



Teaching Guide

Identifying Data					2015/16
Subject (*)	Deseño Gráfico e Comunicación Audiovisual		Code	616011601	
Study programme	Licenciado en Comunicación Audiovisual				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
First and Second Cycle	1st four-month period	Third-Fourth	Optativa	3.5	
Language	SpanishGalician				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Métodos Matemáticos e de Representación				
Coordinador	Mihura López, M. Rocío	E-mail	rocio.mihura@udc.es		
Lecturers	Mihura López, M. Rocío	E-mail	rocio.mihura@udc.es		
Web	www.udc.es/cienciasdacomunicacion/				
General description	Coñecemento e creación da marca. A Identidade Corporativa.				

Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A1	Capacidade para aplicar técnicas e procesos de creación e difusión no campo do deseño gráfico.
A6	Capacidade de experimentar e innovar mediante o coñecemento e uso de técnicas e métodos aplicados.
A9	Capacidade de análise da forma icónica e a imaxe espacial tanto na imaxe fixa como en movemento.
A11	Capacidade de utilización das técnicas e procesos na creación de produtos multimedia.
B2	Aprender a comunicarse con habilidade e fluidez.
B3	Aplicar un pensamento crítico, lóxico e creativo.
B5	Traballar de forma colaborativa.
B7	Comunicarse de maneira efectiva nun entorno de traballo.
B8	Traballar en equipo respetando os valores dos demais.
B12	Capacidade de incorporarse e adaptarse a un equipo de traballo.
B15	Habilidade para a organización e temporalización de tarefas.
B16	Capacidade de autoavaliación crítica.

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences / results		
Coñecemento da historia, evolución e linguaxe propia do deseño gráfico.	A1 A11	B2	
Capacidade para elaborar unha identidade visual completa para un produto.	A1 A6 A9 A11	B3 B5 B15	
Capacidade para desenrolar e expoñer en público un proxecto creativo.		B16	
Desenrolo dun traballo creativo en grupo, asumindo roles e responsabilidades.		B7 B8 B12 B16	

Contents

Topic	Sub-topic



MÓDULO 1.- Teoría do Deseño	1.1 Elementos básicos. 1.2 Principios básicos.
TEMA 1.- Fundamentos do Deseño Gráfico	1.3 Ámbitos.
TEMA 2.- Deseño Gráfico e Comunicación Visual	2.1 A Comunicación. 2.2 A Forma. 2.3 A Loxística e a economía. 2.4 A Técnica.
TEMA 3.- A Identidade Corporativa	3.1 Deseño dunha Identidade 3.2 Elementos básicos da Identidade Corporativa. 3.3 Metodoloxía.
MÓDULO 2.- Historia do Deseño Gráfico. TEMA 1.- Deseño gráfico ata o século XX.	1.1.El diseño gráfico: Grecia, Roma, Edad Media. 1.2 La tipografía y el libro (hasta el 1500 aprox.) 1.3.Los siglos de transición: s. XVI ? s. XVIII. 1.4.Diseño gráfico comercial (publicidad): París y Londres, s. XIX 1.5.Arts & Crafts, Art nouveau, Jugendstil y Werkbund Institut. 1.6.Las vanguardias artísticas del sXX: arte y diseño. 1.7.La Bauhaus. Alemania 1900/30: Tschichold. 1.8.Diseño gráfico y la I Guerra Mundial. 1.9.Europa de entre guerras 1.10.El exilio europeo a EEUU. El estilo americano. 1.11.1945 en adelante: Francia, Inglaterra, Alemania. 1.12.1945 en adelante: Suiza, Italia, Polonia.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech		14	21	35
Role play		4	2	6
Supervised projects		10.5	26.25	36.75
Workbook		0	2.5	2.5
Objective test		2	0	2
Personalized attention		5.25	0	5.25

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	- Exposición de contidos mediante medios audiovisuais.
Supervised projects	- Realización dun traballo de identidade sobre un produto.
Workbook	- Bibliografía proposta na materia.
Objective test	- Proba sobre os contidos teóricos da materia.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects	Seguimento dos avances e corrección de erros na realización do traballo tutelado.

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification



Role play		Claridad de contidos, linguaxe apropiada.	5
Supervised projects		Capacidade de comunicación, nivel formal, legibilidade, orixinalidade.	55
Objective test		Aprendizaxe e interpretación dos coñecementos.	40
Others			

Assessment comments

Grupo ECTS:

é imprescindible aprobar os tres apartados.

Grupo non ECTS:

1. Proba teórica: 40%

2. Proba práctica: 60%

imprescindible aprobar ambas.

Sources of information

Basic	<ul style="list-style-type: none">- Satué, Enric (2002). El diseño gráfico. Desde sus orígenes hasta nuestros días. Madrid. Alianza Editorial- caves, Norberto y Pibernat, Oriol (1989). La gestión del diseño . Madrid. Editorial Minier- Chaves, Norberto (1988). La imagen corporativa. Barcelona. GG Diseño- Costa, Joan (2004). La imagen de marca un fenómeno social. Barcelona. Paidós
--------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Complementary

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Deseño Aplicado/616011405

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Grafismo Dixital/616011304

Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.