



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño de identidades

Asignatura	Diseño de identidades			
Código	P06G450V01210			
Titulación	Grado en Diseño			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	6	OP	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Dopico Castro, Marcos			
Profesorado	Dopico Castro, Marcos			
Correo-e	mdopico@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Aproximación al diseño de identidades y creación de marca. Conceptos clave en el diseño de identidades: Entorno gráfico, Marca gráfica, Símbolos identificadores básicos, Arquitectura gráfica. Aproximación a la semiótica y construcción de significado con signos. Programa gráfico. Sistemas de identidad. Tipografía para el diseño de identidades.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
A2	Saber aplicar los conocimientos a un trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio			
B1	Saber analizar y sintetizar			
B2	Ser capaz de organizar y planificar			
C6	Conocer los fundamentos y los principios que rigen el uso de la tipografía, así como los criterios tecnológicos y conceptuales que rigen su diseño y su utilización. Conocimiento de la historia de la tipografía y del papel que ha jugado en la evolución del diseño gráfico y editorial a lo largo de las épocas.			
C8	Conocer los valores simbólicos y los procesos necesarios en el diseño de productos, en la comunicación visual, los sistemas y los servicios de diseño.			
D4	Tener la capacidad de generar nuevas ideas innovadoras en el ámbito de la creatividad y el diseño			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Nueva	A1	B1	C8	
	A2	B1		
	A4	B2		
Nueva	A1	B1	C8	D4
	A4	B1		
		B2		
		B2		
Nueva	A1	B1	C4	D4
	A2	B1	C6	
	A3	B2	C8	
	A5	B7	C9	
		B9		
		B10		
Nueva	A1	B1	C4	
	A3	B1	C6	
	A5	B2	C6	
		B2	C9	
		B7		
		B9		
		B10		

Nueva	A1 A2	B2 B3	C6	D1 D4 D4
-------	----------	----------	----	----------------

Contenidos

Tema	
Bloque 1: Elementos gráficos y orígenes de las identidades visuales	<p>Terminología básica: Signos, símbolos y marcas.</p> <p>Orígenes y referencias históricas.</p> <p>Heráldica y su influencia en la construcción de símbolos identitarios.</p> <p>Monogramas, marcas de canteiros, marcas de identidades personales de los oficios y actividades comerciales.</p> <p>Marcas e inicios de la industrialización</p>
Bloque 2: Desarrollo de identidades. Revisión de elementos básicos de la identidad	<p>Identidad corporativa, marca y branding.</p> <p>Procesos de creación de una marca.</p> <p>Elementos básicos de identidad: nombre, logotipo, imagotipo.</p> <p>Identificadores simbólicos y nominales.</p> <p>Herramientas conceptuales para la construcción de marcas y tipologías gráficas.</p>
Bloque 3: Identidades corporativas contemporáneas	<p>Identidad como sistema gráfico.</p> <p>Retículas e identidad visual.</p> <p>Nuevos elementos de la identidad; nuevos tratamientos del color, iconografía, ilustración, sound branding, motion graphics, gráfica ambiental, estilo de imagen.</p> <p>Identidades y sistemas gráficos flexibles y responsivos.</p>
Bloque 4: Tipografía e identidad corporativa	<p>Programa tipográfico de marca.</p> <p>Tipografía como sistema.</p> <p>Tipografía como generadora de identidad.</p> <p>Aspectos técnicos de la gestión de la tipografía de marca.</p>
Bloque 5: Análisis de casos de estudio	<p>Inicios da identidade corporativa: Vanguarda histórica e Bauhaus</p> <p>Proxecto moderno e Estilo Suízo Internacional.</p> <p>Modernidade en España e Galicia: Cruz Novillo e Laboratorio de Formas</p> <p>Tardomodernismo: Unimark/Massimo Vignelli/Bob Noorda, Total Design/Wim Crouwel, Otl Aicher, Paul Rand.</p> <p>Posmodernidade gráfica: Neville Brody</p> <p>Posmodernidade en España e Galicia</p> <p>Casos de estudio contemporáneos: Pentagram, Kontrapunkt, Saffron, Wolf-Olins, Stockholm Design Lab, Studio Dumber, Thonik Spin, Moving Brands, Bielke & Yang, Dixon Baxi</p>

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	10	30	40
Estudio de casos	5	20	25
Resolución de problemas de forma autónoma	25	55	80
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	0	1
Proyecto	2	0	2
Presentación	2	0	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre los diferentes aspectos de la identidad corporativa a lo largo de la historia, bases teóricas y evolución en las diferentes décadas, aspectos técnicos y nuevas tendencias contemporáneas. Explicación de las directrices para la elaboración por parte del alumnado de los diferentes trabajos y proyectos a lo largo del curso.
Estudio de casos	Análisis de casos de estudio relevantes de identidades corporativas dentro de la historia del diseño, con la finalidad de conocer, interpretar y reflexionar sobre diferentes soluciones de diseño aplicadas en proyectos reales y que sirvan como bases teóricas y conceptuales en los proyectos propios.
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con el diseño de identidades corporativas. El alumno/a debe desarrollar el análisis y la resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumnado deberá resolver de manera autónoma una serie de ejercicios propuestos, siendo supervisados por el profesor atendiendo a las características específicas de cada ejercicio planteado.
Pruebas	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumnado deberá resolver una serie de ejercicios propuestos, siendo supervisados por el profesor atendiendo a las características específicas de cada ejercicio planteado.
Proyecto	La realización de un proyecto final será supervisada por el profesor, atendiendo al entrenamiento en la organización de la información, comunicación y resoluciones formales y conceptuales del mismo. El alumnado enfrentará las actividades necesarias y la resolución de problemas en un proyecto final de la materia guiado por el profesor.

Evaluación						
	Descripción	Calificación		Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumnado deberá resolver diferentes ejercicios planteados a lo largo del curso relacionados con los bloques temáticos	40	A2	B1	D4	
Proyecto	El alumnado deberá realizar un proyecto final que aborde todos los aspectos de la materia	40	A2	B1 B2	C6 C8	D4
Presentación	El alumnado realizará una presentación de su proyecto final apoyado en medios audiovisuales	20		B2		

Otros comentarios sobre la Evaluación

Convocatoria ordinaria

La evaluación se realizará de forma continua a lo largo del cuatrimestre.

La asistencia a las clases será obligatoria en el modelo de evaluación continua, así como la entrega de todos y cada uno de los trabajos propuestos. El profesorado realizará el seguimiento de la asistencia a las clases y la participación activa en las mismas.

La evaluación continua se realizará en base a las metodologías/pruebas indicadas y su porcentaje de calificación:

Se planteará la resolución de problemas y/o ejercicios a desarrollar tanto en el aula como a través del trabajo autónomo del/la estudiante, y su calificación supondrá un 40% de la nota final.

Como último trabajo, se planteará un proyecto final que implique la demostración de la adquisición de todos los conocimientos de la asignatura de forma progresiva y que supondrá un 40% de la nota final.

También se realizará una exposición por parte del/la estudiante ante el/la docente y el resto del grupo de estudiantes de los resultados del proyecto, lo que supondrá el restante 20% de la nota final de la asignatura.

Evaluación global

Para aquellos alumnos/as que se les conceda la opción de evaluación global, la prueba de evaluación consistirá en la entrega de todos los problemas y/o ejercicios del cuatrimestre, así como la entrega del proyecto final y la realización de una presentación el día de la prueba.

Las ponderaciones de las calificaciones serán las mismas que en la evaluación continua.

Resolución de problemas y/o ejercicios 40% Proyecto 40% Presentación 20%

Convocatoria extraordinaria de julio

En caso de no superar la materia en la convocatoria ordinaria, el/la estudiante deberá presentarse a la convocatoria extraordinaria de julio, que consistirá en la elaboración previa de todos los problemas y/o ejercicios del cuatrimestre, así como en la entrega del proyecto final y su presentación.

Las ponderaciones de las calificaciones serán las mismas que en la evaluación continua.

Resolución de problemas y/o ejercicios 40% Proyecto 40% Presentación 20%

Se pueden consultar las fechas de evaluación en la página web de la titulación:

<https://deseno.uvigo.gal/horarios-calendarios-avalacions-gd-gal/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Per Mollerup, **Marks of excellence: The history and taxonomy of trademarks**, 0-7148-3838-1, Phaidon, 1998

George Bokhua, **Principios de diseño de logos. Guía práctica para la creación de signos, símbolos e iconos eficaces**, 978-8419220127, Hoaki, 2023

Sebastián García Garrido, **Diseño de Comunicación corporativa: Marca y diseño estratégico**, 978-84-949296-1-8, Experimenta Libros, 2018

Norberto Chaves, **Marca Gráfica: Corporativa, institucional y de lugar**, 9788418049491, Experimenta Libros, 2021

Wally Olins, **El libro de las marcas**, 9788475565910, Océano Ambar, 2009

Jens Müller, **Logo Modernism**, 978-3836545303, Taschen, 2015

Martin Lorenz, **Sistemas Visuales Flexibles**, 9788412567014, Gráfica, 2023

Wang Shaoqiang, **Responsive Logos: Designing for the Digital World**, 978-8416851904, Promopress, 2018

Bibliografía Complementaria

Tony Brook, Adrian Shaughnessy, Sarah Schrauwen, **Manuals 1: Design & identity guidelines**, 978-0957511446, Unit Editions, 2014

Adrian Shaughnessy, Tony Brook, **Manuals 2: Design & Identity Guidelines**, 978-0-9575114-7-7, Unit Editions, 2023

Ben Bos, **TD 63-73: Total design and its pioneering role in graphic design : an insider's view by Ben Bos**, 978-09562071-2-8, Unit Editions, 2011

Jan Conradi, **Unimark International. The Design of Business and the Business of Design**, 978-3037781845, Lars Müller Publishers, 2009

Ivan Chermayeff; Thomas H. Geismar, **Identify: Basic Principles of Identity Design in the Iconic Trademarks of Chermayeff & Geismar**, 978-1440310324, Print Publishing, 2011

Adrian Shaughnessy, **Pentagram: Living by Design**, 978-0500027462, Unit Editions, 2023

Stockholm Design Lab, **Stockholm Design Lab: 1998-2019**, 978-9887972624, Victionary, 2020

Òscar Dalmau, Flora Saura, **Helvètica, Un programa de disseny. Logotips i identitat**, Tve en Cataluña, 2015

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Fundamentos de tipografía/P06G450V01204

Laboratorio integrado: procedimientos II/P06G450V01205

Teoría, crítica e historia del diseño II/P06G450V01202

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Fundamentos del diseño I/P06G450V01104

Fundamentos del diseño II/P06G450V01108

Teoría, crítica e historia del diseño I/P06G450V01101