Selección y aplicación de colores
- Temas de color
- Muestras de color
- Pintar objetos
- Degradados
- Malla
- Transparencias
- Volver a colorear una ilustración

Ejercicios prácticos sobre temática vista.

Sesión 4

Planos:

- Dibujo en perspectiva
- Dibujo 2D-3D
- Seleccionar caras
- Seleccionar objetos
- Editar malla y Objetos

Ejercicios prácticos sobre temática vista.

Sesión 5:

Modificación de figuras:

- Creador de formas
- Desplazamiento de objetos
- Rotación y simetrías
- Cambio de escala e inclinación
- Modificación de atributos de contorno y relleno
- Creación de mallas de degradado
- Agrupar y unir objetos
- Operaciones de recorte
- Duplicación y clonación de objetos

Ejercicios prácticos sobre temática vista.

Sesión 6:

Texto y símbolos :

- Creación de cajas de texto
- Edición de fuentes y párrafos
- Creación de sangrías y tabuladores
- Opciones multilingües
- El editor de texto
- Buscar, reemplazar y corregir
- Fluir texto dentro de forma geométrica
- Unir texto y trazado
- Símbolos

Ejercicios prácticos sobre temática vista.

Sesión 7:

Apariencia y Efectos:

- Apariencia
- Efectos (opciones de rasterización)
- Efecto sombra
- Efecto desplazamiento
- Otros efectos (efectos de Photoshop)
- Efectos 3D (controles de los efectos 3D)
- Estilos gráficos

Ejercicios prácticos sobre temática vista.

Sesión 8:

Almacenamiento, exportación e impresión

- Formatos
- Exportación a otros formatos
- Empaquetado de archivos
- Exportación de recursos y Exportar para pantallas.
- Opciones generales de impresión

Revisión proyectos presentación final.

Sesión 9:

PRESENTACIÓN FINAL PARTE 1.

CIERRE ASIGNATURA, CONCLUSIONES, VALORACIÓN.

Sesión 10:

Sesión de feedback y notas Javier Pinilla

PARTE 2

Sesión 11:

Presentación profesora. Presentación alumnos.
Presentación de la asignatura. Estructura classes.
Criterios evaluación.

Sesión 12:

Tipos de archivos, características, ventajas e inconvenientes.
Paneles, herramientas y opciones en Photoshop.
Filtros. Los ajustes de Niveles y Curvas. Canal de color.

Sesión 13:

El concepto de Capa en Photoshop. Tipos de capas. Efectos de capa y modos de fusión. Las capas de ajuste. Exportación de capas.

Sesión 14:

Selección Marcos rectangular y elíptico, lazo y lazo poligonal, varita mágica y herramienta de selección rápida, selección por gama de colores. Tipos de selección: aditiva, sustractiva, etc. Selección con trazados. Borrador mágico.

Sesión 15:

Máscaras de capa bitmap y vectoriales. Capas de ajuste + Modos de fusión.
Cargar selecciones y almacenamiento. Compatibilidad con otros programas.
Manejo avanzado de capas.

Sesión 16:

Tampón de clonar, dedo, pinceles correctores y parches.
Retoque fotográfico publicitario. Herramientas de corrección selectiva.

Sesión 17:

Imagen en movimiento. Preparación de un GIF y exportación. Exportación y optimización según el medio (web, imprenta, laboratorio fotográfico). Resolución, densidad de color, tamaño y formato.
El formato PDF.

Sesión 18:

Corregir el color: color automático, neutralizar dominantes con colores inversos, filtros de fotografía, reconstruir el color a través de los canales, igualar color entre archivos, reemplazar colores, aumentar el contraste sin aumentar la saturación.

Sesión 19:

PRESENTACIÓN FINAL PARTE 2.
CIERRE ASIGNATURA, CONCLUSIONES, VALORACIÓN.

Sesión 20:

Sesión de feedback y notas Marina Martínez

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Partes 1 y 2: Ejercicios semanales y proyecto final

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

Partes 1 y 2:

1. Presentación visual (parcial) 25%
2. Presentación visual (final) 25%
3. Participación activa/Actitud en clase. 25%
4. Capacidad de observación y crítica. 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Parte1: Ordenadores con Adobe Illustrator

Parte2: Ordenadores con Adobe Photoshop y scanner

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Parte 1: Entrega final completa más trabajo especial.

Este último ejercicio se basará en la creación de un documento explicativo digital de 5 herramientas vistas durante el curso por medio de infografías (al menos 5 gráficos por herramienta).

Parte 2: Entrega final completa más trabajo especial.

Este último ejercicio requerirá una nueva presentación asumiendo un nuevo estilo de diseño para el 100% de los contenidos de la asignatura en formato revista. La presentación de esta nueva edición será digital y física.

BIBLIOGRAFÍA

Parte1:

<http://helpx.adobe.com/es/illustrator.html>

<http://helpx.adobe.com/es/illustrator/archive.html>

DesignTuts.

VectorBoom

Vectips

Parte2

: https://es.wikipedia.org/wiki/Joan_Fontcuberta

<https://helpx.adobe.com/es/photoshop>

<https://www.itsnicethat.com/>

CV

Javier Pinilla

Nacido en Colombia, donde inició estudios de diseño industrial para posteriormente trasladarse a vivir a Inglaterra donde estuvo trabajando y aprendiendo diferentes herramientas relacionadas no solo con el mundo del diseño sino también al de gerencia y manejo de proyectos a nivel grupal. Graduado por el Instituto Europeo de Design de Barcelona como diseñador gráfico, actualmente trabaja en la coordinación académica en el área de Visual Communication del IED, además de desarrollar proyectos independientes que van desde identidad de marca, audiovisuales e instalaciones interactivas.

Marina Martínez

Graduada superior en diseño gráfico por la escuela Eina, centro adjunto a UAB (2008-2012). Premio extraordinario a la trayectoria otorgado por la Comisión de Asuntos Académicos de la UAB. Ha trabajado en Clase Bcn, también haciendo algunas propuestas experimentales en Hijos de Martín y docencia en escuela Bau.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Lenguajes y técnicas de representación y comunicación
ASIGNATURA	Técnicas de Representación II
SEMESTRE (1-8)	2º
CURSO	1º Diseño Gráfico
DOCENTES	Marina Martínez / Elenio Pico
HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	200
CRÉDITOS	4
PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Dibujo de observación, expresión y representación de la tipografía. Análisis histórico y de la forma.

Métodos de investigación y experimentación propios de la materia. El lenguaje gráfico técnico y su dimensión comunicativa en el ámbito del diseño.

Técnicas instrumentales de la estructura, expresión y la representación bidimensional y tridimensional.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Recoger información significativa, analizarla, sintetizar la y gestionarla adecuadamente. Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación. Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo. Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Parte 1: Comprender el origen de la tipografía y cómo ha evolucionado en la historia. Aprender lo básico de la tipografía y su uso. Aplicar los conocimientos adquiridos en ejercicios prácticos.

Parte 2: El alumno desarrollará sistemas de comunicación visual estableciendo dos espacios fundamentales creativos. El primero relacionado con la generación de contenidos visuales y

conceptuales. El segundo relacionado con su ordenamiento dentro del espacio del diseño gráfico. Se establecerá contactos con sistemas de creación relacionados con la experiencia y los desarrollos creativos de la tipografía.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Parte 1: Los estudiantes comprenderán el origen de la tipografía y su evolución formal en cada período de la historia. Aprenderán sobre las connotaciones de cada tipo de letra y su impacto en la sociedad. Tendrán una base sólida para comenzar a componer tipografía y un criterio para adaptarla a cada proyecto.

Parte 2: El alumno adquirirá experiencia en la generación de contenidos, su ordenamiento conceptual y editorial. Incorporará hábitos de manipulación y traslación de información. Generará sistemas visuales de comunicación. Establecerá una experiencia a la que se asociarán sistemas de creación espontáneos relacionados con automatismos y gestualidad y los manipulará posteriormente en el terreno del análisis y la reflexión.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

PARTE 1

Sesión 1

Roma / Carlomagno / Gótico. El origen del alfabeto latino. Capital romana. Escritura uncial. La escritura carolingia. Tipografía gótica.

Partes de una letra: ¿Cuáles son los nombres y formas de cada parte de una letra?

Sesión 2

Renacimiento / Barroco / Rococó: contexto social y cultural. Gutenberg. Tipografía humanista. Nicholas Jenson, Aldus Manutis, Claude Garamond, William Caslon, John Baskerville, Giambattista Bodoni
Clasificación básica: ¿Cuáles son las categorías y subcategorías para clasificar familias tipográficas?

Sesión 3

Art Nouveau / Plakatstil: Contexto social y cultural. Inglaterra: William Morris, Arts & Crafts, Aubrey Beardsley, Arthur Mackurdo. Francia: Toulouse-Lautrec, Mucha, Cheret. Bélgica: Henri Van de Velde. Alemania: Peter Behrens, Lucian Bernhard

La forma de una letra: Cómo se construyen los alfabetos. Correcciones ópticas. Cursiva y cursiva falsa.

Sesión 4

Movimientos de vanguardia: contexto social y cultural. Futurismo: Marinetti, Depero. Dada: Hugo Ball, Cabaret Voltaire. Constructivismo ruso: El Lissitzky, Tatlin, Rodchenko

Partes de una letra ¿Cuáles son los nombres y formas de cada parte de una letra?

Espaciado: El concepto de la 'luz' de una letra, mayúsculas / minúsculas, tamaños pequeños / grandes, correcciones ópticas

Sesión 5

Bauhaus: contexto social y cultural. Herbert Bayer, Paul Renner, Jan Tschichold.

Línea y espacio entre las líneas: longitud de una línea, altura de ascendentes y descendientes, alineación de bloque / izquierda, serif / sans serif, puntuación

Sesión 6

Estilo suizo internacional: contexto social y cultural. Josef Muller-Brockmann, Emil Ruder, Armin Hofmann. Escuela de Basilea / Escuela de Zurich. Helvética, Univers, Frutiger. Neue Grafik

Hierarchy: Niveles de información, estructura, composición, cuadrícula, tamaño de una letra, peso de una letra, espacio en blanco

Resumen de trabajo final

Sesión 7

Años 60 y 70: contexto social y cultural. ESTADOS UNIDOS. Paul Rand, Milton Glaser, Saul Bass, hierba Lubalin

Expresión: la tipografía como elemento abstracto y formal, contraste, abstracción.

Sesión 8

Años 80 y 90: contexto social y cultural. Peter Saville, Tibor Kalman, Paula Scher, Escuela de Memphis, PC Boom

Imagen: Texto-imagen (contenido), texto-imagen (formulario), composición, cuadrícula

Contemporaneidad: contexto social y cultural. Radim Pesko, Jacob Wise, Mirko Borsche

Imagen: Texto-imagen (contenido), texto-imagen (formulario), composición, cuadrícula

Presentación final del trabajo

Sesión 9:

Presentación final Parte 1. Entrega digital y física del material creado.

Sesión 10:

Sesión de feedback y nota de Marina Martínez

PARTE 2

Sesión 11:

Presentación de la asignatura introducción a los sistemas de pensamiento y creación gráfica Letrista.

Análisis de una pieza gráfica y de posibles procesos de destrucción, deconstrucción y reconstrucción.

Sesión 12:

Primera entrega de material gráfico producido. Análisis colectivo de las piezas.

Sesión 13:

Segunda experiencia sobre la experiencia. Análisis colectivo. Presentación por parte del profesor de los requisitos y necesidades para la traslación del material de producción analógica al ordenador y su editorialización.

Sesión 14:

Presentación de la segunda experiencia. Sistema productivo. Creación de personajes, investigación sobre culturas primitivas. Sistemas de representación apoyados en la simplicidad y la geometría.

Sesión 15:

Análisis colectivo de la producción. Presentación por parte del profesor de los requisitos y necesidades para su editorialización.

Sesión 16:

Presentación de la tercera experiencia. La palabra y los sistemas de presentación gráfica. Selección y asociación automática. Sistemas constructivos no razonados. (trabajo grupal)

Sesión 17:

Entrega de collages de palabras analógoco. Análisis colectivo.

Traslación de los collages a sistemas estáticos y dinámicos de diseño digital. Editorialización de los mismos. Creación de piezas digitales (carteles).

Sesión 18:

Presentación de la ejercitación y análisis colectivo.

Sesión 19:

Presentación final Parte 2. Entrega digital y analógica del material creado.

Sesión 20:

Sesión de feedback y nota de Elenio Pico.

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Parte1: Al final de cada sesión, los estudiantes desarrollarán un ejercicio rápido sobre los conocimientos adquiridos en la parte de la clase de 'teoría de la tipografía'.

Cada semana, los estudiantes tendrán que hacer un ejercicio en casa (por lo que de ellos se tratará sobre la historia de la tipografía y otros sobre la teoría de la tipografía).

El proyecto final se presentará oralmente y se entregará en formato físico y digital.

Parte 2: Entregas parciales ejercicio nº1: dos piezas analógicas originales.

Entregas parciales ejercicio nº2: seis piezas analógicas originales.

Entregas parciales: ejercicio nº3: piezas analógicas originales y carteles digitales tamaño a3. La Cantidad de piezas queda a criterio del grupo.

Entrega final: presentación del material analógico y su editorialización en formato PDF e impreso.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

Partes 1 y 2:

1. Presentación visual (parcial) 25%
2. Presentación visual (final) 25%
3. Participación activa/Actitud en clase. 25%
4. Capacidad de observación y crítica. 25%

Características**Grado**

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Parte 1: ilustrador, Photoshop, lápiz, tijeras y pegamento, marcador negro.

Parte 2: Para las sesiones de retrato iniciales se trabajara en el plató de fotografía
Para el resto de las sesiones aulas de informática.

Ejercicio número 1:

Dos revistas. Cinta cello transparente de 5 cm. De ancho. Tijeras, Cutters.
Ejercicio número 2: Cartulina, dos colores. Tijeras, Cutters, pegamento plástico (no en barra). Cinta imantada adhesiva.
Ejercicio número 3: Pegamento. Tijeras. Material gráfico impreso. (Revistas, periódicos, etc.)
Todos los ejercicios serán procesados por medio de fotografía, scanners y ordenadores en su etapa final.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Parte 1: Los alumnos tendrán que repetir el trabajo final y todos los ejercicios que hayan suspendido acompañados de un dossier explicativo con la justificación de sus propuestas.

Parte 2: Entrega final completa más trabajo especial de editorialización.
El ejercicio requerirá una nueva presentación asumiendo un nuevo estilo de diseño para el 100% de los contenidos de la asignatura en formato revista. La presentación de esta nueva edición será digital y física.

BIBLIOGRAFÍA

Parte 1:
Type. Jost Hochuli
The Elements of Typographic Style. Robert Bringhurst
Modern Typography. Robin Kinkross
James Mosley: Sobre los orígenes de la tipografía
Gerar Unger: ¿Qué ocurre mientras lees?

Parte 2:
El puño invisible. Carlos Granés. Taurus. Fundación Santillana.

CV

Marina Martínez

Graduada superior en diseño gráfico por la escuela Eina, centro adjunto a UAB (2008-2012). Premio extraordinario a la trayectoria otorgado por la Comisión de Asuntos Académicos de la UAB.
Ha trabajado en Clase Bcn, también haciendo algunas propuestas experimentales en Hijos de Martín y docencia en escuela Bau.

Elenio Pico

Desarrolla su trabajo en diferentes campos de la comunicación visual y la educación. Como autor de ilustración pública sus trabajos en las editoriales New Amsterdam y Canvas Foundation (Holanda), Alfaguara y Pequeño Editor (Argentina), Bologna Children Book Fair (Italia), L'Assosiation (Francia) Abadía de Montserrat y Punt d'Intercanvi (Catalunya), entre otras. Desarrolla actividades en Argentina como comisario de Exposiciones en el Centro Cultural Recoleta. En Catalunya experimenta con la animación para web y obtiene en cuatro oportunidades el Premio Junceda otorgado por la asociación Profesional de Ilustradores de Catalunya (APIC).

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

ASIGNATURA	Volumen
SEMESTRE (1-8)	2º
CURSO	1º Diseño Gráfico
DOCENTE	Susana Zarco y Yadira García

HORAS FRONTALES	40
HORAS TOTALES	75
CRÉDITOS	3

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Investigación del volumen y la concepción espacial. Métodos de investigación y experimentación. Técnicas instrumentales de la estructura, expresión y la representación bidimensional y tridimensional. Construcción, composición y transmisión de ideas, pensamientos e información. El dibujo en el proyecto de diseño. Dibujo de observación, expresión y representación. Análisis de la forma y del espacio. Valoración y representación de la luz. Memorización y movimiento.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Recoger información significativa, analizarla, sintetizar la y gestionarla adecuadamente.
Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Investigación del volumen y la concepción espacial. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

1. SÓLIDOS-RÍGIDOS (ESPUMA POLIURETANICAS)

2. SÓLIDOS-BLANDOS (PLASTILINA, YESO)
3. PLANOS (CARTÓN, PAPEL)
4. PLANOS BLANDOS (TEJIDOS O MATERIALES EN ROLLO)

ESCALAS DE TRABAJO

1:1 moda y prototipos productos uso cotidiano (referencia personas)

Se podrá cambiar la escala en el caso concreto de algún ejercicio (a definir).

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conseguir que el alumno pueda expresar su creatividad, a través de la materia, en cualquier tipología del diseño (Visual, objeto, espacio) a través de diferentes materiales y a través de diferentes escalas.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

1a PARTE: SÓLIDO-RÍGIDO (ESPUMA POLIURETANO) Y SÓLIDO BLANDO (PLASTILINA Y YESO)

CLASE 1: INTRODUCCIÓN + Lanzamiento del primer enunciado + trabajar en la primera propuesta.

Diseñar mediante dibujo, con colores para diferenciar las distintas partes, texturas, un asiento de bicicleta o la horma un zapato bajo/zapatilla deportiva/botín, a desarrollar en espuma azul, escala 1:1.

Enseñamos la metodología de trabajo: Uso de herramientas, plantillas, estrategias de corte, lijado, acabados etc. Pedimos plastilina de los colores que el alumno necesite según su diseño, para poder trabajar durante la siguiente sesión.

CLASE 2: Desarrollo de la pieza de espuma. Teniendo en cuenta ergonomía, el gesto de la forma, proporciones. A partir de la pieza acabada de espuma azul, procedemos a cubrirla con plastilina, prestando atención a las distintas partes de la pieza (diferentes texturas, colores, las uniones (partage o costura).

TRAER 1 bloque de plastilina blanca para la siguiente sesión

CLASE 3: Desarrollo y entrega de las piezas acabadas.

Ejercicio: Realizar un molde de yeso de una bombilla y reproducirla en otro material.

CLASE 4: Introducción a los moldes básicos de yeso (abiertos, de dos y de tres partes). Entender cómo deben ser las piezas para que desmoldeen, cómo es el negativo de una pieza, los partages.

Preparación de la primera parte del molde.

CLASE 5: Segunda parte del molde.

CLASE 6: Colada/ENTREGA

EJERCICIOS A ENTREGAR:

- Zapato, bota, botín acabado, con un Panel que muestre una buena foto de la pieza y ésta en contexto, por ejemplo, un anuncio.
- Molde y pieza colada
- Dossier con los ejercicios realizados.

2a PARTE: TEJIDOS

CLASE 1: INTRODUCCIÓN + Presentación a los materiales y herramientas necesarias. Trabajo con papel para resolver volúmenes prestando atención a diferentes tipos de pliegues y uniones pasando de 2D a 3D. (Para esta clase es necesario que los alumnos cuenten con materiales como papel tamaño D4, lápiz, tijeras y reglas.)

CLASE 2: Comenzaremos a dibujar sketches del trabajo final que puede ser una falda, un bolso o un asiento. Desmontar un accesorio tipo bolsa, estuche, para volver a montarlo.

CLASE 3: Desarrollar en papel el patrón del objeto a realizar.

CLASE 4: Continuación del patrón y comienzo de montaje.

CLASE 5: Montaje.

CLASE 6: Montaje y presentación final.

CLASE 7: Notas y feedback de las 2 partes de la asignatura

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Primera parte:

- Zapato, bota, botín acabado, con un Panel que muestre una buena foto de la pieza y ésta en contexto, por ejemplo, un anuncio.
- Molde y pieza colada
- Dossier con los ejercicios realizados.

Segunda parte:

Un bolso o mochila, un asiento o una falda acompañado de un portafolio con bocetos, fotos del proceso y una foto de calidad del producto final.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria la evaluación de las asignaturas se llevarán a cabo siguiendo los parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Dominio de los sistemas de representación gráfica 25% (sketches, planos, presentaciones)
2. Capacidad de experimentación 75% (trabajo en taller, control de materiales, técnicas y recursos, pulcritud en los acabados, proporcionalidad)

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Material a adquirir en el taller de Moda: (papel de patronaje (3m) (2€).

Material a adquirir en el taller de Design, y en clase: espuma poliuretano de color azul (1,5€)

Materiales: Los alumnos deberán comprar en el taller la espuma de poliuretano durante la sesión de trabajo. Es importante que los alumnos dispongan de un mínimo de herramientas: papel, lápiz, reglas,

tijeras, cutter, lima gruesa y lima fina, papel de lija o lija con base de esponja. **Mascarillas desechables para no respirar el polvo.**

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Las entregas hechas durante el curso.

BIBLIOGRAFÍA

MAQUETAS, MODELOS Y MOLDES . MATERIALES Y TECNICAS PARA DAR FORMA A LAS IDEAS. JL Navarro. Universitat Jaume I, 2009. Available in the Mediateca.

Art of Sole. Intercity. Laurence King; Edition: 01 (April 2, 2012)

Fifty Shoes That Changed The World (Design Museum Fifty) (English) Hardcover - Sep 5, 2015
by Alex Newson (Author)

Diseño de calzado (Gg Moda (gustavo Gili)) Editorial Gustavo Gili, S.L.; Edición: 1 (22 de febrero de 2013)

<https://www.youtube.com/watch?v=FQ1A7ZjTsx8&t=47s>

<https://www.youtube.com/watch?v=y2cV2kMrzCk>

<https://www.youtube.com/watch?v=E-lcyDp3S1U>

<https://www.youtube.com/watch?v=78hA3UsNNbM>

Valero Ramos, Elisa. *La materia intangible*. Valencia: Ediciones Generales de la Construcción.2004

Manzini, E.; Meroni, A. "The slow model: a strategic design approach". *Gastronomic Sciences*, núm. 1 (2007), p. 70-75.

Fuad-Luke, A. "Slow design" – a paradigm shift in design philosophy? [en línea]. 2002. [Consulta: 13 de abril de 2012]. Disponible en: <http://www.arts.ulst.ac.uk/artm/courses/jdmm/emotion/slow-des.pdf>

CV

Susana Zarco

Diseñadora multidisciplinar. Profesora en IED Barcelona, y coordinadora de los cursos OneYear Global Design y Summer Course in Global Design. Responsable académica del área design IED Master.

Yadira García

Graduada en Historia del Arte y Diseño de Moda. Ha trabajado en Italia y España. Desde el 2006 trabaja como diseñadora y patronista freelance. En 2008 crea un estudio de diseño vintage, donde todavía trabaja. Empieza a trabajar en FDI como asistente de taller en patronaje y confección. Previamente trabajó como estilista, peluquera y maquilladora en publicidad y cine en Los Angeles, USA y España.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Cultura del Diseño
ASIGNATURA	Sociología
SEMESTRE (1-8)	2º
CURSO	1º Diseño Gráfico
DOCENTE	Rosalía Gandaio
HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4
PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Conocer las claves sociales que explican el comportamiento del consumidor
 Interiorizar la necesidad de estudiar la realidad social para conocerla mejor cuando queremos lanzar un proyecto.
 Conocer las herramientas necesarias para crear perfiles sociológicos.
 Conocer las herramientas básicas de los estudios de opinión.
 Desarrollar las habilidades para entender los comportamientos sociales a partir del conocimiento de sociedades pasadas, presentes y futuras.
 Captar el valor del arte y de las humanidades como descriptores de la sociedad.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Integrar adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
 Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
 Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.
 Ser capaces de adaptarse a los cambios ya la evolución tecnológica industrial.
 Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.
 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
 Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Fundamentos de sociología y cultura del consumo.

Significado del diseño en la cultura y sociedad contemporánea.

Identificar la importancia de cómo se da la información con las herramientas de análisis cuantitativos y cualitativos propios de las técnicas de investigación del consumidor.

Conocer las principales teorías sociológicas que tienen relación con el diseño. Conocer las microteorías útiles aplicables a la realidad cotidiana.

Conocer los distintos tipos de sociedad para entender los mecanismos de funcionamiento general.

Conocer las herramientas de debate, creación y presentación de ideas.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Significado del diseño en la cultura y la sociedad contemporánea.

Comprensión de la cultura del consumo.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1 : PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

- Presentación del profesor y de los alumnos.
- Presentación de los objetivos académicos de la asignatura y de cómo se inscriben en la formación holística de un diseñador.
- Presentación de bloques de contenidos y de los ejercicios, y por lo tanto de los criterios de evaluación de la asignatura.

Las personas y las ciencias sociales

¿Qué son las Ciencias Sociales? Repaso a sus principales autores y líneas de investigación.

Ramificación de las Ciencias Sociales: están presentes en todos los ámbitos de nuestra vida.

¿Cómo puede un diseñador servirse de sus herramientas y aplicarlas en su ámbito profesional?

Descripción de las fases y agentes involucrados en un proyecto empresarial y de diseño. Acercar brevemente conceptos como la Sociología y la Antropología aplicadas a los negocios, la investigación del consumidor y los estudios de mercado (al servicio del diseño).

Sesión 2 : EL CONSUMISMO

El consumo y su valor: ¿Qué significa consumir? La comunicación de la identidad a través del consumo.

- Repaso a la evolución del consumismo con especial incidencia en sus orígenes: desde la 2ª R.I., el éxodo rural a las grandes ciudades, el desarrollo de las sociedades modernas; paralelismo entre la nueva distribución del trabajo con la dilución de responsabilidades y el fenómeno de anomia social. el siglo XXI y realizar un repaso a las actuales tendencias de consumo y sus fenómenos asociados. Esto deberá llevarnos a introducir conceptos como la globalización y el consumo local, la deslocalización de la producción y la reestructuración industrial, el impacto de la educación en el desarrollo de los pueblos y su incidencia directa en el crecimiento de la población mundial.

Ejercicio: a partir de la visión de diferentes spot publicitarios definimos el consumidor medio y exploramos su vida y su comportamientos. ¿Por qué la investigación es imprescindible hoy en día? Explicación de la modalidad de ensayo y entrega de los artículos.

Sesión 3: LAS MARCAS

¿Por qué consumimos?

El estudio de las marcas y del consumidor.

Branding: ¿Qué es una marca? Su ayer y su hoy ; ejemplos históricos como los inicios de P&G, Bayer y CocaCola.

¿Por qué las marcas nos seducen y cómo?

Brand engagement: compromiso y responsabilidad de las marcas, entre promesas y lifestyle.

La construcción de las necesidades como herramienta de comunicación.

+(presentación individual 1)

Sesión 4: LOS PATRONES DE CONSUMO

Estudio del consumidor

El análisis de atributos de marca (profusión de ejemplos y campañas concretas, acertadas y desacertadas, de los top of mind vs realidad y de cómo las marcas reinventan su identidad -Hermés, Loewe y sus millenials-). Introducción al mapping. Qué es un DAFO.

Práctica.

+(presentación individual 2)

+(presentación individual 3)

Sesión 5: METODOLOGÍA (1), el análisis cualitativo.

¿En qué consiste el análisis cualitativo?¿Cuáles son sus principales técnicas? ¿Cuándo se aplica? ¿Cómo?

Se presentarán ejemplos de trabajos de análisis cualitativos. Cómo sistematizar y estructurar la información que recogemos sobre las interacciones entre individuos y grupos.

- Dos metodologías distintas y complementarias: Big Data VS el análisis antropológico.

Ejercicio grupal: visualización de un video-entrevista con el objetivo de identificar las características personales del entrevistado e idear un producto/servicio/... lo más personalizado posible.

Big Data vs observación de tendencia: coolhunting HOY (presentación de la plataforma WGSN) y OpenData Bcn.

TRABAJO DE GRUPO: Empezamos el trabajo de grupo con la formación de grupos, la entrega del briefing y el retroplanning.

Sesión 6 : METODOLOGIA (2), el análisis cuantitativo.

¿En qué consiste el análisis cuantitativo?¿Cuáles son sus principales técnicas? ¿Cuándo se aplica? ¿Cómo? Se presentarán ejemplos de trabajos de análisis cuantitativo.

- Introducción a la demografía (los Z y la generación Millennials).

Los datos y la importancia de representarlos de forma clara y eficaz.

Ejercicio grupal: diseñar una infografía en relación a una base de datos.

Sesión 7 : PLANIFICACIÓN DE PROYECTO

¿Cómo se diseña un proyecto de investigación? Definir hipótesis, preguntas de investigación y objetivos, organizarse en equipo, controlar timings y recursos necesarios. Aprender a planificar y empezar proyecto de investigación.

Trabajo de grupo: a partir de un ejemplo de empresa y un problema, los grupos tendrán que definir una metodología para la recogida de datos.

Sesión 8 & 9: PSICOLOGÍA SOCIAL

Haciendo especial hincapié en el método utilizado, exploramos diferentes experimentos sociales clásicos. Milgram, Ariely y otros.

+(presentación individual 4)

+(presentación individual 5)

Sesión 12 : SESIÓN DE TRABAJO

Sesión de tutorías de los trabajo grupales.

Sesión 11 & 12 : SOCIOLOGÍA URBANA

La ciudad y el estudio de la interacción humana en el entorno urbano, las tribus urbanas. La evolución de las ciudades: arquitecturas, dimensiones y propósito. Cuando la crisis económica rediseña una ciudad, el caso de Detroit.

+(presentación individual 6)

+(presentación individual 7)

+(presentación individual 8)

+(presentación individual 9)

+(presentación individual 10)

Sesión 13 & 14 : SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

El impacto de la comunicación y cómo los medios están presentes en cada momento de nuestras vidas es innegable: dimensión de su presencia.

+(presentación individual 11)

La teoría de la aguja hipodérmica y análisis de mensajes recurrentes.

Supervisión trabajo de grupo.

Sesión 15 : LAS TENDENCIAS DIGITALES: ANALÓGICO, TECNOLÓGICO Y VINTAGE.

Las revoluciones digitales y el re-descubrimiento de lo “analógico”.

Los ciclos económicos, el concepto de “innovación” y las tendencias de consumo.

Debate abierto: El peso real y el peso ideal de las tecnologías en nuestras vidas.

Sesión 17 & 18 : ÉTICA, DISEÑO Y SOCIEDAD

Presentación del tema de la ética en nuestro trabajo, ¿Qué significa un trabajo “ético”? ¿Para quién tiene que ser ético? Ejemplos de diferentes trabajos considerados más y menos éticos.

Design for the future ¿Cuál es el ámbito de impacto del diseñador y su responsabilidad en él?

Utilizando la proyección de datos, contextualizamos cambios presentes en el que el diseño (de producto, gráfico y moda) tiene una implicación directa y analizamos las expectativas de futuro que vislumbran.

Comprensión del entorno inmediato y global para el estudio del consumidor.

Producen las ciudades individuos estandarizados. ¿cuál es su futuro?

Proyecciones de evolución de grandes ciudades :

Ciudades futuristas // desarrollo sostenible // desarrollo político // desarrollo ético

+(presentación individual 13)

+(presentación individual 14)

Práctica: realizamos un DAFO de la ciudad de Barcelona retomando lo aprendido en Open Data Bcn.

Sesión 19 : Presentaciones de trabajos finales

Sesión 20 : Feedback y notas

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Ensayo:

siguiendo la técnica clásica de ensayo, se pretende dar herramientas de comunicación escrita a los alumnos para que sean capaces de argumentar y defender sus argumentos cuando así lo requiera una situación.

El ensayo versará sobre un tema relacionado con los contenidos de la asignatura sin ceñirse excesivamente a ellos para que no contesten como en un ejercicio de pregunta/respuesta para así plantear un desafío intelectual.

La base de partida de su tema será una lectura directamente relacionada con su presentación individual: de este modo el alumno hace una reflexión intelectual sobre el tema la cual le sirve como punto de partida de su presentación individual. Creemos que esta es la mejor vía para suscitar el interés del alumno que presenta y el de sus compañeros , de hacerlo de forma estructurada y así iniciar el debate en la clase.

Dicho desafío es también metodológico pues la máxima extensión del ensayo será de 2 páginas. De este modo también aprenderán a desechar los argumentos que no sean imprescindibles y a ser sintéticos.

Para ello, todos aquellos alumnos que lo requieran pondrán practicar con un primer tema, el cual será corregido tantas veces sea necesario por el profesor.

Entrega digital, pdf

Presentación individual:

El alumno liderará una parte de una clase preparando y presentando su contenido (ver ensayo).

Presentación en clase: Dicha exposición se realiza no para y al profesor, sino al resto de sus compañeros. Serán tan importantes sus contenidos como su propósito didáctico.

Extensión: tiempo no inferior a 10 minutos y no más de 20 minutos (en caso de incluir alguna recurso audiovisual).

Debe permitir abrir debate con el resto de compañeros.

En función del número de alumnos en el grupo, las presentaciones podrán ser efectuadas en tándem. En este caso el profesor determinará dos puntos de vista sobre el tema, y cada uno deberá defender la suya (como en los torneos de debate) y trabajar la presentación de forma conjunta. No así los ensayos.

Entrega digital, pdf

Trabajo de grupo:

Se trata de un juego de roles en el que los equipos escogidos por el profesor (4 alumnos - mínimo 3, máximo 5) se constituyen en agencia de comunicación/proyecto/diseño y el profesor será el cliente. Cada equipo se verá asignada una marca/empresa para la cual deberá realizar propuestas de mejoras futuras.

Para ello deberá argumentarlas lo cual requiere de un análisis de su situación (atributos de marca, mapping, DAFO preliminar), estudio de mercado y consumidor (aplicando la metodología explicada en clase) y posterior análisis e interpretación de resultados. No sólo eso sino que también deberán realizar una presentación formal al cliente (profesor).

Presentación en clase: Dicha presentación debe ser en forma y estética muy exigente para que el proceso de aprendizaje sea lo más completo posible.

Extensión aproximada 15 minutos, penúltimo día de clase.

El objetivo de este ejercicio es la puesta en práctica de los conocimientos impartidos en clase además de la comprensión del proceso de diseño y creación con contexto, de cara a comprender mejor las necesidades y expectativas del cliente interno y externo.

Los grupos deberán entregar un report del trabajo de una extensión no superior a 5 páginas.

Entrega digital, pdf

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Presentación oral y visual : 25%
2. Capacidad para el trabajo de grupo: 25%
3. Capacidad de observación y sentido crítico: 25%

4. Participación activa: 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

No requiere de material específico.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Los alumnos que no hayan alcanzado una nota media de 5/10 deberán recuperar la asignatura. La recuperación consistirá en una propuesta de plan de investigación de no más de 2 páginas. El tema será individual y enviado, a través de coordinación académica, a su debido tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

Aiken, J., Schlieder, V., & Wasson, C. (2014). "No More Cakes and Ale?" Discovering Ethical Gray Areas in a Design Anthropology Class. *Journal of Business Anthropology*, (Special 1), 38–61.

Baba, M. L. (2012). Anthropology and Business. *Journal of Business Anthropology*, 1(1), 20–71.

Blomberg, J., Burrell, M., & Guest, G. (2003). An ethnographic approach to design. *The HumanComputer Interaction Handbook*. Fuqua, G. B. N. G. J. L. (2012). *Journeys for Water - Survival Strategies in Urban India*.

Graffam, G. (2010). Design Anthropology Meets Marketing. *Anthropologica*, 52(1), 155–164.

Frascara, J. (Ed.). (2003). *Design and the social sciences: making connections*(Vol. 2). CRC Press.

Jeanette Blomberg. (1993). Ethnographic Field Methods and Their Relation to Design. In *Ethnographic Field Method*, 123–155.

Jeffries, O., Lyons, P., Tang, B., & Bodur, B. (2008). *Savda Ghewra Resettlement Colony: Landscapes of Change*.

Jewell, C. (2013). R. (2006). *Experience Models: Where Ethnography and Design Meet*. EPIC, 82–93.

Jordan, A. T. (2010). How Anthropologists Can Succeed in Business: Mediating Multiple Worlds of Inquiry. *International Journal of Business Anthropology*, 1(1), 45–56.

Robert W. Verzyer, Jr. (1995), *The Place of Product Design and Aesthetics in Consumer Research*. *NA – Advances in Consumer Research* Volume 22, 641-645.

Segelström, F., Raijmakers, B., & Holmlid, S. (2009). *No logo*, Naomi Klein (1999, Picador)

CV

ROSALIA GANDAIO

Licenciada en Ciencias Económicas y Licenciada en Comunicación Audiovisual. Ha tenido responsabilidades ejecutivas de marketing en empresas multinacionales del campo de la Cosmética (como L'Oréal, Revlon o Church & Dwight), así como un papel de guía líder en negocios digitales (Agencia de Medio Ambiente de UNO, puesta en marcha del consejero y estrategia de gamificación). Su trabajo relevante ha sido galardonado varias veces con los premios "Mejor Producto del Año" entre otros (Mejor Cambio de Marca, Mejor Diseño, Mejor Lanzamiento del Año).

Es profesora universitaria (IED, ESERP, ESIC) y consultora senior en Open Innovation and Strategy para empresas de asesoramiento internacional como Bearing Point o Atheneum.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Historia del Arte y del Diseño
ASIGNATURA	Historia del Arte y del Diseño
SEMESTRE (1-8)	2º
CURSO	1º Diseño Gráfico
DOCENTE	Isabel Causadias
HORAS FRONTALES	30 / 60
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	6
PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Dotar al alumno de las herramientas adecuadas para localizar elementos de arte del pasado que continúen vigentes en la actualidad.

Vincular conceptos de historia del arte con el campo profesional del Diseño.

Reflexionar sobre la interacción entre la producción artística y su contexto.

Poder reconocer los espacios institucionales y alternativos de las prácticas artísticas.

Conocimiento, análisis y significado del arte.

Historia y teoría de las artes, la arquitectura, el diseño y la moda.

Sociedad y arte.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

Integrar adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.

Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.

Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.
Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.
Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.
Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La asignatura propone una visión integradora de las artes, el diseño, la arquitectura y los procesos sociales y económicos. Explora así el contexto en el que se desarrollan las tendencias históricas, sociales y filosóficas, que influyeron los movimientos artísticos del siglo XX y el desarrollo del modernismo y posmodernismo. El objetivo principal es familiarizar al estudiante de primer curso de Grado con la evolución de las ideas y teorías estéticas y ofrecerle una visión sintética de sus principales manifestaciones artísticas.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimiento profundo en la historia y la tradición de las artes y el Diseño.
Desarrollo de la capacidad de razonamiento y crítica de ideas y argumentos.
Contribución, con la propia actividad profesional, en la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos
Entender la diferencia entre los movimientos artísticos más importantes del siglo 20.
Mostrar la capacidad de analizar los elementos formales que construyen una obra de arte (materia, forma, composición) y apreciar la variedad de ideas y conceptos que se pueden expresar (valor semántico).
Mostrar la capacidad de desarrollar un trabajo de investigación.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

SESIÓN 1: Presentación del bloque 2: los orígenes de la abstracción moderna.

Sobre el concepto de abstracción en el Arte. Introducción a la historia del arte y el diseño en la época contemporánea.

La Abstracción moderna en la figura de Kandinsky. El expresionismo.

Kandinsky se convirtió en una fuerza central en el desarrollo y la promoción de la abstracción a través de sus intrépidos esfuerzos como pintor, teórico, editor, organizador de exposiciones, profesor y como generoso anfitrión y mecenas de los muchos artistas y escritores que fueron a su encuentro. Entre 1910 y 1925, Kandinsky fue autor de extensas obras teóricas enormemente influyentes, la más notable con seguridad: "De lo espiritual en el arte", fue también cofundador del grupo y centro de exposiciones Blaue Reiter en Múnich. Su mensaje sobre el potencial de la abstracción trasciende las distinciones entre medios, y su impacto se sintió desde Nueva York a Moscú.

SESIÓN 2: Vanguardias Rusas. Suprematismo y Constructivismo

En el mundo del arte, como el de la política y la sociedad, la Rusia en la época de la Revolución de 1917, fue un centro caóticamente creativo de nuevas ideas. Durante los años 1912-1930, los movimientos artísticos en Rusia / URSS se sucedieron con una rapidez extraordinaria: Rayonismo, Cubofuturismo, Suprematismo y Constructivismo. El Suprematismo, acuñado por Malevich, supuso un paso decisivo en la búsqueda de la "pintura pura". El constructivismo fue el nuevo modo que encarna esta actitud esencialmente antiestética. El primer período del Constructivismo o el denominado de "laboratorio"; alcanzó su punto álgido en la exposición "Creación no objetiva y suprematista" de enero de 1919, en la que se presentó la más radical pintura reduccionista de Malevich: Blanco sobre blanco (1918) fue contrarrestada por la pintura no-objetiva de Rodchenko: Negro sobre negro (1918).

SESIÓN 3: De Stijl/Bauhaus. El nacimiento de las escuelas de diseño: La Bauhaus como arquetipo.

En paralelo a los acontecimientos políticos que sacudían Europa, la historia del arte sufrió un súbito cambio de dirección al final de la Primera Guerra Mundial. Mientras el continente se recuperaba de la destrucción de la guerra, los artistas iniciaron un movimiento de recuperación de los ideales clásicos y la serenidad, en respuesta a las convulsiones estéticas y teóricas de las vanguardias de principios del siglo XX. En el campo pedagógico la Kunstgewerbeschule (Escuela de Artes y Oficios) en 1919 tras su fusión con la Escuela Superior de Artes Plásticas, dio lugar a la Escuela Oficial de la Bauhaus de Weimar con Walter Gropius como principal responsable, que acabaría convirtiéndose en el alma de su desarrollo posterior alrededor del diseño. La Bauhaus, que significa «casa de construcción», pretendía reformar la teoría educativa, fusionando las distintas artes. Su filosofía tendrá continuidad en las posteriores Escuela Superiores de Diseño.

SESIÓN 4: Nuevo realismo. Escena americana y Regionalismo

En la década de los treinta las posiciones vanguardistas anteriores ceden ante un nuevo avance de la pintura realista. Un realismo implicado más si cabe en la especificidad, la búsqueda de “lo americano de América” (entendiendo América como sólo los Estados Unidos, según una concepción todavía hoy muy arraigada allí). Un país con tan enormes territorios, con población de tan diversos orígenes, culturas, lenguas y religiones debería poder hallar algo común, o al menos debería poder construirlo. El pintor estadounidense Edward Hopper fue uno de los principales representantes del realismo del siglo XX, en la actualidad sus obras se han convertido en iconos de la vida y la sociedad moderna.

SESIÓN 5: Expresionismo abstracto.

El expresionismo abstracto es el término que se aplica a las nuevas formas de arte abstracto, desarrollado por los pintores americanos tales como Jackson Pollock, Mark Rothko y Willem de Kooning durante las décadas de 1940 y 1950. A menudo caracterizado por pinceladas gestuales o marcas, y la impresión de espontaneidad en las obras. Los expresionistas abstractos se asentaron principalmente en la ciudad de Nueva York, también conocidos como la escuela de Nueva York. El nombre evoca su objetivo de hacer un arte que, si bien abstracto, también era expresivo y emocional en su efecto. Se inspiraron en conceptos del Surrealismo, como el valor de lo inconsciente en el arte, y por el automatismo de artistas como Joan Miró. Dentro del expresionismo abstracto existieron dos grandes grupos: los pintores de acción (lienzos con pinceladas expresivas: Pollock); y los pintores que llenaron sus lienzos con formas abstractas y campos de color: Rothko.

SESIÓN 6: Pop Art

El Arte Pop emerge a mediados de 1950 en Gran Bretaña y a finales de 1950 en los Estados Unidos, para alcanzar su punto máximo en la década de 1960. Comenzó como una revuelta contra los enfoques dominantes sobre el arte y la cultura y las opiniones tradicionales sobre lo que el arte debería ser. Los jóvenes artistas sentían que lo que les enseñaron en la escuela de arte y lo que habían visto en los museos no tenía nada que ver con su vida o las cosas que veían a su alrededor todos los días. En su lugar se dirigieron a fuentes tales como las películas de Hollywood, la publicidad, el embalaje de productos comunes, la música pop y los cómics para componer sus imágenes. La lista de artistas pop clave incluye a Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Richard Hamilton, Peter Blake y David Hockney.

SESIÓN 7: La Desmaterialización del Arte: Arte conceptual, Land art y Body art.

Durante la década de 1960, los procesos anti-intelectuales emocionales/intuitivos del que hacer artístico característicos de las dos últimas décadas empezaron a dar paso a un arte ultra-conceptual que hace hincapié, casi exclusivamente, en el proceso de pensamiento crítico y el proyecto. La obra se diseña en el estudio del artista, pero es ejecutada en otro lugar por artesanos profesionales, ya que el objeto se convierte simplemente en el producto final, estos artistas están perdiendo interés en la evolución física de la obra de arte. El estudio se está convirtiendo en un nuevo taller. Esta tendencia provocó una profunda desmaterialización del arte, especialmente del arte como objeto, y convirtió al objeto en algo totalmente obsoleto. Estas formas de arte exigen más participación por parte del espectador, que a pesar de su apariencia hostil invierten más tiempo para comprender su sentido

social y con frecuencia su contenido artístico, con frecuencia teatralizado a partir de performance. El Land Art y el trabajo de Ana Mendieta precursora del “earth-body”, son buena muestra de ello. El Body Art, abarca una variedad de enfoques diferentes y surge alrededor de 1960. Incluye tanto el arte de la performance, donde el artista está directamente relacionado con el cuerpo en forma de acciones, eventos improvisados o coreografía. El Body Art también explora el cuerpo a partir de una gran variedad de medios entre los que se incluyen la pintura, escultura, fotografía, el cine y el vídeo; Se refiere en general a cuestiones de género e identidad personal.

SESIÓN 8: Performance Art.

El arte de la performance tiene sus orígenes en el Futurismo y el Dada, pero se convirtió en un fenómeno importante en los años 60 y 70 y puede ser visto como una vertiente del arte conceptual. El florecimiento más significativo del arte de la Performance ocurrió después de la declinación del Modernismo y del Expresionismo Abstracto en los años 60, y encontró a sus exponentes en todo el mundo. El arte de la Performance de este período se centró particularmente en el cuerpo, y se refiere a menudo como arte del cuerpo. Esto refleja la llamada “desmaterialización del objeto de arte” del período, y el abandono de los medios tradicionales. También refleja la fermentación política de la época: el surgimiento del feminismo, que alentó el pensamiento sobre la división entre el activismo personal y político y la actitud en contra de la guerra, que proporcionó modelos para “acciones” artísticas politizadas.

SESIÓN 9: Vídeo Art.

Vídeo Art se considera al arte que implica el uso de los datos de audio y vídeo y se basa en imágenes en movimiento. La introducción del vídeo en la década de 1960 alteró radicalmente el progreso del arte. El aspecto más importante del vídeo es que era económico y fácil de hacer, permitiendo a los artistas registrar y documentar sus actuaciones con facilidad. Esto exigía menos presión para la creación y les daba libertad fuera de las galerías de arte. Uno de los primeros pioneros del videoarte fue Bruce Nauman, que utilizó el vídeo para revelar los procesos creativos ocultos del artista, mediante la filmación de sí mismo en su estudio. A medida que la tecnología de vídeo se hizo más sofisticada, la técnica evolucionó a tiempo real, grabaciones granuladas, blanco y negro, hasta la actualidad hoy en día, con énfasis en instalaciones a gran escala, y las obras a multi pantalla de Bill Viola. Otros artistas, por ejemplo, Gillian Wearing, usan un estilo documental para hacer arte sobre los aspectos ocultos de la sociedad. A considerar que la feria de arte más importante en el mundo, dedicado a este sector, se celebra en Barcelona: LOOP.

SESIÓN 10: Arte público y Street Art.

El arte de la calle “Street art” se relaciona con el arte del graffiti en que se crea en localizaciones públicas y es generalmente sancionado, pero cubre una gama más amplia de medios y está conectado más con diseño gráfico. Mientras que el graffiti moderno y cotidiano gira en torno al tema del “etiquetado” y del texto, el Street art es mucho más abierto. No hay reglas en este tipo de arte, así que todo vale, sin embargo los materiales y técnicas comunes incluyen el fijado de carteles (wheat-pasting), el stenciling, las etiquetas engomadas, el dibujo a mano alzada y las proyecciones de vídeo o mapping. Los artistas callejeros suelen trabajar en estudios, realizar exposiciones en galerías o trabajar en otras áreas creativas: no son anti-artísticos, simplemente disfrutaban de la libertad de trabajar en público sin tener que preocuparse por lo que piensan los demás. Muchos artistas bien conocidos comenzaron sus carreras trabajando de una manera que ahora consideramos como arte callejero, por ejemplo, Gordon Matta-Clark, Jenny Holzer y Barbara Kruger.

Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS	
Presentación PPT o otros formatos	
Dossier final	

Comentario de texto
Trabajo de investigación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Examen 30%
2. Trabajo de investigación 40% (grupo)
3. Presentaciones en clase 30% (individuales)

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Bloc de notas
Ordenador o tableta (para presentaciones y/o tomar notas)

CONTENIDO RECUPERACIÓN

El alumno deberá recuperar el contenido específico suspendido o no presentado, ya sea el trabajo de investigación o el examen final. La media entre la nota final del primer semestre y la del segundo semestre solo se efectuará si ambas partes se han aprobado.

BIBLIOGRAFÍA

- BOZAL, V.: *Los primeros 10 años. 1900-1910 Los primeros años del arte contemporáneo*. Madrid. Visor, 1993
- CHIPP, H.: *Teorías del Arte Contemporáneo: fuentes artísticas y opiniones críticas*. Madrid. Akal, 1995.
- DE MICHELI, M.: *Las vanguardias artísticas del siglo XX. Textos y manifiestos*. Madrid. Alianza, 1979.
- GOMBRICH, E. H.: *La Historia del Arte*, Madrid. Debate, 1997. -Traducida de la nueva edición inglesa. Segunda reimpresión, 2001-.
- HAMILTON, G. H.: *Pintura y escultura en Europa 1880-1940*. Madrid. Cátedra, 1980.
- BUENDÍA, J. R.; GÁLLEGO, J.: *El arte europeo y norteamericano del siglo XIX*. Madrid: Espasa Calpe, 1990.

Listar según el siguiente criterio:

LIBRO: apellido, nombre. *Título* (en cursiva). Ciudad edición: editorial. Año.

Valero Ramos, Elisa. *La materia intangible*. Valencia: Ediciones Generales de la Construcción.2004

CV

Isabel Causadias | Artista visual | Graduada Superior en Diseño Industrial. Escola EINA d'Art i Disseny | Licenciada en Bellas Artes. Universitat de Barcelona | Máster en Producciones Artísticas y Investigación. UB | Adscrita al Programa de Doctorado en Estudios Avanzados en Producciones Artísticas dentro de la Línea de investigación en Imagen y Diseño | Investigadora en Economía de la Cultura y Mercado del Arte Contemporáneo | Profesora en la Facultad de Bellas Artes de Barcelona – Departamento de Pintura y miembro del Vicedecanato de Cultura.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Tecnología aplicada al diseño gráfico
ASIGNATURA	Informática I
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	José Manuel Urós

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Este módulo enseña a los estudiantes las habilidades de software más importantes que se necesitan en el área de comunicación y diseño hoy. Este es un módulo de entrenamiento técnico.

Consta de cuatro cursos: edición de imágenes, edición de gráficos vectoriales, diseño digital y video Edición.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
 Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
 Establecer estructuras organizativas de la información.
 Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.
 Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

En esta asignatura se estudian los fundamentos para la creación de documentos profesionales basados en PostScript, así como el conjunto de herramientas de edición para el tratamiento de objetos de texto, vectores y píxeles en un entorno unificado.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Tras este curso el estudiante deberá dominar las técnicas y herramientas elementales para la creación de documentos estructurados con especial énfasis en el tratamiento de las jerarquías de texto y el

control del diseño de página.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Teoría #1 InDesign (Indd). Interfaz. Herramientas. Objetos texto

Sesión 2: Teoría #2 InDesign (Indd).

Sesión 3: Teoría #3 InDesign (Indd).

Sesión 4: Teoría #4 InDesign (Indd).

Sesión 5: Práctica monitorizada en clase

Sesión 6: Práctica monitorizada en clase

Sesión 7: Práctica monitorizada en clase

Sesión 8: Práctica monitorizada en clase

Sesión 9: Práctica monitorizada en clase. Entrega del proyecto

Sesión 10: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Presentación en formato digital (pdf) con los 3 ejercicios desarrollados.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Presentación oral y visual (parcial/final) (25%)
2. Nivel adquirido según los resultados de aprendizaje (25%)
3. Resolución de problemas (25%)
4. Proceso de trabajo (25%)

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Aula Mac. Adobe CC Software.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Deberán presentarse los trabajos que no han superado el nivel adecuado.

BIBLIOGRAFÍA

WONG, WUCIOS. Fundamentos del Diseño bi y tri Dimensional . Ed. Gustavo Gili

MULLER, BROCKMAN. Retículas. Ed. Gustavo Gili.

TOSTO, PABLO. La Composición Aurea en las Artes Plásticas. Librería Hachette, Buenos Aires, Argentina.

RUDER, EMIL. Manual de Diseño Tipográfico. Ed. Gustavo Gili.

CV

José Manuel Urós

José Manuel Urós is professionally engaged in computer graphics since 1990 and specializes in digital typography. He has been the advisor or head of IT in different studios (Mariscal, Claret Serrahima, SUMMA, Mario Eskenazi) and currently combines work in his own studio, Neue, with teaching in various colleges of the city as well as the design and typography marketing through his foundry Type-Ø-Tones, created in 1992.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Tecnología aplicada al Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Técnicas de Animación en Diseño Gráfico
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	Alex Beltrán

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Abordar las habilidades técnicas para el dominio de las aplicaciones de software más importantes y necesarias actualmente en comunicación y diseño.

Consta de cuatro ámbitos: edición de imágenes, edición de gráficos vectoriales, diseño digital y video edición.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
 Ser capaces de adaptarse a los cambios ya la evolución tecnológica industrial.
 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
 Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
 Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura propone un acercamiento al mundo de la narrativa audiovisual a través de la edición de vídeo digital y la animación de elementos gráficos como herramientas indispensables de la comunicación moderna.

Dotar a los alumnos de la sensibilidad para caracterizar personas y objetos aplicables a las técnicas de animación.

Profundizar en el conocimiento de técnicas de animación en proyectos establecidos según los requisitos.

Transmitir el conocimiento de las herramientas básicas de la comunicación multimedia.

Iniciar al alumno en el conocimiento de las técnicas de animación. Familiarizar a los alumnos en los distintos sistemas, técnicas y procesos de animación.

Iniciar al alumno en diversas técnicas audiovisuales de producción y edición.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Sensibilización sobre la tecnología digital mediante el coneixement de redes de comunicación.

Dominio del lenguaje de la imagen digital.

Práctica de la edición y publicación electrónica.

Estudio y resolución de problemas de uso y accesibilidad.

Uso de la tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Este curso está estructurado en dos semanas, en el que a través de cuatro diferentes ejercicios conocerán las herramientas necesarias para crear el proyecto final.

Sesión 1: Presentación del curso y herramientas a utilizar (Adobe After Effects)

Sesión 2: Ejercicio 1 Creación de composiciones y trabajo en keyframes

Sesión 3: Ejercicio 2 Animación de texto y shapes

Sesión 4: Ejercicio 3 Trabajo con video, tracking y efectos

Sesión 5: Ejercicio 4 Expresiones

Sesión 6: Presentación proyecto final

Sesión 7: Sesión de revisión de proyecto

Sesión 8: Sesión de revisión de proyecto

Sesión 9: Presentación final

Sesión 10: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Se entregarán todos los ficheros de trabajo de los ejercicios y el proyecto final más una versión en video de cada uno de ellos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Activa participación en clase. 25%
2. Capacidad de comunicación oral. 25%
3. Presentación y/o examen (parcial o final). 25%
4. Nivel adquirido de los contenidos del programa. 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Equipo de edición audiovisual con CC Adobe.

CONTENIDO DE LA RECUPERACIÓN

Los mismos ejercicios y proyecto final más un examen presencial.

BIBLIOGRAFÍA

<https://helpx.adobe.com/es/support/after-effects.html?promoid=RBS7NR3C&mv=other>
<https://www.youtube.com/watch?v=uDqjldl4bF4>

CV

Alex Beltrán ha desarrollado la faceta de diseñador gráfico en el mundo de la publicidad en varias agencias de Barcelona y Londres.

Su vocación multidisciplinar lo llevó a coordinar el equipo de vídeo de la revista ROJO y a exportar espectáculos audiovisuales de creación propia (Sónar Barcelona, Design Made Korea, Lowlands...). El cine ha sido también una de sus grandes pasiones, dedicándose a la postproducción y corrección de color para películas y anuncios en Madrid y Barcelona. Actualmente trabaja como profesor de herramientas de postproducción de vídeo y es Master Trainer de Pro Applications y miembro del Apple Consultants Network.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Tecnología aplicada al diseño gráfico
ASIGNATURA	Workshop I
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	Valeria Dubín

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

El curso revisa las principales referencias de comunicación visual principalmente de los siglos XXI, XX y XIX. Estudiaremos creadores visuales y piezas de trabajo que se han convertido en parte de nuestra cultura visual, relacionada con diferentes áreas tales como publicidad, arte, películas, fotografía y diseño gráfico.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
 Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
 Establecer estructuras organizativas de la información.
 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
 Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
 Dominar la metodología de investigación.
 Generar, desarrollar i materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Proceso completo de Diseño Gráfico.
 A través de un proyecto principal, aprenderemos la metodología básica –que necesita un diseñador gráfico– para lograr completar un encargo específico de diseño. Aprenderemos cómo generar y

conceptualizar un brief así como desarrollarlo con especial énfasis en los aspectos técnicos, tecnológicos y productivos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Se espera que el estudiante conceptualice, desarrolle y complete –des del briefing hasta la producción– un proyecto de diseño gráfico. La asignatura pretende reproducir un encargo real de diseño con sus dificultades de tiempo y toma de decisiones. La asignatura introducirá herramientas técnicas, tecnológicas y metodológicas para el desarrollo de un proyecto real. Por lo tanto, el estudiante deberá asimilar y poner a la práctica las herramientas dadas.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Nos centraremos en los siguientes procesos: encargo > conceptualización > diseño de identidad > maquetación > proceso de producción y diseño web. Se ofrecerá contenido metodológico, casos de estudio y correcciones individuales.

S1.

- 1.1. Presentación**
- 1.2. Introducción asignatura**
- 1.3. Calendario, entregas**
- 1.4. Encargo**
- 1.5. Showcase I**
- 1.6. Cómo desarrollar un Encargo**
- 1.7. Deberes**

S2.

- 2.1. Showcase II**
- 2.2. Cómo desarrollar un Mood Visual**
- 2.3. Correcciones**
- 2.4. Deberes**

S3.

- 3.1. Cómo decidir el tipo de publicación**
- 3.2. Showcase II**
- 3.3. Presentación Intermedia de Marca**
- 2.4. Deberes**

S4.

- 4.1. Cómo desarrollar un Presupuesto (producción)**
- 4.2. Correcciones**
- 4.3. Deberes**

S5.

- 5.1. Cómo desarrollar la maquetación**
- 5.2. Cómo gestionar recursos de impresión y producción**
- 5.3. Correcciones**
- 5.4. Deberes**

S6.

- 6.1. Showcase IV**
- 6.2. Cómo desarrollar una web simple**
- 6.3. Encargo Digital**
- 6.4. Correcciones**
- 6.5. Deberes**

S7.

7.1. Correcciones

7.2. Deberes

S8.

8.1. Correcciones

8.2. Deberes

S9.

9.1. Presentación Final de Marca

S10.

10.1. Presentación Final de la publicación

10.2. Revisión y notas

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

1. Presentación Intermedia

Presentación en PDF

Presentación Pública de 8 minutos

2. Presentación Final digital

Ítems del proyecto en PDF

Presentación en PDF + Keynote

Presentación Pública de 8 minutos

3. Presentación Final de la publicación

Publicación física

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Presentación oral y visual 35%
2. Proyecto Final 35%
3. Proceso de trabajo 20%
4. Participación / Actitud en clase 10%

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

IED:

Adobe (Adobe Indesign, Photoshop)

Impresora (dentro de la escuela) para pruebas de impresión

Estudiante:

Papeles A3, regla, cutter, cinta adhesiva transparente.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

El mismo brief.

BIBLIOGRAFÍA

Dada en clase.

CV

Valeria Dubin, São Paulo, Brasil, 1974.

Mientras completaba sus estudios en comunicación visual y diseño gráfico en la Universidad Mackenzie de São Paulo, comenzó su carrera profesional como diseñadora junior en Len Comunicação Visual haciendo proyectos para varias empresas, tanto brasileñas como internacionales. Después de un año de terminar sus estudios, su inquietud la lleva a Barcelona, donde decide establecerse hace ya 20 años. En 2003, ya incorporada como directora de arte, se convierte en socia de Estudi Canó. Durante los 12 años que estuvo allí, fue responsable de varios proyectos de marca corporativa y diseño gráfico aplicado a hoteles como Gat Rooms, Barceló Raval, Barceló Sants, Hotel del Teatre, Mas Salvi y algunos más; así como la producción de gráficas para exposiciones como Pixar, 25 años de animación en Caixa Forum, Metropolis Barcelona en DHUB, El Segle del Jazz, Rêquien per l'Escala y Universit Gaudí en CCCB, Nonument en MACBA.

En 2015 abandona Estudi Canó para iniciar una carrera individual, centrando su trabajo en proyectos de marca y estrategia de comunicación visual para empresas emergentes, proyectos de comunicación para Melià Hoteles y productos de embalaje para Bershka, Oysho y Veritas, entre otros. En paralelo, ella dedica su tiempo a la enseñanza en la Escuela Elisava y en el Instituto Europeo de Diseño.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Historia del Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Historia de la Gráfica
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º
DOCENTE	Bernard Arce

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

El curso revisa las principales referencias de comunicación visual principalmente de los siglos XIX, XX y XXI. Se estudiará una amplio abanico de creadores visuales y piezas de trabajo que se han convertido en parte de nuestra visual cultura, relacionada con diferentes áreas tales como publicidad, arte, películas, fotografía y diseño gráfico.

Analizar y reflexionar sobre la evolución de la comunicación y del mundo audiovisual y su incidencia en la historia contemporánea, y estudiar la gráfica como sistema de comunicación.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.

Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.

Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.

Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.

Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.

Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.

Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.

Conocer los canales que sirven de apoyo a la comunicación visual y utilizar de acuerdo con los

objetivos comunicacionales del proyecto.

Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en que se desarrolla el diseño gráfico.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

El curso consiste en una retrospectiva a través de piezas visuales relevantes de diferentes ámbitos de la comunicación visual. Estas piezas se encuentran vinculadas las unas con las otras. Estudiaremos el vínculo existente y las influencia que tuvieron unas sobre las otras, creando una especie de cadena histórica en la que tocaremos puntos claves del arte, el diseño, el cine, la publicidad y la fotografía.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocer referentes esenciales de nuestra cultura visual y la relación de los mismos con otros creadores y comunicadores visuales.

Ser capaces de comprender y desarrollar propuestas visuales a partir de referentes

Motivar la curiosidad por diversos géneros y mundos visuales existentes y sus códigos fundamentales de comunicación y estética.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción

Sesión 2: Tema 1 - Pop & Concepto - Clase

Sesión 3: Tema 1 - Pop & Concepto - Trabajo en Clase

Sesión 4: Tema 1 - Pop & Concepto - Presentación ejercicio

Sesión 5: Tema 2 - Diseño & Lenguajes - Clase

Sesión 6: Tema 2 - Diseño & Lenguajes - Trabajo en Clase

Sesión 7: Tema 2 - Diseño & Lenguajes - Presentación ejercicio

Sesión 8: Tema 3 - Expresionismo & Contraculturas - Clase

Sesión 9: Tema 3 - Expresionismo & Contraculturas - Presentación ejercicio

Sesión 10: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Por cada uno de los 4 temas generales los estudiantes deberán presentar las siguiente documentación:

1. Presentación PDF y Documento Escrito

Investigación y Análisis de sus subtemas asignados.

2. Presentación PDF Concepto Creativo

Pieza de comunicación a desarrollar.

3. Una pieza de comunicación Creativa hecha a partir de cada tema.

El proyecto final será subido a través de un enlace de Dropbox que se le dará a los estudiantes con antelación, con una fecha límite. Proyecto que sea subido después de dicha fecha, quedará marcado como no presentado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Participación activa en clase. 25%

- 2. Investigación. 25%
- 3. Concepto. 25%
- 4. Presentación. 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

PCs, conexión a internet, cámara digital, impresora.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Ejercicios propuestos por el profesor.

BIBLIOGRAFÍA

- McCloud, Scott. Understanding Comics: The Invisible Art. Northampton, MA:, 1993.
- Steven Johnson Where good ideas come from, Barnes & Noble, 2010
- Wassily Kandinsky — Point and Line to Plane, 1926
- Wassily Kandinsky — Concerning the Spiritual in Art, 1910
- Umberto Eco ----- Apocalípticos e integrados, 1964
- Donis Dondis ----- A primer of visual literacy, 1973
- Patrick Cramsie The Story of Graphic Design: From the Invention of Writing to the Birth of Digital Design, 2010
- Ernst Gombrich ---- The Story of Art , 1950

CV

Bernard Arce es un fotógrafo y director creativo especializado en comunicación e imagen, trabaja como freelance para clientes de diversas categorías en diferentes ciudades de Europa. Con experiencia en publicidad y producción audiovisual, crea conceptos e imágenes para campañas en diversas plataformas.

Para más información y CV: <http://bernardarce.com>

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Tipografía
ASIGNATURA	Tipografía I
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	José Manuel Urós

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	6

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Historia, construcción, clasificación y técnicas de dibujo de los caracteres tipográficos. Organización y uso de los elementos tipográficos expresivos aplicados al diseño de caracteres tipográficos, alfabetos, monogramas y símbolos de derivación tipográfica.

Organización y utilización de los elementos tipográficos en general y especialmente de los volúmenes del texto. Aplicación correcta de los criterios de legibilidad. Arquitectura, estilos tipográficos y cómo estructurar la información.

Micro tipografía. Profundizar capacidades críticas del análisis tipográfico: comprensión de las relaciones entre la tipografía y el contexto sociocultural en que surge y se modifica. Conocimiento de la escritura y la comunicación.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Analiza tecnologías de la información y la comunicación.
 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.
 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
 Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto
 Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.
 Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Abordar la terminología y los parámetros que delimitan el uso de los objetos tipográficos, así como un panorama de clasificación de estilos. La práctica de la asignatura se basa en el trabajo de los aspectos macro tipográficos en relación a la composición de páginas, incluyendo la relación entre estilos y la identificación, selección y combinación de fuentes.

También se estudian aspectos técnicos relacionados con los formatos de teclado y la codificación de mapas de caracteres. y se dedican especiales sesiones a las formas más expresivas como el *lettering*.

Se tratará el tema de la selección tipográfica, alineación, interlineado y P&J. Se verán los pro y contras de cada caso. Los alumnos verán casos de estudio reales y se analizarán las tipografías de acuerdo a su uso: Para señalética, periódicos, revistas, libros, web.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Trabajo en el conocimiento de la escritura y la comunicación.

Práctica para que los alumnos entiendan y trabajen la caligrafía, la ortotipografía y apliquen correctamente criterios de legibilidad.

Comprensión de la arquitectura y los estilos tipográficos y cómo estructurar la información.

Método de investigación y experimentación propio de la materia.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Teoría. Introducción a la clasificación estilística. Morfología. Combinación de estilos y funcionalidad.

Sesión 2: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 3: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 4: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 5: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 6: Teoría. Monogramas e identidad personal.

Sesión 7: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 8: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 9: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 10: Teoría. Retículas y estilos. Composición de documentos seriales.

Sesión 11: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 12: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 13: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 14: Trabajo tutorizado en clase. Entrega.

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Se realizarán tres proyectos, que se entregan tras su ejecución:

1. Adecuación/Connotación. Combinación de familias tipográficas en 3 niveles de complejidad y en diferentes formatos de página.

2. Bus-Folleto de transporte. Rediseño de un folleto de itinerarios que requiere estudio de briefing y capacidad de síntesis formal.

3. Revista. Creación de documento complejo.

El proyecto final será subido a través de un enlace de Dropbox que se le dará a los estudiantes con antelación, con una fecha límite. Proyecto que sea subido después de dicha fecha, quedará marcado como no presentado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Presentación oral y visual (parcial/final), 25%
2. Nivel adquirido según los resultados de aprendizaje, 25%
3. Participación activa / Actitud en clase, 25%
4. Proceso de trabajo, 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno
Aula Mac. Software Adobe CC.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Deberán presentarse los trabajos que no han superado el nivel adecuado.

BIBLIOGRAFÍA

Sobre uso tipográfico

- Veintidós consejos sobre tipografía. Enric Jardí. Actar
- Thinking with Type. Ellen Lupton. Princeton Architectural Press
- Stop Stealing Sheep. Erik Spiekermann. Adobe Press.
- Ortotipografía: manual de l'autor, l'autoeditor i el dissenyador gràfic, Josep Ma Pujol i Joan Solà. Barcelona.
- Ortografía y Ortotipografía del Español actual, José Martínez de Sousa. Ediciones Trea, S.L

Sobre diseño tipográfico

- Designing Type. Karen Cheng. Yale University Press
- Cómo crear tipografías. Cristóbal Henestrosa, Laura Meseguer, José Scaglione. Typo-e

Sobre diseño de página y retículas

- Manual de diseño tipográfico, Emil Ruder. Gustavo Gili
- Sistema de retículas. Joseph Müller-Brockman. Gustavo Gili

Teoría, Historia, diversos

- La tipografía del siglo XX. Lewis Blackwell. Gustavo Gili
- The Elements of Typographic Style, Robert Bringhurst. Idioma: Inglés
- Counterpunch. Making type in the sixteenth century, designing typefaces now, Fred Smeijers.
- Signos, símbolos, marca, señales, Adrian Frutiger. Gustavo Gili
- Type Now. Fred Smeijers. Hyphen Press
- Just My Type. Simon Garfield. Profile Books
- While You're Reading. Gerard Unger. Mark Batty Publisher

CV

Josema Urós

José Manuel Urós se dedica profesionalmente a la informática gráfica desde 1990 y está especializado en tipografía digital. Ha sido el asesor o responsable de informática en diferentes estudios (Mariscal, Claret Serrahima, SUMMA, Mario Eskenazi) y actualmente combina el trabajo en su propio estudio, Neue, con el de formador en diversas escuelas universitarias de la ciudad así como el diseño y la comercialización de tipografía a través de su fundición Type-Ø-Tones, creada en 1992.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Tecnología aplicada al Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Técnicas Gráficas de Diseño Gráfico
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º
DOCENTES	Elenio Pico

HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	200
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

La asignatura formará a los alumnos al campo de las artes gráficas para adquirir las competencias que le permitan planificar, presupuestar y ejecutar correctamente proyectos de producción. El diseñador debe conocer las posibilidades que ofrece la producción gráfica, sus costes, su realidad y perfilar una visión lo más actual posible de la dirección a la que apuntan los nuevos desarrollos tecnológicos. Actualmente las artes gráficas han incorporado tecnologías de preimpresión, producción e impresión digitales que conviven con sistemas de impresión tradicionales. El futuro diseñador se enfrentará a la planificación de un proyecto con una amplia variedad de posibilidades en los procesos, que dependerán de factores como tiradas, soportes, costes de producción, presupuestos y distribución que deberá resolver como profesional del medio. Cada proyecto impreso debe ser el resultado de un trabajo acorde con una necesidad de comunicación, y los procesos y acabados deben elegirse en función de esta necesidad, siempre dentro de unos costes que lo permitan.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
 Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
 Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes y textos para la producción gráfica
 Conocer procesos y materiales en el desarrollo de un diseño impreso.
 Conciliar los requisitos de un proyecto de diseño con las opciones y los condicionantes específicos de los procesos de impresión.

Elegir el tipo de soporte según la finalidad del proyecto.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La asignatura formará a los alumnos al campo de las artes gráficas para adquirir las competencias que le permitan planificar, presupuestar y ejecutar correctamente proyectos de producción.

El diseñador debe conocer las posibilidades que ofrece la producción gráfica, sus costes, su realidad y perfilar una visión lo más actual posible de la dirección a la que apuntan los nuevos desarrollos tecnológicos. Se enfrentará a la planificación de un proyecto con una amplia variedad de posibilidades en los procesos de artes gráficas, que dependerán de factores como tiradas, soportes, costes de producción, presupuestos y distribución que deberá resolver como profesional del medio.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Al terminar con éxito esta asignatura los estudiantes serán capaces de:

- Planificar y pensar piezas de diseño gráfico.
- Dibujar y desarrollar ideas.
- Tener una visión real del proyecto desde arriba y aplicar conceptos de dirección de arte
- Organizar un proyecto atendiendo a sus diferentes fases de producción .
- Estimar los costes de una producción gráfica.
- Calcular el volumen de material (soportes papel) que conllevará un proyecto.
- Organizar los diferentes elementos que deben incluirse en un arte final para enviar a imprenta.
- Reunir todos los elementos que deberán manejar otros profesionales que intervienen en una producción gráfica.
- Decidir cuál de todas las opciones es la más idónea y viable para que el proyecto quede ajustado en calidad y costes.
- Revisar, consensuar y validar todas las pruebas de impresión previas para que el proyecto garantice su resultado.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción y brief. Preguntas y respuestas

Sesión 2: Investigación y bocetos

Sesión 3: Presentación de investigación y bocetos

Sesión 4: Bocetos

Sesión 5: Revisión de bocetos y diseño. Ordenadores permitidos.

Sesión 6: Presentación parcial 1.

Sesión 7: Diseño

Sesión 8: Revisión de diseño y ajustes.

Sesión 9: Presentación parcial 2.

Sesión 10: Fases, tareas y profesionales que intervienen en una producción gráfica.

Sesión 11: Preimpresión. Tratamientos y formatos de textos e imágenes. Conversiones y perfiles.

Sesión 12: Preimpresión. Tratamientos y formatos de textos e imágenes. Conversiones y perfiles.

Sesión 13: Preimpresión. Tratamientos y formatos de textos e imágenes. Conversiones y perfiles.

Sesión 14: Impresión. Sistemas y soportes de impresión .

Sesión 15: Impresión. Sistemas y soportes de impresión .

Sesión 16: Impresión. Sistemas y soportes de impresión .

Sesión 17: Postimpresión. Acabados, plegados, encuadernaciones. Empaquetado y distribución.

Sesión 18: Postimpresión. Acabados, plegados, encuadernaciones. Empaquetado y distribución.

Sesión 19: Presentación final

Sesión 20: Sesión de feedback y nota.

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

- El alumno deberá entregar los trabajos planteados y validados en los plazos exigidos.
- Se debe hacer una presentación de los ejercicios (entrega de proyecto y memoria digital/presentación de proceso y resultado final).
- Los trabajos se entregarán al final de cada unidad temàtica/proyecto. Los Trabajos siempre han de estar supervisados por el profesor, no se aceptarán trabajos realizados libremente o sin asistir a clase.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Entrega y presentación Proyectos, 50%
2. Nivel adquirido según los resultados del aprendizaje, 20%
3. Proceso de trabajo, 20%
4. Capacidad de observación, actitud y crítica, 10%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

Materiales generales: se necesitará que el alumno traiga a clase: cutter, tijeras, papeles para abocetar, regla-cinta métrica. Cuaderno para bocetos y lápices.

Según los proyectos a realizar se deberán trabajar y traer a clase unos materiales específicos entre los que pueden estar: cartón pluma, pegamento spray, etc.

La ejecución final de los proyectos deberá entregarse impresa.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Para la recuperación de la asignatura en septiembre, es requisito fundamental entregar todos los proyectos realizados durante el curso. Además se deberá entregar una memoria de una visita a una imprenta y 2 piezas adicionales:

- Pack de identidad corporativa para el show (A4, sobre, tarjetas de presentación y pin)
- Camiseta

BIBLIOGRAFÍA

Manual de producción . Ambrose/Harris . Paidós . Barcelona 2008.

Impresión y acabados. Ambrose/Harris . Parramón . Barcelona 2015.

Manual de producción gráfica. Recetas. Segunda edición actualizada y ampliada. Johansson, Kaj /Lundberg, Peter /Ryberg,Robert . Gustavo Gili. Barcelona 2011

Design Elements: A Graphic Style Manual

Timothy Samara

Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students

Ellen Lupton

Twenty-two tips on typography (that some designers will never reveal) and twenty-two things you should never do with typefaces (that some typographers will never tell you)

Enric Jardí

Typo. When, who, how.

Friedrich Friedl, Nicolaus Ott, Bernard Stein

CV

Elenio Pico desarrolla su trabajo en diferentes campos de la comunicación visual y la educación. Como autor de ilustración pública sus trabajos en las editoriales New Amsterdam y Canvas Foundation (Holanda), Alfaguara y Pequeño Editor (Argentina), Bologna Children Boock Fair (Italia), L'Assosiation (Francia) Abadía de Montserrat y Punt d'Intercanvi (Catalunya), entre otras. Desarrolla actividades en Argentina como comisario de Exposiciones en el Centro Cultural Recoleta. En Catalunya experimenta con la animación para web y obtiene en cuatro oportunidades el Premio Junceda otorgado por la asociación Profesional de Ilustradores de Catalunya (APIC).

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Tecnología aplicada al diseño gráfico
ASIGNATURA	Fotografía
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	Caterina Barjau

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Dominar las técnicas y procesos de reproducción y tratamiento de las imágenes mediante la fotografía.

Dominar los lenguajes y los recursos de la expresión y la comunicación propios de las técnicas de post producción audiovisual.

Aplicar métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

Dominar el lenguaje de la imagen digital.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, el espacio, del movimiento y del color.

Mostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.

Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.

Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de fotografía en segundo de Diseño Gráfico guía al alumno en el aprendizaje de los conceptos básicos sobre la fotografía.

Cada sesión plantea un bloque de conocimientos, seguido de un visionado del trabajo de dos o tres fotógrafos el trabajo de los cuales mantenga alguna relación con lo tratado ese

día y a la vez permita al alumno ampliar su cultura fotográfica y aportar conocimiento a la hora de analizar fotografías y trabajar con ellas.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Sensibilización respecto a la tecnología digital mediante el conocimiento de redes de comunicación.

Dominio del lenguaje de la imagen digital.

Uso de la tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

Tener la capacidad de disparar una fotografía y alcanzar el resultado previamente planteado, entendiendo cada una de las decisiones tomadas en relación a la cámara, óptica, luz..

Analizar imágenes de fotógrafos, junto con el visionado de los propios trabajos de los alumnos para crear construir una personalidad fotográfica.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Cada sesión está organizada en el siguiente orden: una hora de temario, media hora visionando portfolios de fotógrafos, y una hora y media de práctica con análisis del resultado obtenido

Sesión 1: Introducción del material disponible en MediaLab

Explicación temas de la asignatura y criterios de evaluación

Storytelling en fotografía. Creatividad y Técnica.

Sesión 2: La Cámara. Los tres parámetros básicos en la exposición: apertura/obturación/ISO

La reciprocidad entre estos conceptos Los efectos que se crean en una fotografía en relación al uso de estos: movimiento y profundidad de campo

Sesión 3: Ópticas y Composición.

Diferenciar entre ópticas angulares/teleobjetivos. Macros. Ópticas especiales

Relación de aspecto.Reglas básicas de composición

Sesión 4: Propiedades de la Luz.Luz dura/ Luz suave

Incidencia de la luz en el objeto. Flash y luz continua

Temperatura. Grados Kelvin. Balance de Blancos

Sesión 5: Sistema de zonas. Gris medio

Clave Alta/Clave baja

Pensando en Blanco y negro

Sesión 6: La medición de la luz

Uso del fotómetro. Interpretar los datos que nos proporciona

Luz reflejada/Luz incidente

Sesión 7: * Exámen (1h). Temas sesiones anteriores.

El Retrato

Esquemas de luz. Elección de la óptica. Dirección de actores

Sesión 8: Visita a un estudio de fotografía.

Fuentes de luz. Prácticas de retrato.

Sesión 9: El Bodegón

Esquemas de luz. Ópticas, dirección de arte

Sesión 10: La fotografía de interiores

El reportaje

Sesión 11: Salida externa a realizar un reportaje.

Sesión 12: Postproducción.

Diferentes programas de edición y revelado: Capture One/Photoshop
El archivo RAW.

Sesión 13: * Examen (1h). Temas sesiones anteriores

Postproducción. Decidir el look de una imagen. Procesos de laboratorio y películas.
Su relación con los filtros de los dispositivos digitales.
Trabajamos con los alumnos en su proyecto final

Sesión 14: * Presentación de proyectos finales

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR EN LA PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Cada día se colgará en unas carpetas de Dropbox las fotografías realizadas en las prácticas. Si al final de la clase se le ha dicho a un alumno que deberá mejorar el resultado de las fotografías hechas en prácticas, este deberá entregar el material el siguiente día de clase.

Examen 1:

Entregar comentario de texto sobre el primer capítulo del libro “Sobre la fotografía” de Susan Sontag, y establecer una relación entre lo que la autora escribe en 1973 y el uso actual que se hace de la fotografía en aplicaciones como Instagram, Facebook, SnapChat...

Examen 2:

Prueba tipo test sobre los conceptos adquiridos hasta la sesión 6 (incluida).

Examen 3:

PROYECTO FINAL

El proyecto final será subido a través de un enlace de Dropbox que se le dará a los estudiantes con antelación, con una fecha límite. El proyecto que sea subido después de dicha fecha, quedará marcado como no presentado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Participación activa en las clases. 25%
2. Media de los dos exámenes. 25%
3. Presentación oral y razonamiento Proyecto Final. 25%
4. Resultado Visual Proyecto Final. 25%

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9

Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno.

MATERIAL NECESARIO DE MEDIALAB IED

2x CANON 5D Mark II
 5x CANON 100D
 1x 16-35mm f/2.8 (5D)
 1x 50mm f/1.4 (5D)
 2x 24-70mm f/2.8 (5D)
 1x 70-200mm f/2.8
 5x 18-55mm f/3.5-5.6 (100D)
 5 TRÍPODES PHOTO
 4x REDHEADS
 2x DINKYS
 2x KINOS (uso exclusivo en medialab)
 2x FRESNEL (uso exclusivo en medialab)
 3x FLASHES BOWEN (uso exclusivo en medialab)
 2x PANEL LED (uso exclusivo en medialab)
 3x LASTOLITE
 1x PANEL DIFUSOR
 2x PÓREX
 FILTROS VARIOS
 PROYECTOR Y PANTALLA en el MEDIALAB

MATERIAL ALUMNOS

ORDENADOR con PHOTOSHOP

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Entregar una serie de 6 fotografías realizadas en la ciudad de Barcelona. Imprescindible que el conjunto de las imágenes mantengan una unidad (narrativa, técnica y postproducción) y que el espectador entienda que transcurre en Barcelona. Junto con ello un dossier explicativo de los parámetros utilizados y la argumentación de por qué se han utilizado.

BIBLIOGRAFÍA

“Iluminación” David Präkel
 “Exposición” David Präkel
 “Sobre la Fotografía” Susan Sontag
 “Para entender la fotografía” John Berger

CV

Caterina Barjau estudió cinematografía en la Escuela de Cine de Cataluña (ESCAC) y luego se mudó a Madrid, donde trabajó, desde temprana edad, con reconocidas revistas como El País Semanal, Marie Claire, InStyle, Traveller Conde Nast o México, a la que luego se agregaron Harper's Bazaar, AD Conde Nast, Icon, Men's Health o Vogue Spain.

Con un fondo en la dirección de actores y la creación de ambientes, reinició su actividad en el mundo audiovisual. Este valor agregado le ha permitido trabajar en publicidad y colaborar con agencias internacionales para tomar fotos y películas en diferentes continentes.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Cultura del diseño
ASIGNATURA	Semiótica
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	Gabriela Pedranti

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Fundamentos de antropología y sociología aplicados al diseño.

Teoría de la información y de la comunicación, de la semiología, la estética, la teoría de la forma, de la función y la estructura.

Entendre que la actividad humana está basada en el lenguaje. Se tratará el concepto de lengua, códigos y sistemas fundamentales de la semiótica para llegar a tener un punto de vista crítico teniendo en cuenta el mundo del diseño, el arte, la sociedad y la cultura como sistemas de código.

Analizar semióticamente distintos ejemplos del diseño desde la modernidad hasta la actualidad para el desarrollo de una consciencia de las estructuras de los sistemas de comunicación.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.

Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.

Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La Semiótica o Semiología es la disciplina que estudia los sistemas de significación, para entender en profundidad cómo son construidos en una sociedad y un momento determinados. Permite observar, comprender y pronosticar tendencias.

Aplicada a la Comunicación Visual, proveerá al alumno de buenos instrumentos para desmontar y volver a montar los discursos, para poder interpretarlos y criticarlos con fundamentos teóricos. También es una herramienta útil para diseñar, a partir de creencias y hábitos que ya estén instalados en las audiencias y públicos que les interesen.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Capacidad para analizar, atendiendo a los parámetros básicos de análisis, y considerando los mensajes como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

Capacidad para analizar los distintos discursos basándose, no en opiniones ni valoraciones gratuitas, sino en argumentaciones, justificaciones.

Todo esto mejorará su capacidad para:

- Ordenar su pensamiento.
- Observar.
- Criticar lo que lee, ve y oye.
- Aprender de forma autónoma.
- Sintetizar y manejar la información.
- Asimilar nuevos conceptos, elaborarlos, reformularlos, construirlos; individualmente y en grupo.
- Producir y/o interpretar cualquier tipo de discurso mediático con más rigor.
- Ser más creativo (al comprender, gracias a la teoría Semiótica, la lógica mediante la que se produce la significación).

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Presentación de la asignatura. Entrega del programa-temario y calendario completo, incluyendo evaluaciones, trabajos individuales y de grupo. ¿Qué es la semiótica? ¿Para qué sirve? ¿Cuál es el sentido de la semiótica para el mundo de la moda, del diseño y de la comunicación visual? Elementos básicos de semiótica y comunicación. Toma de contacto. Explicación, participación y debate.

Sesión 2: Análisis de la comunicación. Elementos fundamentales, cuadro comunicativo, actores, roles y situaciones. Análisis de ejemplos prácticos y debate. Lenguaje, signos y significación. Signo (significado/significante), arbitrariedad, convención, lenguaje escrito y hablado. Connotación, denotación, mito. De Saussure, Pierce, Barthes. Ejemplos y debate.

Sesión 3: Lenguaje, signos y significación. Signo (significado/significante), arbitrariedad, convención, lenguaje escrito y hablado. Connotación, denotación, mito. De Saussure, Pierce, Barthes. Ejemplos y debate. Elementos del lenguaje (audiovisual. Narración, construcción de una historia (storytelling). Percepción e interpretaciones. Ejemplos y comentarios en clase (sobre fragmentos de película, imágenes, diseños, etc.)

Trabajo en equipo para la semana siguiente: descripción y comentario de una foto o diseño que hable sobre sostenibilidad y diseño. Explicarán qué se entiende por sostenibilidad, cómo lo narra esa foto, qué sentidos posibles podría tener, etc. Se verán algunos ejemplos específicos en clase y se reflexionará sobre por qué la sostenibilidad es un concepto valorado en nuestra cultura en este momento.

Sesión 4: Presentación oral y entrega del trabajo sobre sostenibilidad.

Sesión 5: Enmarcando el sentido: códigos (texto, imagen), géneros, estilos.

Explicación y ejercicios prácticos de reconocimiento e interpretación de distintos códigos, géneros y estilos.

Sesión 6: Historias y narrativas. Los puntos de vista. Ejemplos prácticos y discusión en clase. Otros códigos y lenguajes: de acuerdo al curso, se recorrerán el cine clásico de Hollywood, tendencias en diseño de moda, industrial y gráfico, e incluso el reciclaje de la basura como arte con significado. Preparación de los grupos de trabajo. Se plantea trabajo para la semana siguiente: deben elegir una película de la lista que aparece más abajo (una por grupo) y deberán detallar y comentar lo expuesto en clase hasta el momento en relación a la película. Este análisis se entregará por escrito y se presentará oralmente en la siguiente clase.

Sesión 7: Presentación oral y entrega de los trabajos sobre las películas.

Sesión 8: Visita a una exposición (variará según el curso del que se trate). Explicación y ejemplo de creación de imagen de marca/narrativas posibles desde la semiótica. (En caso de no coincidir con una exposición se dedicará a profundizar en una película o texto literario).

Sesión 9: Análisis y comentarios de la exposición visitada. Presentación en clase de comentarios por equipos de la exposición visitada. Se darán parámetros durante la visita para que cada grupo pueda desarrollar un comentario de un aspecto de la exposición. (En caso de no existir una exposición se hará con una película).

Sesión 10: Sesión de feedback y nota

Bajo la modalidad de workshop, deberán resolver un problema de comunicación gráfica (desde la semiótica aplicada) que se planteará al principio de la clase. Tendrán una hora y media para trabajar en equipos y deberán presentar su idea + imágenes/mapas de ideas, etc. que ayuden a explicarla frente al resto de la clase. **Feedback sobre su trabajo en la asignatura.**

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

El primer día, la clase quedará dividida en grupos que durante el curso deberán ir realizando y entregando los ejercicios y la visita propuestos por la profesora.

1. SESIÓN 4: Presentación del trabajo de análisis de las fotografías propuestas. Presentación, comentarios, participación y debate.
2. SESIÓN 7: Presentación oral y entrega de los trabajos sobre las películas.
3. SESIÓN 9: Análisis y comentarios de la exposición visitada. Presentación en clase de comentarios por equipos de la exposición visitada. (En caso de no existir una exposición se hará con una película o texto literario.)

NOTA: LA ENTREGA FINAL DE TODOS LOS TRABAJOS SE HARÁ EN LA FECHA ESTIPULADA CON EL DOCENTE, A TRAVÉS DE UN ENLACE A DROPBOX QUE SERÁ SUMINISTRADO A LO LARGO DEL CURSO.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Participación/Actitud en clase. 25%
2. Capacidad de observación y crítica. 25%

3. Capacidad conceptual. 25%
4. Evolución. 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno
Aula con proyector.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Todos los ejercicios deben estar aprobados al menos con un cinco para poder hacer media. Aquellos estudiantes que no hayan entregado los trabajos prácticos, deberán realizar un trabajo en el que habrán de mostrar un conocimiento exhaustivo, riguroso y reflexivo tanto de la parte teórica como la de la práctica.

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, Roland. Ensayos críticos. Barcelona: Seix Barral, 1967.
Barthes, Roland. La aventura semiológica. Barcelona: Lumen, 1999.
Casetti, Francesco; Di Chio, Federico. Cómo analizar un film. Barcelona: Paidós, 2007.
Chandler, Daniel. Semiotics for begginers, <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem01.html>
Crepaldi, Fausto and Ligas, Cinzia. Fashion Semiology. The language of fashion and Luxury through Style, Communication and Marketing. Milan, Gruppo 24 ore, Istituto Marangoni books, 2012.
Cobley Paul and Jansz, Lisa. Introducing Semiotics. London, Totem Books, 1997.
Crow, David. Visible signs. An introduction to Semiotics in the Visual Arts. Second edition. AVA Books, Switzerland, 2010.
Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Barcelona: Lumen, 1969.
Eco, Umberto. Los límites de la interpretación. Barcelona: Lumen, 1992.
Hall, Sean. This means this. This means that. A user's guide to semiotics. Second edition. Laurence King Publishing, London, 2012.
Jenkins, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press, New York and London, 2006.
Jenkins, Henry; Ford, Sam and Green, Joshua. Spreadable Media. Creating Value and meaning in a networked culture. New York University Press, New York and London, 2013.
O'Sullivan, Tim and others. Key concepts in communication and cultural studies, Routledge, London, 1994.
Pedranti, Gabriela. Introducción a la comunicación. Buenos Aires: Maipué, 2011.

Material digital y sitios web:

<http://brainpickings.org/>
<http://flowtv.org/2004/09/affective-economics-101/>
<http://www.lovemarks.com/>
<http://www.scenariodna.com/>
<http://www.semionaut.net/>
<http://semioticastudio.com>
<http://www.semiotic.tv/>
<http://www.signsalad.com/>
<http://www.space-doctors.com/>

Semiotic Thinking Group (Grupo de LinkedIn): <http://www.linkedin.com/groups/Semiotic-Thinking-Group-2886540>

Películas (variarán según el curso):

- Metrópolis (Fritz Lang, 1927)
- Mon oncle (Jacques Tati, 1958),
- La naranja mecánica (Kubrick, 1971)
- Taxi Driver (Scorsese, 1976)
- Blade runner (Ridley Scott, 1982)
- El ladrón, su mujer y su amante (Greenaway, 1989)
- Pulp Fiction (Tarantino, 1992)
- Eyes Wide Shut, (Kubrick, 1999)
- Seven, (David Fincher, 1995)
- Tesis (Amenabar, 1996)
- Cube (Vincenzo Natali, 1997)
- Fight Club (David Fincher, 1999)
- Dogville (Lars von Trier, 2003)
- The Nightmare before Christmas (Henry Selick, 1993),
- The Pillow Book (Peter Greenaway, 1995)
- María Antonieta (Sofia Coppola, 2006)
- La piel que habito, Almodovar, 2012)
- Holy motors (Leo Carráx, 2002)
- Barbarella (Roger Vadim, 1967)
- The Artist (Michel Hazanavicius, 2011)
- Alice in Wonderland (Tim Burton, 2010)
- Farinelli (Gérard Corbiau, 1994)
- Amadeus (Milos Forman, 1984)
- Factory girl (George Hickenlooper, 2006)

CV

Gabriela Pedranti es Licenciada en Comunicación por la Universidad de Buenos Aires, Argentina, una carrera muy orientada al análisis cultural y semiótico de los medios. Ha realizado el postgrado “La crítica literaria en la prensa” en el IDEC de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Ha dictado cursos sobre temas relacionados con los medios y la semiótica durante más de quince años. Es autora de los capítulos sobre semiótica y medios del libro educativo Comunicación y Cultura (2002), además de tratar estos mismos temas en otros dos libros: Introducción a la Comunicación (2011) y Comunicación, cultura y sociedad (2012). En 2009, junto con la semióloga Ximena Tobi, lanzó SemioticaStudio, para ofrecer formación profesional y análisis cultural y semiológico para investigación social y de mercado. En mayo de 2012 asistió y expuso la teoría de Eliseo Verón sobre el análisis de los discursos sociales en Semiofest, a celebration of semiotic thinking (Londres, 1era

edición). En mayo-junio de 2013, fue la coordinadora general de la segunda edición de Semiofest, en Barcelona.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Proyectos de diseño gráfico
ASIGNATURA	Diseño Gráfico Audiovisual
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	Alexandra Cama

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	6

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Realización de un proyecto de dirección de arte en el que se analizarán aspectos visuales, formales i culturales a partir de ciertos requerimientos previos.

Definir y realizar proyectos usando una metodología basada en la investigación. Trabajar una estrategia según criterios de decisión, innovación i calidad.

Usar técnicas para la visualización de ideas. la gráfica y el tratamiento gráfico de la información.

Emplear las herramientas adquiridas para la correcta realización de un proyecto.

Gestionar correctamente los contenidos y la representación gráfica de la información. Usar la tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Recoger información significativa, analizarla, sintetizar la y gestionarla adecuadamente.

Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Este curso se centra en la estrategia necesaria y trabajo de conceptualización para asumir la dirección de arte de los proyectos audiovisuales a nivel profesional. La creación de ideas y todas las fases posteriores de su implementación formal se trabajarán en profundidad. Si bien la excelencia visual de los proyectos será un factor determinante, el objetivo principal será crear piezas audiovisuales desde una base fundamental de ideas interesantes y relevantes.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimiento profundo del rol del director de arte en la narrativa audiovisual.
Adquisición de herramientas para abordar briefs profesionalmente, comenzando a partir de ideas sólidas e ideas universales en lugar de comenzar con los elementos visuales y no la historia de fondo.
Aprender a crear *moodboards* y conceptos necesarios para desarrollar un proyecto.
Ampliación de referencias culturales, así como expandir los recursos para encontrarlos fuera de los canales convencionales.
Desarrollo de los criterios necesarios para manejar la dirección de arte de proyectos audiovisuales.
Usar técnicas para la visualización de ideas.
Estudio de los fundamentos del diseño gráfico audiovisual.
Gestión de contenidos y representación gráfica de la información.
Usar la tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Intro + Brief 1.

Intro audiovisual design. Trabajaremos desde la perspectiva de la dirección de arte.
Qué es? Ideas, estrategia, emoción. Del insight al concepto, big ideas, etc. Referencias, ejemplos.
Vemos piezas relevantes del mundo del diseño gráfico, publicidad, kickstarter, etc. y les hago identificar el insight del que parten.

Sesión 2: Brief 1

Técnicas de generación de ideas. Ejercicios de grupo, 3 métodos. Análisis de la idea paraguas, nociones de estrategia.
Revisión de los trabajos sobre trastornos. Se sigue trabajando el brief 1 en formato workshop.

Sesión 3: Brief 1

Moodboards y *concept art* como herramienta de trabajo y proceso necesario. También sobre plagios y referencias.
Se sigue trabajando en el ejercicio de los trastornos.

Sesión 4: Brief 1 presentación. Brief 2.

Presentación en clase del ejercicio sobre trastornos mentales.
Brief 2. Narración audiovisual a nivel gráfico: chyrons, interfaz, infografías, sms en pantalla...

Sesión 5: Brief 2

Ejemplos de narración audiovisual. Realidad virtual, ciencia ficción, bumpers, cortinillas tv, etc. A medida que van viendo las escenas, se reflexiona sobre los usos de la tipografía, el color... Preguntas y alternativas.
Se sigue trabajando en el brief 2, revisión de ideas, apoyo y referencias.

Sesión 6: Brief 2

Desarrollo de brief 2.

Sesión 7: Brief 2 presentación. Brief 3.

Presentación brief 2.

Brief 3: attrezzo). Ejemplos.

Sesión 8: Brief 3

Elementos narrativos más interesantes del cine. Señalética, libros, identidad/uniformes, pasaportes... Ejemplos Annie Atkins/Wes Anderson, The handmaid's tale, Star wars, etc.

Se sigue trabajando en el brief 3.

Sesión 9: Brief 3

Se sigue trabajando en el brief 3. Referencias: ejemplos que les ayuden. Revisión de las ideas/proceso.

Se sigue trabajando en el ejercicio 3.

Sesión 10: Brief 3 presentación. Brief 4.

Presentación del ejercicio 3.

Brief ejercicio 4.

Sesión 11: Brief 4

Breve historia de los títulos de crédito según su relevancia a nivel gráfico.

Se sigue trabajando en el ejercicio 4.

Sesión 12: Brief 4

Se sigue trabajando en los títulos de crédito: coherencia y unidad gráfica. Animación.

Sesión 13: Brief 4

Se sigue trabajando en los títulos de crédito. Últimos detalles, acabados y máximo nivel de exigencia.

Sesión 14: Brief 4 Presentación

Presentación del ejercicio de títulos de crédito.

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

Clase final: notas y feedback.

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Cada proyecto tendrá un resumen detallado con toda la información necesaria para trabajar en el proyecto. También lo discutiremos en clase en caso que alguna de las entregas no esté claro. La mayoría de los proyectos implicarán la entrega de un pdf o una presentación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

Participación activa / actitud en clase, 5%
Capacidad conceptual y de creación, 40%.
Proceso de trabajo, 40%
Presentación oral y visual, 15%.

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

La mayoría de los proyectos se pueden hacer con una computadora y software Adobe CC. Uno de ellos incluirá algunas maquetas, pero se pueden lograr con algunos materiales baratos fácilmente disponibles en comercios especializados.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

La recuperación será un proyecto que resumirá las herramientas y los criterios aprendidos durante el curso. El tema será diferente, pero el proceso de trabajo y los objetivos serán los mismos. Sin embargo, los estándares de expectativa serán dos veces más altos.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía y referencias serán discutidas durante las clases. También las presentaciones de la clase estarán disponibles para los alumnos en google drive, de modo que también puede tener esas referencias e imágenes.

CV

Alexandra Cama

2012 Cursos 100 design projects y Art direction in advertising en Central Saint Martins (University of the Arts London).

2011 Máster en dirección de arte en Complot, escuela de creatividad.

2009 Máster en dirección de arte Tecnòlogues i creatives en Tadel formació.

2006-08 Grado superior en fotografía en Grisart centre d'imatge.

2004-08 Publicidad y Relaciones Públicas en la FCC Blanquerna (Universitat Ramon Llull).

2015-16 Directora de arte senior en McCann & Erickson Barcelona.

Cuentas: Buitoni, Nescafé Dolce Gusto, Nesquik, Lion, Vueling.

2015 Directora de arte freelance en Paradigma.

Cuentas: Blemil y Blevit, Racc, Maheso, Paco Rabanne, Agatha Ruiz de la Prada, Victorio & Lucchino, Benetton.

2015 Docente en The school of everything Barcelona.

Asignatura de dirección de arte en el posgrado de creatividad integral.

2014-15 Directora de arte en Tandem DDB.

Cuentas: 212 VIP Carolina Herrera, Volkswagen.

2014 Directora de arte en Lola Barcelona (Mullen Lowe).

Cuentas: Seat, Rexona, Amstel, Desigual, Wonga, Google Play Music.

2013-14 Directora de arte en Staffmedia branding.

Cuentas: Pans & Company, Pollo Campero, Semon, Costout, Dehesa Sta. María.

2010-12 Directora de arte junior en Bassat Ogilvy Barcelona.

Cuentas: Dove, Tmb, Skip, Converse, Cáritas, Mattel, Ligeresa, Panrico, Knorr, Nestlé, Shandy, Tio Pepe, Unilever.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Tecnología aplicada al diseño
ASIGNATURA	Comunicación Digital I
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	Victor Baroli

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Introducir el proceso de experiencia de usuario y el conjunto de herramientas necesarias para el diseño y creación de un proyecto digital, donde la arquitectura de la información y el diseño digital son consolidados como puntos de referencia.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
Conocer los canales que sirven de apoyo a la comunicación visual y utilizar de acuerdo con los objetivos comunicacionales del proyecto.
Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.
Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Conceptos y su aplicación para afrontar el diseño y la ejecución de un producto digital centrado en los requisitos y expectativas del usuario.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Sintetizar la arquitectura, usabilidad y estrategia de un proyecto digital mediante el diseño de su interfaz

gráfica centrado en el usuario.

Aprender métodos para comunicar nuevas ideas en el diseño de interfaces.

Sensibilización sobre la tecnología digital mediante el conocimiento de redes de comunicación.

Dominio del lenguaje de la imagen digital.

Práctica de la edición y publicación electrónica.

Resolución de problemas de uso y accesibilidad

Ús de la tecnología digital para la presentación y comunicación del proyecto.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Las clases proporcionan una introducción teórica de cada una de las fases del diseño de experiencia de usuario, y además en la mayoría de las sesiones, se utilizará una metodología práctica para que los estudiantes trabajen activamente en clase.

Sesión 1: FASES UX

- Introducción a UX
- Fases del proceso UX
- Presentación del brief

Sesión 2: ESTRATEGIA Y CONCEPTUALIZACIÓN

- Estrategia
- Análisis de competencia/mercado
- Conceptualización

Sesión 3: RESULTADOS DE ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN

- Mapas mentales
- Encuestas
- Análisis de tareas / User journeys

Sesión 4: ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

- Estructura y categorización
- Naming de elementos
- Modelos comunes de navegación

Sesión 5: ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

- Estructura y categorización
- Naming de elementos
- Modelos comunes de navegación

Sesión 6: DISEÑO DE INTERACCIÓN

- Introducción a Interaction Design
- Elementos del diseño de interacción

Sesión 7: SKETCHING & PROTOTIPADO

- Diseño de interface
- Navegación
- Especificaciones funcionales

Sesión 8: WIREFRAMES (Prototipo)

Sesión 9: CAPA VISUAL

- Elementos básicos: tipografías, paleta de color, imágenes, iconografía, formularios, botones, espacios.
- Documentación y especificaciones para producción

Sesión 10: RESPONSIVE DESIGN

- Qué es Responsive Design
- Grid & Breakpoints
- Responsive patterns

Sesión 11: UX/UI RECURSOS, ACCESIBILIDAD

Sesión 12: GUÍAS DE ESTILO

- Diseño modular y guías de estilo
- Visualizar la web como un sistema de diseño
- Conceptualización visual global

Sesión 13: PREPARACIÓN PRESENTACIÓN FINAL

Sesión 14: PRESENTACIÓN FINAL

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Un proyecto completo con todas las fases del proceso del diseño de experiencia de usuario.
 TODOS LOS PROYECTOS SERÁN SUBIDOS EN LA FECHA ACORDADA CON EL PROFESOR.
 LOS ESTUDIANTES DEBERÁN SUBIR A DROPBOX LOS ARCHIVOS DEL PROYECTO.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Participación en clase (10%)
2. Proceso, Investigación y Presentación del proyecto (25%)
3. Concepto y adecuación al enunciado establecido (25%)
4. Formalización y calidad en la ejecución del proyecto (40%)

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

- Cuadernos y rotuladores
- Laptop u ordenadores IED
- Softwares: Sketch / Draw.io / Keynote, Indesign o similar / Marvel

CONTENIDO RECUPERACIÓN

La recuperación consistirá en una presentación en la que el alumno deberá explicar e ilustrar el proceso completo de Experiencia de Usuario aplicado a un proyecto de su elección.

BIBLIOGRAFÍA

The Elements of user Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond
by Jesse James Garret

Information Architecture for the World Wide Web
by Peter Morville & Louis Rosenfeld

The Design of Everyday Things
by Don Norman

Designing Interactions
Bill Moggridge

Simple and Usable
By Giles Colborne

Real Life Responsive Web Design
by Smashing Magazine

Responsive Web Design
By Ethan Marcotte

CV

Víctor Baroli es consultor de diseño digital, especializado en crear productos digitales para pequeñas y grandes empresas. Con más de 15 años de experiencia en el campo de la comunicación visual ha diseñado interfaces de usuario para marcas como: Asics, Onitsuka Tiger, Adobe, Behance 99U, Atrapalo.com, Wall Street English, Kantox, Thermomix, Grifols, ADG-FAD entre otros.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario gráfico
ASIGNATURA	Informática Diseño Gráfico II
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	Idoia García de Cortázar

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Informática I
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

La asignatura formará a los alumnos al campo de las artes gráficas: sistemas de reproducción, impresión, preimpresión y tratamiento de las imágenes, para adquirir las competencias que le permitan planificar, presupuestar y ejecutar correctamente proyectos de producción.

El diseñador debe conocer las posibilidades que ofrece la producción gráfica, sus costes, su realidad y perfilar una visión lo más actual posible de la dirección a la que apuntan los nuevos desarrollos tecnológicos. Actualmente las artes gráficas han incorporado tecnologías de preimpresión, producción e impresión digitales que conviven con sistemas de impresión tradicionales.

El futuro diseñador se enfrentará a la planificación de un proyecto con una amplia variedad de posibilidades en los procesos, que dependerán de factores como tiradas, soportes, costes de producción, presupuestos y distribución que deberá resolver como profesional del medio.

Cada proyecto impreso debe ser el resultado de un trabajo acorde con una necesidad de comunicación, y los procesos y acabados deben elegirse en función de esta necesidad, siempre dentro de unos costes que lo permitan.

Realización de un proyecto específico de diseño gráfico.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

- Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
- Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las

secuencias y grados de compatibilidad.

- Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
- Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes y textos para la producción gráfica
- Conocer procesos y materiales en el desarrollo de un diseño impreso.
- Conciliar los requisitos de un proyecto de diseño con las opciones y los condicionantes específicos de los procesos de impresión.
- Elegir el tipo de soporte según la finalidad del proyecto.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La asignatura formará a los alumnos al campo de las artes gráficas para adquirir las competencias que le permitan planificar, presupuestar y ejecutar correctamente proyectos de producción.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Al terminar con éxito esta asignatura los estudiantes serán capaces de:

- organizar un proyecto atendiendo a sus diferentes fases de producción .
- estimar los costes de una producción gráfica.
- calcular el volumen de material (soportes papel) que conllevará un proyecto.
- organizar los diferentes elementos que deben incluirse en un arte final para enviar a imprenta.
- reunir todos los elementos que deberán manejar otros profesionales que intervienen en una producción gráfica.
- decidir cuál de todas las opciones es la más idónea y viable para que el proyecto quede ajustado en calidad y costes.
- revisar, consensuar y validar todas las pruebas de impresión previas para que el proyecto garantice su resultado.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Presentación de la asignatura y proyecto a desarrollar.

Sesión 2: Glosario. Procesos de artes gráficas.

Sesión 3: Artes finales y producción.

Sesión 4: Visita a The Folio Club.

Sesión 5: Pre impresión 1

Sesión 6: Pre impresión 2

Sesión 7: Impresión 1

Sesión 8: Impresión 2

Sesión 9: Post producción

Sesión 10: Sesión de feedback y notas

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

- El alumno deberá entregar los trabajos planteados y validados en los plazos exigidos.
- Se debe hacer una presentación de los ejercicios (entrega de proyecto y memoria digital/presentación de proceso y resultado final).
- Entrega de una memoria de visita a una imprenta
- Los Trabajos siempre han de estar supervisados por el profesor, no se aceptarán trabajos realizados libremente o sin asistir a clase.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Entrega y presentación proyectos: 50%
2. Nivel adquirido según los resultados del aprendizaje 20%
3. Proceso de trabajo 20%
4. Participación/Actitud en clase 10%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

Materiales generales: se necesitará que el alumno traiga a clase: cutter, tijeras, papeles para abocetar, regla-cinta métrica.

Según los proyectos a realizar se deberán trabajar y traer a clase unos materiales específicos entre los que pueden estar: cartón pluma, pegamento spray, etc.

La ejecución final de los proyectos deberá entregarse impresa.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Para la recuperación de la asignatura en septiembre, es requisito fundamental entregar todos los proyectos realizados durante el curso. Además se deberá entregar una memoria de una visita a una imprenta.

BIBLIOGRAFÍA

Manual de producción gráfica. Recetas. Segunda edición actualizada y ampliada. Johansson, Kaj /Lundberg, Peter /Ryberg, Robert . Gustavo Gili. Barcelona 2011

Impresión y acabados. . Ambrose/Harris . Parramón . Barcelona 2015.

Manual de producción. . Ambrose/Harris . Paidós . Barcelona 2008.

CV

Idoia García de Cortázar

Licenciada en Bellas Artes en la especialidad de Técnicas Gráficas por la Universidad del País Vasco (UPV-EHU). Doctorado en Dibujo Tecnológico: nuevos medios digitales. La actividad profesional siempre ha pivotado entre la docencia y la consultoría para la gestión de proyectos. Idoia ha trabajado para clientes como Hospital Sant Joan de Deu, Hospitales Quirón, Clínica Corachán, Vall d'Hebron en disciplinas como consultoría de procesos, wayfinding, gestión de equipos y asesoramiento de implantación.

GLOSARIO

- **A fibra / Long grain**

Característica de la hoja de papel que se utiliza en impresoras y que se refiere al hecho de que las fibras se encuentran alineadas en la dirección de la dimensión más larga del papel.

- **A contrafibra / Short grain**

Característica que puede tener una hoja de papel en el que las fibras van orientadas en su dimensión corta.

- **A dos caras / Two sided**

Expresión muy utilizada en artes gráficas para indicar que una característica o la impresión está presente en las dos caras del papel.

- **A sangre / Bleed**

Imágenes impresas que superan el borde del papel. Para que al cortar el color o colores correspondientes lleguen al borde del papel, el impresor debe imprimir esa área en tamaño superior al del corte final. Así pues, la página se recorta recortando también el área de sangría. Es obvio, por tanto, que las sangrías precisan la disponibilidad de una franja complementaria de papel.

- **Alzado / Assembling**

En encuadernación, proceso de ordenar adecuadamente las páginas o los pliegos para formar el cuerpo de un documento o de un libro que después se ha de encuadernar.

- **Atrape / Trapping**

Esta función que se aplica a la imagen a nivel de preimpresión, se conoce también como de "encogimiento y extensión". Con ella se pretende evitar el defecto que aparece por variación de registro en el momento de la impresión y que se exterioriza mediante unos bordes blanco entre imágenes de diferente color al existir ese desplazamiento. Para evitarlo, se ensancha un color o se encoge otro de forma que exista un cierto solapamiento o sobreimpresión en los perfiles de contacto que eviten la aparición de esas franjas blancas. El color del solapamiento se escoge en forma adecuada para que la sensación no sea desagradable.

- **Bajo relieve / Bas relief**

Imagen que sobresale en relieve de sombra a partir de un fondo plano, diseñada para dar la ilusión de

una mayor profundidad.

- **Barniz**

Crea efectos superficiales como brillo, mates o sedoso. Depende de la aplicación puede servir como protección, acabado de brillo y mate, o efecto de realce. Existen diferentes barnices como barniz UV, barniz de máquina, barniz braille, barniz oloroso, barniz metálico.

Más información en: Barniz (Artes gráficas) © <https://glosarios.servidor-alicante.com>

- **Bicolor / Bicolour**

Forma de representar las imágenes o los textos mediante tan solo dos colores.

- **Bitono / Bi-tone**

Imagen gráfica impresa solamente mediante dos colores, uno de los cuales normalmente es el negro.

- **Cabecera / Header**

Línea o líneas superiores de un documento impreso, incluyendo también las páginas de una publicación, cuyo contenido se repite en cada página y en la que se incluye fragmentos de texto, material ilustrativo, número de página, fecha, etc. En el campo de la memoria magnética, también se aplica este nombre a las expresiones iniciales de un bloque constituyente de un fichero de textos y en las que se incluye su emplazamiento y otros datos de interés.

- **Calibración / Calibration**

Operación que asegura que todos los equipos utilizados en la conversión y tratamiento de fotografías y texto hasta obtener el producto impreso funcionan óptimamente y que el contenido de las imágenes en cuanto a tonalidad y color permanecen constantes a través de todo el ciclo productivo. Existen programas especialmente diseñados para ayudar a la tarea de calibración y que se conocen como software de gestión del color.

- **Color directo / Direct colour**

Arca que se reproduce mediante la utilización de una sola tinta, en masa o mediante tramado para obtener así una tonalidad deseada. Se acostumbra a utilizar una tinta de composición especial cuando se trata de colores representativos de la empresa en productos tales como los envases.

- **Color especial / Special colour**

Color de tinta de impresión que se ha preparado especialmente para un trabajo o para una empresa y que no se obtiene por combinación de los colores de la cuatricromía. Su impresión supone una operación más, separada del proceso de la cuatricromía.

- **Color neutro / Neutral colour**

Que no posee tono o matiz o, en otras palabras, que absorbe o refleja todas las longitudes de onda en la misma proporción. El término se refiere también a aquel material impreso que solamente contenga blanco, negro o la gama de grises. Los colores acromáticos son conocidos también como colores o grises neutros.

- **Color plano / Flat colour**

Zona impresa con un solo color y en masa, es decir, con una película continua de tinta. Por el contrario, la impresión en mediotonos puede combinar varias tintas y varias gradaciones tonales para obtener

cualquier matiz.

- **Curvas de color / Colour curves**

Instrucciones a nivel de diseño y de compaginación que permiten a los usuarios cambiar o corregir colores en función de los procesos y soportes a utilizar.

- **Densidad / Density**

(En impresión) Espesor de la capa de tinta.

(En fotomecánica) Ennegrecimiento de la película fotográfica.

- **Encuadernación a la americana / Encolada / Perfect binding**

Tipo de encuadernación en el que las hojas constituyentes de un libro o documento se alzan en orden y se encolan por el lomo donde después se adhiere una cubierta. La cola mantiene unidas las páginas y la cubierta. Después de la encuadernación, los tres bordes no encolados se recortan.

- **Encuadernación con canutillo / Comb binding**

Forma de encuadernación mecánica en la cual se conjuntan las páginas por medio de un elemento plástico circular con aspecto de «peine» cuyas púas entran en taladros previamente realizados en el papel.

- **Encuadernación de a dos Two-up binding** Operación de encuadernación en la que se cosen o se encolan los lomos en bloques de dos unidades, incluyendo la colocación de las cubiertas dobles para cortar después por el centro y disponer de libros individuales. De esta forma, especialmente cuando el formato es pequeño, se obtiene una doble producción con las mismas operaciones.

- **Encuadernación con grapas Wire binding**

Sistema de fijación de las diversas hojas que componen un producto gráfico que se basa en el elevamiento de pequeños elementos metálicos debidamente doblados por la parte interior del lomo.

- **Encuadernación con tapa blanda/Rústica/ Soft binding**

Tipo de encuadernación cuyas portadas acostumbran a ser de cartulina flexible y continuando el mismo material en la parte del lomo.

- **Encuadernado con tapa dura Casebound** Expresión que se utiliza para describir un libro que ha sido encuadernado con tapa montada o dura. Puede también denominarse encuadernación de lujo.

- **Estampado en seco**

Marcar un relieve sobre las dos caras de un soporte.

- **Glaxofonado**

Procedimiento de laminado plástico que utiliza una lámina de plástico con pegamento termofusible.

- **Gramaje**

El gramaje es una magnitud que caracteriza a materiales como el papel, la cartulina, el cartón o materiales textiles, y que corresponde a su densidad superficial, es decir, la masa por unidad de área. La unidad de medida es normalmente el gramo por metro cuadrado (g/m^2). El papel más flexible tiene el

gramaje más bajo, el más grueso tiene el gramaje más elevado.

Más información en: Gramaje (Artes gráficas) © <https://glosarios.servidor-alicante.com>

- **Hendido / Scoring, creasing**

Estampación de un filete en una hoja de papel o en otro soporte como medio para indicar la posición de un pliegue así como para facilitar su realización.

- **Hoja de estilo / Style sheet**

Guía de referencia o conjunto de datos fijos que utilizan algunos tratamientos de textos y programas de composición y que llevan todas las especificaciones tipográficas a aplicar dentro de un bloque específico. Este bloque o documento posee una referencia o etiqueta y, cuando el tratamiento de textos la encuentra, adopta los valores de los parámetros existentes en la hoja de estilo correspondiente.

- **Hoja de maqueta / Layout sheet**

Hoja que presenta la descripción de los elementos de una página o documento con sus posiciones respectivas.

- **Impresión de pruebas / Proof printing**

Acto mediante el cual se pasa a la creación directa del contenido de la imagen sobre el soporte receptor en cualquiera de los sistemas, sea con prensa o sin ella.

- **Impresión digital en color / Digital color printing**

Sistema de impresión que, al contrario de los sistemas convencionales, realiza la reproducción en color a partir de datos digitales procedentes del ordenador y sin la utilización de una forma impresora.

- **Impresión en bobina / Web printing**

Cualquier tipo de impresión en un soporte que es introducido en la máquina como rollo continuo o bobina, por oposición a las hojas sueltas. Las imprentas que más habitualmente utilizan este método son las flexográficas y las de huecograbado, aunque también es muy frecuente en offset, con o sin horno de secado, para la impresión de periódicos y revistas.

- **Impresión en cuatricromía / Four colourprinting / Process printing**

Impresión utilizando las tintas amarilla, magenta, cian y negra que se combinan en cantidades adecuadas en cada punto de la imagen a través de la utilización de mediotonos.

- **Impresión offset**

Sistema por el cual se reproducen originales, de forma indirecta, es decir la imagen no se transfiere de la forma impresora al soporte directamente, sino por mediación de una mantilla de caucho y todo lo que esto implica.

- **Laminado**

Consiste en adherir una lámina de material al soporte.

- **Marca de agua / Watermark**

Dibujo en el papel, realizado deliberadamente y visible por transparencia. El dibujo se obtiene por

desplazamiento localizado de fibras.

- **Máscara / Knockout**

Al trabajar en un sistema de preimpresión electrónico, cuando se dispone un área de imagen para que imprima sobre otra que queda debajo, se produce una «reserva» o un impedimento para que la inferior forme imagen. De hecho se utiliza el sistema de «reserva» cuando se quiere obtener, por ejemplo, un texto en blanco sobre un fondo compuesto por el color que se está imprimiendo.

- **Negro para cuatricromía / Process black**

Tinta negra formulada especialmente para la impresión en cuatro colores. Normalmente el negro de cuatricromía es ligeramente menos denso que el negro que se utiliza para la impresión de texto.

- **Negro sólido / Solid black**

Impresión del color negro llenando toda la superficie y donde, para intensificar, puede añadirse un porcentaje de cian, normalmente el 60%.

- **Troquelado**

Sirve para el corte limpio, hendido o perforación de formas irregulares.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatoria itinerario gráfico
ASIGNATURA	Tipografía II
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	José Manuel Urós

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Tipografía I
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Conocer la historia, construcción, clasificación y técnicas de dibujo de los caracteres tipográficos. Organización y uso de los elementos tipográficos expresivos aplicados al diseño de caracteres tipográficos, alfabetos, monogramas y símbolos de derivación tipográfica.

Organización y utilización de los elementos tipográficos en general y específicamente de los volúmenes de texto.

Micro tipografía: arquitectura de la letra. Profundizar capacidades críticas de análisis tipográfico: comprensión de las relaciones entre a tipografía y contexto sociocultural.

Profundizar en el conocimiento de la escritura y la comunicación. Conocer la historia y la evolución de la escritura digital. Conseguir aplicar correctamente criterios de legibilidad. Arquitectura y estilos tipográficos y cómo estructurar la información. Seguir el método de investigación y experimentación propia de la materia.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica. Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual. Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos. Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica. Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Definición de la terminología y los parámetros que delimitan el uso de los objetos tipográficos, así como el panorama de clasificación de estilos. La práctica de la asignatura se basa en el trabajo de los aspectos macro tipográficos en relación a la composición de páginas, incluyendo la relación entre estilos y la identificación, selección y combinación de fuentes.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Aprender el correcto uso de la tipografía, comprender y diferenciar conceptos como legibilidad y legibilidad.

Aplicar la selección tipográfica, alineación, interlineado y P&J. en casos de estudio reales y en función de las tipografías según su uso: señalética, periódicos, revistas, libros, web.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Teoría. Anatomía de los caracteres. Estructura y contenido de teclado ASCII. Training sobre FontStruct

Sesión 2: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 3: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 4: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 5: Teoría. Lettering versus tipografía. Bocetado por contorno. Dibujo vectorial de caracteres.

Sesión 6: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 7: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 8: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 9: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 10: Teoría. Logo-lettering. Diseño editorial de cubierta con adaptación tipográfica a medida.

Sesión 11: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 12: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 13: Trabajo tutorizado en clase

Sesión 14: Trabajo tutorizado en clase sobre E.3. Entrega.

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Presentación en formato digital (pdf) con los 3 ejercicios desarrollados.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Presentación oral y visual (parcial/final), 25%
2. Nivel adquirido según los resultados de aprendizaje, 25%
3. Participación activa / Actitud en clase, 25%
4. Proceso de trabajo, 25%

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional

10

Excelente: acercándose a un nivel profesional

9-9,9

Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno
Aula Mac. Software Adobe CC.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Deberán presentarse los trabajos que no han superado el nivel adecuado.

BIBLIOGRAFÍA

Sobre uso tipográfico

- Veintidós consejos sobre tipografía. Enric Jardí. Actar
- Thinking with Type. Ellen Lupton. Princeton Architectural Press
- Stop Stealing Sheep. Erik Spiekermann. Adobe Press.
- Ortotipografía: manual de l'autor, l'autoeditor i el dissenyador gràfic, Josep Ma Pujol i Joan Solà. Barcelona.
- Ortografía y Ortotipografía del Español actual, José Martínez de Sousa. Ediciones Trea, S.L

Sobre diseño tipográfico

- Designing Type. Karen Cheng. Yale University Press
- Cómo crear tipografías. Cristóbal Henestrosa, Laura Meseguer, José Scaglione. Typo-e

Sobre diseño de página y retículas

- Manual de diseño tipográfico, Emil Ruder. Gustavo Gili
- Sistema de retículas. Joseph Müller-Brockman. Gustavo Gili

Teoría, Historia, diversos

- La tipografía del siglo XX. Lewis Blackwell. Gustavo Gili
- The Elements of Typographic Style, Robert Bringhurst. Idioma: Inglés
- Counterpunch. Making type in the sixteenth century, designing typefaces now, Fred Smeijers.
- Signos, símbolos, marca, señales, Adrian Frutiger. Gustavo Gili
- Type Now. Fred Smeijers. Hyphen Press
- Just My Type. Simon Garfield. Profile Books
- While You're Reading. Gerard Unger. Mark Batty Publisher

CV

José Manuel Urós

José Manuel Urós se dedica profesionalmente a la informática gráfica desde 1990 y está especializado en tipografía digital. Ha sido el asesor o responsable de informática en diferentes estudios (Mariscal, Claret Serrahima, SUMMA, Mario Eskenazi) y actualmente combina el trabajo en su propio estudio, Neue, con el de formador en diversas escuelas universitarias de la ciudad así como el diseño y la comercialización de tipografía a través de su fundición Type-Ø-Tones, creada en 1992.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Comunicación Digital II
SEMESTRE (1-8)	3º
CURSO	2º Diseño Gráfico
DOCENTE	José Manuel Paadín

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Comunicación Digital I
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Introducir a los diseñadores en la visualización de datos e infografía como herramienta de comunicación.

Brindar una perspectiva abierta y creativa sobre lo que son los “datos” y sus “fuentes”

Proporcionar el marco teórico necesario para entender y analizar el diseño de la información desde una perspectiva crítica.

Proporcionar los conocimientos prácticos básicos para poder incorporar el lenguaje infográfico en sus proyectos.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.
 Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.
 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
 Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Abordar las habilidades necesarias para usar el diseño de información y la visualización de datos como una herramienta de comunicación en un entorno digital, con un fuerte enfoque en las posibilidades creativas y expresivas. Al completar un proyecto práctico, se desarrollarán los procesos y herramientas de visualización de datos y se proporcionará una base sólida desde la que abordar proyectos más importantes.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocer los métodos, herramientas y recursos básicos para trabajar en el diseño y la comunicación de datos.

Sintetizar la arquitectura, usabilidad y estrategia de un proyecto digital mediante el diseño de su interfaz gráfica centrado en el usuario.

Aprendizaje de métodos para comunicar nuevas ideas en el diseño de interfaces.

Sensibilización sobre la tecnología digital mediante el conocimiento de redes de comunicación.

Dominio del lenguaje de la imagen digital.

Práctica de la edición y publicación electrónica.

Resolución de problemas de uso y accesibilidad

Ús de la tecnología digital para la presentación y comunicación del proyecto.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción: La infografía como herramienta de comunicación. Historia.

Sesión 2: La infografía como herramienta de comunicación. Esquemas

Sesión 3: Planificación del ejercicio

Sesión 4: Recopilación de datos

Sesión 5: La infografía como herramienta de comunicación. Diseño de datos.

Sesión 6: Análisis de datos

Sesión 7: Ejercicio intermedio. Presentación de datos

Sesión 8: La infografía como herramienta de comunicación. Cartografía.

Sesión 9: Taller

Sesión 10: Taller

Sesión 11: Taller

Sesión 12: Taller

Sesión 13: Taller

Sesión 14: Presentación final

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR EN LA PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Presentación final:

Un "Documental infográfico", con una estructura narrativa clara, basada en la investigación realizada por el estudiante, presentado por medios infográficos en un sitio web de ejemplo (mock-up).

Se alentará a los estudiantes a trabajar en equipo en la investigación, análisis y visualización de la datos que serán la materia prima de su artículo documental.

La historia de este documental infográfico debe ser personal o contada desde el punto de vista del estudiante o basado en su experiencia o cualquier combinación de los tres.

La principal fuente de información / datos para el ejercicio debe ser el propio estudiante.

Presentación intermedia:

Diseño de una recopilación de datos utilizando sus propios recursos y herramientas de terceros, así como su presentación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Capacidad conceptual y de creación 20%.
2. Proceso de trabajo 30%.
3. Nivel adquirido según resultados de aprendizaje 30%.
4. Presentación oral y visual parcial / final 20%.

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Ordenador propio o de IED.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Un "documental infográfico", con una estructura narrativa clara, basada en la investigación realizada por el estudiante sobre el tema "Consecuencias del cambio climático", presentado por medios infográficos en un sitio web de maquetas (Ver informe)

BIBLIOGRAFÍA**Infographics. Theory and practice:**

The Visual Display of Quantitative Information - Edward R. Tufte

Envisioning Information - Edward R. Tufte

La esquemática. Visualizar la información - Joan Costa

How to Lie with Maps - Mark Monmonier

The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization - Alberto Cairo

Design for Information: An Introduction to the Histories, Theories, (...) - Meirelles, Isabel

Design:

Designing Programs - Karl Gerstner

Monographs, Infographics:

Visual Storytelling - Gestalten Verlag

Cartographies of Time: A History of the Timeline - Princeton Architectural Press

Information Graphics- Taschen

Websites:

<https://pudding.cool/>

<http://flowingdata.com/>

<http://www.informationisbeautiful.net/>

<http://infosthetics.com/>

CV

José Manuel Pérez Paadin

Ferrol 1974. Licenciado en Bellas Artes (Cuenca. UCLM. 1998). Llega a Barcelona y comienza a trabajar y entrenarse en el campo del diseño multimedia, fundando en 2001 una de las primeras compañías de producción de animación online independientes en España. En 2003 se incorporó a Lamosca como diseñador gráfico y más tarde como estudio-aliado. Entre otras obras de infografía, publicó la columna “Datos” en la revista semanal Cultura/s (La Vanguardia) recibe el reconocimiento de los premios Malofiej y el Premio Graffica, 2012.

Desde 2010 y hasta 2015, compaginó su trabajo como diseñador en Lamosca con la actividad docente.

<http://lamosca.info/>

<http://paadin.eu/>

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Gestión del Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Estrategia y Gestión del Diseño Gráfico
SEMESTRE (1-8)	5º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Stephan Seifert

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4 ECTS

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Abordar la estrategia y recursos para gestionar proyectos y organizaciones.

Gestión de la organización:

Las herramientas necesarias para poder gestionar los contenidos adquiridos en otras asignaturas de diseño gráfico aplicadas al mundo empresarial.

Organización de la actividad profesional.

Recursos, costes y planificación de la actividad profesional.

Las herramientas necesarias para poder profundizar en las cuestiones más importantes relativas a las leyes en el sector de la publicidad y la empresa.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Organizar y planificar el trabajo de manera eficiente y motivadora.

Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas a la consecución de objetivos personales y profesionales.

Optimizar la utilización de los recursos necesarios para llegar a los objetivos previstos.

Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

Conocer el contexto económico, social y cultural en que se desarrolla el diseño gráfico y la creatividad.

Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Introducción al entorno de la práctica profesional, suministrando información teórica y recursos metodológicos fundamentales para el desarrollo de un proyecto profesional de diseño. Enfoque sobre 5 áreas fundamentales de la actividad profesional creativa.

La estrategia y el management tienen por objeto potenciar la creatividad de un estudio/agencia, que es su valor añadido real. Estas herramientas permitirán convertir una actividad amateur en una profesional, facilitando metodología y recursos, y facilitarán, a su vez, la orientación necesaria para afrontar la emprendeduría.

Comunicación del diseño gráfico. Recursos, costes y organización de la actividad profesional. Las leyes en el sector de la publicidad y la empresa. Dar al alumno las herramientas necesarias para poder gestionar los contenidos adquiridos por otras asignaturas de Diseño gráfico aplicadas al mundo empresarial.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Al final de la asignatura, los estudiantes que la superen tienen que ser capaces de:

Identificar los puntos clave para estructurar una organización creativa.

Adquirir conocimientos básicos relacionados con los recursos y la metodología de la gestión de un negocio creativo.

Entender qué factores son críticos en un proceso de toma de decisiones de un negocio creativo.

Entender el management como un factor clave en la dirección de un negocio creativo.

Conocer los conceptos y soluciones de management que son adecuados para gestionar un negocio creativo.

Saber cómo dirigir equipos y proyectos creativos.

Utilizar metodología de gestión de negocio para alcanzar los objetivos de la agencia/estudio.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Abordando 5 áreas de contenido: estrategia, organización, clientes, economía y finanzas, y desarrollo de nuevo negocio.

Sesión 1: Presentación

Sesión 1-2: La estrategia mueve la agencia/estudio

> Business Model Canvas

> Business Plan

Tareas: Construcción de Business Model Canvas, Resolución de un dilema a través de la toma de decisión.

Sesión 3-4: La organización creativa

> Trabajo en equipo

> Gestión del tráfico y planificación

Tareas: Crear y seguir una planificación de proyecto (cronograma), Ejercicio de rol sobre cómo gestionar una entrevista de trabajo, redacción y maquetación de un cv, crear una cuenta de LinkedIn, Leer y comentar un post de blog sobre un tema relacionado con la organización.

Sesión 5-6: Clientes

> Gestión de cliente

> El cliente estratégico

Tareas: Ejercicio de rol sobre cómo gestionar el brief de un cliente.

Sesión 7-8: Economía y finanzas

> Conceptos básicos: coste, ingreso, gasto, inversión, presupuesto, liquidez, etc.

> Precio y remuneración

Tareas: Examen sobre el significado de distintos términos relativos al negocio creativo.

Sesión 8-9: Desarrollo de nuevo negocio

> Estrategia y acciones

> (Relaciones en redes) Networking

Tareas: Plan de relaciones basado en un mapa mental.

Sesión 9: Proyecto final

Presentación de un Proyecto Creativo Personal Personal basado en la metodología Business Model Canvas. Puede ser tanto un proyecto existente como futuro.

Sesión 10: Repaso y feedback

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

La presentación oral final debe ir acompañada de una presentación digital. La presentación debe estar muy bien diseñada gráficamente y es recomendable que incluya infografías, animaciones y otros recursos audiovisuales.

Las entregas de las tareas a realizar durante el curso se presentarán de acuerdo con el brief correspondiente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Dado que la asistencia es obligatoria, la evaluación se realizará de acuerdo con 4 parámetros que proporcionalmente darán el resultado final de la forma siguiente:

1. Proyecto final/Examen 50%
2. Proceso de trabajo 20%
3. Capacidad de síntesis 20%
4. Participación/Actitud en clase 10%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Bolígrafo/Lápiz

CONTENIDO RECUPERACIÓN

La recuperación consistirá en la definición y descripción de un Proyecto de Negocio Creativo basado en la metodología Business Model Canvas. Este proyecto deberá ser distinto al presentado con anterioridad como Proyecto Final de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Business Model Generation

Alex Osterwalder and Yves Pigneur. Ed. John Wiley & sons. Strategyzer Series. New Jersey, USA. 2010

Value Proposition Design

Alex Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, and Alan Smith. Ed. John Wiley & sons. New Jersey, USA. 2014

Agency: Starting a Creative Firm in the Age of Digital Marketing

Rick Webb. Palgrave Macmillan, London. 2015

Gestión empresarial de la agencia de publicidad

Ignasi Ferrer Lorenzo y Pablo Molina Aguerrebere
Diaz de Santos. España. 2014

Business for Artists and Designers

Alison Branagan. Bloomsbury
Website: alisonbranagan.com

Blogs

Creative Agency Manager by Enric Bajuelo

<https://creativeagencymanager.wordpress.com/>

Adsubculture by Edwin Burgoyne

<http://adsubculture.com/>

Serie de TV

Mad Men

AMC, USA. 2007-2015. 7 seasons. Created by Matthew Weiner

Software

Billings Pro by Marketcircle: marketcircle.com/billingspro/

Streamtime: streamtime.net/eu/

Studiometry by Oranged Software: www.oranged.net

CV

Stephan Seifert es diseñador de producto especializado en proyectos de innovación. Consultor de diseño de servicios orientado a usuario, de soluciones para la construcción de marcas y experiencias que conectan emocionalmente usuarios y marcas. <http://www.stephanseifert.com>

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias Itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Workshop II
SEMESTRE (1-8)	5º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Manuela Procopio

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	6

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Entender y adoptar mentalidad de diseño orientada al usuario.
Comprender el proceso de diseño y sus fases, aprendiendo herramientas y técnicas creativas y aplicándolas en la práctica para la resolución de problemas.
Detectar oportunidades y fomentar la innovación creativa en términos de productos, servicios y procesos.
Aplicar y gestionar estratégicamente el diseño a los proyectos.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Recoger información significativa, analizarla, sintetizar la y gestionarla adecuadamente.
Integrar adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.
Dominar la metodología de investigación.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura presentará a los estudiantes la manera en cómo los diseñadores se enfrenta a los problemas y desafíos mediante el entendimiento y uso del *Design Thinking*.

Los estudiantes explorarán cómo las soluciones con base al *Design Thinking* son abordadas para satisfacer las necesidades de los usuarios, por medio de la co creación y el trabajo colaborativo.

Los participantes del workshop aprenderán las herramientas más relevantes de acuerdo al proceso de diseño y así puedan ser aplicadas en sus propios proyectos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

La siguiente asignatura promueve una profunda comprensión y la adquisición de un nuevo paradigma, por medio del aprendizaje de un conjunto de herramientas que a los estudiantes les permitirá su aplicación en el desarrollo de su trabajo diario.

Los estudiantes desarrollarán la creatividad, la empatía y la colaboración desde un enfoque *user-centred*. Estos también aprenderán a cómo definir y concretar las ideas en oportunidades de diseño, brindando una propuesta de valor para los futuros clientes.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción al *Design Thinking*. Teambuilding

Sesión 2: Entendimiento del contexto y el usuario. Tendencias. Empatía vs. *Behavioural Persona*.

Sesión 3: Investigación del usuario / *data research*

Sesión 4: Experiencia de usuario: *Actual user journey*. Oportunidades vs. Problemas

Sesión 5: Ideación

Sesión 6: Prototipado: Idea/ concepto

Sesión 7: *Prototyping workshop* + testeo del usuario

Sesión 8: Experiencia de usuario: *Future user journey*. Propuesta de Valor

Sesión 9: Presentaciones

Sesión 10: Sesión de *feedback* y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Después de cada sesión, a los estudiantes se les solicitará que complementen y entreguen el material y/o las herramientas desarrolladas en la sesión, en la siguiente.

Al final del curso los estudiantes deberán entregar:

- a) Un informe escrito de 300 palabras (+/- 10%) el cual debe incluir imágenes y diagramas cuando corresponda, para hacer más visual el reporte. Los estudiantes deben identificar y describir qué es el *design thinking* obteniendo su información desde fuentes académicas y profesionales (50% académica - 50% profesional).

* Las fuentes se han de referenciar utilizando los estándares de Harvard Referencing:
<http://www.citethisforme.com/harvard-referencing>

- b) Se Solicitará el desarrollo de 3 láminas infográficas del proyecto (DIN A0)

- c) Preparar una exhibición física de los resultados propuestos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Capacidad de observación y crítica (25%)
2. Capacidad de síntesis (25%)
3. Capacidad de conceptualizar y de creación (25%)
4. Resolución de problemas (25%)

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo de IED

Papel Kraft
 Post-its (diferentes tamaños)
 Marcadores
 Stickers
 Tape, tijeras y pegamento
 Material para prototipar

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Entregable:

Un informe de 1500 (+/-10%) el cual debe incluir imágenes y diagramas cuando corresponda, para hacer más visual el reporte. Los estudiantes deben identificar y describir qué es el design thinking obteniendo su información desde fuentes académicas y profesionales (50% académica - 50% profesional).

La investigación debe estar con base en la descripción de cómo el design thinking podría ser aplicado en una organización elegida por el estudiante, centrándose en las técnicas, herramientas y el proceso que ha ser utilizado. Identificando las oportunidades donde es podría aplicado el design thinking. El estudiante deberá justificar por qué cree que el design thinking debería ser utilizado en aquellas etapas.

* Las fuentes se han de referenciar utilizando los estándares de Harvard Referencing:
<http://www.citethisforme.com/harvard-referencing>

Resultados del aprendizaje:

- Demostrar una comprensión del proceso de investigación e ideación del design thinking.
- Analizar y aplicar los datos de fuentes encontrados en el proceso de diseño y desarrollar soluciones creativas.
- Comunicar los datos encontrados a profesionales, académicos y audiencia en general.

Criterios de evaluación:

- Profundidad y sofisticación de la investigación, análisis y discusión de qué es design thinking
- Pertinencia de la aplicación práctica del design thinking
- Claridad de los argumentos, estructura, narración y presentación visual del reporte.

BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose, G. (2009). *Design Thinking for Visual Communication*. Bloomsbury.
- Knapp, J., Zeratsky, J. and Kowitz, B. (2016). *Sprint*. New York: Simon & Schuster.
- Lupton, E. (2011). *Intuition, action, creation. Graphic Design Thinking*.
- Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A. and Schneider, J. (2010). *This is service design doing*.

CV

Manuela Procopio

Emprendedora, mentora, profesora y scrum master, Manuela Procopio es analista e investigadora de tendencias globales y facilitadora en procesos de Diseño de Servicio. Es cofundadora de We Push, una iniciativa que une Barcelona, Bogotá y Quito y que se dedica a la aplicación de tendencias a procesos de innovación y de _coworkshops, un concepto de formación que combina dinámicas de grupos, técnicas de cocreación, prototipado rápido de ideas y de servicios con la gestión ágil de proyectos.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Proyectos de Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Proyecto de Identidad Corporativa
SEMESTRE (1-8)	5º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Carles Rodrigo

HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	200
CRÉDITOS	8

PRE-REQUISITOS	Diseño Gráfico Audiovisual y Proyecto Interdisciplinar
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Análisis y desarrollo de los elementos que componen la identidad gráfica de una marca y las pautas gráficas según las que se rigen para elaborar una narrativa interesante que refleje la personalidad i los valores de la marca.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.
Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.
Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Asignatura práctica consistente en la elaboración de un proyecto de identidad corporativa para la industria cultural. Este proyecto se desarrollará en todas sus etapas. Éstas consisten en: la instauración del briefing inicial (se proporcionará un brief genérico que el alumno deberá redefinir), la elaboración de una investigación consistente acorde con los parámetros definidos en el briefing, la creación de un concepto relevante que establezca los cimientos de la comunicación de la marca, y el desarrollo formal del proyecto de identidad.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Definición y realización de proyectos.

Uso de las técnicas para la visualización de ideas.

Estudio de los fundamentos del diseño gráfico audiovisual.

Desarrollo de una investigación completa y relevante en sus diferentes etapas, que aporte soluciones tanto a la conceptualización como al desarrollo formal del proyecto.

Elaboración de un concepto consistente y relevante que se transmita a lo largo de las diferentes piezas de la identidad, tanto offline como online.

Aprendizaje de los elementos gráficos y comprensión del papel que cada uno de ellos tiene en la elaboración del lenguaje gráfico de una identidad de marca a la hora de desarrollar su estrategia narrativa. Entendimiento de los diferentes registros alrededor de los cuales se articula un proyecto de identidad y adquisición de la capacidad para adaptar la identidad al lenguaje propio de cada registro.

La tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

Métodos de investigación en el diseño.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción a la asignatura, presentación del briefing e inicio de la investigación

Sesión 2: Research (sesión de trabajo)

Sesión 3: Research (sesión de trabajo)

Sesión 4: Presentación research e introducción al concepto del proyecto

Sesión 5: Desarrollo conceptual (sesión de trabajo)

Sesión 6: Desarrollo conceptual (sesión de trabajo)

Sesión 7: Desarrollo conceptual (sesión de trabajo)

Sesión 8: Presentación de 3 conceptos

Sesión 9: Visita estudio Wladimir Marnich

Sesión 10: Desarrollo aplicaciones (sesión de trabajo)

Sesión 11: Desarrollo aplicaciones (sesión de trabajo)

Sesión 12: Desarrollo aplicaciones (sesión de trabajo)

Sesión 13: Desarrollo aplicaciones (sesión de trabajo)

Sesión 14: Desarrollo aplicaciones (sesión de trabajo)

Sesión 15: Desarrollo aplicaciones (sesión de trabajo)

Sesión 16: Desarrollo aplicaciones (sesión de trabajo)

Sesión 17: Desarrollo del manual de identidad (sesión de trabajo)

Sesión 18: Desarrollo del manual de identidad (sesión de trabajo)

Sesión 19: Presentación final del proyecto

Sesión 20: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

- Research moodboards con las siguientes categorías (presentación digital)
 - Concepto
 - Paleta de colores
 - Tipografía
 - Lenguaje gráfico
 - Materiales/producción
 - Fotografía
- Aplicaciones físicas (maquetas impresas):
 - Tarjeta
 - Papel de carta (1ª página + página de continuación)
 - Tarjetón saluda
 - Sobre americano

- Bloc de notas A5
 - Flyers (flyer genérico + flyer exposición)
 - 2 Posters (flyer genérico + flyer exposición) tamaño 70x100cm y 50x70cm
 - 2 Portadas de catálogo tamaño dinA5
 - Bolsa de la tienda
 - Papel de envoltorio
 - Camiseta*
 - Bolsa de tela*
- Aplicaciones digitales:
 - Lápiz
 - Camiseta*
 - Bolsa de tela*
 - Señalética
 - Banner (maqueta digital)
 - Homepage página web
- Manual de identidad (pautas de identidad + aplicaciones)
 - Presentación final

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Nota media de las distintas entregas (55%)
2. Participación en clase / Seguimiento del proceso de la asignatura (15%)
3. Observación / Capacidad Crítica (15%)
4. Evolución / Proceso (15%)

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

- Plancha de caucho para cortar
- Cutter bisturí
- Cola en spray
- Cinta de doble cara

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Entrega de los materiales especificados en la asignatura. El alumno tiene la opción de realizar modificaciones en el material presentado al final de la asignatura, siguiendo las pautas recibidas para solucionar los problemas presentados en el proyecto; o de elaborar un proyecto enteramente nuevo en

caso de que el proyecto presentado requiera una reformulación completa.

***Brief adjunto**

BIBLIOGRAFÍA

Marks of excellence. Per Mollerup

Branding: from briefing to finished solution. Mono

C/id: visual identity and branding for the arts. Angus Hyland / Emily King

Identity Suite. Viction:ary

Logo. Michael Evamy

CV

Carles Rodrigo

Diseñador gráfico y fundador de Carles Rodrigo Studio. Graduado en diseño gráfico en 2008 en Eina, Barcelona. Cuando aún cursaba sus estudios, en 2007, empezó su carrera profesional en Mucho. Su proyecto final de estudios 'Zarzuela Poster' fue incluido en el Wallpaper Graduate Directory 2009 y nominado en el Art Directors Club NY y en los premios Laus.

En 2012 se trasladó a Londres para unirse al equipo de Winkreative como diseñador y director de arte senior. Allí trabajó en proyectos editoriales y de identidad corporativa para clientes de gran escala como Monocle Magazine, Lexus, el Gobierno de Japón o Hermès, entre otros, hasta establecerse como diseñador independiente en 2014, fundando Carles Rodrigo Studio un año más tarde. Desde entonces vive y trabaja entre Londres y Barcelona, trabajando en un amplio rango de proyectos, desde identidad corporativa a diseño editorial, señalética o packaging, siendo la creación y uso de tipografía a base de su proceso de trabajo.

Esta labor la compagina con su cargo de docente en IED, a nivel de Grado y Máster, además de distintos workshops y conferencias de ámbito nacional e internacional.

Su trabajo ha sido reconocido por prestigiosas asociaciones como D&AD, Art Directors Club NY, Art Directors Club of Europe y Laus.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Comunicación de Proyecto de Diseño Gráfico (III)
SEMESTRE (1-8)	5º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Rosa Maria Mus

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Realización de un proyecto específico de diseño gráfico según el recorrido académico del alumno siguiendo la metodología del proyecto.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Analizar y planificar el trabajo de manera eficiente y motivadora.
 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
 Ser capaces de adaptarse a los cambios ya la evolución tecnológica industrial.
 Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

El diseño gráfico expositivo es quizás una de las disciplinas más particulares en las que puede trabajar un diseñador debido a varios condicionantes. El primero, la escala: ya no trabajará en un área al alcance de la mano sino que el resultado de nuestro proyecto cubrirá superficies ostensiblemente más grandes que el A3 con las consecuencias que ello tiene en la legibilidad. El segundo, la profundidad: a las dos dimensiones añadimos una tercera, con la que el diseñador deberá familiarizarse y utilizar a su favor. El tercero, la materialidad: el rango de materiales excede el del papel y la tinta extendiéndose a vinilo, pintura, aluminio, madera y un largo etcétera. Y finalmente el cuarto, la narración: cada vez es más frecuente que el diseñador gráfico deba ir más allá de la mera formalización e implicarse en la generación y articulación del discurso expositivo, terrenos hasta ahora reservados al comisario.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Finalizada la asignatura el alumno habrá cumplido los siguientes objetivos:

- Dominar los nuevos condicionantes de escala y espacio e integrar el grafismo en un espacio arquitectónico dado.
- Articular con eficacia un contenido de texto e imagen en ese espacio arquitectónico, atendiendo a las necesidades narrativas y de legibilidad.
- Conocer el potencial de nuevos materiales, soportes y técnicas más allá de la tinta y el papel.
- Utilizar la terminología particular de la asignatura.
- Adquirir una metodología proyectual apropiada para el diseño gráfico expositivo.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción y briefing de ejercicio de ambientación del pasillo intercambiador del Metro de Barcelona

Sesión 2: Seguimiento del ejercicio

Sesión 3: Seguimiento del ejercicio y briefing del proyecto de gráfica expositiva

Sesión 4: Visita a una exposición

Sesión 5: Descripción general del proyecto expositivo y guión básico

Sesión 6: Concepto expositivo y moodboard

Sesión 7: Situación del contenido en planta

Sesión 8: Formalización gráfica

Sesión 9: Formalización gráfica (seguimiento)

Sesión 10: Formalización gráfica (seguimiento)

Sesión 11: Formalización gráfica (seguimiento)

Sesión 12: Preparación de visualizaciones y presentación

Sesión 13: Preparación de visualizaciones y presentación (seguimiento)

Sesión 14: Exposición en clase y entrega del proyecto de gráfica expositiva

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

- Presentación en pdf
- Maqueta del espacio expositivo
- Muestra a escala 1:1 de un fragmento de la gráfica expositiva
- Bloc de bocetos documentando el proceso de trabajo

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

A rellenar por el docente, elegir 4 parámetros de la lista:

1. Capacidad conceptual 40%
2. Presentación oral y visual 40%
3. Evolución 10%
4. Participación y actitud en clase 10%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Entrega del proyecto expositivo –presentación en pdf– aplicando las observaciones indicadas por el profesor.

BIBLIOGRAFÍA

- AMBROSSE, GAVIN; HARRIS, PAUL: Tipografía. Barcelona: Parramón Ediciones, 2005.
- BAINES, PHIL: Signs: Lettering in the Environment. Londres: Laurence King Publishers, 2008.
- BROOK, TONY; SCHRAUWEN, SARAH; SHAUGHNESSY, ADRIAN: Supernew Supergraphics. Londres: Unit Editions, 2013.
- BROOK, TONY; SHAUGHNESSY, ADRIAN: Supergraphics: Transforming Space Graphic Design for Walls, Buildings and Spaces. Londres: Unit Editions, 2010.
- COSTA, JOAN: Señalética corporativa. Barcelona: Costa Punto Com, 2007.
- COSTA, JOAN: Señalética. Barcelona: CEAC, 1987.
- EHMANN, SVEN; BORGES, SOFIA: Brand Spaces: Branded Architecture and the Future of Retail Design. Berlin: Gestalten, 2013.
- JARDÍ, ENRIC: Twenty-two tips on typography (that some designers will never reveal). Barcelona: Actar, 2007.
- KLING, BEATE; KRÜGER, TORSTEN: Signage: Spatial Orientation. Múnic: Edition Detail, 2013.
- MÜLLER-BROCKMANN, JOSEPH: Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1982.
- SMITSHUJIZEN, EDO: Signage Design Manual. Lars Muller Publishers, 2007.
- TWO POINTS (Editores): Left, Right, Up, Down: New Directions in Signage and Wayfinding. Berlín: Gestalten, 2010.
- UEBELE, ANDREAS: Signage Systems & Information Graphics: a Professional Sourcebook. Londres: Thames & Hudson, 2007.

CV

Roseta Mus

web: www.rosetayoihana.com

instagram: [@rosetayoihana](https://www.instagram.com/rosetayoihana)

facebook: <https://www.facebook.com/rosetayoihana/>

Roseta Mus Pons nació en Menorca y estudió diseño gráfico en Eina, Barcelona.

Trabaja en Clase Bcn, Base Design y con Anna Subirós hasta 2008, cuando funda Roseta y Oihana junto con Oihana Herrera. Los clientes incluyen Ajuntament de Barcelona, Museu Picasso, FAD Foment de les Arts i el Disseny, CCCB, Centro de Cultura Contemporánea, MUHBA Museu d'Història de Barcelona, Museu de Menorca, Elisava, Born Center of Culture, MCP Mancomunidad de la Comarca de Pamplona, Cementiris de Barcelona y Gran Teatre del Liceu. Desde 2001 ha enseñado en algunas de las principales escuelas de diseño de Barcelona: Bau, Blanquerna, Elisava y IED.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Técnicas de Edición
SEMESTRE (1-8)	5º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Rosa Maria Mus

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria (optativa de itinerario)

RESUMEN DE LA MATERIA

Análisis y desarrollo de los elementos que componen la identidad gráfica de una marca y las pautas gráficas según las que se rigen para elaborar una narrativa interesante que refleje la personalidad y los valores de una marca.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto

Conocer los canales que sirven de apoyo a la comunicación visual y utilizar de acuerdo con los objetivos comunicacionales del proyecto.

Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa.

Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Asignatura teórica y práctica que consiste en el desarrollo de un proyecto relacionado con el Diseño aplicado al espacio. El proyecto es individual y tutorizado por la profesora.

La asignatura se presenta como un taller en el que los estudiantes trabajan los diferentes temas involucrados en el área de Diseño de Señalización y la profesora guía el desarrollo del proceso.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Sensibilización del alumno respecto a la tecnología digital mediante el conocimiento de las redes de comunicación

Dominio del lenguaje de la imagen digital.

Estudio y resolución de problemas de uso y accesibilidad.

Uso de la tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

Identificar las necesidades comunicativas del entorno susceptibles de ser resueltas mediante el diseño de señalización.

Entender la relación entre el diseño gráfico aplicado a espacios, arquitectura, diseño de productos y diseño de espacios.

Aprender las fases del proceso y la planificación profesional del diseño de señalización.

Aprender y dominar los criterios gráficos, los tipos de materiales y las técnicas de producción en el área de diseño de señalización.

Aprender la terminología del diseño de señalización.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

El proyecto consiste en el diseño del sistema de señalización.

Las sesiones están organizadas en:

Sesión 1. Introducción

- **Presentaciones: los estudiantes, el profesor, la asignatura y el proyecto**
- **Teoría del diseño de señalización**
- **Entrega 1: Foto Safary de la señalización existente en la escuela**

Sesión 2, 3 y 4. Análisis

- **Entregas 2, 3 y 4: presentación pública y entrega de PDF de:**

Señalización existente

Imágenes con pros y contras de todos las señales de la escuela organizadas por:

- **Señales de orientación**
- **Señales direccionales**
- **Señales identificativas**
- **Señales reguladoras**

IED

- **Filosofía y personalidad.**

Target

- **Características de los estudiantes, el personal y los visitantes.**

Edificio (planos de planta)

- **Rutas y necesidades de comunicación.**
- **Selección de los lugares más representativos para explicar el proyecto.**

- **Correcciones**

Sesión 5. Definición del concepto

- **Entrega 5: presentación pública y entrega en PDF de:**

- **Referencias razonadas. 3 sistemas de identidad (al menos 5 imágenes de cada sistema y al menos 2 de estas imágenes deben mostrar señales), 3 sistemas de señalización (al menos 5 imágenes de cada sistema) y 10 ejemplos diferentes de materiales y sistemas de producción. Para cada referencia, es necesario incluir una descripción y los motivos de la selección.**

- **Comentarios**

Sesión 6. Definición del concepto

- **Entrega 6: presentación pública y entrega en PDF de:**

- **Concepto. Conceptos que quieres comunicar.**
- **Moodboard. En una página, imágenes que sugieren el resultado que deseas lograr.**

- **Comentarios**

Sesiones 7, 8, 9, 10 y 11. Definición de la forma

- **Entregas 7, 8, 9, 10 y 11: Presentación pública y entrega de PDF de:**

Análisis

Señalización existente: imágenes con pros y contras de las señales existentes.

- **Rutas: planos con las rutas del target y ubicación de las señales.**
- **Filosofía y personalidad de IED.**
- **Target: características de los estudiantes, el personal y los visitantes.**
- **Conclusiones del análisis.**

Conceptos

- **3 conceptos principales que deseas comunicar a través de su diseño.**

Vistas

- **Tres vistas de la señalización aplicada en el espacio. Las vistas deben ser lo más parecidas a la realidad y pueden ser un fotomontaje y / o un render 3D.**

Dibujo vectorial

- **Diseño del sistema de señalización, indicando medidas y materiales.**

Prototipo

- **Fotos del prototipo.**

Otros soportes de comunicación

- **Diseño de la carpeta, tarjeta de identificación y web (página de inicio y ejemplo de sección de página) presentados con un mock up.**

- **Correcciones**

Sesión 12 y 13. Preparación de la presentación

Siguiendo las instrucciones dadas por la profesora en la clase, preparación del documento de presentación final.

Sesión 14. Presentación final y entrega

- **Entrega 14:**
 - **Sistema de señalización**
 - **Prototipo**
 - **Sketchbook**

Sesión 15. Sesión de comentarios y calificación

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

PRESENTACIONES INTERMEDIAS

Por favor, lee la sección anterior "CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS" para ver las presentaciones programadas intermedias.

PRESENTACIÓN FINAL

- **Sistema de señalización**

Consiste en la presentación pública final y la entrega correspondiente de un pdf con:

Análisis

- Señalización existente: imágenes con pros y contras de las señales existentes.
- Rutas: planos con las rutas del target y ubicación de las señales.
- Filosofía y personalidad de IED.
- Target: características de los estudiantes, el personal y los visitantes.
- Conclusiones del análisis.

Conceptos

- 3 conceptos principales que deseas comunicar a través de su diseño.

Vistas

- Tres vistas de la señalización aplicada en el espacio. Las vistas deben ser lo más parecidas a la realidad y pueden ser un fotomontaje y / o un render 3D.

Dibujo vectorial

- Diseño del sistema de señalización, indicando medidas y materiales.

Prototipo

- Fotos del prototipo.

Otros soportes de comunicación

- Diseño de la carpeta, tarjeta de identificación y web (página de inicio y ejemplo de sección de página) presentados con un mock up.

- **Prototipo**

Prototipo físico

- **Sketchbook**

Sketchbook que refleja todo el desarrollo del proceso creativo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Entregas intermedias 25%
2. Resultado final 25%
3. Nivel adquirido según los resultados de aprendizaje 25%
4. Participación / actitud en clase 25%

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Sketchbook y ordenador.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

La recuperación consiste en la entrega del proyecto de señalización más un segundo proyecto que será explicado por la profesora al final del semestre.

BIBLIOGRAFÍA

- Recomiendo ver la colección de señalizaciones diseñadas por Pentagram que se pueden ver en: www.pentagram.com/work/discipline/environmental-graphics y leer todas las explicaciones detalladas que acompañan a cada proyecto.
- KLING, Beate; KRÜGER, Torsten. DETAIL Special: Signage - Spatial Orientation: Interdisciplinary work at the gateway to design. DETAIL, 2013.
- GIBSON, David. Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places. Princeton Architectural Press. 2009.
- KATZ, Joel. Designing Information: Human Factors and Common Sense in Information Design (1). Wiley. 2012.
- BROOKS, T., Shaughnessy A. Super Graphics: Graphic Design for Walls, Buildings and Spaces. Unit Editions, 2010.
- ABDULLAH, Rayan; Roger Hübner. Pictograms, Icons, and Signs. Thames & Hudson, 2006.

CV

Rosa Maria Mus

web: www.rosetayoihana.com

Instagram: [@rosetayoihana](https://www.instagram.com/rosetayoihana)

facebook: www.facebook.com/rosetayoihana/

Rosa Maria Mus Pons nació en 1970 en Menorca y estudió diseño gráfico en Eina, Barcelona.

Trabaja en Clase Bcn, Base Design y con Anna Subirós hasta 2008, cuando funda Roseta y Oihana junto con Oihana Herrera. Sus clientes incluyen Ajuntament de Barcelona, Museu Picasso, FAD Fomento de las Artes y el Diseño, CCCB, Centro de Cultura Contemporánea, MUHBA Museu d'Història de Barcelona, Museu de Menorca, Elisava, Born Centre de Cultura, MCP Mancomunidad de la Comarca de Pamplona, Cementiris de Barcelona y Gran Teatre del Liceu. Desde 2001 es profesora en algunas de las principales escuelas de diseño de Barcelona: Bau, Blanquerna, Elisava e IED.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Proyecto I
SEMESTRE (1-8)	5º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Joao Alves

HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	200
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria (optativa de itinerario)

RESUMEN DE LA MATERIA

Realización de un proyecto específico de diseño gráfico, publicidad, diseño de vídeo, ilustración y animación o diseño multimedia según el recorrido del alumnos siguiendo una metodología de proyecto.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Recoger información significativa, analizarla, sintetizar la y gestionarla adecuadamente.
 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
 Integrar adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
 Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
 Dominar los lenguajes y recursos expresivos de la representación y la comunicación.
 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
 Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de materia, del espacio, del movimiento y del color.
 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
 Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

El objetivo de esta asignatura es presentar al estudiante las bases de la disciplina de branding desde la perspectiva del diseñador en un entorno de agencia. Entender, evaluar y desarrollar una marca en equipo, bien sea una nueva marca (creación de marca) o trabajar una marca existente (re-branding). La asignatura está dividida en 3 fases: Fase 1, dará a los estudiantes las herramientas básicas para el análisis de marca (visión, misión, valores, personalidad, audiencia, tono de comunicación). Fase 2, los estudiantes trabajan un briefing creativo para el desarrollo visual de la marca y su comunicación. Fase 3, en base al briefing los estudiantes desarrollan visualmente y verbalmente la marca y varios de sus touchpoints así como una mini campaña de comunicación corporativa.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Desarrollar la comprensión más profunda de los diferentes aspectos que componen la disciplina del Branding; análisis, estrategia y desarrollo visual. Adaptarse a una metodología de trabajo en equipo simulando el proceso de una agencia: gestionar tareas individuales así como colectivas, gestionar talento de acuerdo con las capacidades individuales de cada elemento del equipo, gestionar un calendario de presentaciones y entrega de trabajo final. Mejorar y aplicar los conocimientos de la disciplina de diseño gráfico incidiendo en el diseño de identidad corporativa. Desarrollo de técnicas de presentación visual (herramientas digitales) y verbal (discurso y storytelling).

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Ejercicio de definición personal en el cual se crea un paralelismo con una marca. Este ejercicio abre puerta a la explicación de los elementos básicos que componen una marca: identidad visual, valores de marca, claim de marca, promesa de marca, “unique selling proposition”.

Introducción a la disciplina de branding: que es el branding, cuál es su impacto final en la sociedad y las personas. Definición de marca desde su elemento primario visual (logotipo) hasta el impacto emocional en la audiencia. Pequeño ejercicio de percepción de valores de marca contrastando 2 marcas: Nike y Adidas.

Sesión 2: La “magia” de las marcas y su capacidad de emocionar a las audiencias (presentación de varios casos reales, positivos y negativos). Caso Chevrolet y Prince, Nike y Kaepernick.

Explicación de los diferentes tipos de marca, desde la marca personal hasta la marca pública.

La diferencia entre, marketing, diseño gráfico, publicidad y branding.

Explicación de los 3 pilares de una marca, brand equity, estrategia de branding e identidad de marca.

Visualización del proceso de creación de una marca, y del proceso de creación de una identidad gráfica.

Sesión 3: Análisis de 13 componentes de una marca y la relación entre los mismos, desde elementos que nacen de la estrategia hasta elementos que se desarrollan en el proceso de diseño gráfico. De todos los 13 elementos (The big idea, claim, Audience, brand Archetypes, brand values, brand mission, brand vision, brand promise, unique selling proposition, positioning, color values, visual identity) se presenta: definición teórica, proceso de desarrollo y ejemplos reales.

Repaso por los nombres más relevantes a lo largo de la historia del diseño gráfico enfocado a identidad corporativa. Presentación de las 9 agencias de branding más importantes en la actualidad.

Análisis de un caso real de “rebranding” realizado por la agencia Future Brand: “Rebranding a giant: the case of American Airlines).

Presentación del briefing del proyecto final de la asignatura: Rebranding de una Aerolínea.

Sesión 4: Definición de equipos de trabajo. Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 5: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 6: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 7: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 8: Presentación Fase 1

Sesión 9: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 10: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 11: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 12: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 13: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 14: Presentación Fase 2

Sesión 15: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 16: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 17: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 18: Sesión de trabajo en equipo.

Sesión 19: Presentación Fase 3

Sesión 20: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

El estudiante tendrá varios proyectos específicos a lo largo de la asignatura, y un proyecto final que consistirá en la creación de una marca de acuerdo con un brief.

El proyecto final será subido a través de un enlace de Dropbox que se le dará a los estudiantes con antelación, con una fecha límite. Proyecto que sea subido después de dicha fecha, quedará marcado como no presentado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Resultado final. 25%
2. Presentación oral y visual 25%
3. Participación/Actitud en clase 25%
4. Capacidad de trabajo en equipo.25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Ordenador.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Presentación de un proyecto con las mismas especificaciones que el proyecto final de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

Building Better Brands, Scott Lerman

Brand Bible: The Complete Guide to Building Designing and Sustaining Brands
DEBBIE MILLMAN

Brand Thinking and other Nobel Pursuits
DEBBIE MILLMAN

Unimark International: The Design of Business and the Business of Design by Jan Conradi
Marks of Excellence by Per Mollerup

Masters of Design: Logos & Identity: A Collection of the Most Inspiring Logo Designers in
the World by Sean Adams

Brand Identity Essentials: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands by Kevin

Budelmann, Yang Kim, Curt Wozniak

Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong

Brands by Alina Wheeler

CV

João Antunes Alves estudió en la EUAC – Escola Universitária das Artes de Coimbra, licenciándose en Diseño y Comunicación el año de 2002, y también ha cursado el Máster de Comunicación y Espacio Público en ELISAVA. Trabajó en el estudio FBA (Ferran Bicker y Asociados) para clientes como la Universidad de Coimbra, Librería Almedia o Critical Software. Desarrollo varios proyectos editoriales, trabajó como "Director de Arte" para el sello Música Alternativa que más tarde se transforma en Difference sello que publicaría varios artistas emergentes de la escena alternativa portuguesa. Entre otros clientes puntuales colaboró con el periódico Público y en el año de 2005 tiene su primer proyecto de consultoría de comunicación y marca a nivel internacional con el Instituto de Oncología de Coimbra.

En Barcelona ha trabajado en el estudio Cosmic donde ha llevado proyectos en diferentes sectores, desde la alta gastronomía con Albert y Ferran Adria y el Mugaritz, *business education* con ESADE Business y arte contemporáneo con el MACBA.

Fue Director de Comunicación y Marca de IDEP Barcelona donde también trabajó como docente en grado y máster.

Hoy, en su propia agencia llamada SOMOS, cuenta con clientes como Grupo Planeta, EAE Business School, Norman Vilalta, la Universidad de Navarra, IESE Business School, el consorcio Air France, KLM y Delta Airlines entre otros.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Creatividad
SEMESTRE (1-8)	6º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Rory Lambert

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria (optativa de itinerario)

RESUMEN DE LA MATERIA

Explorar el proceso creativo para ayudar a los estudiantes a expandir su enfoque en proyectos de diseño.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
 Establecer estructuras organizativas de la información.
 Conocer los canales que sirven de apoyo a la comunicación visual y utilizar de acuerdo con los objetivos comunicacionales del proyecto.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Abordar la creatividad en un entorno profesional y cómo se puede utilizar para mejorar los procesos de ideas y pensamiento.
 Realizar un proyecto específico de diseño gráfico y publicidad.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Desarrollar una comprensión de los diferentes aspectos que se reúnen en el proceso creativo. Aprender sobre la metodología utilizada por los profesionales creativos en una agencia para que los estudiantes desarrollen su propia capacidad creativa.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: INTRODUCCIÓN

Sesión 2: HERRAMIENTAS Y MÉTODOS (El poder del briefing)

Sesión 3: HERRAMIENTAS Y MÉTODOS (El poder del concepto)

Sesión 4: EXPLORACIÓN DE CAMPAÑAS CREATIVAS, ¿QUE HAY DETRÁS DE ELLAS?

Sesión 5: BRIEF DEL PROYECTO

Sesión 6: WORKSHOP

Sesión 7: WORKSHOP

Sesión 8: WORKSHOP

Sesión 9: PRESENTACIÓN

Sesión 10: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Desarrollo del proyecto creativo para poner en práctica los enfoques aprendidos en clase. El proyecto final será subido a través de un enlace de Dropbox que se le dará a los estudiantes con antelación, con una fecha límite. Proyecto que sea subido después de dicha fecha, quedará marcado como no presentado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Participación activa en clase. 25%
2. Capacidad de comunicación oral. 25%
3. (Parcial o final) presentación y/o examen. 25%
4. Creatividad. 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno
Aula IED, ordenador, proyector, Internet.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Presentación de una nueva propuesta creativa.
Práctica individual.

BIBLIOGRAFÍA

<https://vimeo.com/107567840>

<https://vimeo.com/122959827>

It's not how good you are, it's how good you want to be. Paul Arden. Phaidon

CV

Rory Lambert.

Licenciado en Ciencias Políticas e Historia por la Universidad de Glasgow.

Desde 2005 es profesor de Diseño y Publicidad y Estrategias de Comunicación en Elisava (Universidad Pompeu Fabra, Barcelona).

Ex miembro de la junta de ADG-FAD y miembro de la junta directiva del Art Director's Club Europe. Director creativo en diferentes agencias de Barcelona (SCPF *, JWT, PAVLOV) y ahora propietario y director creativo en MTL).

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Taller de Caligrafía, Serigrafía y Grabado
SEMESTRE (1-8)	6º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Carles Rodrigo

HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	200
CRÉDITOS	8

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria (optativa de itinerario)

RESUMEN DE LA MATERIA

Desarrollar proyectos prácticos sobre técnicas de reproducción artística, editorial y de comunicación visual para conocer de primera mano los procedimientos manuales y artesanales.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.
 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.
 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Aprender y trabajar las técnicas de reproducción y comunicación visual artesanales.
 Elaboración de un sketchbook con todos los esbozos de los proyectos realizados.
 Práctica de las técnicas en el aula con especialistas en cada una de las disciplinas.
 Conocimiento acumulativo de las técnicas referidas para poder realizar una presentación final, realizando correcciones en las sesiones de la asignatura.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Sensibilización del alumno a la tecnología digital mediante el conocimiento de redes de comunicación.

Dominio del lenguaje de la imagen digital. Guiar al alumno en la práctica de la edición y publicación electrónica.

Estudio y resolución de problemas de uso y accesibilidad.

Uso de la técnica para el desarrollo de los proyectos.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1 : Presentación de la asignatura, listado materiales y realización del exercise 1.

Sesión 2: Introducción a la Caligrafía

Sesión 3: Taller práctico de Caligrafía: brief Ejercicio 2.

Sesión 4: Taller práctico de Caligrafía (Ejercicio 2).

Sesión 5: Entrega Ejercicio 2 y brief Ejercicio 3: Tipografía experimental: brief y reglas para la creación de una letra para posterior impresión serigráfica.

Sesión 6: Ejercicio 3: bocetos, ideas y corrección abierta en clase.

Sesión 7: Ejercicio 3: corrección de detalles.

Sesión 8: Entrega Ejercicio 3. Introducción a la Serigrafía.

Sesión 9: Taller práctico de Serigrafía: brief Ejercicio 4.

Sesión 10: Taller práctico de Serigrafía: entrega Ejercicio 4.

Sesión 11: Ejercicio 5: Proyecto Especimen para Tipografía (brief).

Sesión 12: Ejercicio 5: ideas, corrección abierta en clase.

Sesión 13: Ejercicio 5: Photoshoot medialab y revisión de maquetas.

Sesión 14: Ejercicio 5: Entrega y presentación oral

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Sketchbook.

Reportaje fotográfico.

Muestras de las prácticas realizadas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Nota media de las distintas entregas (55%)
2. Participación en clase / Seguimiento del proceso de la asignatura (15%)
3. Observación / Capacidad Crítica (15%)
4. Evolución / Proceso (15%)

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9

Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

Lápiz, pluma, cuaderno.

Materiales por arte de IED:

Pantallas de serigrafía.

Tintas.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Entrega de los materiales especificados en la asignatura, corregidos y mejorados.

BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.eyemagazine.com/feature/article/to-the-letter>
- <http://www.eyemagazine.com/feature/article/a-tradition-with-breaks>
- <https://letterformarchive.org/news/ingmire-moore-skarsgard>
- <http://codex99.com/typography/21.html>
- The Eternal Letter: Two Millennia of the Classical Roman Capital (Codex Studies in Letterforms)
- Bringhurst, Robert. The Elements of Typographic Style. Vancouver: Hartley & Marks. 1993.
- Escrito a Mano. Diseño de letras manuscritas en la era digital, Steven Heller - Mirko Ilic, Gustavo Gili
- Handwritten: Expressive Lettering in the Digital Age Steven Heller - Mirko Ilic, Thames and Hudson
- Some People Can't Surf: The Graphic Design of Art Chantry by Julie Lasky
- Art Chantry Speaks: A Heretic's History of 20th Century Graphic Design,

CV

Carles Rodrigo

Diseñador gráfico y fundador de Carles Rodrigo Studio. Graduado en diseño gráfico en 2008 en Eina, Barcelona. Cuando aún cursaba sus estudios, en 2007, empezó su carrera profesional en Mucho. Su proyecto final de estudios 'Zarzuela Poster' fue incluido en el Wallpaper Graduate Directory 2009 y nominado en el Art Directors Club NY y en los premios Laus.

En 2012 se trasladó a Londres para unirse al equipo de Winkreative como diseñador y director de arte senior. Allí trabajó en proyectos editoriales y de identidad corporativa para clientes de gran escala como Monocle Magazine, Lexus, el Gobierno de Japón o Hermès, entre otros, hasta establecerse como diseñador independiente en 2014, fundando Carles Rodrigo Studio un año más tarde. Desde entonces vive y trabaja entre Londres y Barcelona, trabajando en un amplio rango de proyectos, desde identidad corporativa a diseño editorial, señalética o packaging, siendo la creación y uso de tipografía a base de su proceso de trabajo.

Esta labor la compagina con su cargo de docente en IED, a nivel de Grado y Máster, además de distintos workshops y conferencias de ámbito nacional e internacional.

Su trabajo ha sido reconocido por prestigiosas asociaciones como D&AD, Art Directors Club NY, Art Directors Club of Europe y Laus.

Diseñador gráfico y fundador, junto a Pau Llop del despacho de diseño gráfico 131. Empezó cursando Historia del Arte en la Unviersitat de Barcelona para luego seguir los estudios de diseño gráfico en Eina.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Proyectos de Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Proyecto Editorial y Comunicación Interactiva
SEMESTRE (1-8)	6º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Albert Estruch

HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	200
CRÉDITOS	8

PRE-REQUISITOS	Diseño Gráfico Audiovisual y Proyecto Interdisciplinar
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Definir y realizar proyectos usando una metodología basada en la investigación. Trabajar una estrategia según criterios de decisión, innovación y calidad. Aprender el trabajo en equipo. Usar técnicas por la visualización de ideas, la gráfica y el tratamiento gráfico de la información. Emplear las herramientas adquiridas para la correcta realización de un proyecto. Gestionar correctamente los contenidos y la representación gráfica de la información. Usar la tecnología digital para la presentación i la comunicación del proyecto. Emplear métodos de investigación en el diseño. Fundamentar el estudio práctico del proceso de proyectar basado en una investigación previa.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos. Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Realización de un proyecto editorial de diseño gráfico según el recorrido académico del alumno siguiendo una metodología de proyecto.

Desarrollo de las fases del proyecto a partir de la conceptualización, edición, maquetación y presentación.

Proporcionar al alumno los recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto que permita la comunicación a través de un lenguaje que se pueda distribuir a través de distintas plataformas.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Definición y realización de proyectos.

Aplicación de una metodología en base a una investigación previa.

Trabajo de estrategias según criterios de decisión, innovación i calidad.

Uso de las técnicas para la visualización de ideas.

Estudio de los fundamentos del diseño gráfico audiovisual.

Aplicación correcta de recursos de reproducción, producción y postproducción de proyectos.

Gestión de contenidos y la representación gráfica de la información.

La tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

Métodos de investigación en diseño.

Conceptualización y diseño de un proyecto editorial.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Presentación. Introducción. Brief

Sesión 2: Conceptualización

Sesión 3: Conceptualización

Sesión 4: Índice (estructura interna)

Sesión 5: Referencias, investigación

Sesión 6: Referencias, investigación

Sesión 7: Sketching y lanzado

Sesión 8: Sketching y lanzado

Sesión 9: Dirección de arte

Sesión 10: Dirección de arte

Sesión 11: Diseño y maquetación

Sesión 12: Diseño y maquetación

Sesión 13: Diseño y maquetación

Sesión 14: Artes finales

Sesión 15: Artes finales

Sesión 16: Producción, conceptos y glosario

Sesión 17: Producción

Sesión 18: Producción

Sesión 19: Presentación final

Sesión 20: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Proyecto final impreso junto con un informe detallando las fases del proyecto.

Artes finales e informe entregadas en formato PDF.
Los estudiantes deberán preparar una presentación digital y oral.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Proyecto final, 70%
2. Participación en clase, 5%
3. Proceso de trabajo, 15%
4. Presentación oral, 10%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno
Ordenador
Photoshop/Indesign/Illustrator
Papel y lápiz (sketching)

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Se tratará de repetir y mejorar el proyecto final suspendido, reflejando el brief, los contenidos y aprendizajes trabajados en clase.

BIBLIOGRAFÍA

El abecé de la buena tipografía. Tschichold, Jan. Campgràfic, 2002.

Manual de Tipografía. Martin, José Luis y Mas, Montse. Campgràfic, 2001.

Principios fundamentales de la tipografía. Morison, Stanley. Ediciones del Bronce, 1988.

Manual de tipografía: del plomo a la era digital. Valencia: Ed. Campgràfic, 2004.

El arte de la Tipografía, Paul Renner, Campgràfic

Paul Renner; Cristopher Burke. Campgràfic

¿Qué ocurre mientras lees? Gerart Unger

Tipografía Moderna, Kinross, Robin. Campgràfic

Historia del periódico y su evolución tipográfica, Andre Gurtler. Campgràfic 2005.

La tipografía del siglo XX, Blackwell, Lewis. Barcelona, Gustavo Gili, 1993.

Principios fundamentales de la tipografía Morison, Stanley. Bcn: Ed. del Bronce,1998.

Veintidós consejos sobre tipografía. Barcelona, Enric Jardí. Actar, 2007.

Sistemas de retículas. MÜLLER-BROCKMANN, J. México. Gustavo Gili, 1992.

Por una función crítica de la fotografía de prensa, BAEZA, Pepe. Barcelona: GGili, 1998.

Diseñar con y sin retícula. Timothy Samara. Editorial Gustavo Gili, 2004

Cuestión de estilo: los enfoques tradicionales y modernos en maquetación y tipografía. Suzanne Hirsch. Ack Publish, 1992

Las cosas tal como son. Mary Panzer, Christian Caujolle, WPP. Art Blume, 2006

TypoMag, Typography in Magazines, Laura Messeguer, Index Books 2010

Diseño Editorial Periodicos y Revistas, Yolanda Zapatero, Gustavo Gil 2007

Proyecto y diseño de un diario J. Martín Aguado. Ciencia, Madrid, 1999

Diseño de la información. Una introducción Paul Mijksenaar 2001, G.Gilli

Diseño de periódicos. Sistema y método Reinhard Gäde . Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

Diseño y compaginación de la prensa diaria. EVANS, H. Barcelona: Gustavo Gili-Mass Media, Diseño, 1984.

El diseño periodístico en prensa diaria. CANGA LAREQUI, J Barcelona: Bosch, 1994.

Principios básicos sobre diseño periodístico. GONZÁLEZ DÍEZ, Laura; PÉREZ CUADRADO, Pedro. Madrid. Editorial Universitas, SA., 2001.

Editorial Design ZAPPATERRA, Yolanda. London: Laurence King Publishing Ltd and Central Saint Martins College of Art & Design, 2007. (También editado en español)

El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva. SATUÉ, Enric. Madrid: Alianza Forma, 1997.

El ultimo ejemplar del New York Times. El futuro de los periódicos en papel. SABADIN, Vittorio. Barcelona: Sol90 Media, 2008.

The Best of Newspaper Design SND (Society of Newspaper Design). Syracuse: University (serie anual).

El mejor diseño periodístico España & Portugal. SND Capítulo español. ÑH: Pamplona: SND-E (serie anual).

CV

Albert Estruch (Barcelona, 1981) estudió diseño gráfico en Llotja Escola d'Arts i Oficis. Después de un par de pequeños estudios, trabajó en el departamento de identidad corporativa de Morillas, donde trabajó para marcas de consumo como Schweppes, La Caixa o Volkswagen. Más tarde, trabajó en el estudio Atipus como diseñador senior en el desarrollo de proyectos de identidad corporativa y empaquetado hasta 2014, cuando fundó Querida con su amigo y también el diseñador Marc Sancho, que se especializa en generar contenido y dirección de arte para marcas e instituciones nacionales e internacionales.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Comunicación Contemporánea
SEMESTRE (1-8)	6º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Victor Baroli

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Introducir el proceso de experiencia de usuario y el conjunto de herramientas necesarias para el diseño y creación de un proyecto digital, donde la arquitectura de la información y el diseño digital son consolidados como puntos de referencia.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual. Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos. Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica. Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio. Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La asignatura engloba los conceptos más importantes para afrontar el diseño y la ejecución de un producto digital centrado en los requisitos y expectativas del usuario. Y abordar la tecnología digital mediante el conocimiento de redes de comunicación. Realización de un proyecto específico de diseño gráfico multimedia sintetizando la arquitectura, usabilidad y estrategia mediante el diseño de su interfaz gráfica centrada en el usuario.

Los estudiantes trabajarán en grupo con el fin de llegar a una idea y concepto basado en un brief del rediseño de un proyecto real.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Dominio del lenguaje de la imagen digital. Guiar al alumno en la práctica de la edición y publicación electrónica.

Estudio y resolución de problemas de uso y accesibilidad.

Uso de la tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

Diseñar y aprender métodos para comunicar nuevas ideas en el diseño de interfaces.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Las clases proporcionan una introducción teórica de cada una de las fases del diseño de experiencia de usuario, y además en la mayoría de las sesiones, se utilizará una metodología práctica para que los estudiantes trabajen activamente en clase.

FASES UX

- Introducción a UX
- Fases del proceso UX
- Presentación del brief

ESTRATEGIA Y CONCEPTUALIZACIÓN

- Estrategia
- Análisis de competencia/mercado
- Conceptualización

USUARIOS Y NECESIDADES

- Segmentación de usuarios
- Personas y escenarios
- Metodologías de usabilidad

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

- Estructura y categorización
- Naming de elementos
- Modelos comunes de navegación

DISEÑO DE INTERACCIÓN

- Introducción a Interaction Design
- Elementos del diseño de interacción

SKETCHING & PROTOTIPADO

- Diseño de interface
- Navegación
- Especificaciones funcionales

CAPA VISUAL

- Elementos básicos: tipografías, paleta de color, imágenes, iconografía, formularios, botones, espacios.
- Documentación y especificaciones para producción

RESPONSIVE DESIGN

- Qué es Responsive Design
- Grid & Breakpoints
- Responsive patterns

GUÍAS DE ESTILO

- Diseño modular y guías de estilo
- Visualizar la web como un sistema de diseño
- Conceptualización visual global

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Un proyecto completo con todas las fases del proceso del diseño de experiencia de usuario.
TODOS LOS PROYECTOS SERÁN SUBIDOS EN LA FECHA ACORDADA CON EL PROFESOR.
LOS ESTUDIANTES DEBERÁN SUBIR A DROPBOX LOS ARCHIVOS DEL PROYECTO.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Participación en clase (10%)
2. Proceso, Investigación y Presentación del proyecto (25%)
3. Concepto y adecuación al enunciado establecido (25%)
4. Formalización y calidad en la ejecución del proyecto (40%)

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

Ordenador y aplicaciones Adobe y Sketch

CONTENIDO RECUPERACIÓN

La recuperación consistirá en una presentación en la que el alumno deberá explicar e ilustrar el proceso completo de Experiencia de Usuario aplicado a un proyecto de su elección.

BIBLIOGRAFÍA

The Elements of user Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond
by Jesse James Garret

Information Architecture for the World Wide Web
by Peter Morville & Louis Rosenfeld

The Design of Everyday Things
by Don Norman

Designing Interactions
Bill Moggridge

Simple and Usable
By Giles Colborne
Real Life Responsive Web Design
by Smashing Magazine

Responsive Web Design
By Ethan Marcotte

CV

Víctor Baroli es socio Fundador y Director de Diseño de Picmedia, agencia de diseño de Barcelona especializada en crear productos digitales para pequeñas y grandes empresas. Con más de 15 años de experiencia en el campo de la comunicación visual ha diseñado interfaces de usuario para marcas como: Asics, Onitsuka Tiger, Atrapalo.com, Wall Street English, Kantox, Thermomix, Grifols, ADG-FAD entre otros.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Proyectos de Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Proyecto de Embalaje (Packaging)
SEMESTRE (1-8)	6º
CURSO	3º Diseño Gráfico
DOCENTE	Erola Boix

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Diseño Gráfico Audiovisual y Proyecto Interdisciplinar
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Realización de un proyecto de diseño gráfico avanzado, siguiendo una metodología enfocada a la innovación de nuevos productos que interactúan con el usuario.

Desarrollar la comprensión de los diferentes aspectos que inciden dentro del proceso creativo. Aprender la metodología propia de los creativos dentro de una agencia para desarrollar la capacidad creativa de los estudiantes.

Realización de un proyecto de análisis de datos aplicando técnicas formales específicas de la gráfica de la información.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.

Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.

Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Veremos una introducción al mundo del diseño de packaging. De que se trata, en qué se diferencia de a otras disciplinas de diseño y porque lo necesitamos. Con una serie de ejercicios prácticos acompañados de lecciones teóricas, analizaremos todas las fases del proceso de diseñar embalajes.

La asignatura está estructurada para que sea dinámica y participativa. El trabajo se hará de forma individual, pero la discusión en grupo y el aprendizaje compartido será fundamental para el funcionamiento de las sesiones. A través de encargos frecuentes, iremos poniendo en práctica y revisando todos los elementos fundamentales de la comunicación visual y el diseño gráfico. Nos centraremos en aquellos más relevantes para el packaging: Jerarquía, legibilidad, composición, etc.

Además de trabajar en ejercicios rápidos, también desarrollaremos un proyecto de mayor envergadura que será desarrollado desde el briefing hasta la resolución y presentación física final. Poniendo en práctica las capacidades de cada alumno para ejecutar y presentar las ideas.

Áreas que trabajaremos

- Leer y entender briefings
- Trabajar el pensamiento conceptual
- Desarrollar y ejecutar ideas
- Diseñar una familia de piezas de packaging
- Presentar conceptos y resultados

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Al finalizar la asignatura, los alumnos que la superen tienen que ser capaces de:

- Identificar y resolver las necesidades comunicativas de diferentes proyectos de packaging.
- Conocer las peculiaridades del sector del diseño de packaging como especialidad.
- Haber desarrollado un criterio visual más amplio.
- Tener un mayor conocimiento de las técnicas de impresión y materiales y hacer las elecciones correctas.
- Desarrollar, crear y presentar maquetas físicas de sus diseños de manera correcta.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Cada sesión estará dividida en tres partes:

1. Presentación teórica y analítica que ayude a reforzar el encargo práctico que realizaremos.
2. Ejercicios prácticos en clase.
3. Análisis en grupo y revisión/corrección del trabajo.

Sesión 1: Intro: Qué es el diseño de packaging.

Sesión 2: El uso de la tipografía.

Sesión 3: La simplicidad, la jerarquía y la composición.

Sesión 4: La Fotografía y ilustración para packaging.

Sesión 5: Las ideas, los conceptos y el juego visual

Sesión 6: Función, estructura y materiales. Técnicas de impresión.

Sesión 7: Sostenibilidad

Sesión 8: El packaging actual. Los estudios y los clientes.

Sesión 9: Proyecto final. Presentaciones.

Sesión 10: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

- Maquetas físicas de los proyectos.

- Presentación digital.
- Documentos de proceso y sketches.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Proyecto final / Examen 25%
2. Presentación oral y visual 25%
3. Participación activa/Actitud en clase 25%
4. Capacidad conceptual y de creación 25%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

Alumnos:

- Portátil o ordenador con programas de diseño: Indesign, Photoshop y Illustrator o similar.
- Sketchbook y materiales de dibujo para realizar esbozos y presentar ideas.
- Materiales para producción y impresión de maquetas físicas. Papel, cartón, etc.
- Básicos recomendados: cutter, regla metálica, cinta doble cara, cutting mat.

IED / Alumno:

- Impresora, o sitio donde poder imprimir.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

La recuperación de la asignatura consistirá en presentar los mismos ejercicios cortos realizados en clase. Pero además de dará al alumno un nuevo briefing para el ejercicio final que será diferente del que se ha entregado durante el curso. Este año el brief específico para la recuperación consistirá en crear un kit de supervivencia.

BIBLIOGRAFÍA

- New Packaging Design. Laurence King, 2009
 Simply Packaging. Victionary, 2009
 Great British Pack. Index books, 2005
 The package design books. (1,2,3,4) Taschen. Penta Awards 2016
 Graphis Packaging Vol. 1,2,3,4,5 An International Survey of Package Design, 1959 Walter Herdeg.

CV

Erola Boix es una diseñadora gráfica de Barcelona. Se licenció en Diseño Gráfico en la Escuela Eina en 2004. Empezó trabajando en diferentes estudios de Barcelona: Gráfica, Summa y Marnich; hasta que en el 2009 se trasladó a Nueva York y entró a trabajar en el estudio mgmt. design. Después pasó dos años más en San Francisco y estuvo trabajando en el equipo de packaging de Apple. A su vuelta a Barcelona en el 2018 empezó a trabajar por cuenta propia y a dar clases en el IED.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Motion Graphics
SEMESTRE (1-8)	7º
CURSO	4º Diseño Gráfico
DOCENTE	Álex Beltrán

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Profundizar en el lenguaje de la imagen digital.
 Usar la tecnología digital para el desarrollo y presentación del proyecto.
 Abordar el lenguaje de la programación para aplicar al diseño gráfico en movimiento.
 Conocer las herramientas básicas de la comunicación multimedia.
 Practicar las técnicas y procesos de reproducción y tratamiento de la gráfica en movimiento.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.
 Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.
 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
 Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Las clases se plantean como un recorrido desde el principio hasta el final del proceso de comunicación publicitario, haciendo partícipes a los alumnos en todas las fases para terminar desarrollando en grupos un pequeño proyecto de spot publicitario.

Durante las clases se plantearán casos reales de publicidad televisiva y algunos casos que se puedan aplicar a otros medios pero que puedan estar relacionados con motion graphics.

Se desarrollará un spot publicitario con una duración de 20 segundos, durante el cual se experimentará un proceso de reflexión en torno a los proyectos de gráfica animada y creación audiovisual.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Realizar una comunicación audiovisual eficaz y atractiva a través de elementos gráficos en movimiento.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

INTRODUCCIÓN y transmisión de los resultados del aprendizaje de la materia, materiales a entregar, materiales necesarios y evaluación de la materia.

Introducción al desarrollo de spots publicitarios mediante el lenguaje de los Motion Graphics:

- Explicación de diferentes estilos de los Motion Graphics.
- La animación como método de expresión. Tipos de animación.
- Técnicas de creación y diseño de Motion Graphics. Conceptos básicos.

Análisis del briefing del 'cliente'.

Introducción al concepto visual: idea, concepto y referencias.

TALLER PRE-PRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN

Idea, concepto y referencias. Introducción al guión literario y al guión técnico.

Guión literario y técnico. Introducción al estilo narrativo: storyboard y styleframes.

Pre-animática. Introducción a los preparativos del aspecto visual del proyecto: Final Boards.

Final Boards. Rodaje: Preproducción y equipo de rodaje.

TALLER DE ANIMACIÓN Y COMPOSICIÓN

Animación, composición y edición.

Animática. Taller de animación. Escenas animadas

Escenas composición y offline

Sesión 1: Actualización After Effects, nuevas herramientas y características

Sesión 2: Gestión de proyectos

Sesión 3: Trabajando con video

Sesión 4: Expresiones

Sesión 5: Presentación del proyecto

Sesión 6: Sesión del trabajo

Sesión 7: Sesión del trabajo

Sesión 8: Sesión del trabajo

Sesión 9: Presentación del proyecto

Sesión 10: Feedback y notas

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Ejercicios en clase

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Participación activa en clase. 20%
2. Capacidad conceptual y de creación. 20%
3. Presentación y / o examen (parcial o final). 40%
4. Nivel adquirido de los contenidos del programa. 20%

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Sala iMac
 Softwares requeridos
 Equipo de rodaje y producción (Medialab)

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Proyecto final (spot 20 segundos) en alta resolución y baja resolución (apta para Internet)
 Dossier de proyecto en PDF

BIBLIOGRAFÍA

Revistas interesantes para el medio publicitario

Creative Review
 (Versión web: <http://www.creativereview.co.uk/>)

Revistas de diseño y motion graphics

Arte y Diseño
 Computer Arts
 Computer Arts Projects
 IDN
 Etapes
 Beautiful Decay

Anuarios

(Interesantes de cara a ver los premios anuales en las diferentes disciplinas, una forma de ver el State of the Art en el mundo publicitario)

Laus
 Art Director's Annual
 Select

DVD

Stashmedia *(Recopilatorio mensual de trabajos de motion graphics)*

Series de TV

Mad Men
(Una serie que aunque retrata las agencias de publicidad de mediados de siglo XX siguen dando algunas claves sobre el funcionamiento actual de las agencias de publicidad. Ayuda a entender la burocracia tras todo proyecto)

Webs

Blogs de Motion Graphics
Motionographer
Feedhere

Blogs sobre publicidad audiovisual

Shots Magazine
Boards Magazine (*Interesante newsletter con información sobre las últimas producciones*)
AdForum

Agencias de Publicidad

SCPF
TBWA
BBDO
McCann Eriksson
Sra. Rushmore
GarageFilms
W+K
Goodvy Silvernstein & Friends
DDB

Productoras

Barcelona y España
Agosto (Live Action pero muy interesante el trabajo)
Boolab (Animación + Live Action)
RCR Films
Double You
Infinia (*Post-Producción*)
Furia Digital (*Post-Producción*)

Extranjero

Nexus Productions
Passion Pictures
Stink
Psyop
The Mill (*Post-Producción*)
Digital Domain (*Post-Producción*)

Representantes

Patricia Claire
The Ebeling Group
Blacklist
Rokkit

Eventos

Publicidad

Cannes
San Sebastian

Diseño y creatividad

Off
Broad.cat
F5
Pause

Directores y artistas

Consagrados

Johnatan Glazer
Michele Gondry
Lynn Fox
1st Avenue Machine
Pete Candeland
Motion Theory
Universal Everything
Sehsucht
Digital Kitchen
Eugenio Recuenco
Nacho Gayan
Joseph Kosinsky

Nuevos

PepperMelon
Zeitguised
Dstrukt
Cisma
Encyclopedia Pictura
Nico Casavecchia
Shy The Sun AKA The Blackheart Gang
Shilo
National TV
Jonas & François

CV

Àlex Beltran, nacido en Terrassa, desarrolló su papel como diseñador gráfico y luego se centró en el mundo de la publicidad en varias agencias de Barcelona y Londres. Su enfoque multidisciplinar lo llevó a coordinar el equipo de video de la revista ROJO y a realizar espectáculos audiovisuales (Sónar Barcelona, Design Made Korea, Lowlands ...). El cine también ha sido una de sus pasiones, participando en la postproducción y corrección de color para películas y comerciales en Madrid y Barcelona. Actualmente trabaja como profesor de video post-Herramientas de producción y es Master Trainer de Pro Applications y miembro de consultores para Apple.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Eco Diseño
SEMESTRE (1-8)	7º
CURSO	4º Diseño Gráfico
DOCENTE	Francisco Tejada

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Ampliar el conocimiento de los estudiantes en el campo del diseño sostenible para dar las herramientas que pueden utilizar en el futuro, independientemente del sector en el que trabajen. Cuando la sostenibilidad es un bien integrado en cualquier modelo de negocio, además de mejorar su impacto ambiental, aporta innovación y valor agregado, haciéndolo más competitivo y listo para las nuevas realidades del mercado.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
 Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
 Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.
 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.
 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.
 Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Introducción de metodologías como la mejor manera de apuntar a las empresas en esa dirección. Para lograr este objetivo, la asignatura presentará los conceptos básicos sobre sostenibilidad para el sector del diseño. Combinado con algunos ejercicios prácticos donde los estudiantes practicarán lo que

aprendieron.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Al finalizar la asignatura, los estudiantes que aprueben exitosamente podrán:
Comprender la complejidad detrás de cualquier producto que puedan encontrar en el mercado.
Conocer las teorías básicas y los puntos de vista relacionados con la sostenibilidad y el diseño sostenible.
Tener una visión crítica de nuestro sistema económico y del mercado.
Introducir mejoras en el impacto ambiental de un diseño.
Utilizar herramientas básicas para medir el impacto de un diseño.
Integrar las metodologías y criterios de diseño sostenible en su proceso de diseño normal.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción a la sostenibilidad.

- Descripción de los objetivos y la estructura de la asignatura.
- Conceptos básicos de sostenibilidad aplicados al diseño.

Sesión 2: - El ciclo de vida: extracción de materiales, producción, transporte, uso y fin de vida.

- Definición del sistema.
- TAREA 1: infografías sobre un sistema.

Sesión 3: - Presentación de la infografía.

- Corrientes de pensamiento en sostenibilidad: C2C, economía circular, permacultura, disminución, etc.
- TAREA 2: Compara dos de estas teorías sostenibles.

Sesión 4: Debate sobre las teorías sostenibles.

- Documental "La conspiración bombilla".
- TAREA 3: Breve resumen del documental.

Sesión 5: - Estrategias de ecodiseño.

- Ejemplos prácticos de ecodiseño.
- TAREA 4: busque un ejemplo ecodiseñado y justifique por qué está ecodiseñado.

Sesión 6: - Sostenibilidad en el diseño gráfico.

- Introducción del ejercicio final.
- TAREA 5a: Para elegir un producto para ser ecodiseñado.

Sesión 7: - Presentación del producto a ser ecodiseñado.

- TAREA 5b: Análisis del sistema de los proyectos. Introducción de estrategias de ecodiseño en los proyectos.

Sesión 8: - Presentación del sistema y las estrategias de ecodiseño.

- TAREA 5c: Conceptualización.

Sesión 9: - Tools to measure the environmental impact.

- TAREA 5d: Apply the measuring tools in the projects. Continue with the design process.

Sesión 10: Presentación final

Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

La asignatura implica la realización de tareas por parte de los alumnos. Hay cuatro ejercicios cortos (1,2,3,4) que serán entregados en la siguiente clase y la final (5), que durará 5 clases.

TAREA 1: Infografía sobre un sistema. 1 infografía A-4 en pdf.

TAREA 2: Compara dos de estas teorías sustentables. 1 PDF A-4. 250-300 palabras.

TAREA 3: Breve resumen del documental. 1 PDF A-4. 250-300 palabras.

TAREA 4: busque un ejemplo con diseño ecológico y justifique por qué está diseñado con ecodiseño. 1 PDF A-4. Imágenes, infografías, textos, etc.

TAREA 5a: Elegir un producto para ser ecodiseñado. Breve presentación en PDF. Máximo 5 diapositivas.

TAREA 5b: Análisis del sistema de los proyectos. Introducción de estrategias de ecodiseño en los proyectos. Breve presentación en PDF.

Máximo 5 diapositivas.

TAREA 5c: Conceptualización. Breve presentación en PDF. Máximo 5 diapositivas.

TAREA 5d: Aplicar las herramientas de medición en los proyectos. Continuar con el proceso de diseño. Presentación en PDF para la final.

día. Max 10-12 diapositivas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Presentación oral y visual parcial / final 25%.
2. Observación y crítica. 25%
3. Participación activa / Actitud en clase. 25%
4. Capacidad conceptual y de creación 25%.

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno

Bolígrafo, lápiz, papel, ordenador con programas de diseño gráfico.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

El contenido de recuperación consistirá en la realización de las tareas de la asignatura, desarrollando un

proyecto final diferente al realizado durante el proceso presencial de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

Cradle to cradle : remaking the way we make things
McDonough, W., & Braungart, M. (2009)

Ellen McArthur Foundation

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>

Circular Design Europe

www.circulardesigneurope.com

Catalan Waste Agency

<http://residus.gencat.cat/en/inici/>

Ihobe

<http://iresiduo.com/ihobe>

The lightbulb conspiracy

<https://www.videoproject.com/Light-Bulb-Conspiracy-The.html>

The story of stuff

<https://storyofstuff.org/>

CV

Francisco Tejada, nacido en 1984, Málaga, España, es un diseñador industrial con amplios conocimientos en las áreas de materiales industriales, fabricación y prácticas sostenibles. Él tiene seis años de experiencia actuando como consultor para Zicla, una compañía dedicada a evaluar residuos industriales, desarrollo de nuevos materiales, creación de nuevos mercados y suministro a los mercados con nuevos materiales elaborados a partir de residuos de la industria. Proyectos ejecutados en colaboración con Zicla e instituciones o programas públicos.

Clientes incluidos:

Eurostars, Ecoinnovation, LIFE, Ihobe, Agencia de Residuos de Cataluña, Acció10, Entidad Metropolitana del Transporte de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona.

Proyectos ejecutados en colaboración con Zicla,

Clientes incluidos:

Desigual, Nestlé, Danone, Ferrovial, Coty Astor, Cruzcampo, Random House Mondadori ...

- Diseño y producción de ecoproductos para Zicla y para terceros.

Proyectos de Comunicación Ambiental ejecutados en colaboración con Zicla, clientes incluidos:

Ecovidrio, Agencia de Residuos de Cataluña Área Metropolitana de Barcelona, Departamento de Territorio y Sostenibilidad (Generalitat Cataluña)

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Comunicación Digital III
SEMESTRE (1-8)	7º
CURSO	4º Diseño Gráfico
DOCENTE	Victor Baroli

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Comunicación digital I y Comunicación digital II
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Consolidar el proceso de experiencia de usuario y el conjunto de herramientas necesarias para el diseño y creación de un proyecto digital, desarrollándolo contando con la programación, como aportación tecnológica decisiva en la implementación de una solución UX.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual. Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos. Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación. Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica. Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio. Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Desarrollo de un proyecto digital contando con una solución de experiencia de usuario UX adecuada y una estructura de información funcional y coherente con el brief.
Entender el viaje del cliente y sus interacciones.
Controlar los procesos de diseño para probar componentes y patrones.
Creación de entregables de alta calidad.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Comprender los productos digitales y cómo crearlos.
Aprender todas las habilidades que necesita para ayudar a las empresas o clientes a entregar UX / UI correcto para sus productos.
Crear un portafolio de UX / UI así como asumir el rol de UX / UI.
Estudio y resolución de problemas de uso y accesibilidad.
Uso de la tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.
Diseñar y aprender métodos para comunicar nuevas ideas en el diseño de interfaces.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: Introducción a UX / UI y productos digitales.

Comisión> Proyecto 1 - Presentación

Sesión 2: Wireframing y definición de contenido.

Tarea> Proyecto 1 - Wireframes.

Sesión 3: Usabilidad.

Tarea> Proyecto 1 - Wireframes.

Sesión 4: Patrones.

Tarea> Proyecto 1 - Entrega de wireframes

Sesión 5: Principios de diseño.

Tarea> Proyecto 1 - Diseño.

Sesión 6: Programación.

Tarea> Proyecto 1 - Design.

Presentación Proyecto 1.

Brief> Proyecto 2.

Sesión 7: Diseño centrado en el usuario.

Tarea> Proyecto 2 - Wireframes.

Sesión 8: IU sensible.

Tarea> Proyecto 2 - Diseño.

Sesión 9: Componentes.

Tarea> Proyecto 2 - Entrega.

Sesión 10: patrones oscuros.

Tarea> Proyecto 2 - Diseño.

Sesión 11: Pruebas de usuario.

Tarea> Proyecto 2 - Diseño.

Sesión 12: Prototipado >

Proyecto 2 - Entrega del Diseño.

Sesión 13: Prototipado >

Tarea> Proyecto 2 - Diseño + programación

Sesión 14: Prototipado >

Sesión 15: feedback y notas.

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Cada proyecto o parte del proyecto se entregará como una imagen / grupo de imágenes o archivo Sketch. La presentación final irá acompañada de un enlace a un prototipo creado en Invision.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Proceso de trabajo - 40%
2. Resolución de problemas - 20%
3. Capacidad conceptual y de creación - 20%.
4. Presentación oral y visual parcial / final - 20%.

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno.

Ordenador, Sketch o Adobe XD, cuenta gratuita de Invision cuando sea necesario y pluma / lápiz

CONTENIDO RECUPERACIÓN

La repetición consistirá en la entrega de todas las etapas del Proyecto 1 (esquemas, diseño y prototipos)

BIBLIOGRAFÍA

Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability by Steve Krug

Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites by Peter Morville, Louis Rosenfeld

<https://alistapart.com/>

<https://www.nngroup.com/articles/>

<https://www.smashingmagazine.com/category/uxdesign/>

<http://www.uxbooth.com/>
<https://www.awwwards.com/>
<https://www.behance.net/>
<https://dribbble.com/>
<https://material.io/design/>
<https://usepanda.com/>
<https://ptrns.com/>
<https://www.siteinspire.com/>

CV

Víctor Baroli es socio Fundador y Director de Diseño de Picmedia, agencia de diseño de Barcelona especializada en crear productos digitales para pequeñas y grandes empresas. Con más de 15 años de experiencia en el campo de la comunicación visual ha diseñado interfaces de usuario para marcas como: Asics, Onitsuka Tiger, Atrapalo.com, Wall Street English, Kantox, Thermomix, Grifols, ADG-FAD entre otros.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Workshop III
SEMESTRE (1-8)	7º
CURSO	4º Diseño Gráfico
DOCENTE	Rory Lambert

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Habilidades para la transmisión de información de una manera clara, con argumentos y capacidad de convencimiento. Generación de jerarquías de información y explicar conceptos en línea con una estrategia de comunicación.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
 Establecer estructuras organizativas de la información.
 Conocer los canales que sirven de apoyo a la comunicación visual y utilizar de acuerdo con los objetivos comunicacionales del proyecto.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Los estudiantes, trabajan a partir de la redacción publicitaria (copywriting) pero también con otros recursos de comunicación un proyecto con capacidad de conexión con los públicos objetivo definidos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Entender la importancia de la palabra escrita.
 Entender el contexto que rodea un mensaje de comunicación.
 Aprender cómo construir argumentos para presentar ideas.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Sesión 1: ¿Por qué las palabras son importantes?

Sesión 2: Entrega de brief del proyecto, discusión

Sesión 3: Tutorización + Primeros conceptos

Sesión 4: Tutorización + Del concepto a las ideas creativas

Sesión 5: Tutorización + Sesión de trabajo y resolución de problemas

Sesión 6: Tutorización + Sesión de Trabajo y resolución de problemas

Sesión 7: Tutorización + Sesión de Trabajo y resolución de problemas

Sesión 8: Tutorización + Sesión de Trabajo y resolución de problemas

Sesión 9: Presentación Final

Sesión 10: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Además de distintas tareas periódicas, se dará un brief para desarrollar un proyecto de copywriting y comunicación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

- 1. Capacidad conceptual y de creación (30%)**
- 2. Observación y crítica (20%)**
- 3. Capacidad de síntesis (20%)**
- 4. Presentación final (oral y visual) + presentaciones parciales (30%)**

Características	Grado
Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Cuaderno, bolígrafo, ordenador.

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Los alumnos que deban recuperar la asignatura trabajarán un proyecto similar al desarrollado en clase pero bajo un brief nuevo.

BIBLIOGRAFÍA

En Castellano:

Storytelling, la escritura mágica: Técnicas para ordenar las ideas, escribir con facilidad y hacer que te lean: de [Carlos Salas](#) (Autor)

En Inglés:

Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die Hardcover: by **Chip Heath (Author), Dan Heath (Author)**

The Copy Book. Taschen

CV

Rory Lambert. Ciencias Políticas e Historia MA, Universidad de Glasgow.

Comenzó a trabajar en comunicación en 1997 en la agencia recientemente formada * S, C, P, F ..., con clientes como Adidas, BMW, Mini, Diageo y Evax. Inicialmente como "copy", fue ascendido a director creativo.

Luego trabajó en JWT y Pavlov, antes de iniciar su propia agencia MTL y combinar la comunicación con la enseñanza. Su trabajo ha ganado premios en el festival de publicidad de Cannes, el Ojo Iberoamericano, el Festival de Nueva York, el Sol, Laus y el CdeC.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Obligatorias itinerario Gráfico
ASIGNATURA	Proyecto II
SEMESTRE (1-8)	7º
CURSO	4º Diseño Gráfico
DOCENTE	Anna Sodupe

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	Ninguno
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Investigación y desarrollo de un proyecto gráfico corporativo abordando todas las fases de trabajo desde una óptica metodológica de caso.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
 Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
 Ser capaces de adaptarse a los cambios ya la evolución tecnológica industrial.
 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
 Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
 Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

En esta asignatura se desarrollará un programa de identidad corporativa. El alumno analizará los valores, necesidades y objetivos de una empresa/institución para crear una imagen coherente que se exprese a través de todos sus soportes.

El alumno creará los elementos básicos de la identidad visual: naming, logotipo y, en caso necesario, símbolo. Una vez definidos, desarrollará todas sus aplicaciones y lo plasmará en un

manual de identidad corporativo.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Los alumnos aprenden a enfocar un proyecto global, pasando por todas las fases del diseño: análisis, conceptualización, formalización y aplicación del concepto a todos los soportes que configuran la imagen.

CONTENIDOS, SESIONES Y TAREAS

Esta asignatura consta de 15 sesiones estructuradas alrededor del proyecto de identidad corporativa:

Sesión 1: Introducción. Presentación del proyecto, plan de trabajo y calendario.

Sesiones 2-13:

Durante todas las sesiones se trabajarán individualmente los distintos aspectos a desarrollar en el proyecto a través de la presentación de modelos teóricos y de ejercicios prácticos:

Investigación y familiarización con el sector.

Estrategia de marca.

Creación del naming y desarrollo de la identidad corporativa.

Aplicaciones a los distintos soportes.

Desarrollo del manual de identidad corporativa

Sesión 14: Entrega. Presentación oral.

Sesión 15: Sesión de feedback y nota

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

El proyecto final se entregará en formato de presentación digital y maquetas físicas de los elementos diseñados. Cada uno de los ejercicios se entregará en formato digital e impreso.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Participación activa en clase. 25%
2. Capacidad de comunicación. 25%
3. Presentación (final / parciales) y/o examen (parcial / final) de la materia. 25%
4. Nivel adquirido según los resultados de aprendizaje. 25%

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9

Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

*Se requiere producir material a cargo del alumno.

Cada alumno deberá traer su "Sketchbook" personal / IED pondrá a disposición el Aula informática

CONTENIDO RECUPERACIÓN

Se entregará el proyecto final acabado: Identidad corporativa + manual
También se entregarán todos los ejercicios desarrollados durante el curso en forma de proyecto editorial.

BIBLIOGRAFÍA

Brand Identity Essentials: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands by Kevin Budelmann, Yang Kim, Curt Wozniak

Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands by Alina Wheeler

Building Better Brands, Scott Lerman

CV

Anna Sodupe

Directora creativa y socia en Cómo.

Estudió diseño gráfico en la Escuela Eina de Barcelona y vivió durante largas temporadas en Berlín y Pekín. Pero es en su ciudad natal donde, tras pasar por Marnich Associates, Grafica, Summa Brand Consultancy y Cla-se, decidió fundar Cómo. Durante su trayectoria profesional ha colaborado con Revlon, ABN Amor, Puig o Rough Luxe Hotel. De clientes internacionales a locales como Miquel Alimentació, Ajuntament de Barcelona, Museu Picasso o CCCB. Sus trabajos de identidad, editorial y señalización han sido reconocidos en diversas publicaciones y seleccionados/premiados en los Laus, D&A;AD, ADCE.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Proyecto Final de Diseño Gráfico
ASIGNATURA	Proyecto Final de Diseño Gráfico
SEMESTRE (1-8)	8
CURSO	4º Diseño Gráfico
DOCENTES	

HORAS FRONTALES	400
HORAS TOTALES	750
CRÉDITOS	30

PRE-REQUISITOS	Semestres 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Proyecto Final de Grado de Diseño Gráfico.

Conceptualización, creación y producción de un proyecto de comunicación visual a partir de un brief elaborado por IED Barcelona y una institución/empresa/marca colaboradora.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Analizar el trabajo de manera eficiente y motivadora.
 Recoger información significativa, analizarla, sintetizar la y gestionarla adecuadamente.
 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
 Comprender y utilizar, al menos, una lengua extranjera en el ámbito de su desarrollo profesional.
 Realizar autocrítica hacia el propio desarrollo profesional e interpersonal.
 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
 Integrar adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
 Liderar y gestionar grupos de trabajo.
 Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los canales adecuados de formación continuada.
 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
 Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

Organizar, dirigir y / o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales.
Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
Ser capaces de adaptarse a los cambios ya la evolución tecnológica industrial.
Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.
Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.
Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.
Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de búsqueda.
Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
Dominar la metodología de investigación.
Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.
Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
Establecer estructuras organizativas de la información.
Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.
Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto
Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Capacidad de plantear y desarrollar conceptual, técnica y formalmente un proyecto de fin de grado.
Enfoque del proyecto, la producción y la comunicación visual de ideas profesional y creativamente.
Aplicación de los conocimientos técnicos necesarios para entrar en el mundo de la comunicación visual.
Trabajar en un proyecto de diseño de principio a fin haciendo especial énfasis en las fases del proyecto: investigación, desarrollo y producción, manteniendo un enfoque crítico y profesional.
Aplicación de conceptos visuales y escritos.
Técnicas de investigación.
Trabajo e investigación individual.
Contextualización de temas.
Presentación escrita y visual del concepto del proyecto.
Aplicación práctica en el proyecto de las fases de investigación, desarrollo y producción.
Presentación del proyecto ante un tribunal.
Presentación del proyecto ante una empresa colaboradora.

FASES

Brief del proyecto elaborado por la empresa/institución/marca colaboradora.

Fase 1: Investigación

Sesiones de dirección de proyecto
Sesiones de tutorías en investigación, conceptualización, estrategia y redacción.
Sesión de control por parte de la dirección del proyecto

Presentación parcial de la Fase 1 ante tribunal formado por la dirección del proyecto, dirección del Área de Comunicación Visual y especialistas invitados.
Entrega de documento con 5.000 palabras de la Memoria escrita.

Fase 2: Desarrollo

Sesiones de dirección de proyecto

Sesiones de tutorías en diseño gráfico, creatividad, identidad corporativa, imagen de marca, diseño editorial y redacción.

Sesión de control por parte de la dirección del proyecto

Presentación parcial de la Fase 2 ante tribunal formado por la dirección del proyecto, dirección del Área de Comunicación Visual y especialistas invitados.

Entrega de documento con 10.000 palabras de la Memoria escrita.

Fase 3: Producción

Sesiones de dirección de proyecto

Sesiones de tutorías en diseño gráfico, artes gráficas, producción, elaboración de presentaciones orales y escritas, y redacción.

Sesión de control por parte de la dirección del proyecto

Presentación parcial de la Fase 3 ante tribunal formado por la dirección del proyecto, dirección del Área de Comunicación Visual y especialistas invitados.

Entrega de maquetas, reproducciones de material gráfico, impresiones de publicaciones, materiales digitales como fotografías, vídeos y animaciones.

Entrega de documento con 15.000 palabras de la Memoria escrita.

Presentación final ante tribunal formado por representantes de la institución colaboradora, dirección de IED Barcelona, dirección del Área de Comunicación Visual, dirección del proyecto y especialistas invitados. Entrega de la Memoria escrita.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La nota final será el resultado de aplicar las medias de las fases obligatorias:

1. Nota de la Fase de Investigación. 25%
2. Nota de la Fase de Desarrollo. 25%
3. Nota de la Fase de Producción. 50%

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Ordenador y materiales de producción en función del proyecto.

CONTENIDO DE LA RECUPERACIÓN

Nueva presentación del proyecto no aprobado en primera convocatoria añadiendo los cambios y soluciones pertinentes para que cumpla los objetivos fijados en el encargo inicial.

BIBLIOGRAFÍA

Asesoramiento y preparación de bibliografía específica según la tipología de los proyectos, tanto por parte del director del proyecto como del responsable de la Mediateca de IED Barcelona.

Docentes

Director/a del Proyecto y equipo de tutores por áreas de conocimiento: diseño gráfico, identidad corporativa, creatividad, tipografía, motion graphics, comunicación de marca, producción, preparación de presentaciones orales y escritas.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico

MATERIA	Prácticas profesionales
ASIGNATURA	Prácticas profesionales de Diseño Gráfico
SEMESTRE (1-8)	7º
CURSO	4º Diseño Gráfico
DOCENTES	

HORAS FRONTALES	0
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	6

PRE-REQUISITOS	Asignaturas obligatorias de los semestres 1, 2, 3, 4, 5 y 6
CARÁCTER	Obligatoria

RESUMEN DE LA MATERIA

Experiencia profesional de los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas durante los cursos anteriores.

RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS

Analizar y planificar el trabajo de manera eficiente y motivadora.
 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
 Realizar autocrítica hacia el propio desarrollo profesional e interpersonal.
 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
 Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los canales adecuados de formación continuada.
 Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
 Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
 Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.
 Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.

Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.

Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Prácticas en empresa del sector del diseño gráfico, la publicidad, la edición, la producción y postproducción de video y animación, o empresa de otro sector de actividad con departamentos de las disciplinas citadas.

Realización de tareas supervisadas por un tutor designado por parte de la empresa colaboradora. Estas tareas serán diseñadas por el equipo docente y constituirán el eje central de la asignatura. Estarán orientadas y supervisadas desde el centro de prácticas y por el centro docente con un tutor en cada una de las partes. Las actividades a realizar estarán constituidas por sesiones presenciales en el centro de prácticas. Las actividades estarán pactadas antes por las dos partes y se clasificarán las fases para lograr las competencias descritas. La realización de éstas será la evidencia de su trabajo a lo largo de la asignatura y se plasmará en una memoria que se entregará al departamento didáctico para facilitar su evaluación.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Adquisición de la experiencia profesional en una empresa del sector del diseño gráfico, la publicidad, la edición, la producción y postproducción de video y animación, o empresa de otro sector de actividad con departamentos de las disciplinas citadas.

MATERIAL A ENTREGAR PRESENTACION FINAL E INTERMEDIAS

Memoria de prácticas para la evaluación de los resultados de aprendizaje.
Memoria de evaluación de la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 4 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Capacidad analítica y de síntesis sobre el trabajo realizado (25%)
2. Capacidad de autocrítica sobre el trabajo hecho y los conocimientos adquiridos (25%)
3. Presentación de la memoria - maquetación ortografía (25%)
4. Evaluación de la empresa (25%)

Características

Grado

Excelente: nivel comparable a un resultado profesional

10

Excelente: acercándose a un nivel profesional

9-9,9

Notable: Muy bueno, a veces alcanza casi excelente	7-8,9
Suficiente: satisfactorio, algo débil, algo bueno	5-6,9
Pobre: Débil, marginal suspendido	4-4,9
Insuficiente: claro suspenso	0-3,9

TITULO SUPERIOR EN DISEÑO

MATERIA	Ciencia aplicada al Diseño
ASIGNATURA	Ciencia Aplicada al Diseño
SEMESTRE (1-8)	1
CURSO	1º TÍTULO SUPERIOR EN GRÁFICO, MODA, INTERIORES Y PRODUCTO
DOCENTE	Ignasi Giró, Mauro Nasta

HORAS FRONTALES	40
HORAS TOTALES	100
CREDITOS	4

PRE-REQUISITOS	-
CARACTER	Formación Básica

COMPETENCIAS transversales y generales

G4. Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color.

G9. Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.

G10. Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.

G15. Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

G16. Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.

G18. Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.

G19. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

G21. Dominar la metodología de investigación.

G22. Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

1. RESUMEN DE CONTENIDOS DE LA MATERIA

El método científico.

Métodos para el análisis y la simulación.

Investigación y experimentación en la ciencia aplicada al Diseño.

Conocimientos de matemáticas, física y química aplicadas al Diseño.

Metodologías para la valoración del impacto medioambiental de procesos y materiales. Desarrollo sostenible. Proceso de reutilización.

2. RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura propone abordar la relación que existe entre la Ciencia y el Diseño, realizando una introducción al mundo científico que enriquecerá la visión de los futuros diseñadores. Aprendiendo conceptos teóricos y desarrollando ejercicios prácticos, adquiriremos herramientas que nos ayudarán a observar el mundo con mayor rigor, a comprender mejor su infinita complejidad y belleza y a encontrar inspiración y nuevas capacidades que nos conviertan en mejores creativos.

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos de matemáticas, física y química aplicados al Diseño.

Métodos para el análisis y la simulación.

El método científico.

Ecoeficiencia y sostenibilidad.

Los objetivos pedagógicos a conseguir por el estudiante de esta asignatura son:

- desarrollar la capacidad para integrar los diferentes campos del saber científico, con los del proceso técnico del diseño, en un contexto natural y sociocultural;
- comprender la tensión permanente que se produce entre lo abstracto y lo concreto, entre la idea y la realidad;
- ejercitar en la toma de decisiones, mediante juicios y argumentaciones, así como en la comprobación imprescindible de las propias ideas, mediante el "ensayo y error"; aprender haciendo, a través de la construcción de modelos experimentales.

4. CONTENIDOS Y SESIONES

Sesión 1

- Introducción y presentaciones
- El método científico

Sesión 2

- Matemáticas, geometría y diseño
- Sección áurea, fibonacci, fractales

Sesión 3

- El pliegue de Miura
- GRAN EJERCICIO MIURA (introducción)

Sesión 4

- SESIÓN PRÁCTICA MIURA / 1
- Presentación de IDEAS de productos
- Revisión y trabajo en equipo

Sesión 5

- SESIÓN PRÁCTICA MIURA / 2
- Revisión y trabajo en equipo

Sesión 6

- ENTREGA Y PRESENTACIÓN EJERCICIO MIURA
- Física clásica, Mecánica
- Energías y fuerzas.

Sesión 7

- Einstein y la luz. Física Cuántica.
- Física del futuro. AI. Singularidad.
- GRAN EJERCICIO TURING (introducción)

Sesión 8

- SESIÓN PRÁCTICA TURING / 1
- Revisión y trabajo en equipo

Sesión 9

- ENTREGA EJERCICIO TURING
- Realizamos el Test de Turing por equipos.
- Valoraciones en grupo. Learnings.

Sesión 10

- Química. Fluidos. Cosas
- Evolución y futuro.
- Obsolescencia programada.

Sesión 11

- Sostenibilidad y Ciclo de Vida
- GRAN EJERCICIO SOSTENIBILIDAD (introducción)
- SESIÓN PRÁCTICA SOSTENIBILIDAD / 1

Sesión 12

- SESIÓN PRÁCTICA SOSTENIBILIDAD / 2

Sesión13

- ENTREGA EJERCICIO SOSTENIBILIDAD
- EXAMEN TEÓRICO (1h)

Sesión 14

- Entrega de notas a los alumnos.
- Tutoría final con el profesor, personal.

5. EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

1. Examen (parcial y final) 30%
2. Trabajo de investigación (parcial y final) 30%
- 3- Presentaciones (parciales y finales) en clase 25%
4. Participación activa en clase y en el trabajo en grupo 15%

NOTAS: Las notas finales van vinculados a los Resultados del Aprendizaje y serán el resultado de una evaluación continuada.

Características:

Nota:

Excelente: nivel equiparable a un resultado profesional	10	
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9	
Notable: Muy bueno, en algunos casos llegando casi a excelente	7-8,9	
Suficiente: Satisfactorio, algunos débiles, algunos buenos		5-6,9
Insuficiente: Débil, suspenso marginal	4-4,9	
Insuficiente: Suspenso claro	0-3,9	

MATERIAL A ENTREGAR en las presentaciones intermedias y final

En los diversos EJERCICIOS prácticos a desarrollar, se solicitarán los siguientes formatos de entrega (dependiendo del ejercicio)

- Documentos PDF finales con el ejercicio desarrollado
- Presentaciones orales en clase
- Entrega de productos y objetos reales

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Coherencia y constancia en el proceso de trabajo.

- Rigor en las entregas
- Actitud de esfuerzo

2. Pertinencia en la relación entre la idea y el resultado final

- Coherencia creativa
- Coherencia en el proceso de creación

3. Ocurrencia en la generación de ideas y vigencia formal de las propuestas

- Capacidad de innovar en las ideas propuestas
- Capacidad para sorprender con las soluciones elaboradas

4. Análisis crítico en la elaboración de las fuentes de información

- Comprensión de la importancia del rigor científico en todo proceso de trabajo y análisis
- Capacidad para poner en cuestión las propias conclusiones personales de cada proyecto o proceso creativo y / o de trabajo.

6. MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Para las sesiones TEÓRICAS, no se requiere ningún material extra.

Para las sesiones PRÁCTICAS, se requiere:

- Ejercicio MIURA: Materiales de creación y fabricación del producto –a elegir por el alumno.
- Ejercicio TURING: Herramientas informáticas para poder desarrollar un "bot" (Ordenadores portátiles, página FB, herramientas básicas de diseño)
- Ejercicio SOSTENIBILIDAD: Ninguna herramienta especial.

7. CONTENIDO RECUPERACION JULIO

En el caso de acudir a la recuperación de JULIO, el alumno deberá llevar a cabo las siguientes tareas:

- **Entrega en archivo PDF** (y objeto, si es el MIURA) un EJERCICIO PRÁCTICO (a elegir con el profesor entre MIURA o SOSTENIBILIDAD)
- **Exposición oral de 10 minutos** de un resumen teórico de la asignatura, explicando los 15 conceptos básicos y fundamentales aprendidos en ella.

BIBLIOGRAFÍA

En la intersección entre Ciencia y Diseño, conocimiento y creatividad, hay múltiples libros y/o artículos que pueden aportarnos inspiración y motivación a lo largo de esta asignatura. A continuación apuntamos algunas obras o escritos que ayudarán al alumno a comprender mejor algunas de las temáticas tratadas en este curso:

"SEIS PIEZAS FÁCILES" / LIBRO / RICHARD FEYNMAN – Apasionante y asequible introducción al mundo de la Física y la ciencia, analizando algunas de sus principales temáticas.

"SAPIENS" / LIBRO / YUVAL NOAH HARARI – Fantástico relato acerca de la historia de la humanidad, la aparición de la cultura, la ciencia y los efectos que la evolución científica y cultural ha tenido en la especie humana.

"THE AI REVOLUTION: THE ROAD TO SUPERINTELLIGENCE" / ARTICULO / TIM URBAN, Wait But Why – Fantástico análisis acerca de las posibilidades de la creación de una Super Inteligencia Artificial y sus potenciales consecuencias en nuestras vidas. Complemento esencial para el ejercicio de TURING.

<https://waitbutwhy.com/2015/01/artificial-intelligence-revolution-1.html>

"DESORDEN" / LIBRO / DANIEL SOLANA – Una reflexión profunda y detallada sobre la ciencia de la inteligencia.

Jorge Wagensberg – La rebelión de las formas – Tusquets Ed. 2004

Cradle to Cradle (De la cuna a la cuna): Rediseñando la forma en que hacemos las cosas

Michael Braungart y William McDonough Ed. McGraw-Hill Madrid, 2005

Jordi Mazón 100 Preguntas de Física

Miura-Ori map: <http://library.thinkquest.org/28923/miuraori.html>

CV

Ignasi Giró

WEB: ignasigiro.com

Head of Innovation DoubleYou Spain / Fundador y Director Creativo de Honest&Smile

Ignasi Giró es un «Físico Creativo» que mezcla una formación científica –Licenciado en Ciencias Físicas– con una pasión por la comunicación. Mezclando tecnología y emociones ha desarrollado campañas interactivas, marcas y productos, tanto para grandes empresas – Moleskine, SEAT, P&G, BIC, SNCF, Codorniu, Nespresso...– como para startups –HolaLuz, Regalador, Acierto.com... Durante los últimos 15 años ha asumido puestos de Dirección de Innovación / Dirección Creativa en TBWA\Paris, Honest&Smile, Grey, Great Works y Nurun Crazy Labs. Pero de lo que más orgulloso está es de poder ser «emprendedor inventor» de varios productos –Just The Bell, Timeless Box, Moleskine AbracadabrApp, The Love Box... Algunos de sus proyectos han generado gran impacto, siendo publicados en medios como Wired, FastCompany, TechCrunch, TVE, La Vanguardia o El País. Incluso algunas de sus creaciones han sido expuestas en museos de prestigio como el MIIBA / Museum of Ideas of Barcelona o el Museum of Art and History of Geneva. Lo cual generó altas dosis de satisfacción en su encantadora madre.

Mauro Nasta

Industrial designer. Nacido en Italia en 1975. Desde 2004 vive y trabaja en Barcelona.

1994: bienio en la Facultad de Química de Palermo. 1997: Scuola Politecnica di Design. S.P.D. Milano. 2000: Istituto Europeo di Design. I.E.D. Milano. 2008:

Executive MBA. U.B. Barcelona.

1999: Redacción 1º número Moto Design. DDN. 1999: Redacción 1º número Car Design. DDN.

2000: Con G. Berchicci. Jetson. Giovannetti C.A. 2000: con G Berchicci Start-up SLIDE design.

2000: Concept Car F.I.A.T. Design Innovation.

2001: 1a Colección "SLIDE" con G. Berchicci, A.Guerriero, E.Babled, P.Rasulo. 2003: Immobilia

Divisione Moda Milano Contract. 2004: Profesor de Tecnologías IED Barcelona. 2005: Gestión

taller maquetas I.E.D. Barcelona. 2006: PERTEGAZ Collezione accessori. 2006: Studio I.D.E.I.

Barcelona. 2008: Profesor RHINOCEROS + TESIS. 2010: Start-up y Project manager del estudio Design DIES en Barcelona.

TITULO SUPERIOR EN DISSENY

MATERIA	Lenguaje y técnicas de representación y Comunicación
ASIGNATURA	Color y Forma
SEMESTRE (1-8)	1
CURSO	1º TÍTULO SUPERIOR EN GRÁFICO, MODA, INTERIORES Y PRODUCTO
DOCENTE	Elenio Pico, Sebastian Armenter

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	75
CREDITOS	3

PRE-REQUISITOS	-
CARACTER	Formación Básica

COMPETENCIAS transversales y generales

T2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.

T7. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

G2. Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

1. RESUMEN DE CONTENIDOS DE LA MATERIA

Percepción del color.
Modelos y normalización del color.
Significación del color.
El color en el Diseño.
Composición y percepción visual.

2. RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La forma y el color son elementos fundamentales, primarios e indisolubles de la percepción visual. Mediante una serie de ejercicios nos introduciremos en su manejo tanto desde el punto de vista técnico como expresivo para desarrollar y ampliar el lenguaje del diseño.

El acto humano de diseñar no es un hecho artístico en sí mismo, aunque puede valerse de los mismos procesos en pensamiento y medios de expresión y en ocasiones la brillantez del mismo puede llevarlo a la categoría de arte.

Diseñar es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, ergonomía con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado con el medio ambiente que rodea a la humanidad. De esto último se puede desprender la alta responsabilidad ética del diseño y los diseñadores a nivel mundial. Un buen punto de partida para entender éste fenómeno es revisar la Gestalt

La forma y sus elementos estructurales
El punto, la línea, la forma, la luz y el color como elementos constructivos.
El color y sus elementos distintivos. Saturación, valorización y neutralización.
Inestabilidad del color. Relaciones entre colores.
Elementos opuestos para el análisis. Contraste, Temperatura.
El color en el espacio.
El color y las culturas, simbología y psicología del color.

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Dominio de los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y de la comunicación.

4. CONTENIDOS Y SESIONES

SESION 1:

Introducción curso; explicación asignatura.
Estructura del color (tono, saturación, luminosidad). Colores complementarios.
Introducción al círculo cromático y sus elementos principales. Análisis y formas de entender el color
Ejercicio colectivo lúdico introductorio para observar los conocimientos propios de los alumnos.

Presentación actividad. El color sobre la superficie, el color integrado a la materia

SESION 2: entrega actividad

Análisis entrega actividad de forma colectiva y abierta, proponiendo diálogo y crítica.
Percepción del color, relaciones de opuestos del círculo cromático. Temperatura del color.
Presentación ejercicio 1

SESION 3: entrega ejercicio nº1

Análisis entrega ejercicio nº 1 de forma colectiva y abierta, proponiendo diálogo y crítica.
Clasificación grupal de los colores.
Estudio de la forma.
Análisis del movimiento histórico vorticista y la aplicación de su experiencia formal en el camoufflage de barcos durante la primera guerra mundial.
Propuesta de trabajo número 2
Desarrollo del comienzo del trabajo en clase

<p>SESION 4: Análisis de las propuestas formales del ejercicio número 2 Desarrollo de procesos de aplicación del color</p>
<p>SESION 5: Entrega propuestas finales.</p> <p>Se presentará el trabajo número 3, se analizarán en clase los conceptos de materia, textura y color.</p> <p>Se sensibilizará al alumno para el uso correcto de la mirada en el desarrollo del ejercicio.</p> <p>Safari fotográfico en el entorno que nos rodea. Finalidad del ejercicio tiene que ser entender la diferencia entre la percepción del color real, su captación en una cámara fotográfica, su tratamiento en pantalla y la posterior impresión en papel probando 3 impresiones diferentes.</p>
<p>SESION 6:</p> <p>Visionado del material producido.</p> <p>Se hará una introducción al manejo del photoshop en relación a las necesidades de La segunda etapa del ejercicio. Y propuesta de aplicación sobre forma tridimensional. Cilindro. (lata de refresco).</p> <p>Presentación de las características propias de las paletas aditivas y sustractivas.</p>
<p>SESION 7: Entrega del ejercicio número 3</p> <p>Introducción al carácter simbólico y cultural del color Investigación y diseño inicial de proyecto tridimensional</p>
<p>Entrega del ejercicio número 4</p> <p>Presentación oral y visual por parte de los alumnos del trabajo final y el proceso de trabajo de investigación y su resultado formal en tres dimensiones.</p> <p>Propuesta ejercicio número 6 sobre señalización. Alteración de códigos de comunicación desde el color y la forma.</p>
<p>SESION 9:</p> <p>Entrega ejercicio número 5 alteración de estructuras cromáticas y formales de señalización convencional.</p>
<p>SESIÓN 10:</p> <p>Presentación final Exámen/Test : círculos cromáticos. feedback.</p>

5. EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Ejercicios 80%
Experimentación en clase 20%

NOTAS: Las notas finales van vinculados a los Resultados del Aprendizaje y serán el resultado de una evaluación continuada.

Características:	Nota:
Excelente: nivel equiparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, en algunos casos llegando casi a excelente	7-8,9
Suficiente: Satisfactorio, algunos débiles, algunos buenos	5-6,9
Insuficiente: Débil, suspenso marginal	4-4,9
Insuficiente: Suspenso claro	0-3,9

MATERIAL A ENTREGAR en las presentaciones intermedias y final

Presentación PPT u otros formatos
Dossier final
Comentario de texto
Ejercicios

La presentación de **6 ejercicios**, se realiza sobre un soporte de tamaño din-a 4 con la salvedad de aquellos que por su carácter volumétrico necesiten de un contenedor especial.

actividad:

Ejercicio vinculado a la percepción del color, El color en la superficie, El color integrado a la materia.

Creación de un prisma en el que superficie y materia presenten variables cromáticas.
Reflexión sobre el carácter efímero de las piezas.
Documentación fotográfica y o fílmica para testimoniar la experiencia.
Presentación: originales.

Ejercicio número 1:

6 collages tamaño a5 montados sobre papeles a4. Tema: animales sintetizados.
Uso de colores complementarios, relaciones de temperaturas y relaciones de figura y fondo.
Ruptura de la relación color local, primeras aproximaciones a la simbología del color

Para cada collage se utilizará un par de complementarios estableciendo relaciones de temperatura que variarán en cada uno de ellos.

Ejemplo par amarillo / violeta: para el collage uno, el color dominante será el cálido, para el collage dos el dominante será el frío. La forma se construirá solo a partir del uso de líneas rectas, de esta forma se elimina la relación fotográfica con el modelo y se incorpora la representación sintética.

Desde el punto de vista de la forma se trabajará con la línea recta como elemento de construcción de la misma.

Presentación: originales.

Ejercicio número 2:

Trabajo a desarrollar en equipos de dos alumnos.

Desde el punto de vista del color:

Círculo cromático.

- a- colores primarios.
- b- Contrastes.
- c- Valorización de los colores primarios, secundarios y neutros.

Desde el punto de vista de la forma se desarrollará una investigación sobre el vorticismo, el uso de elementos dinámicos que rompan la estructura visual de las formas tridimensionales.

Presentación: originales.

Estructura formal bidimensional sobre el plano

Estructura aplicada sobre maqueta.

Síntesis sustractivas.

El alumno se entrenará en el uso de gamas de colores en tres etapas.

Primera: uso de colores primarios, saturaciones, secundarios, terciarios. Adyacencias y sistemas armónicos a partir del triángulo equilátero, isósceles, el rectángulo y el cuadrado.

Segunda: uso de colores ocres, grises de color y neutralizaciones

Tercera: Valorización del color, relaciones de colores primarios, secundarios, neutros fríos y neutros cálidos con la luz y la sombra.

Ejercicio número 3:

Trabajar sobre fotografías ejecutadas por el alumno desarrollando temáticamente una investigación sobre materia, color y textura.

- a- Serie de 20 fotos con dominancia de un color.
- b- Serie de 20 fotos con dominancia de dos colores.
- c- Serie de 20 fotos con dominancia de tres colores.
- d- Serie de 20 fotos libres.

Se seleccionarán 5 fotos de cada serie. Se analizarán sus paletas a partir de los códigos CMYK, RGB y Pantone solid coated.

Las entregas parciales se harán en formato digital

La entrega final se realizará sobre papel a4 impreso encuadernado o agrupado en caja contenedor.

El alumno ejercitará la mirada más allá del mundo de la forma, adentrándose en la superficie de los objetos y entendiendo la importancia de las calidades táctiles y texturales.

Una selección de 1 fotografía de cada una de las experiencias se aplicará sobre latas de bebidas para observar y analizar el comportamiento de las mismas sobre volúmenes.

Ejercicio número 4:

Trabajo a desarrollar en equipos de dos alumnos.

Ejecución de un trabajo tridimensional con materiales de reciclaje definido por un informe sobre el carácter simbólico de colores predeterminados y un estudio de texto impreso encuadernado. Además de incorporar nociones relacionadas con el universo de las tres dimensiones, el alumno realizará un trabajo sobre el carácter histórico de un color asignado y sus formas de aplicación cultural y social.

Ejercicio número5:

Investigación sobre sistemas de señalización convencionales.

Alteración de estructuras formales y de color.

Nota 1: podrán realizarse trabajos complementarios de acuerdo a la respuesta de cada grupo.

Presentación final: Para la misma es obligatorio contar con el 100% del material presentado 8ejercicios 1 a 5 más las ejercitaciones realizadas en clase. Los ejercicios se presentarán editados y con las correcciones realizadas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Técnicas:

Dominio de los sistemas de representación gráfica. Pulcritud y coherencia en la aplicación de los códigos gráficos y en el uso de los sistemas de representación.

Capacidad de experimentación. Adecuación en la utilización de materiales, técnicas y recursos.

Comunicación visual. claridad y congruencia en la selección y/o creación de elementos de comunicación visual

Proyecto:

Proceso de trabajo. Coherencia y constancia en el proceso de trabajo.

Capacidad de creación. Correspondencia y cohesión en la fase de producción y desarrollo del proyecto.

Capacidad de generar ideas. Destreza a la hora de generar soluciones alternativas en cantidad y calidad.

6. MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Alumno:

Tijeras
Pegamento en barra
Recursos fotográficos (Cámaras fotográficas y/o móviles)
Papeles a designar
Lápices a designar.

7. CONTENIDO RECUPERACION JULIO

Para la recuperación de julio será necesaria la entrega del 100% de los ejercicios con las correcciones necesarias ejecutadas.

En caso de no haberlo aprobado deberá realizar nuevamente el examen escrito.

BIBLIOGRAFÍA

Josef Albers. *Interaction of Color*. Yale University Press.

Wasily Kandinsky. *Concerning the Spiritual in Art*.

Eva Heller. *Psicología del color*. Gustavo Gili. *Color Psychology*, original title in german.

Johannes Itten, Faber Birren. John Wiley & Sons, 1970.

ALBERS, Josef (1963). *La interacción del color*. Alianza forma: Madrid, 1979. Trad. M^a Luisa Balsero, 13a ed.: 2001.

Jeff Davis. *Foundations of Color*. Print Replica for Kindle Edition.

CV

ELENIO PICO

Publica sus trabajos desordenadamente y sin interrupciones desde 1990. Explora diferentes campos de la comunicación visual. En la actualidad comparte el tiempo de investigación plástica con la enseñanza en la ciudad de Barcelona, Cataluña, en el Instituto Europeo di Design.

Experimenta interviniendo en espacios urbanos y naturales con su proyecto “Barquitos” que cuenta con la colaboración de 100 artistas. <https://www.facebook.com/pages/barquitos/119799084787738>

Recibe el Premio Junceda otorgado por la Asociación Profesional de Ilustradores de Cataluña los años 2008, 2009, 2011 y 2012 en las categorías de Edición, Web y Libros Educativos en dos ocasiones.

2016 Es invitado a exponer y dar conferencias por el Festival “Entre Viñetas” Bogotá Colombia.

Expone su proyecto “Pequeñas Historias de Grandes Pintores” en la Biblioteca Clará de la ciudad de Barcelona.

“Radiografía de una bruja” con textos de Beatriz Ferro es premiado como el mejor álbum 2008 por ALIJA y “Tump Tump” forma parte del Plan Nacional de Lectura por dos años en Argentina.

Publica bajo la supervisión de Aurora Bernárdez “Historias de Cronopios y de Famas” de Julio Cortázar.

XANO ARMENTER

Influenciado por el dibujo cómico, estudió la escuela secundaria en Vigo (Pontevedra) y el diseño gráfico en la escuela Eina, en Barcelona (1973-1976) y también de arte (1978 -1980). Viaja a Nueva York, donde se estableció y completó sus estudios en la Escuela de Artes Visuales con Milton Glaser (1981) y se graduó en la Academia de Nueva York (1982).

Durante los años 80, vivió en East Village, New York. En su obra fue influenciado por la pattern painting' y el impacto del graffiti además del impresionismo figurativo que marcó esa década, el realismo urbano y casual.

Desde los '90 en adelante, a la par de sus cambios de residencia entre Los Ángeles, Nueva York y Barcelona, su obra cambia y sufre nuevos experimentos con el color, avanzando hacia la abstracción más radical y luego nuevamente se impone el dibujo y todo se mezcla con todo, en un lenguaje muy visual y personal

TÍTULO SUPERIOR EN DISEÑO

MATERIA	Fundamentos del diseño
ASIGNATURA	Fundamentos del diseño I
SEMESTRE (1-8)	1
CURSO	1º TÍTULO SUPERIOR EN GRÁFICO, MODA, INTERIORES Y PRODUCTO
DOCENTE	Susana Zarco, David Ortega, Flora Ximenis, Raquel Llaberia

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CRÉDITOS	6

PRE-REQUISITOS	
CARACTER	Formación Básica

COMPETENCIAS transversales y generales

- T1. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
- T2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
- T3. Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- T7. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
- T8. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- G3. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
- G7. Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
- G9. Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
- G12. Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.
- G18. Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
- G19. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

RESUMEN DE CONTENIDOS DE LA MATERIA

Análisis de la forma, composición y percepción.
Análisis y crítica del Diseño desde un enfoque multidisciplinar.
Teoría, metodología, ideación y concepción del proyecto.
Métodos de investigación y experimentación propios de los procesos del Diseño.

1. RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Los fundamentos del diseño introducen al estudiante a la aplicación de los conceptos teóricos básicos del diseño, tales como color, forma, volumen y escala, que se imparten en ésta y otras asignaturas del semestre. Se trabajan ejercicios en los que se aplican estos principios y se proponen experiencias mediante las cuales se promueve la investigación y posterior resolución de problemas. Inmersión en el proceso de diseño, prestando especial atención a la investigación y análisis de la información, planificación, el valor de la experimentación, el trabajo en equipo, y la formulación de soluciones coherentes con los retos propuestos.

2. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos básicos del Diseño: estructura, forma, color, espacio y volumen. Añadiendo y relacionando en algunos ejercicios otros elementos menos formales y más simbólicos: concepto, metáfora, analogía, crítica, Comprensión y prácticas en procesos de Diseño: teoría, metodología, investigación, gestión de recursos, trabajo multidisciplinar en equipo.

Commented [1]: Encontraba a faltar esos conocimientos simbólicos...y después mencionar los grandes bloques de trabajo en el proceso de diseño

3. CONTENIDOS Y SESIONES

Sesión 1

Introducción a la asignatura. ¿que es el diseño?
Introducción al proceso de diseño. Presentación de casos.
Las exposiciones como ejemplo de diseño multidisciplinar.
- Propuesta de ejercicio 1
Biografía

Una buena fotografía de cada ejercicio para el Dossier Final.

Documental Bauhaus
Serie Abstract: The Art of Design, Netflix.

Sesión 2

Introducción a las fuentes de información especializadas: selección análisis, cribado, organización de la información.
Sobre el Documental Helvetica, referencias. Sobre tipografía, composición, jerarquía.
Diseño y Comunicación visual (Bruno Munari), el mensaje visual.

Lugares donde encontrar información como la Mediateca (para cada clase hay libros de la mediateca relacionados con el ejercicio). The Hub Museu del Disseny, Librería Laia museos, Materfad y The Methodcase, Vostok Printing.

Metodología básica. La importancia de antes de ponerse a trabajar reflexionar sobre este trabajo. Una buena forma para ello es hacernos preguntas...

Entrega del ejercicio 1.
Propuesta del ejercicio 2
Tipografía que me define.

Sesión 3

Composición y forma.

Técnicas de impresión, maquetación de las frases, verificación de la adecuación frase/tipografía.

Lluvia de ideas sobre cómo el hombre utiliza el cuerpo para comunicar mensajes (tribus, ejércitos, universidades, obreros, arte, deporte, rock,comics, política, logos ciudades o empresas...), ejemplo de slogans punk de Vivienne Westwood

libro PUNK: Chaos to Couture (The Metropolitan Museum of Art), ejemplo logo ciudad de Milton Glaser.

Seguimiento ejercicio 2 la tipografía que me define, referencias.

Propuesta del ejercicio 3

la Biblia del diseño, Iris Van Herpen, Fiberglass chair, Panton Chair, Eileen Gray, Side Table.

La importancia de las autorías en frases que no son nuestras, reflexión conjunta sobre este tema

Sesión 4

Profundizar en selección análisis, cribado, síntesis y organización de la información.

La composición de documentos: desde uso excesivo de tipografías, a errores gramaticales o mal uso de colores (figura/fondo)

Referentes, entrevista a Curro Claret.

Raw Edges.

Tom Sachs, Ten Bullets.

Entrega del ejercicio 2. Tipografía que me define.

Corrección conjunta del ejercicio 3. Planteamiento de maquetación/retícula para el documento.

Libro Elogio de la sombra, será útil para ejercicio 4 sobre la luz.

Sesión 5

La importancia de la observación y creación de archivo fotográfico propio. |

Luz natural vs luz artificial, espacio exterior vs espacio interior, zoom in/zoom out, del detalle a lo genérico. Percepción y escala. Efectos de luz/sombra/proyección. Slideshare Luz y sombras.

Poesía visual en fotografía: Brossa, Madoz, Man Ray, Joan Fontcuberta, Eulàlia Valldosera, Ingo Maurer.

Propuesta ejercicio 4

Vestir la luz

Lectura obligatoria: El elogio de la sombra. Debate en clase.

Referencias Brian Eno expo, Picasso, kumi Yamashita, teatro sombras chinas, cine mudo, (gótico, terror

Nosfetaru), Yohji Yamamoto, el poeta del negro, Dibujar la luz de Peter Boerboom y Tim Proetel.

Clarooscuro

Caravaggio.

Sesión 6

Entrega 1era fase del ejercicio 4, debate, reflexión.

De la importancia de la experimentación. Texturas. Papel: pliegues (monte/valle),ejemplo de plegado asociación de papiroflexia pajarita, arrugas, cortes, positivo/negativo, dobleces, curvas. Transparencia, opacidad, capas... observación y traslación de lo observado en el espacio al papel. La importancia de la escala. efectos luz/sombra/proyección.

Sesión 7

Entrega 2nda fase del ejercicio 4

Commented [2]: He añadido más referentes sobre luz y sombra, acabo de ver un libro super sobre Dibujar la luz de GG, se lo he recomendado a Borja para la mediateca, y el mismo sobre dibujar el movimiento.

Commented [3]: He añadido este libro en la bibliografía

Sobre el objeto emisor de luz. Investigación referentes en diseño de iluminación, desde el objeto a la instalación. Festivales de luz.
El color LUZ.
Análisis del objeto a transformar. Conceptualización

Sesión 8

Primeras propuestas con pruebas ejercicio lamp-it. Apartado trabajado en grupo.
O lo haces o lo hacen: del proyecto académico al proyecto profesional.

Commented [4]: Bases registrar y dar a conocer tus proyectos

Sesión 9

Seguimiento ejercicio 4 lamp.it. Apartado trabajado en grupo.
Buscando una función. Sobre el cartón: tipos, propiedades, aplicaciones, manipulación. Sobre el Documental Función y Forma.

Sesión 10

Entrega ejercicio 4 lamp-it.
DEL plano al volumen.
Propuesta ejercicio 5 cartón. Manipulado del cartón.
O lo haces o lo hacen: qué hacer con un buen proyecto académico, del IED al mundo profesional

Sesión 11

El Diseño emocional.

Primeras maquetas del ejercicio 5.
Seguimiento del ejercicio 3. Referencias.

Sesión 12

Entrega ejercicio 3, La Biblia del diseño.
El diseño como necesidad.
LA memoria conceptual: a partir de algunos escritos de Bruno Munari.
Propuesta ejercicio 5
Buscando una Función.
Video André Ricard.

Sesión 13

Seguimiento ejercicio 5 cartón.
El cuidado por los detalles y la pulcritud.

Sesión 14

Entrega final ejercicio 5

Sesión 15

Entrega final, Sketchbook y Dossier.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Ejercicios realizados-- 70%

Sketchbook----- 10%

Dossier final----- 10%

Participación activa en los trabajos de grupo, lectura recomendadas, pequeñas experimentaciones o ejercicios recomendados---10%

NOTAS: Las notas finales van vinculados a los Resultados del Aprendizaje y serán el resultado de una evaluación continuada.

Características:	Nota:
Excelente: nivel equiparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, en algunos casos llegando casi a excelente	7-8,9
Suficiente: Satisfactorio, algunos débiles, algunos buenos	5-6,9
Insuficiente: Débil, suspenso marginal	4-4,9
Insuficiente: Suspenso claro	0-3,9

MATERIAL A ENTREGAR en las presentaciones intermedias y final

Ver ficha de ejercicio

Sketchbook, es mi cuaderno personal de investigación, siempre lo llevo conmigo, sirve como justificación de mi trabajo, y para la comprensión del desarrollo de mis ideas, debe contener:

lluvia de ideas(brainstorm),
investigación visual del concepto,
referencias culturales de los ejercicios,
texturas y materiales,
color,
collage,
fotos del proceso creativo,
dibujos a mano de ideas, diseños, bocetos,
experimentación,
y también se puede añadir material de otras asignaturas.

Al mismo tiempo es un espacio reflexivo personal

Imprescindible presentar el sketchbook en cada ejercicio, es parte fundamental de la evaluación.

Dossier Final con todos los ejercicios, en la asignatura de Comunicación de proyecto se darán las bases de Adobe InDesign para maquetar La Biblia del Diseño y el Dossier, paneles y moodboards.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Calidad y pertinencia en la selección de las fuentes de información
Adecuación en la utilización de materiales, técnicas y recursos
Coherencia y constancia en el proceso de trabajo
Coherencia en la relación entre la idea y el resultado final

5. MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Sketchbook

Material necesario para trabajar en clase, como colores, lápices de dibujo, tijeras, goma, cinta adhesiva, pegamento...

6. CONTENIDO RECUPERACION JULIO

Sketchbook

Biblia del Diseño

Dossier final con todos los ejercicios de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

LIBRO: apellido, nombre. *Título* (en cursiva). Ciudad edición: editorial. Año.

Valero Ramos, Elisa. *La materia intangible*. Valencia: Ediciones Generales de la Construcción. 2004

Munari, Bruno, *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: GG Diseño. 2016, 2a edición

Munari, Bruno. *¿Cómo nacen los objetos?*. Barcelona: GG Diseño. 2016, 2a edición

Pascual, Eva. Oliveras, Rosa. *Estampación*, editorial Parramón, colección artes y oficios. 2010

Tanizaki, Junichiro. *El Elogio de la Sombra*, Editorial Siruela. 2017, 37 edición

Lyndon John, Hell Richard, Savage Jon, *Punk: Chaos to Couture*, editor Andrew Bolton, 2013

Juhani, Pallasmaa, *Los ojos de la piel*, Barcelona: GG Diseño. 2005 (fragmentos seleccionados)

Boerboom, Peter, Proetel, Tim, *Dibujar la luz*, GG, 2014.

Wilhide, Elizabeth, *Diseño, Toda la historia*, Blume, 2017

Páginas web:

<https://www.wgsn.com/li/>

<http://www.revistavanityfair.es/celebrities/cuestionario-proust>

<http://www.itfashion.com/moda/videos/el-proceso-creativo-de-iris-van-herpen/>

<http://vein.es/martin-margiela-9-claves-comprender-al-disenador-ausente/>

<http://vein.es/la-doble-revolucion-vionnet-derechos-sociales-corte-al-bies/>

<http://www.pajarita.org/diagramas/files/bases.pdf>

Videos:

<https://www.youtube.com/watch?v=PYptlkjS6zk> Fiberglass Chair
<https://www.youtube.com/watch?v=xim1m2Bhvzc> Panton Chair
<https://www.youtube.com/watch?v=sriGH51vWTo>, Bauhaus.
<https://www.youtube.com/watch?v=ulRtoMwxbHM>, Martin Margiela,
<http://es.euronews.com/2014/10/21/philippe-starck-soy-autista-y-vivo-en-una-autarquia-casi-total>
https://www.youtube.com/watch?v=Bec_WaunPMo, Helvetica.
<http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-documental/documental-funcion-forma-diseno-espana-medio-siglo-contigo/3797778/>
<https://www.netflix.com/es-en/title/80057883>

Recursos

<https://drive.google.com/a/bcn.ied.es/file/d/0B5yL9HKT8cLUQW1TcTh2NVRUMk0/view?usp=sharing>,
André Ricard.
<http://es.materfad.com>
<http://www.themethodcase.com>

CV

FLORA XIMENIS

Licenciada por la Universidad de Southampton en Diseño de Moda (ESDI), gana el Primer Premio de Moda Smirnoff en 1995. Ha trabajado en Tendencias en la compañía CIDIT. Ha desfilado en varias pasarelas barcelonesas, como el MODAFAD o la Barcelona Bridal Week, siempre con marca propia. Desde 2004 es docente de Diseño de Moda en IED Barcelona. En la actualidad desarrolla un proyecto nuevo de estampación.

<http://florapolkadot.tumblr.com>,

<https://www.facebook.com/flora.ximenismunne>

DAVID ORTEGA

Coordinador – Docente y diseñador Graduado en Diseño de Interiores, cuenta con su propio estudio dedicado al diseño gráfico, diseño industrial y de forma destacada al diseño de interiores. Compagina el trabajo del estudio con la docencia y desde 2006 es profesor en IED Barcelona. Recientemente ha publicado el libro “Dibujo a mano alzada para diseñadores de interiores”, editorial Parramón. Desde 2011 ejerce como vicepresidente de “CODIC Col·legi de Decoradors i Dissenyadors d'Interiors de Catalunya.” En los últimos años se interesa por todo aquello que tenga que ver con la creatividad, potenciando las capacidades interiores de cada individuo, impartiendo clases en institutos, centros artísticos y empresas.

TITULO SUPERIOR EN DISSENY

MATERIA	Historia del Arte i del Disseny
ASIGNATURA	Historia del Arte i del Disseny
SEMESTRE (1-8)	1-2
CURSO	1º TÍTULO SUPERIOR EN GRÁFICO, MODA, INTERIORES Y PRODUCTO
DOCENTE	Joan Abelló, Isabel Causadias, Clara Mas

HORAS FRONTALES	60
HORAS TOTALES	150
CREDITOS	6

PRE-REQUISITOS	
CARACTER	Formación Basica

COMPETENCIAS transversales y generales

- T8. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- T9. Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
- T16. Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.
- G5. Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
- G6. Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño
- G9. Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
- G12. Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.
- G13. Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
- G14. Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.
- G19. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

1. RESUMEN DE LA MATERIA

Dotar al alumno de las herramientas adecuadas para localizar elementos de arte del pasado que continúen vigentes en la actualidad.

Vincular conceptos de historia del arte con el campo profesional del Diseño.

Reflexionar sobre la interacción entre la producción artística y su contexto.

Poder reconocer los espacios institucionales y alternativos de las prácticas artísticas.

Conocimiento, análisis y significado del arte.

Historia y teoría de las artes, la arquitectura, el diseño y la moda.

Sociedad y arte.

2. RESUMEN DE LA ASIGNATURA

La asignatura propone una visión integradora de las artes, el diseño, la arquitectura y los procesos sociales y económicos. Explora así el contexto en el que se desarrollan las tendencias históricas, sociales y filosóficas, que influyeron los movimientos artísticos del siglo 20 y el desarrollo del modernismo y posmodernismo. El objetivo principal es familiarizar al estudiante de primer curso de Grado con la evolución de las ideas y teorías estéticas y ofrecerle una visión sintética de sus principales manifestaciones artísticas.

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimiento profundo en la historia y la tradición de las artes y el Diseño.

Desarrollo de la capacidad de razonamiento y crítica de ideas y argumentos.

Contribución, con la propia actividad profesional, en la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos

Entender la diferencia entre los movimientos artísticos más importantes del siglo 20.

Mostrar la capacidad de analizar los elementos formales que construyen una obra de arte (materia, forma, composición) y apreciar la variedad de ideas y conceptos que se pueden expresar (valor semántico).

Mostrar la capacidad de desarrollar un trabajo de investigación.

4. CONTENIDOS Y SESIONES

BLOQUE 1. LA EUROPA DE LAS VANGUARDIAS.

SESION 1. Presentación del curso

Arte y diseño. Descripción general del contexto cronológico a tratar durante el primer semestre de curso. Introducción a la historia del arte en la época moderna. Formación de los grupos de trabajo de clase.

SESION 2: Realismo

El realismo se considera en líneas generales el inicio del arte moderno. Por primera vez, la vida cotidiana y el mundo moderno eran temas adecuados para el arte. Es la filosofía de lo objetivo, aceptado por progresistas del arte moderno. La búsqueda de nuevas verdades a través de la investigación y el cambio de los sistemas tradicionales de valores y creencias. Gustave Courbet, la Escuela de Barbizon (Francia); Los prerrafaelitas ingleses (Dante Gabrielli Rosseti); Federico de Madrazo, Claudio Lorenzale (España); Marià Fortuny, Baldomer Galofre (Cataluña).

SESION 3: Impresionismo

El Impresionismo se desarrolló en Francia en el siglo XIX y se basó en la práctica de la pintura al aire libre y de manera espontánea "en plein air / sobre el terreno" en lugar de un estudio a partir de bocetos. El

Impresionismo es a la vez un estilo, como también el nombre de un grupo de artistas que tomaron una estrategia radical; en 1874 se unieron y llevaron a cabo su propia exposición independiente. Estos artistas describieron, mediante sensaciones fugaces de luz, el paisaje, la vida nocturna y los nuevos pasatiempos de ocio de la ciudad y sus suburbios (Claude Monet, Camille Pissarro, Edgar Degas, Pierre-Auguste Renoir, Paul Cézanne, Alfred Sisley y Berthe Morisot).

SESION A: Visita cultural

SESION 4: Post-Impresionismo

El Postimpresionismo es un término que describe los cambios y evolución del impresionismo a partir de 1886, fecha de la última exposición del grupo impresionista en París. El término suele limitarse a las cuatro grandes figuras artísticas que han desarrollado y extendido el impresionismo claramente en diferentes direcciones: Paul Cézanne, Paul Gauguin, Georges Seurat y Vincent van Gogh.

SESION 5: Visita a CaixaForum. Warhol. El arte mecánico

*Las visitas culturales pueden variar de sesión según calendario de las exposiciones seleccionadas

SESION 6: Fauvismo

El Fauvismo es el nombre que se aplica a la obra producida por un grupo de artistas (que incluían Henri Matisse y André Derain) realizada alrededor de 1905 a 1910, que se caracteriza por los colores fuertes y feroces pinceladas. El nombre les fauves ('bestias salvajes') fue acuñado por el crítico Louis Vauxcelles al ver la obra de Henri Matisse y André Derain en la exposición del Salón de Otoño de París, en 1905. Las pinturas expuestas por estos artistas fueron el resultado del trabajo conjunto realizado en Colliure y se realizaron utilizando colores vivos, no naturalistas y con pinceladas sueltas. Las formas de los sujetos se simplificaron aproximándose a la abstracción. André Derain, Maurice Vlaminck, Georges Braque, Georges Rouault, Albert Marquet, Raoul Dufy y Kees van Dongen.

SESION 7: Arts and Crafts de William Morris

El movimiento Arts and Crafts (Artes y Oficios) fue iniciado por William Morris en 1861 y tenía como objetivo mejorar la calidad del diseño y ponerlo a disposición de la mayor audiencia posible. El movimiento Arts and Crafts se considera a menudo como el punto de partida para la aproximación al diseño moderno, como podemos evidenciar en el libro pionero sobre el diseño moderno de Nikolaus Pevsner (William Morris a Walter Gropius) publicado por primera vez en 1936, y que resultó clave en la influencia directa del movimiento en la posterior estética del Art Nouveau.

SESION 8: Art Nouveau y Modernismo

El Art Nouveau es un estilo internacional que surgió en la década de 1890 y se caracterizó por formas orgánicas basadas en formas vegetales y líneas sinuosas y fluidas. El Modernismo, desarrollado principalmente en Cataluña, y el Art Nouveau, comparten un deseo internacionalista y un espíritu cosmopolita. La principal característica del Art Nouveau es el deseo de crear un estilo internacional de arquitectura que reflejara la cultura cosmopolita que dominaba la mentalidad de fin de siglo XIX. El Modernismo, no obstante, presenta claramente una paradoja que lo diferencia claramente del resto de manifestaciones al entorno del Art Nouveau: se aferra a sus raíces estilísticas para defender la modernidad más radical. En Cataluña, las nuevas formas, las líneas sinuosas y la estilización que deja detrás estilos históricos, conserva sus propias raíces y tradiciones y se superponen a las formas históricas, principalmente de origen gótico. Émile Gallé, Gustav Klimt, René Lalique, Kolo Moser, Alfons Mucha, Antoni Gaudí, Josep Puig i Cadafalch, y Lluís Domènech i Montaner.

SESION 9: Cubismo

El cubismo fue uno de los estilos más influyentes del arte visual de principios del siglo XX. Fue creado por Pablo Picasso y Georges Braque en París entre 1907 y 1914. El crítico de arte francés Louis Vauxcelles acuñó el término cubismo después de ver los paisajes que Braque había pintado en 1908 en L'Estaque en la emulación de la obra de Cézanne. Vauxcelles llamó a esas formas geométricas altamente abstraídas de las obras, "cubos".

SESION 10: Museo Picasso. Colección permanente

*Las visitas culturales pueden variar de sesión según calendario de las exposiciones seleccionadas

SESION 11: Futurismo

El futurismo fue un movimiento de arte total, especialmente revolucionario en arte y literatura, dedicado a la exaltación de la guerra, el mundo mecánico y el dinamismo de la velocidad. Los artistas estaban interesados en la representación de la sensación de movimiento, a la celebración de la velocidad y a la máquina moderna. Inspirados por las técnicas fotográficas avanzadas y otras nuevas formas de tecnología y transporte, estos artistas eligieron sujetos activos, dinámicos como el bullicio de una estación de tren y la energía de un club nocturno. El movimiento futurista, además de explorar conceptos de simultaneidad, el dinamismo y la velocidad en la vida y el arte, fue agresivo en lo político y glorificó la guerra como una forma de obtener la supremacía nacional de Italia. En 1909 el líder del grupo, Filippo Tommaso Marinetti, escribió un manifiesto declarando las creencias y las intenciones del movimiento. Giacomo Balla, Carlo Carrà, Umberto Boccioni y Gino Severini.

SESION 12: Dadaísmo

El Dadaísmo fue un movimiento nihilista en las artes que floreció principalmente en Zúrich, Suiza; Nueva York; Berlín, Colonia y Hannover; y París a principios del siglo XX. Dada surgió en medio de la brutalidad de la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Para los desilusionados artistas del movimiento Dada, la guerra se limitó a confirmar la degradación de las estructuras sociales que dieron lugar a este tipo de violencia: la política corrupta e imperialismo, los valores sociales represivos, y la conformidad incuestionable de la cultura y el pensamiento. Desde 1916 hasta mediados de la década de 1920, los artistas en Zúrich, Nueva York, Colonia, Hannover y París declararon un asalto total contra, no sólo las definiciones convencionales del arte, sino contra el pensamiento racional mismo. Tristan Tzara, Francis Picabia, Man Ray.

SESION 13: Surrealismo

El Surrealismo se originó a finales de los años 1910 y principios de los años 20 como un movimiento literario que experimentó con un nuevo modo de expresión denominada escritura automática, o automatismo, que pretendía liberar la imaginación desenfrenada del subconsciente. Oficialmente se consagró en París en 1924 con la publicación del Manifiesto del Surrealismo por el poeta y crítico André Breton (1896-1966). El surrealismo se convirtió en un movimiento intelectual y político de alcance internacional. Max Ernst, Yves Tanguy, Salvador Dalí y Joan Miró.

SESIÓN 14: Examen final

SESION 15: Feedback

BLOQUE 2

GUERRA FRÍA: URSS (RUSIA), ESTADOS UNIDOS Y EL MUNDO GLOBALIZADO

SESIÓN 1: Presentación del bloque 2: los orígenes de la abstracción moderna. Descripción y debate sobre el concepto de abstracción en el Arte. Introducción a la historia del arte y el diseño en la época contemporánea.

SESIÓN 2: La Abstracción moderna en la figura de Kandinsky.

Kandinsky se convirtió en una fuerza central en el desarrollo y la promoción de la abstracción a través de sus intrépidos esfuerzos como pintor, teórico, editor, organizador de exposiciones, profesor y como generoso anfitrión y mecenas de los muchos artistas y escritores que fueron a su encuentro. Entre 1910 y 1925, Kandinsky fue autor de extensas obras teóricas enormemente influyentes, la más notable con seguridad: "De lo espiritual en el arte", fue también co-fundador del grupo y centro de exposiciones Blaue Reiter en Múnich. Su mensaje sobre el potencial de la abstracción trasciende las distinciones entre medios, y su impacto se sintió desde Nueva York a Moscú.

SESIÓN 3: Vanguardias Rusas. Suprematismo y Constructivismo

En el mundo del arte, como el de la política y la sociedad, la Rusia en la época de la Revolución de 1917, fue un centro caóticamente creativo de nuevas ideas. Durante los años 1912-1930, los movimientos artísticos en Rusia / URSS se sucedieron con una rapidez extraordinaria: Rayonismo, Cubofuturismo, Suprematismo y Constructivismo. El Suprematismo, acuñado por Malevich, supuso un paso decisivo en la búsqueda de la "pintura pura". El constructivismo fue el nuevo modo que encarna esta actitud esencialmente antiestética. El primer período del Constructivismo o el denominado de "laboratorio" alcanzó su punto álgido en la exposición "Creación no objetiva y suprematista" de enero de 1919, en la que se presentó la más radical pintura reduccionista de Malevich: Blanco sobre blanco (1918) fue contrarrestada por la pintura no-objetiva de Rodchenko: Negro sobre negro (1918).

SESIÓN 4: De Stijl/Bauhaus. El nacimiento de las escuelas de diseño: La Bauhaus como arquetipo.

En paralelo a los acontecimientos políticos que sacudían Europa, la historia del arte sufrió un súbito cambio de dirección al final de la Primera Guerra Mundial. Mientras el continente se recuperaba de la destrucción de la guerra, los artistas iniciaron un movimiento de recuperación de los ideales clásicos y la serenidad, en respuesta a las convulsiones estéticas y teóricas de las vanguardias de principios del siglo XX.

En el campo pedagógico la Kunstgewerbeschule (Escuela de Artes y Oficios) en 1919 tras su fusión con la Escuela Superior de Artes Plásticas, dio lugar a la Escuela Oficial de la Bauhaus de Weimar con Walter Gropius como principal responsable, que acabaría convirtiéndose en el alma de su desarrollo posterior alrededor del diseño. La Bauhaus, que significa «casa de construcción», pretendía reformar la teoría educativa, fusionando las distintas artes. Su filosofía tendrá continuidad en las posteriores Escuela Superiores de Diseño.

SESION 5: Visita cultural por determinar

*Las visitas culturales pueden variar de sesión según calendario de las exposiciones seleccionadas

SESIÓN 6: Nuevo realismo. Escena americana y Regionalismo

En la década de los treinta las posiciones vanguardistas anteriores ceden ante un nuevo avance de la pintura realista. Un realismo implicado más si cabe en la especificidad, la búsqueda de "lo americano de América" (entendiendo América como sólo los Estados Unidos, según una concepción todavía hoy muy arraigada allí). Un país con tan enormes territorios, con población de tan diversos orígenes, culturas, lenguas y religiones debería poder hallar algo común, o al menos debería poder construirlo.

El pintor estadounidense Edward Hopper fue uno de los principales representantes del realismo del siglo XX, en la actualidad sus obras se han convertido en iconos de la vida y la sociedad moderna.

SESIÓN 7: Expresionismo abstracto

El expresionismo abstracto es el término que se aplica a las nuevas formas de arte abstracto, desarrollado por los pintores americanos tales como Jackson Pollock, Mark Rothko y Willem de Kooning durante las décadas de 1940 y 1950. A menudo caracterizado por pinceladas gestuales o marcas, y la impresión de espontaneidad en las obras. Los expresionistas abstractos se asentaron principalmente en la ciudad de Nueva York, también conocidos como la escuela de Nueva York. El nombre evoca su objetivo de hacer un arte que, si bien abstracto, también era expresivo y emocional en su efecto. Se inspiraron en conceptos del Surrealismo, como el valor de lo inconsciente en el arte, y por el automatismo de artistas como Joan Miró. Dentro del expresionismo abstracto existieron dos grandes grupos: los pintores de acción (lienzos con pinceladas expresivas: Pollock); y los pintores que llenaron sus lienzos con formas abstractas y campos de color: Rothko.

SESIÓN 8: Pop Art

El Arte Pop emerge a mediados de 1950 en Gran Bretaña y a finales de 1950 en los Estados Unidos, para alcanzar su punto máximo en la década de 1960. Comenzó como una revuelta contra los enfoques dominantes sobre el arte y la cultura y las opiniones tradicionales sobre lo que el arte debería ser. Los jóvenes artistas sentían que lo que les enseñaron en la escuela de arte y lo que habían visto en los museos no tenía nada que ver con su vida o las cosas que veían a su alrededor todos los días. En su lugar se dirigieron a fuentes tales como las películas de Hollywood, la publicidad, el embalaje de productos comunes, la música pop y los cómics para componer sus imágenes. La lista de artistas pop clave incluye a Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Richard Hamilton, Peter Blake y David Hockney.

SESIÓN 9: La Desmaterialización del Arte: Arte conceptual, Land art y Body art.

Durante la década de 1960, los procesos anti-intelectuales emocionales/intuitivos del quehacer artístico característicos de las dos últimas décadas empezaron a dar paso a un arte ultra-conceptual que hace hincapié, casi exclusivamente, en el proceso de pensamiento crítico y el proyecto. La obra se diseña en el estudio del artista, pero es ejecutada en otro lugar por artesanos profesionales, ya que el objeto se convierte simplemente en el producto final, estos artistas están perdiendo interés en la evolución física de la obra de arte. El estudio se está convirtiendo en un nuevo taller. Esta tendencia provocó una profunda desmaterialización del arte, especialmente del arte como objeto, y convirtió al objeto en algo totalmente obsoleto. Estas formas de arte exigen más participación por parte del espectador, que a pesar de su apariencia hostil invierten más tiempo para comprender su sentido social y con frecuencia su contenido artístico, con frecuencia teatralizado a partir de performance. El Land Art y el trabajo de Ana Mendieta precursora del 'earth-body', son buena muestra de ello. El Body Art, abarca una variedad de enfoques diferentes y surge alrededor de 1960. Incluye tanto el arte de la performance, donde el artista está directamente relacionado con el cuerpo en forma de acciones, eventos improvisados o coreografía. El Body Art también explora el cuerpo a partir de una gran variedad de medios entre los que se incluyen la pintura, escultura, fotografía, el cine y el vídeo. Se refiere en general a cuestiones de género e identidad personal.

SESIÓN 10: Visita cultural por determinar

*Las visitas culturales pueden variar de sesión según calendario de las exposiciones seleccionadas

SESIÓN 11: Performance Art.

El arte de la performance tiene sus orígenes en el Futurismo y el Dada, pero se convirtió en un fenómeno importante en los años 60 y 70 y puede ser visto como una vertiente del arte conceptual.

El florecimiento más significativo del arte de la Performance ocurrió después de la declinación del Modernismo y del Expresionismo Abstracto en los años 60, y encontró a sus exponentes en todo el mundo. El arte de la Performance de este período se centró particularmente en el cuerpo, y se refiere a menudo como arte del cuerpo. Esto refleja la llamada "desmaterialización del objeto de arte" del período, y el abandono de los medios tradicionales. También refleja la fermentación política de la época: el surgimiento del feminismo, que alentó el pensamiento sobre la división entre el activismo personal y político y la actitud en contra de la guerra, que proporcionó modelos para "acciones" artísticas politizadas.

SESIÓN 12: Video Art.

Vídeo Art se considera al arte que implica el uso de los datos de audio y vídeo y se basa en imágenes en movimiento. La introducción del video en la década de 1960 alteró radicalmente el progreso del arte. El aspecto más importante del vídeo es que era económico y fácil de hacer, permitiendo a los artistas registrar y documentar sus actuaciones con facilidad. Esto exigía menos presión para la creación y les daba libertad fuera de las galerías de arte. Uno de los primeros pioneros del videoarte fue Bruce Nauman, que utilizó el vídeo para revelar los procesos creativos ocultos del artista, mediante la filmación de sí mismo en su estudio. A medida que la tecnología de vídeo se hizo más sofisticada, la técnica evolucionó a tiempo real, grabaciones granuladas, blanco y negro, hasta la actualidad hoy en día, con énfasis en instalaciones a gran escala, y las obras a multi pantalla de Bill Viola. Otros artistas, por ejemplo, Gillian Wearing, usan un estilo documental para hacer arte sobre los aspectos ocultos de la sociedad. A considerar que la feria de arte más importante en el mundo, dedicado a este sector, se celebra en Barcelona: LOOP.

SESIÓN 13: Arte público y Street Art.

El arte de la calle "Street art" se relaciona con el arte del graffiti en que se crea en localizaciones públicas y es generalmente sancionado, pero cubre una gama más amplia de medios y está conectado más con diseño gráfico. Mientras que el graffiti moderno y cotidiano gira en torno al tema del "etiquetado" y del texto, el Street art es mucho más abierto. No hay reglas en este tipo de arte, así que todo vale, sin embargo los materiales y técnicas comunes incluyen el fijado de carteles (wheat-pasting), el stenciling, las etiquetas engomadas, el dibujo a mano alzada y las proyecciones de video o mapping. Los artistas callejeros suelen trabajar en estudios, realizar exposiciones en galerías o trabajar en otras áreas creativas: no son anti-artísticos, simplemente disfrutan de la libertad de trabajar en público sin tener que preocuparse por lo que piensan los demás. Muchos artistas bien conocidos comenzaron sus carreras trabajando de una manera que ahora consideramos como arte callejero, por ejemplo, Gordon Matta-Clark, Jenny Holzer y Barbara Kruger.

SESIÓN 14: Examen final.

SESIÓN 15: Feedback

5. EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

PRIMER SEMESTRE (50% de la nota final):

1. Examen 30%
- 2- Ejercicios a realizar en casa durante el primer semestre 70%
 - 2.1- Timeline 30% (parejas)
 - 2.2- Comentario de un texto de Vanguardia 20% (individual)
 - 2.3- Análisis de una obra Arte&Diseño 20% (individual)

SEGUNDO SEMESTRE (50% de la nota final):

1. Examen 30%
2. Trabajo de investigación 40% (grupo)
3. Presentaciones en clase 30% (individuales)

NOTAS: La nota final de la asignatura corresponderá a la media entre el primer y el segundo semestre. El examen y el trabajo de investigación son obligatorios de forma que si se suspenden o no se presentan se tendrán que recuperar en julio (primer semestre) o septiembre (segundo semestre). La presentacions y ejercicios no presentados tendrán un valor de 0 en la nota final.

Características:	Nota:
Excelente: nivel equiparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, en algunos casos llegando casi a excelente	7-8,9
Suficiente: Satisfactorio, algunos débiles, algunos buenos	5-6,9
Insuficiente: Débil, suspenso marginal	4-4,9
Insuficiente: Suspenso claro	0-3,9

MATERIAL A ENTREGAR en las presentaciones intermedias y final

Presentación PPT o otros formatos
Dossier final
Comentario de texto
Trabajo de investigación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Precisión en la aplicación del vocabulario y el lenguaje
2. Calidad y rigurosidad en la selección de fuentes de información
3. Análisis crítico en la elaboración de las fuentes de información
4. Claridad y coherencia en la explicación de las ideas

6. MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Bloc de notas
Ordenador o tableta (para presentaciones y/o tomar notas)

7. CONTENIDO RECUPERACION SEPTIEMBRE

El alumno deberá recuperar el contenido específico suspendido o no presentado, ya sea el trabajo de investigación o el examen final. La media entre la nota final del primer semestre y la del segundo semestre solo se efectuará si ambas partes se han aprobado.

BIBLIOGRAFÍA

BOZAL, V.: *Los primeros 10 años. 1900-1910 Los primeros años del arte contemporáneo*. Madrid. Visor, 1993

CHIPP, H.: *Teorías del Arte Contemporáneo: fuentes artísticas y opiniones críticas*. Madrid. Akal, 1995.

DE MICHELI, M.: *Las vanguardias artísticas del siglo XX. Textos y manifiestos*. Madrid. Alianza, 1979.

GOMBRICH, E. H.: *La Historia del Arte*, Madrid. Debate, 1997. -Traducida de la nueva edición inglesa. Segunda reimpresión, 2001-.

HAMILTON, G. H.: *Pintura y escultura en Europa 1880-1940*. Madrid. Cátedra, 1980.

BUENDÍA, J. R.; GÁLLEGO, J.: *El arte europeo y norteamericano del siglo XIX*. Madrid: Espasa Calpe, 1990.

Listar según el siguiente criterio:

LIBRO: apellido, nombre. *Título* (en cursiva). Ciudad edición: editorial. Año.
Valero Ramos, Elisa. *La materia intangible*. Valencia: Ediciones Generales de la Construcción.2004

CV

CV Isabel Causadias

Graduada Superior en Diseño de Producto. Escola EINA d' Art i Disseny | Licenciada en Bellas Artes Universitat de Barcelona | Master en Estudios Avanzados en Producciones Artísticas e Investigación UB | Adscrita al Programa de Doctorado en Estudios Avanzados en Producciones Artísticas dentro de la Línea de investigación en Imagen y Diseño | Investigadora en Economía de la Cultura y Mercado del Arte Contemporáneo | Doctora en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona y Profesora en la Facultat de Bellas Artes de Barcelona – Departamento de Artes visuales y Diseño.

CV Joan Abelló

DEA (*Diploma de Estudios Avanzados*) en Filología Catalana (UB-Universitat de Barcelona), y en Humanidades (UPF-Universitat Pompeu Fabra, Barcelona).

Doctor Internacional en Humanidades (teoría y estética de las artes) por la UPF-Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Diplomado en Gestión Cultural y *Fund Raising* (ESADE Business School, Barcelona). Crítico de arte y de *design*, histórico. Ha colaborado con diversas escuelas superiores de arte y diseño y universidades en Italia, Estados Unidos y España. Actualmente con la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, donde ha codirigido Jornadas de Estudio sobre arte. Director del Institut Catalunya Àfrica y miembro del Consejo Directivo del Reial Cercle Artístic de Barcelona y del Comité Científico del Istitut Europeu di Design de Barcelona.

Ha comisariado numerosas exposiciones y actividades relacionadas con el diseño y el arte contemporáneo, y las prácticas del arte europeo en África.

Colabora, como crítico de arte y *design*, en distintos medios de comunicación europeos, publica una columna de opinión sobre arte en la revista EL TEMPS

CV Clara Mas

Licenciada y DEA (Diploma de Estudios Avanzados) en Humanidades (UAB) | CAP (Certificado de Aptitud Pedagógica) especialidad en Geografía e Historia | Doctoranda en el Departamento de Lenguas Románicas de la UAB | Guía Oficial de Turismo de Cataluña | Fundadora de Insòlitbarcelona (visitas guiada urbanas) | Ha trabajado como gestora cultural en el CERC (Centro de Estudios y Recursos Culturales) de la Diputació de Barcelona | Colabora con el FAD (Fomento de las Artes y el Diseño) en la producción de los Premios Laus de Diseño Gráfico y Comunicación Visual y en la realización de las visitas guiadas de la Exposición “El mejor Diseño del año”

CV Julia Varela

Artista visual e investigadora interesada en temas relacionados con el cambio climático y la Antropoceno. Ha formado parte de exposiciones nacionales e internacionales celebradas en Alemania, Japón, Inglaterra, Australia, España, Suecia y Finlandia, entre otros.

Educación: Máster en Artes (Escultura) Royal College of Art London, 2015; Master de Formación del Profesorado (DIBUIX), Universidad de Barcelona UB, 2018; Licenciado en Bellas Artes, Facultad de Arte y Arquitectura UEM Madrid, 2008. Programas de investigación: Imágenes críticas, Kungl. Konsthögskolan / Royal Institute of Art, Estocolmo, Suecia 2018; SAAS-Fee Summer Institute de Arte, European Graduate School, Berlín - Suiza, 2016.

TÍTULO SUPERIOR en Diseño Gráfico, Moda, Interiores y Producto

MATERIA/MODULE	LENGUAJES Y TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN Y COMUNICACIÓN
ASIGNATURA/SUBJECT	Técnicas de Representación I
SEMESTRE (1-8)	1
CURSO/COURSE	1 Gráfico, Moda, Interiores y Producto
DOCENTE	Elenio Pico, Xano Armenter

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	150
CREDITOS	6

PRE-REQUISITOS	-
CARACTER	FORMACIÓN BÁSICA

RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
Dominar la utilización del dibujo y el modelado manual tridimensional en el proyecto de diseño.

Técnicas instrumentales de la estructura, expresión y representación bidimensional y tridimensional. Construcción, composición y transmisión de ideas, pensamientos e información. El dibujo en el proyecto de diseño. Dibujo de observación, expresión y representación. Análisis de la forma y el espacio. Valoración y representación de la luz. Memorización y movimiento.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE/LEARNING OUTCOMES

- OBJ.1- Lectura de modelos para la representación bidimensional.
- OBJ.2- Ejercitación en la lectura de las formas y la luz.
- OBJ.3- Práctica y reconocimiento de materiales para el dibujo.
- OBJ.4- Dibujo de la figura humana.
- OBJ.5- Desarrollo de hábitos para el dibujo en el contexto de lo cotidiano (sketchbook).

CONTENIDOS y SESIONES

Para el desarrollo de las clases de figura humana se tendrá en cuenta distintos aspectos de representación de la misma: ejes, proporciones, figura estática, en movimiento, aspectos parciales (observación de manos, rostros, etc.), poses de tiempos cortos, medios y largos. Se aplicarán para la representación los elementos adquiridos en las primeras 8 sesiones.

Para el desarrollo del trabajo los alumnos tomarán contacto con diferentes materiales, escalas y soportes para aproximarlos a una experiencia que les permita familiarizarse con diferentes modos de representación de una forma lúdica y efectiva.

El curso implica integralmente la experiencia de materiales del dibujo. Se realizará fundamentalmente investigando las posibilidades del blanco, el negro y los grises aunque no se descartan experiencias utilizando el color.

Sesión 1	Presentación del curso e introducción. El punto, la línea, la forma. Formas bidimensionales y Tridimensionales. La luz.
Sesión 2	Introducción a los elementos constructivos del dibujo. El punto y la línea. Lectura de formas tridimensionales simples. Puntos principales. Tensión entre puntos. Relaciones entre objetos. Lecturas de proporciones, ancho y alto.
Sesión 3	Lectura de la forma. Lectura de objetos de estructura simple, direcciones y profundidades. La diagonal como elemento definidor de profundidad.
Sesión 4	Lectura de objetos de estructura simple. La luz. Estados: Luz, mediatinta y sombra. Lectura de las tres luces básicas, comprensión de las claves de valores. Representación de grises. Representación de colores en escala de grises.
Sesión 5	La luz. Comportamiento de la forma: Forma abierta y cerrada. Representación de formas abiertas y cerradas a partir de iluminaciones dirigidas, comprensión de la definición de la forma en función de la proximidad y la lejanía. Representación de grises. Representación de colores en escala de grises.
Sesión 6	La luz. La mancha como elemento constructivo. Superposición de capas para la construcción de medias tintas y sombras.
Sesión 7	Puntos de vista. Perspectiva: Experiencia en espacios cerrados. Lectura del espacio, representación del mobiliario del aula. Dibujos de ejecución rápida a partir de cambios de puntos de vista. Comprensión de la relación mirada y línea de horizonte.
Sesión 8	Puntos de vista. Perspectiva: Experiencia en espacios abiertos. Lectura del paisaje.
Sesión 9	Puntos de vista. Perspectiva: Experiencia en espacios urbanos.
Sesión 10	Dibujo de figura humana. Clase mixta. Dibujos de ejecución rápida y se ampliará progresivamente el tiempo de cada pose para la realización de observaciones mas detenidas.
Sesión 11	Dibujo de figura humana. Estudio de elementos parciales del cuerpo, dibujos de detalles y aproximaciones.
Sesión 12	Dibujo de figura humana. Pose de toda una clase. Representación total de la figura
Sesión 13	Dibujo de figura humana. Pose de toda una clase. Representación total de la figura
Sesión 14	Estudios de elementos vegetales, representación figurativa y síntesis geométrica.
Sesión 15	Entrega final / Examen / Feedback

ENTREGA FINAL E INTERMEDIAS

A lo largo de la experiencia se les pedirá a los alumnos contar con un sketchbook donde volcarán dibujos relacionados con su entorno cotidiano. **Se hará del mismo un seguimiento semanal.**

Semanalmente se pedirá el desarrollo de ejercitación de refuerzo sobre los temas desarrollados en clase.

La entrega final consistirá en la presentación del material realizado en clase y los ejercicios relacionados más la entrega del sketchbook.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Como la asistencia es obligatoria, la evaluación de las asignaturas se llevará a cabo siguiendo 3 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final:

1. Examen Final de la materia 30%

2 Presentaciones parciales de los ejercicios y láminas 40%

3. Dossier final recopilatorio de todos los ejercicios 30%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Técnicas:

Dominio de los sistemas de representación gráfica. Limpieza y coherencia en la aplicación de códigos gráficos y en el uso de sistemas de representación.

Capacidad para la experimentación. Uso adecuado de materiales, técnicas y recursos.

Comunicación visual, claridad y congruencia en la selección y / o creación de elementos de comunicación visual

Proyecto:

Proceso de trabajo. Consistencia y constancia en el proceso de trabajo.

Capacidad de creación Correspondencia y cohesión en la fase de producción y desarrollo del proyecto.

Capacidad de generar ideas. Destreza en la generación de soluciones alternativas en cantidad y calidad.

MATERIAL NECESARIO (ALUMNOS Y/O IED)

Clases 10 a 13: clase que permita a los alumnos trabajar en círculo alrededor del modelo.

Clase 10: Modelo femenina

Clase 11: Modelo femenina

Clase 12: Modelo masculino

Clase 13: Modelo masculino

Alumnos: los alumnos trabajarán fundamentalmente en papeles formato a4, a3 y a2. No se descarta el uso de papeles de mayor tamaño para alguna de las clases relacionadas con el dibujo de figura humana.

Papel DIN A3

Rotuladores al agua Edding

Rotuladores permanentes Edding 500, Edding 3000

Tinta china negra.

Pinceles de punta nº 8, 12

Pegamento.

Cartulina gris, blanca y negra

CONTENIDO RECUPERACION JULIO+SEPTIEMBRE

Deberán entregar la totalidad de los trabajos realizados durante la asignatura más un ejercicio especial que estará relacionado directamente con los problemas puestos de manifiesto por el alumno a lo largo del curso.

BIBLIOGRAFÍA

Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro - Betty Edwards
Espacio pintura creativa
Curso completo de dibujo

Elenio Pico

Estudios: Escuela Nacional de Bellas Artes Manuel Belgrano

Profesorado Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón (Especialidad en Pintura)

Desarrolla actividades en múltiples campos de la comunicación Visual. Ilustración para la educación, niños y adultos. Ilustración infográfica, Animación web, realización integral de libros para niños, comics, comisariado de exposiciones de artes gráficas, Pintura, instalaciones, intervenciones en espacios públicos, educación y conferencias etc.

Está radicado en Barcelona desde el año 2000, fue premiado por la Associació Professional d'il·lustradors de Catalunya con el premio Junceda en los años 2008, 2009 y 2011 en las categorías de diseño, web y educación respectivamente.

Su Palabra y obra fue difundida y editada en Argentina, Brasil, Perú, México, EEUU, España, Italia, Francia, Holanda, Bélgica, Portugal, Inglaterra y Alemania.

En la actualidad se está preparando la compilación de sus trabajos realizados para La Abadía de Montserrat, Barcelona, "Pequeñas Historias de Grandes Pintores" por Pequeño Editor para Argentina y Corea.

Xano Armenter

Influenciado por el dibujo de comic, estudió el bachillerato en Vigo (Pontevedra) y diseño gráfico en la escuela Eina de Barcelona, (1973 - 1976) y arte (1978 -1980). Viaja a Nueva York donde se instala y completa sus estudios en la School of Visual Arts con Milton Glaser (1981) y gravado en la New York Academy (1982).

Durante todos los 80, vive en el East Village neoyorquino. En sus pinturas se nota primero la breve influencia del 'pattern painting' y sobretudo el impacto del graffiti y el expresionismo figurativo que marcan esa década, un realismo urbano y desenfadado, con mucho carácter.

A partir de los 90 y a la par con sus cambios de residencia entre Los Angeles, Nueva York y Barcelona, su trabajo sufre cambios y nuevos experimentos, con el color se dirige hacia la abstracción más radical y luego de nuevo el dibujo se impone y todo se mezcla con todo, en un lenguaje muy visual y personal.

Eugenia López Reus

Es doctora arquitecta, diseñadora y artista. Su docencia e investigación están basadas en la práctica de la arquitectura, el diseño y la fotografía, así como en una contrastada reflexión teórica reconocida internacionalmente. Se interesa especialmente en las conexiones entre la naturaleza reflexiva del diseño y los discursos de la memoria para fomentar la innovación y la sostenibilidad. López Reus es doctora en proyectos por la ETSAB/UPC y su carrera docente e investigadora incluye universidades en Europa y el Medio Oriente como la IE Universidad, Universidad de Navarra,

Politecnico di Milano, American University of Sharjah y Abu Dhabi University, entre otras. En estas instituciones ha estado comprometida con la enseñanza, la investigación y la gestión académica, colaborando en procesos de acreditación y liderando proyectos de investigación. Su experiencia docente abarca la enseñanza de fundamentos del diseño, dibujo, proyectos, y metodologías de investigación aplicadas al diseño. Sus publicaciones abordan la teoría y la práctica del diseño, el arte y la arquitectura. Ha recibido premios y reconocimientos en concursos de arquitectura locales e internacionales. En 2015 co-funda CritTeam, un colectivo que investiga intersecciones del arte, el diseño y la arquitectura con las convenciones culturales. El trabajo de CritTeam cuestiona las nociones comunes de tradición, autenticidad e identidad a través de diversas técnicas digitales y tradicionales -como fotografía, foto collage y dibujo. Las obras e investigaciones de CritTeam han sido exhibidas y publicadas en diversas instituciones europeas y asiáticas como la Sharjah Art Foundation, University of Edinburg, Cumulus, The Bartlett (UCL), Docomomo, BEAU 2018 (Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo), entre otras.

TITULO SUPERIOR EN DISSENY

MATERIA	Lenguaje y técnicas de representación y Comunicación
ASIGNATURA	Comunicación de proyecto I
SEMESTRE (1-8)	1
CURSO	1º TÍTULO SUPERIOR EN GRÁFICO, MODA, INTERIORES Y PRODUCTO
DOCENTE	Hernán Ordoñez, Júlia Esqué, Soulafa Soubra, Susana Piquer

HORAS FRONTALES	45
HORAS TOTALES	100
CREDITOS	4
PRE-REQUISITOS	
CARACTER	Formación Básica

COMPETENCIAS transversales y generales

T2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.

T7. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

G2. Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

G11. Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

G15. Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

1. RESUMEN DE CONTENIDOS DE LA MATERIA

Gestión de la información.

Dispositivos y estrategias digitales.

Tendencias en la comunicación de la información.

Construcción, composición y transmisión de ideas, pensamientos e información.

Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

2. RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Cada proyecto de diseño necesita de una comunicación adecuada y eficiente para poderse explicar a los receptores/interlocutores/usuarios del mismo. Por este motivo es importante que los estudiantes **entiendan el porqué y cuáles son los principios esenciales de la comunicación de proyecto así como sus lenguajes, soportes, técnicas y recursos expresivos.**

La asignatura se centra en los elementos sintácticos y semánticos de la comunicación (visual, verbal, gestual) potenciando la adecuación de los elementos visuales y tipográficos al mensaje.

Los principales contenidos teóricos se centran en:

Teoría y conocimientos básicos de la comunicación de proyecto.

Construcción, composición y comunicación de la información (observación, análisis, síntesis, organización de la información).

Arquitectura de la información: estructura y composición.

Percepción visual: legibilidad, impacto y discurso visual.

Expresión y representación 2D y 3D / ilustración aplicados a la comunicación de proyectos.

Nociones de maquetación digital.

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Reconocer los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y de la comunicación.

Aprender las técnicas de presentación de un proyecto de diseño / concepto, trabajando en la comunicación visual de un mensaje, sabiendo elegir los lenguajes y las técnicas más adecuadas.

Saber comunicar una idea de proyecto en sus soportes más utilizados: Moodboard (referencias inspiracionales), Panel (layout explicativo del proyecto) y Portfolio.

4. CONTENIDOS Y SESIONES

SESIÓN 1

Introducción:

- Presentación de la asignatura y de los objetivos a cumplir.
- Qué es un Sketchbook (proceso), un Moodboard (referencias inspiracionales, ejemplos) y un Panel (layout explicativo del proyecto).
- Lenguajes de representación visual - Semiótica y proceso de síntesis

- Lanzamiento del **TP1: Síntesis**

Síntesis: El proceso de síntesis utilizando Forma.

Próxima clase traer por lo menos 3 revistas o publicaciones impresas para recortar. Traer kit "Analogic Designer" tijera, cutter, lápiz, pegamento en barra, celo, lápices.

SESIÓN 2

- Presentación oral con un tiempo acotado, análisis y corrección del "primer intento" de **TP1**.
- Se les pide a los estudiantes que continúen con el **TP1** y lleguen a la síntesis final. Trabajo en clase para la presentación final.
- Lanzamiento **TP2: Moodboard**, "qué es un moodboard y para qué sirve".

SESIÓN 3

- Presentación oral con tiempo acotado y entrega final **TP1**
- Trabajo eficaz en clase **TP2 - Moodboard**

SESIÓN 4

- Presentación oral con tiempo acotado y entrega final **TP2**
- Lanzamiento **TP3: Tipografía**.
- Trabajo grupal (2 integrantes).
- Formato DIN A3

Conceptos de jerarquización y organización.

Tipografía: usos y gestión.

Introducción a la organización de los elementos en un layout (página).

SESIÓN 5

- Entrega final **TP3**. Feedback
- Lanzamiento **TP4: Infografía**

Trabajo grupal (2 integrantes)

Formato: DIN A2/DIN A1

Cada estudiante identifica 3 elementos distintos para el mapa (Recorrido desde casa hasta el IED)

SESIÓN 6

- Presentación **TP4**. Feedback.
- Trabajo en clase y Entrega final **TP4**
- Proyección del trailer del film. Verán en casa la película entera, los alumnos tomarán notas en casa para debate y análisis en clase 7.
- Lanzamiento **TP5. Comunicación de un proyecto, basado en el visionado de un film.**

Trabajo grupal multidisciplinar (2 integrantes).

El objetivo principal del TP es la comunicación del proyecto, el objetivo secundario es el diseño del juego.

- **Primera etapa del TP5:** Diseñar un juego.
Presentación en la próxima clase

SESIÓN 7

- **Segunda etapa del TP5:**

Presentación del encargo (el juego).

Trabajar sobre la presentación.

Definir a qué quiere llegar el proyecto (por ejemplo, a la escena xxxx)

Diseñar la comunicación del juego.

Preparar 3 paneles DIN A3.

4 páginas del Book.

SESIÓN 8

- **Nociones de maquetación** digital: Indesign 1.

Trabajar sobre los tres paneles DIN A3.

Formato.

Grilla. Organización de elementos en un layout.

Tipografía. Estilos. Jerarquías.

Color

SESIÓN 9

- Pre-Entrega del TP5.

Trabajo en clase. Preparar la entrega final y su presentación.

Presentar

Explicación proceso, idea/concepto, resolución, presupuesto, documentación de la pre-producción y el proceso de diseño, incluyendo los materiales para la producción, otras decisiones propias de cada proyecto.

3. **Book.** Memoria descriptiva. (a modo de introducción al portfolio)

3a) Crítica fundamentada: contexto sociocultural de la escena. Referencias artísticas. Opinión sobre lo comunicado en la escena.

3b) Análisis estético, tecnológico, ¿cómo ven las diferentes disciplinas del diseño aplicadas al film?, etc.

3c) Comunicación: de dónde parto, hacia dónde quiero llegar (al juego). Los objetivos son los mismos que en los tres paneles de sinopsis, pero varían acorde a su nuevo soporte y formato.

3d) explicación del juego.

4. "Presentación en clase. Debate".

Sugerencia: Realiza pruebas de impresión durante el proceso. Ajústalas. Nunca imprimas el día anterior.

Debes cumplir con los plazos de entrega en tiempo y forma.

**EN ESTE MOMENTO LOS ESTUDIANTES DEBEN TENER TODOS SUS TP'S DIGITALIZADOS,
PARA EL TP6**

SESIÓN 10

- Hand in **TP5** al inicio de la clase.

- Lanzamiento **TP6. Portfolio.**

Qué es un Portfolio.

Componentes.

Visual Storytelling.

Refuerzo en Tipografía, Color y composición como elementos comunicacionales.

Diseño de la información:

+ Organización

+ Representación

Nociones de diseño editorial.

El Portfolio es la Entrega Final de la asignatura.

Trabajo Individual

Formato DIN A4.

Impreso (puedes agregar partes en modo collage) y PDF.

Debes crear una plantilla donde se represente un trabajo DIN A3 en formato DIN A4.

Contempla la portada como elemento de primer contacto visual.

Debe incluir un índice diseñado.

Es importante crear una secuencia de presentación.

El portfolio debe reflejar todos los trabajos realizados durante el año.

El portfolio contendrá:

TP1 Síntesis de tu imagen

TP2 (Videoclip. Moodboard)

TP3 (Tipografía).

TP4 (Infografía)

TP5 (Film. Moodboard, Paneles explicativos y Book)

SESIÓN 11

Portfolio.

Trabajo en clase.

Contenidos.

Refuerzo en la representación gráfica de los contenidos.

Mix Contenidos y procedimientos digitales.

Learning by doing aplicado al **Portfolio**, y a la optimización de los **TPs 1-2-3-4**.

SESIÓN 12

Procedimientos digitales.

Indesign

Photoshop

PDF

Learning by doing aplicado al **Portfolio**, y a la optimización de los **TPs 1-2-3-4**

Learning by doing aplicado al **Portfolio**, y a la optimización de los **TPs 1-2-3-4**

Refuerzo en la representación gráfica de los contenidos.

SESIÓN 13

Procedimientos digitales.

Indesign

Photoshop

PDF

Learning by doing aplicado al **Portfolio**, y a la optimización de los **TPs 1-2-3-4**

Learning by doing aplicado al **Portfolio**, y a la optimización de los **TPs 1-2-3-4**

Refuerzo en la representación gráfica de los contenidos.

SESIÓN 14

Entrega Final de la asignatura. Portfolio.

Detallada anteriormente

SESIÓN 15

Feedback y entrega notas

5. EVALUACIÓN

Ejercicios en grupo e individuales 60%
Presentaciones (parciales y finales) en clase 20%
Trabajo de resumen - Dossier Final 20%

NOTAS: Las notas finales van vinculados a los Resultados del Aprendizaje y serán el resultado de una evaluación continuada.

Características:	Nota:
Excelente: nivel equiparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, en algunos casos llegando casi a excelente	7-8,9
Suficiente: Satisfactorio, algunos débiles, algunos buenos	5-6,9
Insuficiente: Débil, suspenso marginal	4-4,9
Insuficiente: Suspenso claro	0-3,9

MATERIAL A ENTREGAR en las presentaciones intermedias y final

Presentación PDF u otros formatos
Dossier final
Plafones
Moodboard
Sketchbook compartido con Fundamentos

Entrega de cada ejercicio:

Presentación TP1:

La Síntesis como lenguaje comunicacional: Forma.

Trabajo individual. Formato no puede exceder un DIN A3.

Panel con la síntesis de tu imagen (cara). Puede ser una silueta, un pictograma o una expresión artística sintética (no un dibujo hiperrealista).

Debes utilizar forma.

Hacer registro fotográfico y guardarlo para la entrega final

Presentación TP2:

Moodboard.

Trabajo individual.

Formato DIN A3.

Partiendo del visionado de un videoclip elegido por el alumno, Realizar en clase de un moodboard.

Se debe transmitir el "mood" a quienes no conozcan el video.

Hacer registro fotográfico y guardarlo para la entrega final

Presentación TP3:

Tipografía.

Trabajo grupal (2 integrantes).
Formato DIN A3

Panel tipográfico donde se demuestren aspectos compositivos y jerarquización del texto.

Hacer registro fotográfico y guardarlo para la entrega final

Presentación TP4:

Infografía.

Trabajo grupal (2 integrantes).

Selección y desarrollo de información y creación de una imagen visual en formato mapa (Recorrido desde casa hasta el IED)

Hacer registro fotográfico y guardarlo para la entrega final

Presentación TP5:

Comunicación de un proyecto, basado en el visionado de un film.

Trabajo grupal (3 integrantes).

Todos los grupos parten de lo mismo (el film), pero las soluciones son diferentes. Participan las distintas disciplinas (carreras) de diseño.

1. **Moodboard.**
2. **Tres Paneles de presentación.**
Formato DIN A3.

Explicación proceso, idea/concepto, resolución, presupuesto, documentación de la pre-producción y el proceso de diseño, incluyendo los materiales para la producción, otras decisiones propias de cada proyecto.

3. **Book.** Memoria descriptiva.

(a modo de introducción al portfolio)

3a) Crítica fundamentada: contexto sociocultural de la escena. Referencias artísticas. Opinión sobre lo comunicado en la escena.

3b) Análisis estético, tecnológico, ¿cómo ven las diferentes disciplinas del diseño aplicadas al film?, etc.

3c) Comunicación: de dónde parto, hacia dónde quiero llegar (al juego). Los objetivos son los mismos que en los tres paneles de sinopsis, pero varían acorde a su nuevo soporte y formato.

3d) explicación del juego.

4. "Presentación en clase. Debate".

—
Presentación TP6:

Entrega Final de la asignatura. Portfolio.

Trabajo Individual Formato DIN A4.

Impreso (puedes agregar partes en modo collage) y PDF.

Debes crear una plantilla donde se represente un trabajo DIN A3 en formato DIN A4.

Contempla la portada como elemento de primer contacto visual.

Debe incluir un índice diseñado.

Es importante crear una secuencia de presentación.

El portfolio debe reflejar todos los trabajos realizados durante el año.

El portfolio contendrá:

TP1 Síntesis de tu imagen

TP2 (Videoclip. Moodboard)

TP3 (Tipografía).

TP4 (Film. Moodboard, Paneles explicativos y Book)

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Claridad y coherencia en la explicación de las ideas

Claridad y congruencia en la selección y/o creación de elementos de comunicación visual

Coherencia y constancia en el proceso de trabajo

Eficacia en la gestión de tiempos y recursos

6. MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

IED:

Ordenador y cañón proyector **con buena resolución.**

Altavoces

Revistas, libros, para recortar y pegar.

Hojas formato DIN A3.

Elementos de corte y pegado.

Papeles.

Aula con ordenador y proyector.

Varios conversados durante las clases.

Alumnos:

Cuaderno DIN A5. TIGER para sketchbook

Revistas, libros, para recortar y pegar.

Varios conversados durante las clases.

7. CONTENIDO RECUPERACION JULIO

Trabajos realizados durante el curso + Trabajo extra a convenir.

8. BIBLIOGRAFÍA

Information Graphics.

Sandra Rendgen, Julius Wiedemann
TASCHEN.
ISBN: 978-3-83652879-5

Open Here : The Art of Instructional Desig

Authors: Paul Mijksenaar, Piet Westendorp.
Publisher: Stewart Tabori & Chang; illustrated edition edition (October 1, 1999)
ISBN-10: 1556709625
ISBN-13: 978-1556709623

Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica

Autor: Bruno Munari
Publisher: Editorial Gustavo Gili, S.L.; 1985
ISBN: 978-84-252-1203-1

Cómo Funciona la música.

Author: David Byrne .
Publisher: RANDOM HOUSE, 2014
ISBN 9788439727972

Sistemas de retículas.

Josef Müller-Brockmann.
Editorial Gustavo Gili.
ISBN: 9788425225147

Manifiesto del tercer paisaje

Autor: Gilles Clement
Editorial Gustavo Gili. 2007
ISBN 9788425221255

Seis propuestas para el próximo milenio

Autor: Italo Calvino
Siruela. 2012
ISBN 9788478444144

Alehop!: dissenys, enginys i remeis

Institut de Cultura de Barcelona
Ed. Electa, 2003

Objets anonymes

Author: Edwards, Jeremy.
Jean-MichelPlace Editions, Paris 2000

FILMS:

Grand Hotel Budapest, Wes Anderson, 2014
Mi tío (Mon oncle). Jacques Tati.

LINKS:

https://www.ted.com/talks/ajit_narayanan_a_word_game_to_communicate_in_any_language#t-119184

Casos:

El potencial de lo “no-diseñado”: [http://www.recetasurbanas.net/v3/index.php/es/Reflexión acerca del “mal diseño”](http://www.recetasurbanas.net/v3/index.php/es/Reflexión_acerca_del_“mal_diseño”): El caso del diagrama del metro de NYC por Massimo Vignelli.

Ejercicio de observación: <http://www.animalsontheunderground.com/the-animals.html>

Ejercicio de observación: <http://artiseverywhere.serraglia.com/how-is-art-made/>

Clasificación de elementos: http://www.herramientasparticipacion.edu.uy/index.php?option=com_content&view=article&id=185&catid=94&Itemid=329

9. CV

HERNÁN ORDOÑEZ

Licenciado en Diseño Gráfico FADU-UBA (Universidad de Buenos Aires), Argentina. Diseñador y docente, colabora con empresas y escuelas de diseño en Europa y América.

Tutor de proyectos que obtuvieron premios como “Reinvest the money”, Monnaie de París 2018 / “The Dog’s Bollocks” DesignBridge, Londres / Signes / ADI-FAD / Laus / MADinSpain / Ecodisseny, Generalitat de Catalunya 2017 / Museo Guggenheim Bilbao. Varios fueron seleccionados por diversas publicaciones y otros permitieron a los estudiantes realizar sus primeras experiencias laborales en agencias y organizaciones de prestigio internacional.

Creador y coordinador de Master en Diseño Gráfico de la Información y Media Branding, IED Barcelona en colaboración con Turner Broadcasting System declarado de interés por el CCEBA - Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) // Project Leader de Selected Europe, Visual Inspiration from Bilbao, city of Design UNESCO // Project Leader de Workshops Week + Alumni Design Days en IED Barcelona // Certificado por Rasmussen Consulting (Denmark) para diseñar y facilitar workshops con la metodología LEGO SeriousPlay. Impulsor de la primera conferencia e implementación de ésta metodología en una escuela de diseño (IED, Barcelona) // Autor del libro "Typex. Una experiencia docente con Tipografía" (IndexBook, Barcelona) // Docente de Tipografía en Cátedra Longinotti (FADU-UBA) en su etapa fundacional // Participante activo en conferencias y workshops en Europa y América.

<https://www.linkedin.com/in/hernanordonez/>

SOULAFA SOUBRA

Degree in Graphic Design from the American University of Beirut, Lebanon. Followed by an MA in Performance Design & Practice from St. Martins, London. Instructor for the International Baccalaureate in Visual Arts and Media; MYP and DP program at Well-spring Learning Community, Beirut, Lebanon. Moreover, "Set Design & Creative Concepts" course at The American University of Beirut, Lebanon.

Manager and instructor at The Artwork Shop; Creative space.
Curator of various theatre set productions and exhibitions.
Designed for diverse companies and institutions such as MTV Arabia, TBWA Dubai, ICRC, AUB Initiative...

www.linkedin.com/in/soulafa-soubra

SUSANA PIQUER

Graduada como Arquitecto Técnico por la Universidad Politécnica de Barcelona, con un Máster en Diseño de Interiores y un Máster en Dirección de Arte.

Susana Piquer fue cofundadora de Colectivo Fos en 2013, y después de trabajar con artistas y agencias creativas, creó Colapso Studio en 2014, una estudio de diseño centrado en espacios, ya sean permanentes o efímeros, y objetos.

Desde entonces compagina los proyectos con la docencia en diferentes Escuelas de Diseño internacionales.

www.colapsostudio.com
<https://www.linkedin.com/in/susanapiquer/>

JÚLIA ESQUÉ

Licenciada en Diseño de Producto por la Universidad Elisava, Barcelona.
Master en Diseño de Producto en ECAL, Lausanne, Suiza.

Desde 2014 colabora estrechamente con Stephen Burks del estudio Stephen Burks Man Made (Premio Nacional de Diseño EUA, 2015), y desde 2017 con el diseñador Martí Guixé.

Asimismo impulsa proyectos de diseño relacionados con iluminación, espacios y accesorios de moda para distintas marcas.

Clientes seleccionados: Dedon, Bolon, BD Barcelona, Louis Vuitton, Roche Bo-bois, Nanimarquina, Nomad Coffee, Parachilna, Baccarat, Andrés Sardà.

www.juliaesque.com
<https://www.linkedin.com/in/júlia-esqué-994bbba5>

TÍTULO SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO, MODA, INTERIORES Y PRODUCTO

MATERIA	Introducción al Marketing
ASIGNATURA	Introducción al Marketing
SEMESTRE (1-8)	1
CURSO	TÍTULO SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO, MODA, INTERIORES Y PRODUCTO
DOCENTE	Teresa Buhigas Kike Macías Jaume Massons

HORAS FRONTALES	30
HORAS TOTALES	100
CRÉDITOS	4

PRE-REQUISITOS	-
CARACTER	Formación Básica

COMPETENCIAS generales, transversales y específicas

- T14. Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
- G10. Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
- G11. Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
- G13. Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
- G16. Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.
- G17. Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.
- G18. Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
- G20. Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
- G21. Dominar la metodología de investigación.
- G22. Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

1. RESUMEN DE LOS CONTENIDOS DE LA MATERIA

Conocer las diferentes áreas de trabajo del marketing, tanto como las principales herramientas aplicables a cada una de las áreas.

Aplicación de principios y herramientas al análisis de casos.

Ofrecer una visión general del análisis y de la planificación del marketing.

2. RESUMEN DE LA ASIGNATURA

Para obtener una mayor comprensión del mundo actual, es necesario comprender nuestra relación con el entorno en el que nos encontremos en cada momento. En la sociedad actual, el marketing está omnipresente y abarca todos los ámbitos de relación con el entorno.

Introducción al marketing acerca el alumno a una primera comprensión del entorno e investigación de mercados en marketing, estudio de conceptos elementales de marketing, revisión de las herramientas básicas de segmentación, así como la exploración de los conocimientos de estrategias de branding, comunicación esenciales.

La asignatura tendrá un marco teórico y unos ejercicios prácticos que se focalizan en:

1. Conocer las diferentes áreas de trabajo del marketing, así como las principales herramientas aplicables a cada una de las áreas.
2. Aplicación de principios y herramientas al análisis de casos.
3. Ofrecer una visión general del análisis y la planificación del marketing.
4. Evaluar y apoyar la teoría del marketing estratégico a través del grupo de investigación y trabajo Presentación de un caso (elemento práctico).

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1. Visión general del análisis y de la planificación del marketing.
2. Conocimiento básico de los conceptos de marketing y comunicación.
3. Conocimiento de las herramientas de Investigación de Mercados.
4. Conocimiento básico de las estrategias de segmentación y posicionamiento.
5. Conocimiento inicial para la creación de valor de marca o branding.

4. CONTENIDOS Y SESIONES

Sesión 1.-Presentación asignatura + Qué es marketing

Sesión 2.-Necesidades y comportamiento del consumidor

- Brífling Actividad 1

Sesión 3.- Proceso de compra

Sesión 4.- La segmentación de consumidores y target

Sesión 5.-La investigación de mercado

- Entrega actividad 1

Sesión 6.- Definición del entorno competitivo de la marca

- Brífling actividad 2

Sesión 7.-Valor de marca y Estrategias competitivas

Sesión 8.-Propuesta de posicionamiento y posicionamiento

- Checkpoint actividad 2.

Sesión 9 Marketing Mix 7P's (de la 4 a las 7P's)

- Actividad individual 2: Tarea 1
- Feedback / Debate solución tipo actividad 1

Sesión 10 .-Producto / Servicio

- Feedback / Debate solución tipo actividad 2

Sesión 11 .-Precio

Sesión 12 .-Distribucion

Sesión 13 .-Comunicacion

- Actividad tareal 2 entrega

Sesión 14 .-Comunicacion - MKT de Guerrilla

- Brífling tarea 3

Sesión 15 .-Personas y Procesos.

Sesión 16 .-Entorno fisico.

Sesión 17 .-Marketing Management / Análisis DAFO

- Entrega actividad 3/ Brief actividad 4

Sesión 18 .-Marketing Management / El plan de marketing

Sesión 19 .-El marketing en las organizaciones.

- Entrega actividad 4

Sesión 20 .-Examen. **Cierre Módulo.**

5. EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Se realizarán 3 trabajos y un examen con el siguiente reparto de porcentajes sobre la nota final:

TRABAJOS:

Trabajos individuales y grupales = 65%
2 Trabajos individuales [10% + 10%]
2 Trabajos en grupo [22,5% + 22,5%]

EXAMEN:

Se realizará un examen final para el cual se dispondrá de 50 minutos para realizarlo y que supondrá un 35% de la nota final.

NOTAS: Las notas finales van vinculados a los Resultados del Aprendizaje y serán el resultado de una evaluación continuada.

Características:	Nota:
Excelente: nivel equiparable a un resultado profesional	10
Excelente: acercándose a un nivel profesional	9-9,9
Notable: Muy bueno, en algunos casos llegando casi a excelente	7-8,9
Suficiente: Satisfactorio, algunos débiles, algunos buenos	5-6,9
Insuficiente: Débil, suspenso marginal	4-4,9
Insuficiente: Suspenso claro	0-3,9

MATERIAL A ENTREGAR para las presentaciones intermedias y final

Todos los trabajos deberán ser entregados en uno de los siguientes formatos digitales en la forma y fecha indicada por el profesor de la asignatura.

Formatos aceptados para las presentaciones y trabajos: .PPT, .PDF y formatos de vídeo (.avi, .mp4 o cualquiera equivalente).

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Coherencia y constancia en el proceso de trabajo.
Evaluable mediante proyectos.
- Claridad y congruencia en la selección y/o creación de elementos de comunicación visual.
Evaluable mediante los materiales creados para las presentaciones.
- Calidad y rigurosidad en la selección de las fuentes de información.
Evaluable en el trabajo de investigación.
- Precisión en la aplicación del vocabulario y del lenguaje.
Evaluable en las presentaciones orales, trabajos entregados y examen final.

6. MATERIAL NECESARIO (POR PARTE DE LOS ALUMNOS Y/O POR PARTE DEL IED)

Toda la bibliografía utilizada está disponible en la mediateca.
Si se necesitara algún recurso online, el profesor indicará la forma y el modo de obtenerlo.

7. CONTENIDO RECUPERACION JULIO

La recuperación de Julio consistirá en un examen de 20 preguntas que contemplará todos los contenidos vistos en clase.

BIBLIOGRAFÍA

Philip Kotler. *Marketing Management: Analysis Planning, Implementation and control*. Prentice Hall. 1996

David A. Aaker. *Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice hall. 1991

Al Ries & Jack Trout. *The Positioning: The Battle for Your Mind*. Editorial 1980

Libros Profesionales de Empresa ESIC, *Principios de marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL. 2011

Kotler & Armstrong. *Principles of Marketing*. 16 edition. Editorial: Prentice Hall Publishing. 2008

Philip Kotler, Svend Hollensen and Marc Opresnik. *Social Media Marketing*. 2nd edition. 2017

CV

Profesora: Teresa Buhigas

Licenciada en Dirección y Administración de empresas y MBA por ESADE. Desarrolla su carrera profesional en proyectos de consultoría en diferentes sectores y empresas de gran consumo y servicios. Ha colaborado con instituciones y proyectos internacionales vinculados con, entre otros, los JJ.OO. Barcelona 92, el Banco Mundial y diferentes niveles de la administración pública en Brasil, Colombia, El Salvador, España, Guatemala y México. Teresa ha sido miembro del equipo docente de ESADE Business School durante doce años en el departamento de Marketing. En el año 2002 entra a formar parte del equipo de profesores de IED Barcelona, como profesora de asignaturas relacionadas con marketing estratégico y proyectos finales de tesis, tanto de investigación como de implementación en empresas. Desde 2011 es Module leader del área de Marketing Strategies and Techniques en el programa de BAH Fashion Marketing and Communication, de la Universidad de Westminster en Barcelona. Desde 2015 es coordinadora académica del Master in Fashion Management en IED Barcelona.

Profesor: Kike Macías

Kike es Graduado en Diseño de Interiores y Master Project Manager con extensa experiencia trabajando a nivel internacional. Durante su carrera profesional ha colaborado con marcas como Sony, Zara, Roca. Con experiencia como jefe de proyectos internacionales en India y realizando proyectos en India, Europa, Oriente Medio y Sud Este Asiático realizando proyectos siendo responsable del diseño y de la estrategia del marca junto con los departamentos de marketing. Ha realizado charlas e impartido clases en varias universidades de diseño en Barcelona, UK, Mexico y Sri Lanka. También es miembro de la HEA (High Education Academic) bajo los estándares de UKPSF. Jefe departamento de Diseño de Interiores y de Productos en el Campus Internacional de la Northumbria University en Colombo, Sri Lanka. Actualmente combina labores como Fundador de Studioapart, estudio multidisciplinar con orientación internacional, con su otra pasión Yoga.

Profesor: Jaume Massons

Jaume es profesor de Marketing & Project Management en varias Business School en Barcelona. Recibió su título de máster en European Masters in Sports Organization Management del COI (Lausanne, Switzerland). Atesora más de

14 years de experiencia como consultor en marketing & management en proyectos nacionales e internacionales. Ha sido asesor del Ministro de Deporte de Panamá, Consultor y formador para Olympic Solidarity en Timor Oriental y Director de Marketing & Business Developer en Arabia Saudí. También ha fundado 3 start-ups especializadas en CRM, Consultoría aplicada en países en desarrollo y desarrollo de APPs móviles. Recientemente forma parte del equipo de mentores del Catalan Sports Cluster (Indescat) para desarrollar el programa INDESUP! y promover el emprendimiento en deporte.

<https://www.linkedin.com/in/jaumemassons/>

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Compulsory subjects in the Motion Graphics itinerary
SUBJECT	Postproduction III
SEMESTER (1-8)	7th
COURSE	4th Graphic Design
TEACHER	Willbert Álvarez

DIRECT HOURS	30
TOTAL HOURS	100
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	Postproduction I and Postproduction II
NATURE	Compulsory

MODULE DESCRIPTION

Sensitize the student of digital technology through communication networks.
 Master the language of the digital image.
 Guide the student in the practice of editing and publication electronics.
 Study and solve problems of use and accessibility.
 Use digital technology for the presentation and communication of the project.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Efficiently use information and communication technologies.
 Conceive, plan and develop design projects according to the requirements and technical, functional, aesthetic and communicative conditions.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Have a scientific vision about the perception and behavior of form, matter, space, movement and color.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.
 Master the formal resources of expression and visual communication.

SUBJECT SUMMARY

Learn how to integrate 3D assets with real life footage. The aim is that they learn how to plan a shot and track it's camera motion using the Motion Tracker included in Cinema 4D software. They will also learn how to collect lighting data from the place of the shooting, and then use that in HDRi lighting to make the 3d objects blend with real action footage or captured stills. Finally students render images and learn compositing workflows in after effects to add the final touch that integrates it all together.

LEARNING OUTCOMES

At completion of this course the student will be able to extract motion from a self made camera shot using cinema 4d's motion tracker and gather Hdri or panorama images on site, to collect lighting data, which can then be used in the 3d software for integration purposes. The student will be able to integrate 3d assets with liver action footage, render different passes and composite final images with after effects.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

Session 1: Hdri lighting. Compositing 3D objects with real life backplates.

Session 2: Camera Tracking.

Session 3: Compositing 3D objects with live-action footage. Creating Characters with fuse and mixamo.

Session 4: Object Tracking. Project Briefing.

Session 5: Presentation of project concepts and proposals. Compositing workflows.

Session 6: Project development. Preparing the shoot for tracking.

Session 7: Project development.

Session 8: Project development.

Session 9: Project Presentation.

Session 10: Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Students need to hand in Quicktime videos with their shots.

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Active Participation (25%)
2. Conceptual and creation capacity (25%)
3. Work Process (25%)
4. Final Exam (25%)

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

DSLR CAMERA

Mobile Phone with a 360 panorama generator app or a 360 camera for HDRI

RETAKE CONTENT

Students are required to present a shot that combines 3D animation and live action footage. It should be at least 5 seconds long, and should have visible camera tracking, and hdri lighting with global illumination. The resolution would be HDTV 1080. And they should present an additional page stating a brief summary of the project's concept.

BIBLIOGRAPHY

"Creating Motion Graphics With After Effects" Chris Meyer

"Cinema 4D: The artist's project Sourcebook" Kent Mc Quilkin

Web:

<https://greyscalegorilla.com/>

<http://motionographer.com/>

<https://www.eyedesyn.com/>

<https://www.cineversity.com/>

CV

Willbert Alvarez, 3D animator and Graduated in Design Management. more than 15 years experience working in 3D for Motion Graphics, TV adverts, videoclips, animated shorts, theater and film and diverse multimedia applications. Since establishing in Barcelona, Alvarez works as a freelancer with many studios of the area like Trizz, Fakestudio, The Bond, Garage Films, Diestro, Boolab, Biota and Urano making content for clients like La Fura del Baus, Desigual, Once among others.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Compulsory subject in the Motion Graphics and Video itinerary
SUBJECT	Postproduction IV
SEMESTER (1-8)	7th
COURSE	4th Graphic Design
TEACHER	Álex Beltrán

DIRECT HOURS	30
TOTAL HOURS	100
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	Postproduction I, Postproduction II and Postproduction III
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Efficiently use information and communication technologies.
 Conceive, plan and develop design projects according to the requirements and technical, functional, aesthetic and communicative conditions.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Have a scientific vision about the perception and behavior of form, matter, space, movement and color.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.
 Master the formal resources of expression and visual communication.

SUBJECT SUMMARY

This subject revolves around the use of all the tools learned for motion graphics during the first 3 years to put them to practice on a New media environment.
 AR, VR, and projection mapping as New media environments where to put graphic design knowledge and motion into practice.

LEARNING OUTCOMES

The student will be challenged to explore and learn how to navigate new media landscapes and adapt to be able to produce AudioVisual projects adapted to new requirements.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

- Session 1: Project Presentation**
- Session 2: Project management tools**
- Session 3: Advanced scripting tools for 2d**
- Session 4: Advanced scripting tools for 2d**
- Session 5: Counter Brief**
- Session 6: Advanced scripting tools for 3d**
- Session 7: Advanced scripting tools for 2d**
- Session 8: Project review**
- Session 9: Project Presentation**
- Session 10: Feedback session and grade**

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Delivery of work files and render final video example of the project integration in real life. Work process must be collected and delivered at the end as PDF.

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Participation in class (25%)
2. Project Presentation (25%)
3. Acquired knowledge from the program (25%)
4. Art direction for video (25%)

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

Adobe CC
Cinema 4D

RETAKE CONTENT

Same as the regular course plus an exam on scripting tools.

BIBLIOGRAPHY

Webs

Blogs on Motion Graphics

Motionographer

<http://motionographer.com/>

Art of the Title

<http://www.artofthetitle.com/>

Vimeo:

<http://vimeo.com>

Mograph

<http://mograph.net>

Blogs on Audiovisual Advertising

Shots Magazine

Boards Magazine (Interesante newsletter con información sobre las últimas producciones)

AdForum

Books:

"Moving graphics: new directions in motion design". Promopress, 2012

Shaw, Austin. "Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design" Focal Press.

Blazer, Liz. "Animated Storytelling" Peachpit Press.

Freeman, Heather. "The Moving image Workshop". Fairchild Books.

Fridsma, Lisa & Gyncild, Brie. "Adobe After Effects CC Classroom in a Book", Peachpit Press.

Braha, Yael & Byrne Bill "Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web" Focal Press.

CV

Álex Beltrán has developed his role as a graphic designer, and then, focused on the world of advertising in several agencies in Barcelona and London. His multidisciplinary approach brought him to coordinate the video's team of the magazine ROJO and export self-created audiovisual shows (Sónar Barcelona, Design Made Korea, Lowlands ...). The cinema has also been one of his passions, engaging in post-production and color correction for films and commercials in Madrid and Barcelona. He currently works as a professor of video post-

production tools and he is Master Trainer of Pro Applications and member of the Apple Consultants Network.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Motion Graphics and Video Compulsory subjects
SUBJECT	Postproduction I
SEMESTER (1-8)	4th
COURSE	2nd Graphic Design
TEACHERS	Álex Beltrán

DIRECT HOURS	45
TOTAL HOURS	150
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	None
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Efficiently use information and communication technologies.
 Conceive, plan and develop design projects according to the requirements and technical, functional, aesthetic and communicative conditions.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Have a scientific vision about the perception and behavior of form, matter, space, movement and color.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.
 Master the formal resources of expression and visual communication.

SUBJECT SUMMARY

Introduction to video as storytelling tool and the process of video edition and all the aspects of post production.
 Introduction to motion graphics, color correction, audio editing.

LEARNING OUTCOMES

The student should be able after this class to create a complete audiovisual project with basic knowledge of video editing, color and graphics manipulation for video.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

Session 1: Introduction to video setting and video standards

Session 2: Introduction to Premiere Pro

Session 3: Basic editing and organization tools

Session 4: Project 1 presentation

Session 5: Project 1 correction

Session 6: Text and graphics tools

Session 7: Audio tools

Session 8: Color correction and filter tools

Session 9: Project 2 presentation

Session 10: Color correction

Session 11: Team projects and groups

Session 12: Project 2 work session

Session 13: Project 2 work session

Session 14: Project 2 delivery and presentation

Session 15: Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Each class will be documented and put together in a PDF to be delivered at the end of the semester with the two exercises. All as work files plus final renders.

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Participation in class (25%)
2. Project Presentation (25%)
3. Acquired knowledge from the program (25%)
4. Art direction for video (25%)

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

Cinema 4d Student version
Adobe CC

RETAKE CONTENT

Same as the regular course plus an exam on Premiere Pro

BIBLIOGRAPHY

Webs

Blogs on Motion Graphics

Motionographer

<http://motionographer.com/>

Art of the Title

<http://www.artofthetitle.com/>

Vimeo:

<http://vimeo.com>

Mograph

<http://mograph.net>

Blogs on Audiovisual Advertising

Shots Magazine

Boards Magazine (Interesante newsletter con información sobre las últimas producciones)

AdForum

Books:

"Moving graphics: new directions in motion design". Promopress, 2012

Shaw, Austin. "Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design" Focal Press.

Blazer, Liz. "Animated Storytelling" Peachpit Press.

Freeman, Heather. "The Moving image Workshop". Fairchild Books.

Fridsma, Lisa & Gyncild, Brie. "Adobe After Effects CC Classroom in a Book", Peachpit Press.

Braha, Yael & Byrne Bill "Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web" Focal Press.

CV

Álex Beltrán

Álex Beltrán has developed his role as a graphic designer, and then, focused on the world of advertising in several agencies in Barcelona and London. His multidisciplinary approach brought him to coordinate the video's team of the magazine ROJO and export self-created audiovisual shows (Sónar Barcelona, Design Made Korea, Lowlands ...). The cinema has also been one of his passions, engaging in post-production and color correction for films and commercials in Madrid and Barcelona. He currently works as a professor of video post-production tools and he is Master Trainer of Pro Applications and member of the Apple Consultants Network.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Motion Graphics and Video Compulsory subjects
SUBJECT	Project I
SEMESTER (1-8)	6th
COURSE	3rd Graphic Design
TEACHER	Álex Beltrán

DIRECT HOURS	45
TOTAL HOURS	150
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	None
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Apply methods of verification of communicative effectiveness.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Collect relevant information, analyze, synthesize and properly manage it.
 Master the research methodology in the generation of viable projects, ideas and solutions.
 Conceive, plan and develop design projects according to the requirements and technical, functional, aesthetic and communicative conditions.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Be able to adapt to changes and industrial technological evolution.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.
 Master the procedures of creating communication codes.

SUBJECT SUMMARY

A graphic design project translated to a real world motion graphics application. The use of all the techniques and tools available to them to present a motion design project. Integration of motion design with motion graphics.
 Exploration of mixing media, real footage with digital graphics.

LEARNING OUTCOMES

Use of all the tools together, from all the visual design tools, color, fonts, grids and all the video design skills, animation, storytelling put together on a single project.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

- Session 1: Project Presentation, real case study (Brief)**
- Session 2: Individual project presentations**
- Session 3: Research session**
- Session 4: Research session**
- Session 5: Research session**
- Session 6: First mock-up presentation and checkpoint**
- Session 7: Visual representation tools presentation**
- Session 8: Visual representation tools presentation**
- Session 9: Visual representation tools presentation**
- Session 10: Prototype presentation**
- Session 11: Work and feedback session**
- Session 12: Work and feedback session**
- Session 13: Rendering and collection files**
- Session 14: Rendering and collection files**
- Session 15: Feedback session and grade**

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Final Project will be presented as a series of videos, from render to real life shooting and/or a mix of both. A pdf with the work progress and a Keynote presentation will also be delivered.

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Class participation (20%)
2. Project development (30%)
3. Presentation skills (20%)
4. Final Project (30%)

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

Cinema 4d
Adobe CC
Ableton Live

RETAKES CONTENT

The same as the regular course plus an exam of the techniques used on the project.

BIBLIOGRAPHY

Webs

Blogs on Motion Graphics

Motionographer

<http://motionographer.com/>

Art of the Title

<http://www.artofthetitle.com/>

Vimeo:

<http://vimeo.com>

Mograph

<http://mograph.net>

Blogs on Audiovisual Advertising

Shots Magazine

Boards Magazine (Interesante newsletter con información sobre las últimas producciones)

AdForum

Books:

"Moving graphics: new directions in motion design". Promopress, 2012

Shaw, Austin. "Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design" Focal Press.

Blazer, Liz. "Animated Storytelling" Peachpit Press.

Freeman, Heather. "The Moving image Workshop". Fairchild Books.

Fridsma, Lisa & Gyncild, Brie. "Adobe After Effects CC Classroom in a Book", Peachpit Press.

Braha, Yael & Byrne Bill "Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web" Focal Press.

CV

Álex Beltrán

Álex Beltrán has developed his role as a graphic designer, and then, focused on the world of advertising in several agencies in Barcelona and London. His multidisciplinary approach brought him to coordinate the video's team of the magazine ROJO and export self-created audiovisual shows (Sónar Barcelona, Design Made Korea, Lowlands ...). The cinema has also been one of his passions, engaging in post-production and color correction for films and commercials in Madrid and Barcelona. He currently works as a professor of video post-

production tools and he is Master Trainer of Pro Applications and member of the Apple Consultants Network.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Compulsory subjects in the Motion Graphics and Video itinerary
SUBJECT	Screenplay and Storyboard
SEMESTER (1-8)	4th
COURSE	2nd Graphic Design
TEACHERS	Liliana Torres

DIRECT HOURS	45
TOTAL HOURS	150
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	None
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Apply methods of verification of communicative effectiveness.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Organize and plan the work in an efficient and motivating way.
 Solve problems and make decisions that respond to the objectives of the work that is done.
 Use communication skills and constructive criticism in teamwork.
 Reasoned and develop ideas and arguments critically.
 Establish organizational structures of information.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.

SUBJECT SUMMARY

We spend the first lessons exploring the philosophy behind storytelling and giving meaning to key concepts as: theme, thesis, antithesis, protagonist, antagonist... Then we bury ourselves into the structure, turning points, mid-points, classical, minimalist, etc. After those more theoretical sessions we start our writing-lab in groups and develop a short-movie script. With that done, we take some theoretical lessons into planification and start storyboarding our scripts. The final project will also require some references of main visual aspects (color palette, editing, camera movement, etc.)

LEARNING OUTCOMES

The aim of this subject is to understand the deepness of the storytelling in the visual era through the analysis of the theme, thesis, structure and ideas development. As well as to build the ability to write a script and translate it into images.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

Session 1: Presentation. Screening of a movie that will be our subject of discussion for the examples.

Session 2: Classical construction of the script. Main important ideas such: metaphor, plot, ideas, thesis...

Session 3: Archplot/Miniplot/Antiplot stories.

Session 4: Internal construction of characters. A sip of integral psychology.

Session 5: How to evaluate a scene?

Session 6: What is the P.O.V.? Why is it so important?

Session 7: Writing Lab.

Session 8: Writing Lab.

Session 9: Analysing our scenes.

Session 10: Planification. Internal composition.

Session 11: Writing Lab.

Session 12: Planification and camera movements.

Session 13: First storyboards.

Session 14: References of sound, color, rhythm...

Session 15: Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

During the writing labs it's a must to deliver script drafts and the storyboard to analyse it during the lesson. The project should look complete: draft with its corrections applied, storyboard and references the last session before the feedback.

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Final presentation. (50%)
2. Attention and feedback during lessons (15%)
3. Level of knowledge acquire (20%)
4. Proved will to go beyond the minimum effort (15%)

Characteristics

Grade

Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

None.

RETAKE CONTENT

For retakes it will be mandatory to present a script by their own. As a difference from the other students who would had worked in group. A minimum effort script without the knowledge learnt in class applied won't be accepted.

BIBLIOGRAPHY

The storytelling, Robert McKee

Integral psychology, Ken Wilber

The life cycle completed, Erik Erickson

The art of spiritual harmony, Vassily Kandinsky

The inward arch, Frances Vaughan

The hero with thousand faces, Joseph Campbell

The power of the myth, Joseph Campbell

Any book with good characters such: Anna Karenina, Crime and punishment, etc.

CV

Liliana Torres

Liliana was born in Vic in 1980. Raised in an interior Catalan town of five hundred inhabitants she moved alone to Barcelona at the age of 18. She is licensed in Cinematography Direction by the ESCAC (Catalonian Cinema High School). Two of her student works were noticeable. *Living among stones* a documentary shot at her childhood town and screened in different towns of her original area and being a success. *The day before yesterday* a short-movie selected in numerous festivals and screened during a year among other five shorts as a representation of new women directors in Spain.

At the same time she was finishing the school she started working as a documentary maker with *All women jobs* a documentary about the hidden workday for women living in rural areas. Right after she is granted with a Documentary Specialization Grand at Mexico Cinema High School. She will stay there for the next seven years. These are very productive years in which she works in many cinema fields. She won a national grand with her short-movie *Fifteen years* with went to a numerous numbers of festivals and won the distribution prize price at Miami Children Film Fest. She edited and shot several video-art pieces for the National Palace of Beauty Arts of Mexico and was executive producer of the film *Machete language* premiered at Critics' week at Venice, 2012. Among many other projects as shorts, video-clips and scripts.

She went back to her roots to shoot her first fiction movie *Family Tour* premiered at San Sebastian Film Festival in 2013 followed by a good number of festivals. Critics' Award at Rec Tarragona Festival, Special Mention at Atlántida Film Festival, Best European movie at European Crossing Borders (Austria). Recently she was awarded with the Award to the best New Catalan Director by the Catalan Director's Association.

Nowadays she is fund-raising her second fiction film *What have we done wrong?* Last May she premiered *Hayati*, a documentary co-directed with Sofia Escudé and there are shooting their second documentary together *The brave ones*.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Compulsory subject in the Motion Graphics and Video itinerary
SUBJECT	Short Film Workshop
SEMESTER (1-8)	5th
COURSE	3rd Graphic Design
TEACHER	Julia Francino

DIRECT HOURS	60
TOTAL HOURS	200
CREDITS	8

PRE-REQUIREMENTS	None
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Apply methods of verification of communicative effectiveness.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Organize and plan the work in an efficient and motivating way.
 Establish organizational structures of information.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Efficiently use information and communication technologies.
 Conceive, plan and develop design projects according to the requirements and technical, functional, aesthetic and communicative conditions.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Have a scientific vision about the perception and behavior of form, matter, space, movement and color.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.

SUBJECT SUMMARY

An introduction to the visual language of animation through the development of its production process. How to think, design and produce an animated piece, with special focus on expressive character animation.

The course will start with an overview on the animation history and techniques, to give the students a wide range of possibilities to produce their own pieces. Following to this introduction, the basis of the final projects will be announced.

Students will be guided through the animation production methodology from a learning-by-doing approach based on creating their own films. From the idea to the screenplay, creating a visual universe and storyboarding, with the layout as a base for layering further animation, and finally animating and finishing the composition of the short film. Giving the students the conceptual and technical resources to successfully achieve their goals.

LEARNING OUTCOMES

Having a deeper knowledge of the world and industry of animation from both creative and technical perspectives. Applying this knowledge by producing an animated short film that allows the students to challenge themselves through an entire production process that mimics the professional one.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

- Session 1:** A (super) brief History of Animation I
- Session 2:** A (super) brief History of Animation II
- Session 3:** Animation Techniques
- Session 4:** The 12 Principles of Animation
- Session 5:** Before Animating: an overview to the production methodology
- Session 6:** Project Briefing: the basis of the final project
- Session 7:** From the Idea to the Script
- Session 8:** Creating a Visual Universe: Concept Art
- Session 9:** Storyboarding to Layout
- Session 10:** Layout and Rough Sound Design
- Session 11:** Production Design
- Session 12:** Production Design
- Session 13:** Production: Animating
- Session 14:** Production: Animating
- Session 15:** Production: Animating
- Session 16:** Production: Animating
- Session 17:** Post-Production: Compositing
- Session 18:** Post-Production: Final Edit and Sound
- Session 19:** Short films' presentations
- Session 20:** Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Intermediate presentations:

From the initial Ideas to finding a Story
Concept Art/Visual References/Color Palette
Character Design
Animation References/Storyboarding/Visual Script
2D Layout (Animatic)/Sound Design
Production: Animating
Post-production: Compositing all the pieces together
Final edit and export

Final presentation:

Delivery and projection of the finished Short Film

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Active participation / Attitude in class (25%)
2. Conceptual and creation capacity (25%)
3. Work process (25%)
4. Oral and visual presentation partial / final (25%)

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

All the required for the creation of the final project (animated short film) such as the Adobe Design Suite, Cinema 4D and or Cameras and a basic lighting set.

RETAKE CONTENT

Re-submitting of the Final Project plus a dossier or video presentation explaining the work process including all the intermediate phases.

BIBLIOGRAPHY

- The Illusion of Life, Frank THOMAS & Ollie JOHNSTON
- The Animator's Survival Kit, Richard WILLIAMS
- Understanding Comics. The Invisible Art, Scott McCLOUD
- Action Cartooning, Ben CALDWELL
- Dream Worlds. Production Design for Animation, Hans BACHTER
- The Noble Approach, TOD POLSON
- The Art of Pixar, AMID AMIDI

CV

Júlia Francino

Always attracted to create stories through images, Júlia graduated as a Production Designer at Barcelona's Film School (ESCAC) and worked in that field for a while, designing sets mainly for commercials and music videos. During that period Júlia started developing a growing interest about animation and post-production: directing, drawing and editing her own pieces, and finally combining set design work with studying a Masters Degree in Animation at UPF in Barcelona.

From 2007 Júlia worked exclusively as Animator and Visual Effects Artist with the collective Estudio Patata in Barcelona, and in 2008 joins the crew of the TV show *Arròs Covat* as a Head Animator.

At the end of 2009 she earned La Caixa Scholarship to extend the 3D Animation studies at the renowned VFS (Vancouver Film School) in Canada, where she graduated with Honours.

Back in Barcelona Júlia co-founded Estudi Bicoté, a small studio with a wide vision. Gathering Animation, Motion Design, Graphic Design, Space Design, Illustration and other collaborative works with both Commercial and Art projects.

Júlia also leads the Animation and Visual Effects Department at ESCAC.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Compulsory subjects in the Motion Graphics itinerary
SUBJECT	Sound II
SEMESTER (1-8)	7th
COURSE	4th Graphic Design
TEACHER	Susana Hernandez

DIRECT HOURS	45
TOTAL HOURS	100
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	Sound I
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Efficiently use information and communication technologies.
 Be able to adapt to changes and industrial technological evolution.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.
 Master the formal resources of expression and visual communication.
 Master the procedures of creating communication codes.

SUBJECT SUMMARY

The aim of the course is based on four fundamentals:

- 1) To provide students with the basics of music theory and music language, to be able to create, manipulate and work with music in a professional production environment.
- 2) To improve Ableton Live skills and workflow, enabling the implementation of audio in media projects at an advanced level, for music production, sound design and post-production.
- 3) Encouraging a level of artistic sensitivity among students, to gain criteria that help with music selection in media projects.
- 4) Help students as a tutor for their audiovisual projects: documentaries, installation, short films, etc...

LEARNING OUTCOMES

Examine the importance of sound in all audiovisual projects and provide the necessary digital tools for boosting sound possibilities in an audiovisual environment. Theoretical and practical principles for producing audio signals.

Promote students' creative sound skills using digital tools in order to manipulate sound at an advanced level, for later application in audiovisual projects.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

Session 1: Presentation

Session 1_2: Music Theory II

Pitch and Note Names.

Placing notes in the piano

The Staff and Clefs

The C Major Scale

Intervals

Key Signatures and the circle of Fifths

Note Lengths

Meter and Time Signatures

Tempo

Minor Scales and other scales

Harmony

Triads and Chords

Special Software for Music Creation

Session 3: Generating Beats

Recognize different Drums (Snare, Kick, Clap, Hat,...)

Organizing our own Drum Kit

How works a Drum Rack

Grooves * create a drum groove

Session 4_5: Advanced Ableton Live Workflow

Recognize different Instruments (Bass, Piano, Drums, Synth...)

Recording Audio, examples and practice

Recording MIDI

Creating music parts

Ableton's instruments I

Working in the Piano Roll Editor

Loops

Beat Making

Recording a vocal track, using vocals

Session 6_7: Creating Music

Stiles

Structure

Rearranging a track by structure (markers)

Ableton's instruments II

Session 8: Visit to Julio Navas _ Studio * Advanced Tools

Session 9: Special Tools

A bunch of special external plug-ins.

Session 10 _ 11 _ 12 : Creating your Mix

Signal Flow
Setting up your mix
Volume and pan automation
Using insert FX.
Mix groups
Aux Tracks for FX
Time FX (Advanced)
Dynamics FX (Advanced)
Stereo and Multitrack projects _ Stems
Mastering your MIX
Setting up a headphones Mix
Bounce to disk

Session 13: Visit to Julio Navas _ Studio * Mixing and Mastering

Session 14: Exam / Individual Project Presentation

Session 15: Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Ableton Live project including:

- A video as a basis for timeline and sync (Documentary or film)
- A voice over track (if proceeds)
- Dialogue tracks. (if proceeds)
- Different edited overlapped music tracks. At least one of them must be originally created by the student using ableton's instruments and loops / library.
- A sound fx track containing library effects, foley effects recorded and processed by the student with ableton, and some sound designed effects using ableton's instruments.
- Must be presented in a "well organised self-contained tidy project" (colours, markers, groups, etc)
- The audio must be properly mixed using automation and effects.
- Bounces of stereo MIX and stems (voice, music, fx, other)

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Oral and visual presentation partial / final 50%
2. Level acquired according to learning outcomes 15%
3. Active participation / Attitude in class 15%
4. Conceptual and creation capacity 20%

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

IED: Computer, software (Ableton Live 10 Suite), MIDI keyboard 2 octaves, speakers and headphones.

Students (recommended): MIDI keyboard 2 octaves, headphones, MacBook Pro with Ableton Live 10 Suite.

RETAKE CONTENT

Final project must be presented personally as an Ableton Live Project, also a special folder with created sounds using explained techniques and short explanation about how were done.

BIBLIOGRAPHY

Recording and Producing Audio for Media. Stanley R. Alten

The Art of Mixing: A Visual Guide to Recording, Engineering and Production. David Gibson.

CV

Susana Hernández has studied at the Superior Conservatory of Málaga and Taller de Musics de Barcelona, where she got both classic and modern music training. She is an experienced electronic music producer with different projects going on. She hosts her radio show about music production on Red Bull Music Academy Radio.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Compulsory subjects in the Motion Graphics itinerary
SUBJECT	Sound I
SEMESTER (1-8)	6th
COURSE	3rd Graphic Design
TEACHER	Julio Navas

DIRECT HOURS	45
TOTAL HOURS	100
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	None
NATURE	Compulsory

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support audiovisual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Master the technological resources of audiovisual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Efficiently use information and communication technologies.
 Be able to adapt to changes and industrial technological evolution.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.
 Master the formal resources of expression and visual communication.
 Master the procedures of creating communication codes.

SUBJECT SUMMARY

This subject aims to equip students with the breadth of knowledge required for successful implementation of sound as a key part of the multimedia experience. To this end, the course provides a level of technical education while encouraging a level of artistic sensitivity among students.

LEARNING OUTCOMES

Examine the importance of sound in all audiovisual projects and provide the necessary digital tools for boosting sound possibilities in an audiovisual environment. Theoretical and practical principles for producing audio signals.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

Session 1: Presentation

Session 1_2: Sound / Introduction to DAW

The physics of sound and human hearing

Sound properties.

Introduction to Digital Audio, D.A.W. Digital Formats / Timeline

Session 3: Microphones + Audio Edition

Transducers – Microphones

Basic Audio Edition Desktop

Basic Audio Edition App

Session 4: Speakers + Libraries

Transducers - Speakers

Sound Libraries

What´s Foley ?

Sound Design principles

Synths / Sampling - Creating our own Libraries

Session 5: Visit to Julio Navas _ Studio * First contact to a professional studio

Session 6: Equalizers

What´s an equalizer?

Different kind and uses

Session 7: Introduction to MIDI

Session 8: Introduction to Ableton Live

Environment, Tools, Modes, Regions, Tracks.

MIDI recording and editing in Ableton Live

Audio recording and editing in Ableton Live

Session 9: Time FX

Different kind and uses

Session 10: Working with Ableton Live

Post-Production

Basic Mixing

Mix and Automation

Session 11: Dynamic FX

Different kind and uses.

Session 12: Visit to Julio Navas _ Studio * Workflow & Basic Tools

Session 13: Mixing & Bounce Techniques

Session 14: Exam / Individual Project Presentation

Session 15: Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Ableton Live project including:

- A video as a basis for timeline and sync (Documentary or film)
- Different edited overlapped music tracks or something that would create an atmosphere.
- A sound fx track containing library effects, foley effects recorded and processed by the student with ableton, and some basic sound designed effects using ableton's instruments.
- Must be presented in a "well organised self-contained tidy project" (colours, markers, groups, etc)

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Oral and visual presentation partial / final 50%
2. Level acquired according to learning outcomes 15%
3. Active participation / Attitude in class 15%
4. Conceptual and creation capacity 20%

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9
Insufficient: clear suspense	0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

IED: Macs Pro classroom with a machine per student ratio, with Ableton Live 10 Suite installed headphones, Video projector and Speakers.

Students (recommended) : MIDI controller keyboard 2 octaves, headphones, macbook pro with Ableton Live 10 Suite.

RETAKE CONTENT

Final project must be presented personally as an Ableton Live Project, also a special folder with created sounds using explained techniques and short explanation about how were done.

BIBLIOGRAPHY

Thomson Proaudio. The Recording Engineers Handbook
Cengage Advantage Books: Audio Basics. Stanley R.Alten
Recording and Producing Audio for Media. Stanley R.Alten
Working with Audio. Stanley R.Alten
Home Guerrilla Recording. Karl Koryat.

<https://www.ableton.com/>

CV

Julio Navas

Co-founder and CEO of Mentis Inquietas, a creative company comprising several services related to Music and Sound. His life has always been linked to music, technology & business with a special focus on electronic and DJ world.

After more than 25 years of experience he has combined the roles of music producer, sound designer, mixing & mastering engineer and DJ, carrying out interesting projects with artists as rich and varied as David Guetta, Rinocerose, John Acquaviva, Trentemoller (to name but a few) and with works released by companies around the world (Universal Music, EMI, Ministry Of Sound, Armada, Tronic, Skint, Toolroom, Ultra, Kontor, F*** Me I'm Famous, Spinnin...) achieving several Top #1.

My experience in live music is supported by well-known residences in the most prestigious clubs, just like countless sets as guest artist in the most important events around the world.

UNDERGRADUATE DEGREE in Graphic Design

MODULE	Compulsory subjects in the Motion Graphics and Video itinerary
SUBJECT	Video Production
SEMESTER (1-8)	4th
COURSE	2nd Graphic Design
TEACHERS	Ignacio Gómez

DIRECT HOURS	45
TOTAL HOURS	100
CREDITS	4

PRE-REQUIREMENTS	None
NATURE	Compulsory (elective study path)

MODULE DESCRIPTION

Interrelate the formal and symbolic languages with the specific functionality.
 Know the channels that support visual communication and use in accordance with the communication objectives of the project.
 Master the technological resources of visual communication.
 Master digital technology for the treatment of images, texts and sounds.

COMPETENCES DESCRIPTION

Organize and plan the work in an efficient and motivating way.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Efficiently use information and communication technologies.
 Master the languages and expressive resources of representation and communication.
 Have a scientific vision about the perception and behavior of form, matter, space, movement and color.
 Understand the behavior of the elements that intervene in the communicative process, master the technological resources of communication and assess their influence on design processes and products.

SUBJECT SUMMARY

An introduction to filmmaking. **The students will shoot the script written in the Screenplay and Storyboard class.** The students will practice framing, lighting, directing actors, art direction, wardrobe, make-up and sound recording.

LEARNING OUTCOMES

The aims of this subject are:

- 1-Learn to express ideas using visual language.
- 2-Working in group.
- 3-Learn different audiovisual techniques.

CONTENTS, SESSIONS AND TASKS

- Session 1:** Analysis movie sequences.
Session 2: Analysis students sequences.
Session 3: Camera expressivity.
Session 4: Lighting expressivity.
Session 5: Preparation and production of a sequence.
Session 6: Preparation and production of a sequence.
Session 7:Preparation and production of a sequence.
Session 8: Filming at class
Session 9: Filming at class
Session 10: Filming at class
Session 11: Filming at class
Session 12: Filming at class
Session 13: Filming at class
Session 14: Viewing scenes.
Session 15: Feedback session and grade

MATERIALS TO BE HANDED IN FINAL AND INTERMEDIATE PRESENTATIONS

Presentation of the sequence and document with direction, lighting and camera memo.

EVALUATION CRITERIA

As attendance is compulsory, evaluation will be made according to 4 parameters which will make the weighted average to give the final result:

1. Active participation in class. 15%
2. Team work. 25%
3. Presentation of the scene 35%
4. Acquired level of the program contents. 25%

Characteristics	Grade
Excellent: level comparable to a professional result	10
Excellent: approaching a professional level	9-9,9
Remarkable: Very good, sometimes reaches almost excellent	7-8,9
Enough: satisfactory, somewhat weak, some things good	5-6,9
Poor: Weak, marginal suspended	4-4,9

Insufficient: clear suspense

0-3,9

MATERIALS NEEDED (STUDENTS AND/OR IED)

Presentation of the script of the scene PRINTED and ready to discuss about it at the first class.

RETAKE CONTENT

Examination on:

1. Visual Analysis of a given sequence.
2. Lighting and camera technique theory exam.

BIBLIOGRAPHY

New Cinematographers, Alexander Ballinger
Hitchcock by François Truffaut. François Truffaut
Art Directors, Peter Ettedgui
Movie Directors, Mike Goodridge
American Cinematographer magazine

CV

Nacho Gómez was born in 1977 in Barcelona. He graduated in cinematography in 1999 from the Film School of Barcelona (ESCAC). His graduation project “ Pura”, a documentary about Singapore, won the same year, the FAD Barcelona award to the best documentary. At that time, he worked in feature films in the camera crew, as an assistant director and also directed himself documentaries for a 33tv channel. In 2003, he started directing Tv ads in Piramide Productions. Since then, he directed over 80 Tv commercials in Spain, and he has been shooting in different countries all over the world (Argentina, Mexico, EEUU, Italy, Portugal, Japan, Singapore). His commercial “ Cabells “ from Afanoc Foundation has received thousands of hits in Youtube and entered the shortlist in Cannes Festival. His commercial works have been awarded in festivals as San Sebastian “ El Sol “, Málaga, La Havana and Buenos Aires.

His documentaries “ Familia Ayara “ and “ The Walls “ have been awarded in the International Festival Sima in Los Angeles and Unaff Festival in San Francisco. The Documentary Familia Ayara won the best documentary short film in Vic Documentary Festival Protesta 2016.

In 2011 started to teach a master class of cinematography and since then he has been teaching Photography, Lighting, Creative Publicity, Visual Language and Directing in different schools in Barcelona, as IED, LCI, SAE Institute, and Elisava.