

Facultad de Bellas Artes

Grado en Diseño

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Identidad Corporativa
(2023 - 2024)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Identidad Corporativa	Código: 199473102
<ul style="list-style-type: none">- 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 de matrícula y calificación

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: BERNARDO ANTONIO CANDELA SANJUAN
- Grupo: G1, PE101, PE102
General <ul style="list-style-type: none">- Nombre: BERNARDO ANTONIO- Apellido: CANDELA SANJUAN- Departamento: Bellas Artes- Área de conocimiento: Dibujo
Contacto <ul style="list-style-type: none">- 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	AD28B o Decanato BBAA
Todo el cuatrimestre		Viernes	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD28B o Decanato BBAA

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD28B o Decanato BBAA
Todo el cuatrimestre		Jueves	10:30	13:30	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	AD28B o Decanato BBAA

Observaciones:

Profesor/a: LIDIA NAVAS GUZMÁN

- Grupo: **PE101 y PE102**

General

- Nombre: **LIDIA**
- Apellido: **NAVAS GUZMÁN**
- Departamento: **Bellas Artes**
- Área de conocimiento: **Dibujo**

Contacto

- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **lnavasgu@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **<https://www.campusvirtual.ull.es/>**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:00	12:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	3.27.1 AD100

Observaciones: Solicitar previamente vía mail: lnavasgu@ull.edu.es

Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:00	12:00	Facultad de Bellas Artes - GU.2A	3.27.1 AD100
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

Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado

Aplica el Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado (MECA - ULL)

Descripción

La asignatura se desarrollará, esencialmente, bajo el modelo de clases teórico-prácticas. Además, siempre que la organización docente lo permita, también se contempla la realización de otras actividades complementarias del tipo estudio de casos, charlas con profesionales, lecturas, etc. En la primera parte de la asignatura se hará un recorrido histórico por esta disciplina, se estudiarán estrategias metodológicas y los fundamentos teóricos-técnicos en torno a los cuales se desarrolla el proceso de creación de los signos de identidad visual corporativa (en adelante, IVC). Como ejercicio práctico del curso se realizará el rediseño de la identidad visual corporativa de una empresa, institución, organización no gubernamental o profesional, configurando un nuevo sistema de signos marcarios y su correspondiente manual de IVC. Este proceso comenzará con el análisis y estudio de las características de la organización seleccionada atendiendo a sus antecedentes fundacionales, público o perfil de usuarios/as, competencia, diagnosticando su estado actual y realizando una proposición estratégica atendiendo a sus necesidades. Por ello, el alumno/a 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 los 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 del alumnado para proponer distintas soluciones ante encargos con distintas necesidades y características.

DISEÑO DE LOS SIGNOS DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA. Esta primera parte supone todo el proceso de estudio previo y concepto, hasta culminar con una propuesta final.

1. Fase de documentación / recogida de información / análisis del sector / características diferenciales / conclusiones y enfoque.
2. Investigación y aproximación al problema. Desarrollo mediante bocetos de distintas posibles soluciones.
3. Elección y configuración técnica de los signos básicos de la identidad visual: logotipo, símbolo, colores y tipografías corporativas.

NORMATIVIZACIÓN DE LOS SIGNOS. ELABORACIÓN DEL MANUAL DE IVC BÁSICO. APLICACIONES. Esta segunda parte de carácter técnico conlleva la elaboración de un manual donde se definen, se detallan y se sistematizan todos los componentes que integran el sistema de identidad visual: el sistema constructivo, sus versiones, variantes, etc. y se establece la normativa que regula sus usos y aplicaciones. En el aula virtual de la asignatura está disponible el guión del contenido y estructura del manual y un modelo de referencia específico.

Todos los ejercicios de la asignatura, tanto las recensiones, como la memoria y el manual de IVC se presentarán tanto en formato impreso, cuya entrega se hará presencialmente en clase, como en formato digital pdf que se subirán al aula virtual de la asignatura como entrega de tarea.

En la memoria se dejará constancia del proceso seguido, desde el trabajo de campo previo, la recogida de información, valoración y análisis de esta información, fuentes consultadas, etc.; hasta el proceso técnico y creativo del que deriven los posibles diseños, la elección argumentada y la formalización de la propuesta final del rediseño.

Tanto la memoria como el manual de IVC serán evaluados de manera independiente, siendo necesario contar con el aprobado de ambos para superar la asignatura. Los ejercicios se ajustarán a los fines planteados, siguiendo los criterios tanto formales como de contenido que se establezcan. La fecha de entrega de los diferentes ejercicios se comunicará en el aula virtual con la antelación suficiente.

Entre las fechas de inicio y las de entrega de cada ejercicio se llevará a cabo un seguimiento individualizado del desarrollo de los mismos en las clases, tal y como es preceptivo en una evaluación continua, no admitiéndose la entrega para su evaluación de aquellos trabajos cuyo desarrollo no haya sido realizado dentro de esta dinámica y por tanto no hayan contado con el seguimiento y tutorización del profesorado. Esto no será de aplicación para el alumnado que haya optado por la evaluación única, ateniéndonos para estos casos a lo previsto en los artículos 5.5 y 5.7 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (aprobado por sesión extraordinaria de Consejo de Gobierno de 31 de mayo de 2023)

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.

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	[B4], [B3], [B2], [G8], [G6], [G2], [E11], [E5], [E2], [E1]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	42,00	0,00	42,0	[B4], [B3], [B2], [G8], [G6], [G2], [E11], [E5], [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	[B4], [B3], [B2], [G8], [G6], [G2], [E11], [E5], [E2], [E1]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	30,00	30,0	[E5], [E2]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

CHAVES, Norberto: La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1988.

COSTA, Joan: Imagen global. Enciclopedia del Diseño. Ed. Ceac, S.A., Barcelona, 1987.

GONZÁLEZ SOLAS, Javier: Identidad Visual Corporativa. La imagen de nuestro tiempo. Ed. Síntesis, Madrid, 2002.

LLOPIS SANCHO, Emilio. Crear la marca global. ESIC Editorial, 2015.

WHEELER, Alina. Diseño de marcas. Ed. Anaya Multimedia, 2018.

Bibliografía Complementaria

COSTA, Joan. Identidad corporativa y estrategias de empresa. 25 casos prácticos. Editorial CEAC, Barcelona, 1992.

FERNÁNDEZ IÑURRITEGUI, Leire. Análisis de significados, formas y usos de los signos tipo-ícono-gráficos de identidad visual corporativa. Ed. Servicio Editorial de la UPV, 2007.

FISHEL, C. Rediseño de la imagen corporativa. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2000.

HERNÁNDEZ, Jaime y Javier TORRES (Coordinadores). Diseño de identidad para espacios naturales. Parque Rural de Teno. Ed. Excmo. Cabildo Insular de Tenerife, 2010.

OLINS, Wally. El libro de las Marcas. Editorial Océano, 2009.

Otros Recursos

Contenidos alojados en el Aula Virtual de la asignatura

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

De manera general, se aplicará el modelo de evaluación continua de acuerdo con el artículo 3.3 y 4.4 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (aprobado por sesión extraordinaria de Consejo de Gobierno de 31 de mayo de 2023). La modalidad de evaluación continua se mantendrá para la segunda convocatoria de esta asignatura. Para aquellos casos previstos en los artículos 5.5 y 5.7 del citado reglamento se podrá optar por la evaluación única.

La evaluación continua y el carácter teórico-práctico de la asignatura a través del desarrollo de diferentes ejercicios por fases permitirá valorar la evolución del alumnado a lo largo de su proceso de aprendizaje y ponderar el grado de asimilación de las competencias previstas. Dadas las características de la asignatura, para la realización de la memoria y ejercicios prácticos, se considera indispensable la asistencia regular a las clases, el cumplimiento de los tiempos asignados a cada ejercicio y la entrega puntual de los mismos en las fechas establecidas. La asistencia mínima para poder ser calificado/a en la escala de actitudes será de un 75%.

Por medio de los ejercicios prácticos previstos y su correspondiente memoria, se evaluará el nivel de asimilación de los conocimientos teóricos y metodológicos, la madurez de las competencias instrumentales requeridas y el grado de aplicación de las mismas en las propuestas proyectivas. En el caso de los ejercicios prácticos se valorarán los siguientes aspectos: correcta ejecución, adecuación técnica y originalidad e interés de la propuesta. Para la memoria se considerará: el rigor y la capacidad de análisis, la solidez de la argumentación para defender las propuestas, la riqueza y variedad del material consultado y la presentación.

Para el cálculo de la nota final se aplicarán los criterios de ponderación establecidos más adelante; siendo imprescindible para aprobar la asignatura contar, en cualquier caso, con el aprobado de todos los ejercicios calificables del curso: la memoria y el manual de IVC.

Para la evaluación continua la ponderación de las diferentes pruebas en la calificación final será la siguiente:

- Prueba 1. Escalas de actitudes. Asistencia a clase y participación, un 10%
- Prueba 2. Informes y memorias. Memoria del rediseño, un 45%
- Prueba 3. Simulaciones de proyectos. Manual de IVC, un 45%

El alumnado que haya concurrido en primera convocatoria por evaluación continua y no haya superado la asignatura, tendrá que recuperar en la segunda convocatoria, exclusivamente, aquellas actividades de evaluación continua que no se hayan superado en la primera.

Aquellos alumnos/as que deseen acogerse a la modalidad de evaluación única según lo previsto en los artículos 5.5. y 5.7 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna, podrán presentarse a las convocatorias oficiales previstas. En ese acto deberán hacer entrega de los ejercicios prácticos y memoria, exigidos y realizados durante el cuatrimestre. Será requisito indispensable para su recogida y evaluación —a fin de garantizar, en lo posible, la veracidad en la autoría de estos trabajos— que todos ellos hayan sido realizados a lo largo del cuatrimestre bajo la supervisión y tutorización de los profesores de la asignatura. En este sentido, será necesario haber asistido a un mínimo de ocho tutorías (cuatro con cada profesor responsable de cada parte: memoria y manual) distribuidas a lo largo del cuatrimestre durante las cuales, el estudiantado deberá mostrar el progresivo desarrollo de los trabajos. Al igual que en la modalidad de evaluación continua, será necesario aprobar los ejercicios prácticos y la memoria para superar la asignatura.

Para la evaluación única la ponderación de las diferentes pruebas en la calificación final será la siguiente:

- Prueba 1. Escalas de actitudes. Asistencia a un mínimo de ocho tutorías, un 10%
- Prueba 2. Informes y memorias. Memoria del rediseño, un 45%
- Prueba 3. Simulaciones de proyectos. Manual de IVC, un 45%

Las pruebas de evaluación única se realizarán en las fechas establecidas para cada convocatoria en el Calendario de Exámenes del Grado en Diseño de la ULL que se publicita en la web institucional.

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 (<http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/32505>).

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 análisis de los problemas detectados en el trabajo de campo. Claridad y rigor describiendo 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 alumno 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 las memorias finales.

Primer cuatrimestre

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

		Presentación de la asignatura			
Semana 1:	Tema 1 y 2	Clases teóricas. Antecedentes históricos de la marca hasta la aparición del fenómeno de la imagen corporativa.	4.00	5.00	9.00
Semana 2:	Tema 3	Clases teóricas. Explicación de los primeros casos de empresas que aplicaron el concepto de imagen corporativa: AEG / Braun / Olivetti.	4.00	5.00	9.00
Semana 3:	Tema 4 y 5	Clases teóricas. Explicación de los cuatro componentes del sistema universal y sus variantes aplicados a los sistemas de identificación de las corporaciones o instituciones. Distintas tipologías de signo identificador.	4.00	5.00	9.00
Semana 4:	Tema 6 y 7	Clases teóricas. Explicación del modelo de auditoría gráfica institucional propuesto por Norberto Chaves. Estrategias de identidad.	4.00	5.00	9.00
Semana 5:	Tema 8 y 9	Clases teóricas. El acercamiento conceptual y la construcción del símbolo.	4.00	6.00	10.00
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	6.00	10.00
Semana 7:	Tema 12	La aplicación de los signos de I.V.C. Estudio de casos.	4.00	6.00	10.00
Semana 8:		Estudios de casos de diseño de IVC.	4.00	6.00	10.00
Semana 9:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de rediseño de IVC. Revisión y control del trabajo práctico.	4.00	6.00	10.00
Semana 10:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de rediseño de IVC.	4.00	6.00	10.00
Semana 11:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de rediseño de IVC.	4.00	6.00	10.00
Semana 12:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de diseño de IVC. Revisión y control del trabajo práctico.	4.00	6.00	10.00
Semana 13:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de diseño de IVC.	4.00	7.00	11.00

Semana 14:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de diseño de IVC.	4.00	7.00	11.00
Semana 15:		Clases prácticas. Desarrollo del proyecto de diseño de IVC. Revisión y control del trabajo práctico.	4.00	8.00	12.00
Semana 16 a 18:	Evaluación	Trabajo autónomo del alumno del proyecto de diseño de IVC para la preparación de la prueba de evaluación. Evaluación	0.00	0.00	0.00
Total			60.00	90.00	150.00