



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño de identidades

Materia	Diseño de identidades			
Código	P06G450V01210			
Titulación	Grao en Deseño			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	2	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Dopico Castro, Marcos			
Profesorado	Dopico Castro, Marcos			
Correo-e	mdopico@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Aproximación ao deseño de identidades e creación de marca. Conceptos chave no deseño de identidades: Entorno gráfico, Marca gráfica, Símbolos identificadores básicos, Arquitectura gráfica. Aproximación á semiótica e construción de significado con signos. Programa gráfico. Sistemas de identidade. Tipografía para o deseño de identidades.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código				
A2	Saber aplicar os coñecementos a un traballo ou vocación dunha forma profesional e posuír as competencias que adoitan demostrarse mediante a elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.			
B1	Saber analizar e sintetizar			
B2	Ser capaz de organizar e planificar			
C6	Coñecer os fundamentos e os principios que rexen o uso da tipografía, así como os criterios tecnolóxicos e conceptuais que rexen o seu deseño e a súa utilización. Coñecemento da historia da tipografía e do papel que xogou na evolución do deseño gráfico e editorial ao longo das épocas.			
C8	Coñecer os valores simbólicos e os procesos necesarios no deseño de produtos, na comunicación visual, nos sistemas e nos servizos de deseño.			
D4	Ter a capacidade de xerar novas ideas innovadoras no ámbito da creatividade e do deseño.			

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Enumerar os signos identificadores básicos dunha identidade e definir as súas funcións e características básicas.	A1	B1	C8	
	A2	B1		
	A4	B2		
Reunir, analizar e sintetizar a información pertinente sobre os condicionantes previos dun proxecto de deseño de identidade visual. Desenvolver unha proposta de briefing.	A1	B1	C8	D4
	A4	B1		
		B2		
		B2		
Construír novos signos que, a través da semiótica, aporten significados a un proxecto de identidade.	A1	B1	C4	D4
	A2	B1	C6	
	A3	B2	C8	
	A5	B7	C9	
		B9		
		B10		

Analizar e seleccionar, en base a condicionantes funcionais e estéticos, familias tipográficas para un deseño de identidades.	A1	B1	C4		
	A3	B1	C6		
	A5	B2	C6		
		B2	C9		
		B7			
		B9			
		B10			
	Planificar as diferentes fases na elaboración dun proxecto de deseño de identidades. Formular diferentes solucións conceptuais e elaborar unha proposta que integre o resultado dunha síntese formal en diferentes soportes analóxicos e dixitais.	A1	B2	C6	D1
		A2	B3		D4
					D4

Contidos

Tema	
Bloque 1: Elementos básicos e orixe das identidades visuais	<p>Terminoloxía básica: Signos, símbolos e marcas.</p> <p>Orixes e referencias históricas.</p> <p>Heráldica e a súa influencia na construcións de símbolos identitarios.</p> <p>Monogramas, marcas de canteiros, marcas de identidades persoais dos oficios e actividades comerciais.</p> <p>Marcas e inicios da industrialización</p>
Bloque 2: Desenvolvemento de identidades. Revisión de elementos básicos da identidade	<p>Identidade corporativa, marca e branding.</p> <p>Procesos de creación dunha marca.</p> <p>Elementos básicos de identidade. Nome, logotipo, imaxotipo.</p> <p>Identificadores simbólicos e nominais.</p> <p>Ferramentas conceptuais para a construción de marcas e tipoloxías gráficas.</p>
Bloque 3: Identidades corporativas contemporáneas	<p>Identidade como sistema gráfico.</p> <p>Retículas e identidade visual.</p> <p>Novos elementos da identidade; novos tratamentos da cor, iconografía, ilustración, sound branding, motion graphics, gráfica ambiental, estilo de imaxe.</p> <p>Identidades e sistemas gráficos flexibles e responsivos.</p>
Bloque 4: Tipografía e identidade corporativa	<p>Programa tipográfico de marca.</p> <p>Tipografía como sistema.</p> <p>Tipografía como xeradora de identidade.</p> <p>Aspectos técnicos da xestión da tipografía de marca.</p>
Bloque 5: Análise de casos de estudio	<p>Inicios da identidade corporativa: Vangarda histórica e Bauhaus</p> <p>Proxecto moderno e Estilo Suízo Internacional.</p> <p>Modernidad en España e Galicia. Cruz Novillo e Laboratorio de Formas</p> <p>Tardomodernismo: Unimark/Massimo Vignelli/ Bob Noorda. Total Design / Wim Crouwel. Otl Aicher.</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 na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
---------------	--------------------	--------------

Lección maxistral	10	30	40
Estudo de casos	5	20	25
Resolución de problemas de forma autónoma	25	55	80
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	0	1
Proxecto	2	0	2
Presentación	2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre os diferentes aspectos da identidade corporativa ao longo da historia, bases teóricas e evolución nas diferentes décadas, aspectos técnicos e novas tendencias contemporáneas. Explicación das directrices para a elaboración por parte do alumnado dos diferentes traballos e proxectos ao longo do curso.
Estudo de casos	Análise de casos de estudio relevantes de identidades corporativas dentro da historia do deseño, coa finalidade de coñecer, interpretar e reflexionar sobre diferentes solucións de deseño aplicadas en proxectos reais e que sirvan como bases teóricas e conceptuais nos proxectos propios.
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados co deseño de identidades corporativas. O alumno/a debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas de forma autónoma	O alumnado deberá resolver de xeito autónomo unha serie de exercicios propostos, sendo supervisados polo profesor atendendo ás características específicas de cada exercicio plantexado.
Probas	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumnado deberá resolver unha serie de exercicios propostos, sendo supervisados polo profesor atendendo ás características específicas de cada exercicio plantexado.
Proxecto	A realización dun proxecto final será supervisado polo profesor atendendo ao adestramento na organización da información, comunicación e resolucións formais e conceptuais do mesmo. O alumnado enfrontará as actividades necesarias e a resolución de problemas nun proxecto final da materia guiado polo profesor.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumnado deberá resolver diferentes exercicios plantexados ao longo do curso relacionados cos bloques temáticos.	40	A2	B1	D4	
Proxecto	O alumnado deberá realizar un proxecto final que aborde todos os aspectos da materia.	40	A2	B1 B2	C6 C8	D4
Presentación	O alumnado realizará unha presentación do seu proxecto final apoiado en medios audiovisuais.	20		B2		

Outros comentarios sobre a Avaliación

Convocatoria ordinaria

A avaliación realizarase de forma continua ao longo do cuadrimestre.

A asistencia ás clases será obrigatoria no modelo de avaliación continua, así como a entrega de todos e cada un dos traballos propostos. Realizarase por parte do profesorado o seguimento da asistencia ás clases e a participación activa nas mesmas.

A avaliación continua realizarase en base ás metodoloxías/probas indicadas e o seu porcentaxe de cualificación:

Plantexaranse a resolución de problemas e/ou exercicios a desenvolver tanto no aula como a través do traballo autónomo do/a estudante, e a súa cualificación suporá un 40% da nota final.

Como último traballo, plantexarase un proxecto final que implique a demostración da adquisición de todos os coñecementos da asignatura de forma progresiva e que suporá un 40% da nota final.

Tamén se realizará unha exposición por parte do/a estudante ante o/a docente e o resto do grupo de estudantes dos resultados do proxecto, o que suporá o restante 20% da nota final da asignatura.

Avaliación global

Para aqueles alumnos/as que se lles conceda a opción de avaliación global, a proba de avaliación consistirá na entrega de todos os problemas e/ou exercicios do cuatrimetre, así como a entrega do proxecto final e a realización dunha presentación o día da proba.

As ponderacións das cualificacións serán as mesmas que na avaliación continua.

- Resolución de problemas e/ou exercicios 40%
- Proxecto 40%
- Presentación 20%

Convocatoria extraordinaria de xullo

No caso de non superar a materia na convocatoria ordinaria, o/a estudante deberá presentarse á convocatoria extraordinaria de xullo, que consistirá na elaboración previa de todos os problemas e/ou exercicios do cuadrimestre, así como na entrega do proxecto final e a súa presentación.

As ponderacións das cualificacións serán as mesmas que na avaliación continua.

- Resolución de problemas e/ou exercicios 40%
- Proxecto 40%
- Presentación 20%

Pódense consultar as datas de avaliación na páxina web da

titulación: <https://deseño.uvigo.gal/horarios-calendarios-avaliacions-gd-gal/>

Bibliografía. Fontes 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

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Fundamentos de tipografía/P06G450V01204

Laboratorio integrado: procedementos II/P06G450V01205

Teoría, crítica e historia do deseño II/P06G450V01202

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Fundamentos do deseño I/P06G450V01104

Fundamentos do deseño II/P06G450V01108

Teoría, crítica e historia do deseño I/P06G450V01101
