Escuela de Doctorado
y Estudios de Posgrado
Universidad de La Laguna

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico (Interuniversitario) (En extinción)

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

Innovación en Productos Gráficos y en Comunicación (2021 - 2022)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Innovación en Productos Gráficos y en Comunicación	Código: 195641204

- Centro: **Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado**
- Lugar de impartición: **Facultad de Bellas Artes**
- Titulación: **Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico (Interuniversitario) (En extinción)**
- Plan de Estudios: **M564 (Publicado en 2015-01-29)**
- Rama de conocimiento: **Artes y Humanidades**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:
  Bellas Artes
- Área/s de conocimiento:
  Dibujo
- Curso: **1**
- Carácter: **Obligatoria**
- Duración: **Segundo cuatrimestre**
- Créditos ECTS: **3,0**
- Modalidad de impartición:
- 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: CARLOS JIMENEZ MARTINEZ

- Grupo:

General
- Nombre: **CARLOS**
- Apellido: **JIMENEZ MARTINEZ**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto
- Teléfono 1: **922316502 Ext. 6504**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **carjimen@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **https://carjimen.webs.ull.es/**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Jueves	11:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Viernes	11:00	13:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Observaciones: Con cita previa por correo electrónico: carjimen@ull.edu.es						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Lunes	12:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Miércoles	12:00	14:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:00	11:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD94
Observaciones: Con cita previa por correo electrónico: carjimen@ull.edu.es						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Disciplinas del Diseño para el Turismo**
Perfil profesional: **Ubicada en el segundo semestre del máster, tiene como finalidad ofrecer al alumno una visión del potencial que pueden ofrecer los productos gráficos creativos e innovadores, como instrumentos eficaces para la promoción y divulgación para el sector turístico dentro de una de las tres líneas de actuación que aborda el máster, concretamente la relativa a los productos gráficos y de comunicación.**

5. Competencias

Básicas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de

estudio.
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones (y los conocimientos y razones últimas que las sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigu?edades.
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Específicas

CE1 - Comprender la práctica del diseño como un método de investigación en sí mismo basado en la creatividad aplicada (de acuerdo con la definición del concepto de Design thinking utilizado internacionalmente como uno de los métodos útiles en la dinámica de la innovación).
CE4 - Conocer la implicación medioambiental de los proyectos y saber tomar decisiones que aminoren o eviten un impacto medioambiental nocivo.
CE5 - Diseñar para todos, aplicando los principios del diseño universal en entornos, productos y comunicaciones del sector turístico.
CE7 - Conocer las tendencias del mercado del Diseño y de los productos turísticos y saber relacionarlas entre sí.
CE8 - Saber diseñar productos turísticos orientados a la calidad.
CE10 - Tener capacidad para utilizar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para los productos turísticos desde una perspectiva crítica, creativa e innovadora.

Generales

CG1 - Saber aplicar el diseño como estrategia de innovación en el sector turístico.
CG2 - Saber aplicar las técnicas creativas para detectar y resolver problemas mediante el diseño.
CG4 - Conocer en profundidad los valores simbólicos y de los procesos de semiosis que operan en la cultura material (paisajes, entornos e interiores, productos y comunicados visuales).
CG5 - Conocer y manejar herramientas avanzadas para identificar el contexto sociocultural de los problemas que puedan resolverse mediante el diseño.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Módulo I

- Comunicación de productos. Elementos básicos.
- Identidades visuales flexibles. Análisis de tendencias.
- Marca lugar, marca ciudad y marca nación. Casos de estudio.

Módulo II

- Narrativas visuales no convencionales en la comunicación estratégica.
- Contexto y casos de estudio.
- Storytelling. Cómo la narrativa transforma la información en significado.

Proyecto
"Un producto cuenta un territorio y viceversa. El Mercadillo del Agricultor de Tegueste".

Actividades a desarrollar en otro idioma

Consulta de bibliografía, materiales audiovisuales, artículos y webs en ingle■s.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La asignatura consta de dos módulos teórico-prácticos complementarios, enfocados a la realización de un proyecto corto en un entorno real, relacionado con la promoción y visibilización de productos locales de calidad y su contexto.
Ambos módulos se impartirán en línea, a través del aula virtual. Consistirán en sesiones de presentación y explicación de los contenidos teóricos, simultaneados con su aplicación en el ejercicio práctico. Se prevé la realización de una salida de campo al contexto o contextos de estudio del curso a elegir.
El trabajo autónomo del alumnado se verá reforzado por tutorías individuales y grupales.

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	6,00	0,00	6,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE1]

Realización de seminarios u otras actividades complementarias	0,00	7,00	7,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CE1], [CE4], [CE5], [CE7], [CE8], [CE10], [CG1], [CG2], [CG4], [CG5]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	30,00	30,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CE1], [CE4], [CE5], [CE7], [CE8], [CE10], [CG1], [CG2], [CG4], [CG5]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CE1], [CE4], [CE5], [CE7], [CE8], [CE10], [CG1], [CG2], [CG4], [CG5]
Asistencia a tutorías	1,00	0,00	1,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CE1], [CE4], [CE5], [CE7], [CE8], [CE10], [CG1], [CG2], [CG4], [CG5]
Prácticas de campo (externa)	0,00	10,00	10,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CE1], [CE4], [CE5], [CE7], [CE8], [CE10], [CG1], [CG2], [CG4], [CG5]
Estudio y análisis de casos	6,00	0,00	6,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CE1], [CE4], [CE5], [CE7], [CE8], [CE10], [CG1], [CG2], [CG4], [CG5]
Total horas	13,00	62,00	75,00	
		Total ECTS	3,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Módulo I
• BELTRÁN, F.: El nombre de las cosas, Barcelona, Conecta, 2011.
• CHAVES, N.; BELLUCCIA, R.: La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos, Barcelona, Paidós Ibérica, 2003.
• COSTA, J.: Los cinco pilares del branding, Barcelona, 2013.
Módulo II

• CONRAD LEVINSON, Jay: “Marketing de Guerrilla”, Morgan James Pub, 2009
• PINTADO, Teresa y SÁNCHEZ, Joaquín (Ed.): “Nuevas tendencias en la comunicación estratégica”, ESIC Editorial, 2017
• SLAMON, Christian: “Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes”, Editorial Península, 2008

Bibliografía Complementaria

Módulo I
• Adamson, A.P.: BrandSimple: How the Best Brands Keep it Simple and Succeed, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2007.
• Anholt, S.: Competitive Identity: The New Brand Management of Nations, Cities and Regions, Basingtoke, Palgrave Macmillan, 2007.
• Carroll, C.E.: The Handbook of Communication and Corporate Reputation, New Jersey, Wiley, 2013.
• Chasser, A. H.; Wolfe, J.C.: Brand Rewired: Connecting Branding, Creativity and Intellectual Property, New Jersey, Wiley, 2010.
• Costa, J.: La imagen de marca, Barcelona, Paidós Ibérica, 2004.
• Hatch, M.J.; Scultz, M.: Esencia de marca, Madrid, LID Editorial Empresarial, 2003.
• Healey, M.: ¿Qué es el branding?, Barcelona, Gustavo Gili, 2009.
• Martín, E.: Nominología: cómo diseñar, seleccionar y proteger nombres de marca: dé un nombre a su negocio y échese a dormer, Madrid, Fundación Confemetal, D.L., 2005.
• Martín, M.: Arquitectura de marcas. Modelo general de construcción de marcas y gestión de sus activos, Barcelona, UOC, 2005.
• Sánchez Guitián, J.M.: Marca país: España, una marca líquida, Madrid, ESIC, 2011.
• Schoja, V.: City Branding: How to Position a City as a Brand, Hamburgo, Anchor, 2016.
• Velilla, J.: Tendencias y retos en la comunicación de marca, Barcelona, UOC, 2010.
• Wheeler, A.: Diseño de Marcas, Madrid, Anaya, 2013. (4ª edición).

Módulo II
• DUARTE, Nancy: “Resonancia (resonante). Como presentar historias visuales que transformen a tu audiencia”, Gestión 2000. Barcelona, 2012.
• MIRZOEFF, Nicholas: “Cómo ver el mundo: Una nueva introducción a la cultura visual”, Paidós Ibérica, Barcelona, 2016
• NÚÑEZ, Antonio: “¡será mejor que lo cuentes!”, Edicones Empresa Activa, 2007
• NÚÑEZ, Antonio: “Storytelling en una semana”, Ediciones Gestión 2000, 2011
• RHEINGOLD, Howard: “Multitudes inteligentes: la próxima revolución social (smart mobs)”, Gedisa, 2009
• RHEINGOLD, Howard: “Multitudes inteligentes: la próxima revolución social (smart mobs)”, Gedisa, 2009

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La evaluación se realizará en base a la presentación de los trabajos propuestos, según los siguientes criterios:

Para los módulos I y II (parte teórica online):

- Rigor académico demostrado en la reflexión y aplicación de los contenidos.
- Corrección en la expresión oral y escrita y la precisión en el uso de la terminología específica.
- Corrección en la citación de la fuentes documentales y las referencias bibliográficas.
- Capacidad para utilizar los diversos niveles del texto.

Para el proyecto (parte práctica presencial):

- Aplicación de los conocimientos adquiridos a la actividad propuesta
- Aportación en términos de investigación, análisis, innovación, viabilidad y originalidad de la propuesta
- Presentación y formalización de la propuesta

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Trabajos y proyectos	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE1], [CE4], [CE5], [CE7], [CE8], [CE10], [CG1], [CG2], [CG4], [CG5]	Aplicación de los conocimientos adquiridos a la actividad propuesta Aportación en términos de innovación, viabilidad y originalidad de la propuesta Presentación y formalización de la propuesta	100,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

Investigar y emitir una valoración objetiva sobre los soportes gráficos y de comunicación en el sector turístico para utilizarlos en los proyectos de innovación en diseño para el sector turístico.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

El contenido teórico de los Módulos I y II se impartirá de manera "online" durante las dos primeras semanas del mes asignado para esta asignatura;
Paralelamente, se introducirá el pliego de especificaciones del proyecto práctico y se realizará la salida de campo.
Las últimas 2 semanas del curso, estarán destinadas al seguimiento y supervisión de la aplicación de los contenidos teóricos al proyecto práctico.

Segundo cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total

Semana 9:	Módulo I y Módulo II	-Conferencia online -Realización de trabajos teóricos -Consulta temario -Tutoría	2.00	12.00	14.00
Semana 10:	Módulo I y Módulo II Salida de Campo	- Salida de Campo - Realización de trabajos teóricos -Consulta temario -Tutoría	5.00	15.00	20.00
Semana 11:	Módulo I Módulo II	-Presentación de conceptos y proyecto práctico. -Consulta temario -Tutoría individual y grupal	2.00	12.00	14.00
Semana 12:	Módulo I Módulo II	-Seguimiento de los proyectos -Asistencia a Tutoría Académica-Formativa (presenciales y virtuales) -Realización de trabajos teóricos -Realización de trabajos prácticos	2.00	10.00	12.00
Semana 13:	Módulo I Módulo II	Presentación final de trabajos	2.00	13.00	15.00
		Total	13.00	62.00	75.00