Facultad de Bellas Artes

Grado en Diseño

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Identidad Corporativa
(2020 - 2021)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Identidad Corporativa	Código: 199473102

- Centro: **Facultad de Bellas Artes**
- Lugar de impartición: **Facultad de Bellas Artes**
- Titulación: **Grado en Diseño**
- Plan de Estudios: **G047 (Publicado en 2012-04-13)**
- Rama de conocimiento: **Artes y Humanidades**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:
  Bellas Artes
- Área/s de conocimiento:
  Dibujo
- Curso: **3**
- Carácter: **Obligatoria**
- Duración: **Primer cuatrimestre**
- Créditos ECTS: **6,0**
- Modalidad de impartición: **Presencial**
- Horario: **Enlace al horario**
- Dirección web de la asignatura: **http://www.campusvirtual.ull.es**
- Idioma: **Castellano**

2. Requisitos para cursar la asignatura

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: **BERNARDO ANTONIO CANDELA SANJUAN**

- Grupo: **CT01, PE101, PE102**

General
- Nombre: **BERNARDO ANTONIO**
- Apellido: **CANDELA SANJUAN**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto
- Teléfono 1: **922319761**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **bcandels@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD84
Todo el cuatrimestre		Viernes	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD84
Observaciones: Para un correcto aprovechamiento de la disponibilidad horaria, es aconsejable confirmar asistencia por correo electrónico a bcandels@ull.es						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Jueves	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD84
Todo el cuatrimestre		Viernes	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD84
Observaciones: Para un correcto aprovechamiento de la disponibilidad horaria, es aconsejable confirmar asistencia por correo electrónico a bcandels@ull.es						

Profesor/a: **FRANCISCO JAVIER TORRES FRANQUIS**

- Grupo: **PE101, PE102**

General
- Nombre: **FRANCISCO JAVIER**
- Apellido: **TORRES FRANQUIS**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto
- Teléfono 1: **922319756**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **fjtorres@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	08:00	08:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32

Todo el cuatrimestre		Martes	13:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:00	08:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Miércoles	13:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Jueves	08:00	08:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Jueves	13:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Viernes	08:00	08:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Viernes	13:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Observaciones:						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Lunes	08:30	10:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:30	10:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Todo el cuatrimestre		Viernes	08:30	10:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD32
Observaciones:						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Procesos Avanzados en Diseño y Comunicación Visual**
Perfil profesional:

5. Competencias

Específicas

E1 - Saber diseñar, es decir, poseer los conocimientos suficientes para analizar datos, sintetizar formas, proponer y defender un concepto de diseño y desarrollarlo hasta que pueda ser llevado a la práctica y fabricarse
E2 - Saber identificar problemas que se pueden resolver mediante el diseño, plantearlos como problemas de diseño, proveerse de los datos pertinentes para desarrollar el proyecto, proponer un concepto de diseño y decidir criterios de formalización, elegir los materiales y procedimientos constructivos adecuados en cada caso, controlar la coherencia en la toma de decisiones y evaluar los resultados obtenidos.
E5 - Conocer los valores simbólicos y los procesos de semiosis para poder diseñar productos, comunicados, sistemas y servicios.
E11 - Conocer los fundamentos de la gestión del diseño (economía, marketing y aspectos legales del diseño) para comprender las implicaciones económicas y financieras de las decisiones creativas tomadas en un proceso de diseño.

Generales

G2 - Capacidad de aprendizaje y responsabilidad: desarrollar el espíritu analítico y crítico para dotarse de capacidad de análisis, de síntesis, de componerse una visión global y de aplicación de los conocimientos a la práctica.
G6 - Capacidad para formular juicios independientes y articular argumentos. Supone estar familiarizado con el trabajo académico, sus modelos de rigor y sus procedimientos habituales; saber documentarse y gestionar la información específica según las materias y las tareas concretas; saber seleccionar y emplear adecuadamente las fuentes de información y su diversidad. Capacidad de analizar e interpretar las fuentes documentales y literarias.
G8 - Capacidad para organizar y planificar tareas a desarrollar personal o colectivamente.

Básicas

B2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean 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.
B3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
B4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

I. ANTECEDENTES Y ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Tema 1. Antecedentes históricos de los conceptos de marca gráfica e identidad
Tema 2. Terminología adecuada a Identidad Visual Corporativa
Tema 3. Los componentes del sistema: el logotipo, el símbolo, los colores y la tipografía corporativa.

Tema 4. Los sistemas de identificación institucional
Tema 5. Los parámetros del rendimiento de los identificadores gráficos institucionales
Tema 6. Estrategias de identidad
Tema 7. Metodología de la programación

II. DESARROLLO DE LA I.V.C.
Tema 8. El acercamiento conceptual
Tema 9. La construcción del signo: logotipo, símbolo, logosímbolo
Tema 10. El manual de identidad visual corporativo.
Tema 11. Los contextos de la identidad: Estudio de casos.
Tema 12. La aplicación de los signos de I.V.C. Estudio de casos.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Consulta de bibliografía, artículos y webs en inglés.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Se aplicará el **Modelo de docencia con presencialidad adaptada** que combina una enseñanza presencial y un aprendizaje con presencialidad limitada. En este sentido, el número de alumnos y alumnas por grupo se podrá desdoblar en dos subgrupos para cumplr con las medidas de distanciamiento físico y de seguridad establecidas por el Ministerio de Sanidad y/o por cualquior otra institución superior sanitaria o educativa competente en la materia. Parte de los contenidos teórico-técnicos de la asignatura se impartirán de manera asíncrona, a través de videotutoriales explicativos desarrollados para cada tema por los propios profesores que imparten la asignatura. Las clases presenciales servirán de espacio para clarificar dudas, además de para tutorizar el desarrollo de los ejercicios teóricos y prácticos.

La asignatura se desarrollara con componentes teóricos y prácticos durante las clases. Aunque en una primera parte de la asignatura se hará un recorrido histórico de esta disciplina, se estudiarán estrategías metodológicas y los fundamentos teóricos-técnicos en torno a los cuales se desarrolla el proceso de creación de los signos de identidad visual corporativa para una entidad.

La parte práctica se centrará en diversos ejercicios de aproximación a la definición y configuración de los signos: el contenido formativo de la asignatura se centrará en la realización de un proyecto práctico de diseño de IVC, donde el alumnado afrontará desde la praxis el proceso completo de crear una marca gráfica: análisis y estudio previo, concepción creativa de varias posibles líneas y la formalización técnica del conjunto de signos que integran la identidad visual corporativa. En este proyecto la construcción de argumentos conceptuales, su presentación y defensa, serán la base del aprendizaje con el cual desarrollar un sentido crítico sobre el trabajo propio y la capacidad de los alumnos y alumnas para proponer distintas soluciones ante encargos con distintas características.

1.DISEÑO DE LOS SIGNOS DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA. Esta primera parte supone todo el proceso de estudio y concepto, hasta culminar con a una propuesta final.
a) Fase de documentación / recogida de información / análisis del sector / características diferenciales / conclusiones y enfoque.
b) Investigación y aproximación al problema. Desarrollo mediante bocetos de distintas posibles soluciones.

c) Elección y configuración técnica de los signos de identidad visual: logotipo, símbolo, colores y tipografías corporativas.

2.NORMATIVIZACIÓN DE LOS SIGNOS. ELABORACIÓN DEL MANUAL DE IVC BÁSICO. APLICACIONES. Esta segunda parte de caracter técnico conlleva la elaboración de un manual que recoge y detalla el proceso constructivo de los diferentes signos visuales corporativos, sus versiones y variantes y se establecen las normas que regularán sus usos y aplicaciones.

Una parte importante del volumen del trabajo previsto se reserva al estudio autónomo del alumno/a para profundizar y afianzar los aspectos tratados en las clases.

Además de la asistencia del profesor, las tutorías y las referencias bibliográficas recomendadas, se pone a disposición del alumnado, a través del aula virtual, un material de apoyo complementario integrado por una selección de artículos y estudios sobre diversos aspectos de la imagen corporativa, así como una selección de ejemplos de identidades gráficas y manuales de instituciones y empresas.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	15,00	0,00	15,0	[E5], [E11], [G2], [G8], [B2], [B3], [B4], [G6], [E2], [E1]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	38,00	0,00	38,0	[E5], [E11], [G2], [G8], [B2], [B3], [B4], [G6], [E2], [E1]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	3,00	0,00	3,0	[E1]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	60,00	60,0	[E5], [E11], [G2], [G8], [B2], [B3], [B4], [G6], [E2], [E1]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	30,00	30,0	[E5], [E2]
Realización de exámenes	2,00	0,00	2,0	[E5], [E11], [G2], [B2], [B3], [E2], [E1]
Exposición, supervisión y seguimiento de trabajos	2,00	0,00	2,0	[E5], [G8], [B2], [B4]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Chaves, N. (1988).
La imagen corporativa: Teoría y metodología de la identificación institucional
(Diseño). Barcelona: Gustavo Gili.

Costa, J. (1987).
Imagen global : Evolución del diseño de identidad
(1a ed., Enciclopedia del diseño). Barcelona: CEAC.

González Solas, J. (2002).
Identidad visual corporativa : La imagen de nuestro tiempo
(Publicidad y relaciones públicas). Madrid: Sintesis.

Llopis Sancho, E. (2016).
Crear la marca global : Modelo práctico de creación e internacionalización de marcas
(2a. ed. rev.. ed.). Madrid: ESIC.

Wheeler, A. (2018).
Diseño de marcas : Una guía esencial para todo equipo de creativos de marcas
(5th ed., Espacio de diseño). Barcelona: Anaya Multimedia.

Bibliografía Complementaria

Costa, J., Dorfles, Gillo, Maurech-Siman, Alain, & Centro de Investigación y Aplicaciones de la Comunicación. (1992).
Identidad corporativa y estrategia de empresa : 25 casos prácticos
(1a. ed.].. ed., Biblioteca CEAC Diseño). Barcelona: CEAC.

Fernández Iñurritegui, L., & Herrera Fernández, Eduardo. (2007).
Análisis de significados, formas y usos de los signos tipo-icono-gráficos de identridad visual corporativa.
Bilbao]: Universidad del País Vasco, Servicio de Publicaciones.

Fishel, C. (2000).
Rediseño de la imagen corporativa.
México, [etc.]: Gustavo Gili.

Hernández Vera, J., Torres Franquis, Francisco Javier, Gil Cabrera, Alejandro, & Calvera, Anna. (2010).
Diseño de identidad para espacios naturales: Parque Rural de Teno
. Santa Cruz de Tenerife: Cabildo Insular.

Olins, W. (2009).
Wally Olins : El libro de las marcas.
Barcelona: Océano.

Otros Recursos

Aula virtual de la asignatura.

Archivo de textos de Norberto Chaves:
https://www.norbertochaves.com/

Blog FOROALFA:
https://foroalfa.org/

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

Se aplicará, por defecto, el sistema de **evaluación continua**, de acuerdo con el artículo 6 del *Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna*. Dadas las características de la asignatura se considera indispensable para un óptimo aprovechamiento y seguimiento de los contenidos por parte del alumnado la puntualidad, la asistencia y la participación activa en clase. Estos procesos se irán guiando durante las clases y las correcciones y presentaciones generales ofrecerán soluciones por y para el alumnado.

El proyecto práctico estará compuesto por una Memoria y un Manual de IVC que se entregarán en formato pdf. En la primera, se dejará constancia del proceso seguido, desde la elección de la marca, el trabajo de investigación del sector, el análisis de la información y las conclusiones extraídas del mismo, pasando por el proceso creativo que se ha seguido y del que derivan las posibles opciones y la elección argumentada de la propuesta definitiva. En el manual básico de IVC se explicará la formalización de los componentes del sistema gráfico de la propuesta final, los correspondientes aspectos técnicos y sus aplicaciones.

Los proyectos deberán ajustarse a las premisas establecidas y deberán reflejar un correcto conocimiento y manejo de los aspectos conceptuales y terminológicos, así como adecuarse a los objetivos estratégicos establecidos. Igualmente, deberán dejar patente el correcto uso de los medios técnicos empleados para su formalización y posible reproducción posterior. En la calificación del proyecto se valorarán los siguientes aspectos:
• La entrega completa del Manual de IVC con todos los apartados solicitados, su claridad, redacción y presentación.
• La correcta explicación de las indicaciones técnicas específicas propias de este tipo de proyectos.
• La correcta formalización de los archivos digitales que deben acompañar al manual para ser llevado a la práctica y utilizarse.
• Las cualidades técnicas, el rendimiento visual y gráfico de los signos diseñados y la adecuación de los mismos a los objetivos propuestos.
• La memoria del proyecto donde se evidenciarán los conocimientos teóricos adquiridos durante la asignatura.
La memoria y el manual serán evaluados por separado, debiendo contar con el aprobado de ambos para superar este ejercicio. La calificación de cada uno de estos apartados supondrán el 45% de la calificación final de la asignatura y el 10% restante vendrá determinado por el grado de asistencia, participación activa en las clases y los foros vistuales, y las actividades.

Se llevarán a cabo presentaciones colectivas donde se realizarán correcciones y se valorarán los conocimientos teóricos y la argumentación. Estas presentaciones servirán para el entrenamiento de la capacidad analítica y crítica de los alumnos, así

como para realizar correcciones en tono general que ayuden a la identificación de errores comunes.

Para aquellos alumnos y alumnas cuya falta de asistencia pueda suponer la pérdida de la **evaluación continua** o bien, no puedan o no deseen acogerse a esta modalidad de evaluación, podrán presentarse a cualquiera de las convocatorias oficiales previstas y realizar una prueba de **evaluación alternativa o única**, cuyo contenido se ajustará a los temas desarrollados durante el cuatrimestre y que se describen en el punto 6 de esta guía. En ese mismo acto deberán hacer entrega de todos los ejercicios exigidos y realizados por el resto del alumnado durante el cuatrimestre (ver punto 6 de esta guía), tanto impresos con en formato pdf; siendo requisito indispensable para considerar su evaluación, que hayan sido realizados a lo largo del cuatrimestre bajo la supervisión y tutorización de los profesores. En este sentido, se estima necesario haber asistido a un mínimo de ocho tutorías (cuatro con cada profesor) distribuidas a lo largo de todo el cuatrimestre. Como en la modalidad de **evaluación continua**, será necesario superar todos los ejercicios prácticos, las memorias y el ejercicio teórico para superar la asignatura.

Cualquier otro aspecto no contemplado en este apartado se regirá por lo establecido en el *Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna*.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Trabajos y proyectos	[B4], [B3], [B2], [G8], [G6], [G2], [E5], [E2], [E1]	Dominio de los conocimientos teóricos y de la terminología específica. Rigor en la argumentación, claridad y comprensión de los conceptos tratados. Soluciones adecuadas a los problemas de identidad visual corporativa planteados, tanto desde la vertiente gráfica, como técnica y comunicativa. Claridad, calidad y eficacia en la materialización de las propuestas.	45,00 %
Informes memorias de prácticas	[B4], [B3], [B2], [G8], [G6], [G2], [E5], [E2], [E1]	Adecuada capacidad de anáisis de los problemas detectados en el trabajo de campo. Claridad y rigor decribiendo el proceso seguido y argumentación en las decisiones de diseño. Estructura y calidad formal de la memoria.	45,00 %
Escalas de actitudes	[B4], [B3], [B2], [G8], [G6], [G2], [E11], [E5], [E2], [E1]	Grado de asistencia, participación activa en las clases y actividades, capacidad de organización.	10,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

El alumnado será capaz de:

1. Conocer y aplicar los conceptos teóricos y prácticos relativos al diseño de los signos de identidad visual corporativa.
2. Diseñar sistemas de signos corporativos en función de los requerimientos estratégicos del cliente.
3. Desarrollar un pensamiento creativo y reflexivo.
4. Diseñar y gestionar profesionalmente el uso de los signos de identidad visual corporativa.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

La asignatura se organiza fundamentalmente en torno a tres tipos de actividades de enseñanza aprendizaje coordinadas a lo largo del cuatrimestre: las clases teóricas y su aplicación práctica en ejercicios complementarios, y el proyecto final.

Primer cuatrimestre					
Semana	**Temas**	**Actividades de enseñanza aprendizaje**	**Horas de trabajo presencial**	**Horas de trabajo autónomo**	**Total**
Semana 1:	Tema 1	Presentación de la asignatura Clases teóricas. Antecentes históricos de la marca hasta la aparición del fenómeno de la imagen corporativa.	4.00	5.00	9.00
Semana 2:	Tema 2 y 3	Clases teóricas. Explicación sobre la cuestión terminológica de la IVC y de los cuatro componentes del sistema universal y sus variantes aplicados a los sistemas de identificación de las corporaciones o instituciones.	4.00	5.00	9.00
Semana 3:	Tema 4 y 5	Clases teóricas. Explicación de Los sistemas de identificación institucional y la explicación del modelo de auditoría gráfica institucional y rendimiento de la marca gráfica propuesto por Norberto Chaves.	4.00	5.00	9.00
Semana 4:	Tema 6 y 7	Clases teóricas. Explicación de las estrategias de identidad y de la metodología de programación de la creación de una IVC.	4.00	5.00	9.00

Semana 5:	Tema 8 y 9	Clases teóricas. El acercamiento conceptual y la construcción del símbolo.	4.00	5.00	9.00
Semana 6:	Tema 10 y 11	Clases teóricas. el manual de identidad visual corporativo básico. Estudio de casos. Los contextos de la identidad: Estudio de casos.	4.00	5.00	9.00
Semana 7:	Tema 12	La aplicación de los signos de I.V.C. Estudio de casos.	4.00	5.00	9.00
Semana 8:		Estudios de casos de diseño de IVC.	4.00	5.00	9.00
Semana 9:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de rediseño de IVC. Revisión y control del trabajo práctico.	4.00	5.00	9.00
Semana 10:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de rediseño de IVC.	4.00	5.00	9.00
Semana 11:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de rediseño de IVC.	4.00	5.00	9.00
Semana 12:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de diseño de IVC. Revisión y control del trabajo práctico.	4.00	5.00	9.00
Semana 13:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de diseño de IVC.	4.00	5.00	9.00
Semana 14:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de diseño de IVC.	4.00	5.00	9.00
Semana 15 a 17:	Exposición, supervisión y seguimiento de trabajos Evaluación	Evauación y trabajo autónomo del alumno para la preparación y entrega del proyecto final y su memoria.	4.00	20.00	24.00
		Total	60.00	90.00	150.00