

GUIA DOCENT DE CENTRES ISEACV
 GUÍA DOCENTE DE CENTROS ISEACV

Curs / Curso

2023-2024

1 Dades d'identificació de l'assignatura <i>Datos de identificación de la asignatura</i>						
Nom de l'assignatura <i>Nombre de la asignatura</i>		Proyectos II				
Crèdits ECTS <i>Créditos ECTS</i>		16	Curs <i>Curso</i>	3º	Semestre <i>Semestre</i>	Anual
Tipus de formació <i>Tipo de formación</i> bàsica, específica, optativa <i>básica, específica, optativa</i>		Básica A	Idioma/es en que s'imparteix l'assignatura <i>Idioma/s en que se imparte la asignatura</i>		Castellano/ valencià	
Matèria <i>Materia</i>		Proyectos				
Títol Superior Título Superior		Grau en Ensenyaments Artístics Superiors de Disseny Gràfic				
Especialitat <i>Especialidad</i>		Disseny Gràfic				
Centre <i>Centro</i>		Escola d'Art i Superior de Disseny d'Alcoi				
Departament <i>Departamento</i>		Proyectos				
Professorat <i>Profesorado</i>		Antonio Fernández Monllor / Bea Galiana Cardona				
e-mail <i>e-mail</i>		fernandez@easdalcoi.es / galianab@easdalcoi.es a.fernandezmonllor@edu.gva.es / b.galianacardona@edu.gva.es				

1.1 Objectius generals i contribució de l'assignatura al perfil professional de la titulació <i>Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación</i>	
<p>Esta asignatura está planteada para desarrollar el aprendizaje, eminentemente práctico, en la resolución de proyectos en los distintos campos de la especialidad del diseño gráfico, en un nivel de complejidad alto. Enfocar al estudiantado a aprender el desarrollo y solución de estos, proporcionando al alumnado los conocimientos y capacidades metodológicas, desde una línea de trabajo para conocer, investigar e innovar, y a utilizar estrategias creativas profesionales, incidiendo particularmente en el mundo del <i>branding</i> y el <i>packaging</i>.</p> <p>Reforzar los conocimientos teóricos y adquirir las capacidades resolutorias en proyectos de diseño gráfico e interdisciplinarios, también a potenciar criterios conceptuales, comunicacionales, de decisión, de calidad y de sostenibilidad. Vincular y coordinar con las demás materias teóricas y técnicas se hace imprescindible.</p>	

1.2 Coneixements previs

Conocimientos previos

Imprescindible haber aprobado la asignatura Proyectos Básicos de 1^{er} curso para poder superar esta asignatura (iteración). Se aconseja encarecidamente haber superado previamente las asignaturas Proyectos de diseño gráfico I, Sistemas de representación, Dibujo y técnicas gráficas I y II, Lenguaje y técnicas digitales I, y Fundamentos históricos del diseño. También resultaría positivo haber cursado Tipografía I y Sistemas de Representación.

Son imprescindibles ciertas destrezas dibujísticas básicas, así como conocimientos de la física y psicología del color.

La maquetación tipográfica y por supuesto el dominio instrumental de programas informáticos propios del diseño gráfico, como Adobe Illustrator, InDesign y Photoshop, como herramientas prácticamente indispensables en la producción gráfica actual.

2 Competències de l'assignatura

Competencias de la asignatura

Competencias generales.

CG1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos. El grado de contribución de la asignatura al desarrollo de esta competencia es muy alto.

CG11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el dialogo. El grado de contribución de la asignatura es alto.

CG20 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 de diseño. El grado de contribución de la asignatura es alto.

Competencias transversales.

CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora. Grado de contribución de la asignatura: alto.

CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza. Grado de contribución de la asignatura: alto.

CT13 Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional. Grado de contribución de la asignatura: alto.

Competencias específicas.

CE1 Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos. Grado de contribución de la asignatura: alto.

CE2 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual. Grado de contribución de la asignatura: alto.

CE4 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos. Grado de contribución de la asignatura: alto.

CE8 Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto. Grado de contribución de la asignatura: medio-alto.

3 Resultats d'aprenentatge <i>Resultados de aprendizaje</i>	
RESULTATS D'APRENENTATGE <i>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</i>	COMPETÈNCIES RELACIONADES <i>COMPETENCIAS RELACIONADAS</i>
<p>RA1. Al finalitzar esta assignatura el estudiant analitzarà, plantejarà, planificarà, desenvoluparà, resoldrà, i presentarà les solucions a los problemes de disseny gràfic plantejats al voltant del món de la marca, la identitat visual corporativa, marcant les pautes i normes gràfiques d'utilització, plasmandes-les en un manual d'identitat o de normes gràfiques.</p>	<p>CT1, CG1, CG19, CT2</p>
<p>RA2. Construirà una submarca monolítica i també respaldada partint d'una marca matriu, la dotarà d'aspectes narratius específics, i mantindrà el corporativisme.</p>	<p>CT3, CE2, CE8, CE3, CE9</p>
<p>RA3. Mantindrà una relació de treball amb clients reals. Definirà un <i>briefing</i> i <i>contrabriefing</i> en un encàrrec de disseny gràfic, atenció a les característiques conceptuals, formals, funcionals, tècniques i econòmiques demandades pel client.</p>	<p>CG2, CG3, CG19, CT2</p>
<p>RA4. Dominarà el tractament gràfic de la informació. Emprarà les possibilitats semàntiques dels signes, símbols i la tipografia a través de les seues relacions estructurals i compostives amb el missatge que se pretén transmetre. Interrelacionarà amb un criteri funcional i estètic els diferents elements gràfics que intervien en un cartell: la imatge, la tipografia, i demés elements gràfics.</p>	<p>CT3, CE7, CE9, CE3</p>
<p>RA5. Entendrà la dinàmica de la gràfica aplicada a volumens i formes tridimensionals. Conèixerà els factors que condicionen la producció i selecció d'un envàs per a un producte determinat, així com les seues possibilitats i materials. Aplicarà els fonaments del disseny gràfic i del <i>marketing</i> a aquests elements de diferents formes i materials. Aprenderà a crear envàs més eficients i sostenibles que promuevan el bon disseny i la òptima utilització dels materials.</p>	<p>CT2, CG3, CG2, CE3, CE4</p>
<p>RA6. Conèixerà la metodologia per desenvolupar processos d'innovació en el món de la marca i el seu context. Descobrirà què són les necessitats estratègiques de les marques i aplicarà les solucions que aporta el <i>branding</i> en àmbits, contextos i circuits alternatius i innovadors.</p>	<p>CT3, CE7, CE9, CT2, CG8</p>
<p>RA7. Aprenderà a usar noves visions, conceptes i eines expressives així com canals i mitjans que li permetran desenvolupar altres percepcions i desenvolupos inusuals més experimentals en el món del disseny gràfic.</p>	<p>CG2, CE3, CE4</p>
<p>RA8. Sabrà presentar i defensar els seus projectes davant el client, argumentant conceptualment la seua proposta usant mitjans de comunicació visual i usant terminologia professional.</p>	<p>CT3, CE7, CE9</p>

4 Continguts de l'assignatura i organització temporal de l'aprenentatge <i>Contenidos de la asignatura y organización temporal del aprendizaje</i>	
Descripció per blocs de contingut, unitats didàctiques, temes... <i>Descripción por bloques de contenido, unidades didácticas, temas...</i>	Planificació temporal <i>Planificación temporal</i>
<p>UD1 Animalcoi. Diseño del cartel anunciador de la cuarta edición del festival de animación Animalcoi. Concurso cerrado, restringido al grupo de 3º de grado de Diseño Gráfico. Realización de dos piezas promocionales complementarias (banners animados para la web).</p>	22 de septiembre – 13 de octubre
<p>UD2 <i>Branding</i> e Identidad corporativa. Introducción al mundo de la marca moderna. Proyecto sobre su arquitectura, su identidad visual y corporativa. El logotipo, isotipo, imagotipo, isologo. Concepto, función y construcción de estos. Retícula estructural y compositiva, el color y sus usos. Los 5 elementos principales de una identidad: logotipo, isotipo, tipografías corporativas, colores corporativos, patrones y quinto elemento de identidad. El manual de uso o de normas gráficas de una marca. Sus aplicaciones y test de comportamiento. El <i>mock-up</i>. La submarca. Tipos y su construcción gráfica. El rediseño y/o actualización de una marca. El <i>Naming</i>.</p>	18 de octubre – 15 de noviembre
<p>UD3 Laboratorio de la marca. Proyecto experimental, de investigación sobre las posibilidades de nuevos desarrollos, usos e innovación en el mundo del <i>branding</i> y la identidad corporativa.</p>	17 de noviembre – 20 de diciembre
<p>UD4 Diseño del cartel alternativo para las fiestas de Moros y Cristianos de Alcoy 2024. Concurso cerrado, restringido al grupo de 3º de grado de Diseño Gráfico. Experimentación con lenguajes gráficos, técnicas y soportes.</p>	8 de enero – 29 de enero
<p>UD5 Proyecto Interdisciplinar Centre Interpretació de Xàbia. Del 1 al 9 de febrero el alumnado de la asignatura Proyectos II trabajará de forma conjunta con el de otras especialidades. Una vez planteada la identidad de la institución objeto de estudio, el alumnado de Gráfico regresará al aula para desarrollar el manual de marca de dicha institución.</p>	1 de febrero – 26 de febrero
<p>UD6 Análisis gráfico y estructural de envases. Investigación sobre el cartón como material. Rediseño de <i>packaging</i> actuales con deficiencias gráficas.</p>	29 de febrero – 10 de abril
<p>UD7 <i>Packaging</i>. Envase y embalaje. Proyecto de desarrollo de <i>packaging</i> integral, trabajando tanto el diseño gráfico como el estructural del envase, desde un punto de vista formal y de comunicación de los atributos de un producto. Materiales. Diseño con conciencia social y responsabilidad medioambiental. Creación y desarrollo de la imagen de un producto desde el punto de vista de la estrategia y el <i>branding</i>. Planteamiento, análisis, diseño y ejecución de un proyecto de <i>packaging</i>, profundizando en el ecodiseño para crear envases más eficientes y sostenibles que promuevan el buen diseño y la óptima utilización de los materiales.</p>	12 de abril - 20 de mayo

5 Activitats formatives <i>Actividades formativas</i>			
5.1 Activitats de treball presencials <i>Actividades de trabajo presenciales</i>			
ACTIVITATS ACTIVIDADES	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge <i>Metodología de enseñanza-aprendizaje</i>	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge <i>Relación con los Resultados de Aprendizaje</i>	Volum treball (en nº hores o ECTS) <i>Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)</i>
Classe presencial <i>Clase presencial</i>	<p>Introducción teórica sobre el mundo de la marca, su arquitectura, sus elementos, sus funciones, sus variantes. Con ejemplos prácticos.</p> <p>El <i>namimg</i>, principios básicos.</p> <p>Explicación del manual de identidad o de usos de una marca, su función, su estructura, sus apartados, aplicaciones, ejemplos. etc.</p> <p>Explicaciones, también con ejemplos del concepto del rediseño y/o actualización de una marca.</p> <p>Introducción a base de explicaciones e información del mundo de <i>packaging</i>. El envase y embalaje. Análisis y muestra de materiales para <i>packaging</i>.</p> <p>Explicación y exposición sobre procesos metodológicos para desarrollar la creatividad y experimentación conceptual.</p> <p>Todo ello con coloquios participativos en el aula y preguntas periódicas.</p>	RA1 RA2 RA4 RA5	19 h
Classes pràctiques <i>Clases prácticas</i>	<p>Propuesta y realización de diversos proyectos reales y ficticios sobre el diseño de marcas, rediseño de estas y realización de manuales de identidad corporativa. Con visitas al cliente y desarrollo de <i>contrabriefing</i>, documentación e información supervisada.</p> <p>Propuesta y realización de diversos proyectos sobre <i>packaging</i> con seguimiento periódico del proceso metodológico.</p> <p>Propuesta y realización de proyecto experimental: «Laboratorio de la marca» sobre nuevos valores, desarrollos, funciones y circuitos de la marca moderna.</p>	RA1 RA2 RA3 RA8 RA4 RA5 RA6 RA7	224 h

Exposició treball en grup <i>Exposición trabajo en grupo</i>	Presentación y exposición de cada uno de los proyectos por parte del alumnado al resto del grupo, con <i>feedback</i> de los profesores.		56 h
Tutoria <i>Tutoría</i>	Se realizan tutorías periódicas individualizadas con controles de objetivos y condicionantes durante el desarrollo de las fases de documentación e ideación del proyecto en cuestión.		
Avaluació <i>Evaluación</i>	Se evalúan los proyectos valorando la presentación de una memoria analítica, (análisis del contexto, <i>briefing</i> , documentación, pautas y objetivos). Otra memoria metodológica (el proceso de ideación y evolución de la fase de bocetado, argumentada) y la memoria justificativa (control de resultados, objetivos, experiencias, y valoración personal). El corpus del diseño en sí (el diseño final). Y también se evalúa la presentación, maquetas, prototipos, impresiones, proyecciones y exposición y defensa oral del trabajo.	RA8	21 h
SUBTOTAL			320 h
5.1 Activitats de treball autònom <i>Actividades de trabajo autónomo</i>			
ACTIVITATS <i>ACTIVIDADES</i>	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge <i>Metodología de enseñanza-aprendizaje</i>	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge <i>Relación con los Resultados de Aprendizaje</i>	Volum treball (en nº hores o ECTS) <i>Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)</i>
Treball autònom <i>Trabajo autónomo</i>	Busqueda de información y documentación, lecturas para dominar el contexto, realización de listados y mapas conceptuales, búsqueda de soluciones para los problemas planteados. Redacción y maquetación de las memorias, analíticas, metodológicas y justificativas.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6	70 h
Estudi pràctic <i>Estudio práctico</i>			
Activitats complementàries <i>Actividades complementarias</i>	Asistencia a conferencias y charlas de diseñadores/as profesionales nacionales e internacionales. Asistencia activa a talleres y <i>workshops</i> impartidos por diseñadores/as profesionales.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6 RA7 RA8	10 h
SUBTOTAL			80 h
TOTAL			400 h

6 Sistema d'avaluació i qualificació <i>Sistema de evaluación y calificación</i>		
6.1 Instruments d'avaluació <i>Instrumentos de evaluación</i>		
INSTRUMENT D'AVALUACIÓ <i>INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN</i>	Resultats d'Aprenentatge avaluats <i>Resultats d'Aprenentatge avaluats</i>	Percentatge atorgat (%) <i>Porcentaje otorgado (%)</i>
Gestió, desenvolupament, solució gràfica, memòria escrita del procés i exposició i defensa oral dels projectes que segueixen a continuació. En cada cas es pondran en coneixement del alumnat criteris d'avaluació i percentatges de cada apartat a priori, atenint a la rúbrica de cada projecte concret.	Todos los anteriormente mencionados	14 ,3%
UD1 Animalcoi. Disseny del cartell anunciador de la quarta edició del festival d'animació Animalcoi i creació de dos banners animats. Concurs tancat per al grup.		14 ,3%
UD2 <i>Branding</i> e Identitat corporativa. Introducció al món de la marca moderna. Projecte sobre la seva arquitectura, la seva identitat visual i corporativa. Redisseny i/o actualització d'una marca. El <i>Naming</i> .		14 ,3%
UD3 Laboratori de la marca. Projecte experimental, d'investigació sobre les possibilitats de nous desenvolupaments, usos i innovació en el món del <i>branding</i> i la identitat corporativa.		14 ,3%
UD4 Disseny del cartell alternatiu per a les festes de Moros i Cristians d'Alcoi 2024. Concurs tancat per al grup.		14 ,3%
UD5 Projecte Interdisciplinari Centre Interpretatiu de Xàbia. Disseny de marca i manual d'identitat visual.		14 ,3%
UD6 Anàlisi gràfic i estructural d'envasos. Investigació sobre el cartó com a material. Redisseny de <i>packaging</i> actuals amb deficiències gràfiques.		14 ,3%
UD7 <i>Packaging</i> . Envase i embalatge. Projecte de desenvolupament de <i>packaging</i> integral, treballant tant el disseny gràfic com el estructural de l'envase, des d'un punt de vista formal i de comunicació dels atributs d'un producte.		14 ,3%

6.2 Criteris d'avaluació i dates d'entrega

Criterios de evaluación y fechas de entrega

La calificación o nota de cada proyecto será la media ponderada de las partes de este:
10% de la nota corresponderá a la presentación oral del proyecto.
30 % de la nota corresponderá a la memoria del proyecto.
60 % de la nota corresponderá al proceso proyectual y resultado final.
Estos porcentajes podrán variar según la naturaleza del proyecto.

La no asistencia o no presentación de los proyectos en las fechas previstas, tendrá la calificación de NO PRESENTADO, y por consiguiente le correrá convocatoria al estudiante. Para superar la asignatura, el alumnado deberá obtener una calificación mínima de 5 en todos y cada uno de los proyectos realizados, sin excepción. Esta premisa se aplica igualmente al alumnado que cursa un semestre en el extranjero mediante el programa de intercambio Erasmus. Independientemente de la nota obtenida en la universidad de destino, el alumnado debe haber superado todos y cada uno de los proyectos desarrollados en la asignatura Proyectos II durante el semestre cursado en la EASD Alcoi, para poder optar a la media aritmética entre las calificaciones de los dos semestres.

Tal y como establece el artículo 81 del Decreto 117/2022, de 5 de agosto, del Consell (ROF), la condición de «no presentado» consume convocatoria. La directora o el director del centro podrá autorizar, a petición del estudiante, con carácter excepcional y por causas objetivas debidamente justificadas, como por ejemplo enfermedad grave o cualquier otra causa de fuerza mayor, la renuncia a una convocatoria por curso académico y por asignatura.

Conforme a dicho artículo 81 del Decreto 117/2022, de 5 de agosto, del Consell (ROF), la matrícula en cualquier asignatura está limitada a cuatro convocatorias. Cada matrícula comporta dos convocatorias de evaluación, primera y segunda, excepto para los casos en los que ya se hayan consumido previamente tres convocatorias, en cuyo caso tendrán derecho únicamente a la primera convocatoria.

Para el alumnado matriculado desde el Curso 2022-23 la permanencia en una misma titulación está limitada a seis años para la matrícula completa, y a ocho para la matrícula parcial.

La asistencia a clase es obligatoria. Los estudiantes que superen el 20% de faltas de asistencia perderán el derecho a la evaluación continua, siendo evaluados en la convocatoria ordinaria de junio.

Los resultados obtenidos por el alumnado en la asignatura se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal:

- 0-4,9: Suspenso (SS).
- 5,0-6,9: Aprobado (AP).
- 7,0-8,9: Notable (NT).
- 9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de Matrícula de Honor (MH) podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

CE1 y CE2. El estudiante tiene que haber analizado, planteado, planificado, desarrollado, resuelto, y presentado las soluciones a los problemas de diseño gráfico planteados alrededor del mundo del rediseño de marca, de submarca respaldada y su identidad corporativa, marcando las pautas y normas gráficas de utilización; plasmándolas en un manual de identidad o de normas gráficas. Exponer y defender oralmente su propuesta.

CE3. El estudiante deberá haber mantenido una relación de trabajo con clientes reales. Definido un *briefing* y *contrabriefing* en un encargo de diseño gráfico, atendiendo a las características conceptuales, formales, funcionales, técnicas, y económicas demandadas por el cliente y supervisadas por el profesor. Exponer y defender oralmente su propuesta ante el cliente.

CE4. Dominará el tratamiento gráfico de la información. Empleando las posibilidades semánticas de los signos, símbolos y la tipografía a través de sus relaciones estructurales y compositivas con el mensaje que se pretende transmitir. Interrelacionará con un criterio funcional y estético los diferentes elementos gráficos que intervienen en un cartel: la imagen, la tipografía, y demás elementos gráficos. Exponer y defender oralmente su trabajo.

CE5. Tiene que haber entendido la dinámica de la gráfica aplicada a volúmenes y formas tridimensionales. Conocer los factores que condicionan la producción y selección de un envase para un producto determinado, así como sus posibilidades y materiales. Haber aplicado fundamentos del diseño gráfico y del *marketing* a estos elementos de diferentes formas y materiales. Haber aprendido a crear envases más eficientes y sostenibles que promuevan el buen diseño y la óptima utilización de los materiales. Exponer y defender oralmente su trabajo.

CE6. Debe dominar la metodología para desarrollar procesos de innovación en el mundo de la marca y su contexto. Haber descubierto cuáles son las necesidades estratégicas de las marcas y aplicará las soluciones que aporta el *branding* en ámbitos, contextos y circuitos alternativos e innovadores. Exponer y defender oralmente su proyecto.

CE7. Debe haber aprendido a usar nuevas visiones, conceptos y herramientas expresivas así como canales y medios que le permitan desarrollar otras percepciones y desarrollos inusuales más experimentales en el mundo del diseño gráfico. Exponiendo y defendiendo oralmente su propuesta.

6.3 **Sistemes de recuperació** *Sistemas de recuperación*

Per a l'alumnat que ha suspès o no ha seguit el desenvolupament normal de les classes – criteris i dates d'entrega)
Para el alumnado que ha suspendido o no ha seguido el desarrollo normal de las clases – criterios y fechas de entrega)

Todos los proyectos deben ser presentados con puntualidad. Los proyectos no presentados en fecha se evaluarán directamente en la evaluación ordinaria de junio. Aquellos proyectos que no hayan obtenido una calificación igual o mayor a 5 en la convocatoria de junio, podrán ser recuperados en la convocatoria de julio (fechas aún por determinar).

Si el alumnado ha superado las faltas de asistencia sin justificar en un 20% del total, perderá su derecho a la evaluación continua y pasará a la evaluación ordinaria, evaluado según la ponderación para la evaluación de alumnado con pérdida de evaluación continua. En este escenario los profesores de la asignatura se reservan el derecho de realizar una prueba teórica-práctica al alumnado que perdió el derecho a evaluación continua.

6.4 **Anex** *Anexo*

Nos encontramos en un escenario muy distinto al del cursos anteriores en cuanto a la emergencia sanitaria se refiere; podríamos decir que la Covid-19 se ha *gripalizado*. En cualquier caso, aquellos/as estudiantes que presenten síntomas compatibles con la Covid-19 deben acudir al centro cubriendo su rostro con la mascarilla FFP2 reglamentaria, con el fin de evitar exponer al resto de estudiantes y/o docentes a posibles contagios.

Protección de datos personales

Las grabaciones de imagen, sonido y texto son sensibles de constituir un tratamiento de datos personales e incluyen contenidos protegidos por la propiedad intelectual. Las grabaciones únicamente pueden ser utilizadas en el entorno de la asignatura. Profesorado y alumnado deben ser informados sobre el tratamiento de datos que se realiza. Queda totalmente prohibido por ley que un alumno o alumna grabe la clase o a los profesores por sus medios.

Respecto a la difusión/publicación de posibles clases grabadas por parte de las docentes, la descarga, difusión, distribución o divulgación de la grabación de estas y especialmente su compartición en redes sociales o servicios dedicados a compartir apuntes, atenta contra el derecho fundamental a la protección de datos, el derecho a la propia imagen y los derechos de propiedad intelectual. Tales usos se consideran prohibidos y podrían generar responsabilidad disciplinaria, administrativa y civil a la persona infractora. El profesorado puede reutilizar el material generado para otros fines académicos, únicamente cuando aparezca su imagen y su voz, no la de estudiantes o terceras personas.

7 Bibliografia

Bibliografía

Bibliografía básica

- Larrea, Quim. (2005). *Marcas & Trademarks*. Gustavo Gili.
- Munari, Bruno. (1985). *Diseño y comunicación visual*. Gustavo Gili.
- Roberts, Kevin. (2004). *Lovemarks*. Saatchi & Saatchi.
- Fiell, Charlotte & Peter. (2005). *Graphic Design Now*. Taschen.
- Denison, Edward. (2007). *Prototipos de Packaging*. Gustavo Gili.
- Fawcett, Roger. (2008). *Experimental formats 2*. Roto Vision Book.
- Contreras, Fernando y San Nicolas Romera, César. (2001). *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Blur.
- Varios autores. (2010). *Tipo elige tipo*. Tipo e.
- O'Donnell, Timothy. (2009). *Sketch Book*. Beverly Rockport.
- Glaser, Milton. (2008). *Diseñador/Ciudadano*. Gustavo Gili.
- Schwitters, Kurt. (2014). *Vanguardia y publicidad*. Editorial de Arte y Ciencia.
- Jardí, Enric. (2007). *Veintidós consejos sobre tipografía*. Actar.
- Frascara, Jorge. (2006). *El diseño de comunicación*. Infinito.
- Ordoñez, Hernán. (2010). *Typex*. Index Book.
- Blasco, Laia. (2011). *Sobre impresión de la pantalla al papel y viceversa*. Index Book.
- Pathak, Hareesh. (1999). *Structural package designs*. The Peppin Press.
- Wong, Wucius. (1988). *Principios del diseño en color*. Gustavo Gili.
- Pelta, Raquel. (2010). *Diseñar hoy*. Madrid, Paidós.
- Satué, Enric. (1992). *El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*. Alianza.
- Blackwell, Lewis. (1992). *La tipografía del s. XX*. Gustavo Gili.
- Meggs, Philip. (1998). *Historia del diseño Gráfico*. Trillas/Mc Kelvey.
- Frutiger, Adrian. (1981). *Signos, símbolos, marcas, señales*. Gustavo Gili.
- Haslam, Andrew. (2011). *Lettering. Manual de producción y diseño*. Gustavo Gili.
- Luidl, Philipp. (2010). *Tipografía básica*. Campgràfic.
- Lupton, Ellen & Cole Phillips, Jennifer. (2009). *Diseño Gráfico. Nuevos fundamentos*. Gustavo Gili.
- Martínez, Chus. (2014). *Manual de recursos tipográficos. Una guía para experimentar con tipografía*. Campgràfic.
- Pohlen, Joep. (2011). *Fuente de letras. Anatomía de los tipos*. Taschen.
- Swan, Alan. (1992). *Bases del diseño gráfico*. Blume.

Revistas

Gràffica
Kinfolk
Wall Paper
Eye
+Design
Communication Arts
Experimenta
Visual
Iconographic

Bibliografia complementaria

Bann, David. (2008). *Actualidad en la producción de las Artes Gráficas*. Blume.

Marín, Raquel. (2013). *Ortotipografía para diseñadores*. Gustavo Gili.

Gatter, Mark. (2005). *Listo para imprenta*. Index Book.

Bantjes, Marian. (2011). *I wonder*. Index Book.

Hughes, Rian. (2010). *Custom Lettering of the 60s & 70s*. Ed. Fiell publishing.

Mediavilla, Claude. (2005). *Caligrafía*. Campgràfic.

Navarro, Dani & Trochut, Alex. (2011). *More is more*. Barcelona, Index Book.

Stawinski, Gregor. (2009). *Retrofonts*. Barcelona, Index Book.

webgrafía

brandemia.org

aiga.org

pentagram.com

thedieline.com

anagrama.com

Nota: esta guía docente es un elemento dinámico y flexible, y como tal podrá variar atendiendo a las necesidades del alumnado o del centro.