

Curso 2022-2023

Dirección General de Universidades
e Investigación
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN,
JUVENTUD Y DEPORTE



Comunidad de Madrid

CENTRO SUPERIOR DE DISEÑO Y
ARTE DIGITAL

Centro privado autorizado



GUÍA DOCENTE DE Proyectos de Diseño Gráfico. Desarrollos

Titulación

Título Superior de Diseño

FECHA DE ACTUALIZACIÓN: SEPTIEMBRE DE 2025

TITULACIÓN: Título Superior de Diseño

ASIGNATURA: Proyectos de Diseño Gráfico. Desarrollos

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Obligatoria de especialidad
Carácter	Clases teórico-prácticas
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño Gráfico
Materia	Proyectos de Diseño Gráfico
Periodo de impartición	2º semestre. 2º Curso
Número de créditos	8 ECTS
Departamento	Proyectos de Diseño
Prelación/ requisitos previos	Haber cursado y aprobado Fundamentos del Diseño. Análisis, Fundamentos del Diseño. Ideación, Proyectos de Diseño Gráfico, Tipografía, Tipografía Impresa y Tecnología Digital Gráfica
Idioma/s en los que se imparte	Castellano

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Díaz Satué, Ana	ana.diaz@escuelaces.net

3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Díaz Satué, Ana	ana.diaz@escuelaces.net	DGRA 2

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación
Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
Realizar autocritica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.
Competencias generales
Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.
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 del diseño.
Competencias específicas
Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.
Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
Establecer estructuras organizativas de la información.
Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.
Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.
Determinar y, en su caso, crear soluciones tipográficas adecuadas a los objetivos del proyecto.
Seleccionar y coordinar convenientemente imágenes y textos.
Argumentar, defender y ser capaz de evaluar los trabajos desarrollados.
Aprender a desarrollar una Identidad Visual Corporativa.
Aprender a crear un sistema de Señalética en función de la Imagen Visual de la Entidad.
Aprender a diagramar y maquetar productos editoriales básicos.
Desarrollar al máximo la capacidad creativa para explorar nuevos formatos y paradigmas.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumnado será capaz de crear elementos de identidad de marca y editorial atendiendo a la jerarquización y la coherencia visual en la ejecución del diseño.
El alumnado será capaz de proyectar ideas y conceptos mediante elementos gráficos visuales.
El alumnado será capaz de dominar programas de autoedición para la creación de elementos gráficos reticulados.
El alumnado será capaz de trabajar tanto de forma individual como en equipo aplicando la metodología indicada en todo momento.
El alumnado será capaz de utilizar la terminología habitual utilizada en el campo del Diseño Gráfico.
El alumnado será capaz de crear un sistema de Señalética en función de la Imagen Visual de la Entidad.
El alumnado será capaz de diagramar y maquetar productos editoriales básicos.
El alumnado conocerá las Técnicas Estructuradas de Producción Creativa y será capaz de usarlas para obtener resultados originales y singulares.
El alumnado habrá adquirido la capacidad de presentar, defender y comentar los ejercicios propios y de sus compañeros/as.

6. CONTENIDO

Bloque temático	Tema	Desarrollo
1. Imagen Corporativa	Identidad Visual Corporativa	Creación de una Marca y definición de las normas para la implantación de sus formatos visuales y físicos
2. Diseño de Localización	Señalética	Personalización de la señalización en función de la Estética de la Marca
		Desarrollo de un Plan de Señalización en Edificios
3. Diseño Editorial	Diagramación	Diseño del Manual de Identidad Corporativa en función de la Estética de la Marca
	Maquetación	Composición de los Elementos visuales y textos siguiendo la Diagramación
4. Experimentación	Sistemas visuales flexibles	Replantear el programa de identidad visual aplicando los principios de los sistemas visuales flexibles, con extensión a aplicaciones digitales.

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	a: 40 horas
Actividades prácticas	a: 80 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	b: 10 horas
Realización de pruebas	b: 4 horas
Horas de trabajo del estudiante	b: 86 horas
Preparación de prácticas	b: 20 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	a + b = 240 horas

(a): Docencia directa: horas lectivas con el profesor (b): Trabajo autónomo del estudiante

8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	- Impartición teórica de conceptos básicos necesarios para el desarrollo de un proyecto. - Visualización de casos reales para el entendimiento del proceso de ideación y solución. - Clases magistrales y análisis en el aula sobre ejemplos conocidos de identidad visual, señalética, diseño de orientación y diseño editorial. - Indicación de metodología propia del proceso de diseño.
----------------------	--

Actividades prácticas	Trabajo práctico en el aula para la investigación y desarrollo de los proyectos sugeridos con la aplicación teórica.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	- Investigación, documentación, análisis y selección de información. - Desarrollo conceptual como hilo conductor del proyecto gráfico.

La enseñanza presencial estará reforzada por Tutoriales y Vídeos explicativos.

Se implementarán los medios para impartir las clases de forma telemática donde estos materiales serán fundamentales en el caso de decretarse el estado de confinamiento por motivos de prevención de contagios.

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Clases teórico-prácticas	Participación activa en las actividades.
	Corrección de las prácticas propuestas.
	Análisis de cada proyecto individual o grupal del alumnado dirigido por el profesorado en el aula.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	Trabajo teórico - práctico.

9.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Actividades prácticas	- Participación y proactividad en las actividades grupales. - Cumplimiento de cada briefing de manera íntegra. - Capacidad de criterio y análisis para la recapitulación de información y contenido. - Aplicación del contenido teórico en las prácticas propuestas. - Vocabulario y la terminología utilizada a la hora de expresar las ideas y el proceso del proyecto gráfico. - Aplicación completa del proceso de desarrollo del proyecto gráfico. - Presentación y defensa de su trabajo por parte del alumno. - Entrega digital adecuada, en tiempo y forma, de cada práctica.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	- Evaluación de la metodología y el resultado para la adquisición de información en la investigación. - Evaluación de la capacidad de conceptualizar y aterrizar ideas.

9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

9.3.1 Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Asistencia y participación en clases teórico-prácticas (> 80%)	10%
Prácticas	60%
Proyecto final	30%
CALIFICACIÓN FINAL DE LA ASIGNATURA	100%

La asistencia mínima al 80% de las sesiones será obligatoria para poder ser evaluado en evaluación continua.

9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Prácticas	60%
Asistencia a clase	0%
Examen teórico	40%
Total	100%

Es imprescindible entregar todas las prácticas para optar a la evaluación ordinaria, tanto en evaluación continua como en pérdida de evaluación continua. Las prácticas entregadas fuera del plazo inicial establecido tendrán una penalización del 30% sobre la nota.

9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

9.3.4.

Instrumentos	Ponderación
Examen teórico	50%
Examen práctico	50%
Total	100%

Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Los profesores deberán realizar la correspondiente adaptación en función del tipo de discapacidad del alumno/a en cuestión.

Instrumentos	Ponderación
Asistencia y participación en clases teórico-prácticas (> 80%)	10%
Prácticas	60%
Proyecto final	30%
CALIFICACIÓN FINAL DE LA ASIGNATURA	100%



Para aprobar es obligatorio presentar el 100% de los ejercicios de clase y participar en las actividades y prácticas no presenciales. Los ejercicios entregados fuera del plazo marcado tendrán una penalización en la nota del 30%.

10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Semana	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN		Total horas presenciales	Total horas no presenciales
Semana 1	TEMA 1: Imagen Corporativa			
	Clases teórico /prácticas:	Presentación asignatura. Análisis de proyectos de diseño gráfico	8 horas	2 hora
	Evaluación:	-	0 horas	
Semana 2	TEMA 1: Imagen Corporativa			
	Clases teórico /prácticas:	Identidad Visual Corporativa. Conceptos fundamentales.	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 3	TEMA 1: Imagen Corporativa			
	Clases teórico /prácticas:	Desarrollo de la Identidad Visual Corporativa: Story-telling de marca	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 4	TEMA 1: Imagen Corporativa			
	Clases teórico /prácticas:	Desarrollo de la Identidad Visual Corporativa. Creación de un Naming para una marca	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 5	TEMA 1: Imagen Corporativa			
	Clases teórico /prácticas:	Desarrollo de la Identidad Visual Corporativa. Creación de un Imagotipo para la marca	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 6	TEMA 1: Imagen Corporativa			
	Clases teórico /prácticas:	Desarrollo de la Identidad Visual Corporativa. Aplicaciones	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 7	TEMA 1: Imagen Corporativa			
	Clases teórico /prácticas:	Desarrollo de la Identidad Visual Corporativa. Aplicaciones	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 8	TEMA 2: Diseño de Localización			
	Clases teórico /prácticas:	Diseño de una Señalética adaptada a la marca	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	

Semana 9	TEMA 2: Diseño de Localización			
	Clases teórico /prácticas:	Diseño de una Señalética adaptada a la marca	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 10	TEMA 3: Diseño Editorial			
	Clases teórico /prácticas:	Diagramación del Manual de Identidad	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 11	TEMA 3: Diseño Editorial			
	Clases teórico /prácticas:	Maquetación del Manual de Identidad	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 12	TEMA 3: Diseño Editorial			
	Clases teórico /prácticas:	Maquetación del Manual de Identidad	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 13	TEMA 4: Experimentación			
	Clases teórico /prácticas:	Introducción a los sistemas visuales flexibles	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 14	TEMA 4: Experimentación			
	Clases teórico /prácticas:	Introducción a los sistemas visuales flexibles	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 15	TEMA 4: Experimentación			
	Clases teórico /prácticas:	Introducción a los sistemas visuales flexibles	7 horas	2 horas
	Evaluación:	Análisis del progreso del ejercicio y comprensión de los procesos	1 hora	
Semana 16				
		EVALUACIÓN ORDINARIA	4 horas	
Semana 17				
		EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA	4 horas	

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

Utilización del aula virtual iniciando sesión en el Campus Virtual de CES visitando:
<https://campus.escuelaces.com/acceso.cgi>

11.1. Bibliografía general

Título	Signos, símbolos, marcas, señales
Autor	FRUTIGER, Adrian
Editorial	Editorial Gustavo Gili, Barcelona 2007
Título	Pictograms, Icons & Signs: A Guide to Information Graphics.
Autor	ABDULLAH, Hübner.
Editorial	Thames and Hudson, Londres 2006
Título	Desarrollo de un proyecto gráfico
Autor	ESTRADA, Sylvie, PUJAGUT, Jaume y B. GARCÍA, Sergi
Editorial	Index Book, Barcelona 2011
Título	Los elementos del diseño
Autor	SAMARA, Timothy
Editorial	Gustavo Gili, Barcelona 2007
Título	The Icon Hand Book
Autor	HICKS, John
Editorial	Five Simple Steps, Reino Unido 2011
Título	The Elements of typographic style.
Autor	BRINGHURST, Robert
Editorial	Hartley & Marks. Canadá 1992
Título	Diseño de iconos y pictogramas
Autor	GONZÁLEZ MIRANDA, Elena y QUINDÓS, Tania
Editorial	Universidad del País Vasco, Bilbao, 2014.
Título	Identidad visual Corporativa. La imagen de nuestro tiempo.
Autor	GONZÁLEZ. SOLAS, Javier.
Editorial	Editorial Paidós. Barcelona 2004

Título	La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos.
Autor	CHAVES, N. y BELLUCIA, R.
Editorial	Editorial Paidós. Buenos Aires 2006.

Título	La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional.
Autor	CHAVES, Norberto.
Editorial	Editorial Gustavo Gili, Barcelona 2005.

Título	Retículas
Autor	AMBROSE, Gavin y HARRIS, Paul
Editorial	Parramón, 2008

Título	El Diseño de Libros
Autor	HOCHULI, Jost y KINROSS, Robin
Editorial	Campgràphic Editors, 2005

11.2. Bibliografía complementaria

Título	Identidad corporativa, del brief a la solución final.
Autor	MONO STUDIO
Editorial	Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 2006

Título	Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking.
Autor	LUPTON, Ellen
Editorial	Gustavo Gili, Barcelona, 2012

Título	El Yo Creativo
Autor	GARCÍA-DELGADO, Carlos
Editorial	Arpa Editorial, Barcelona 2022

Título	Arte, Mente y Cerebro: Una Aproximación Cognitiva a la Creatividad
Autor	GARDNER, Howard
Editorial	Paidós Ibérica, Barcelona 2005

Título	Mentes Creativas. Una anatomía de la creatividad
Autor	GARDNER, Howard
Editorial	Paidós Ibérica, Barcelona 2010

Título	Teoría de la inteligencia creadora
Autor	MARINA, José Antonio
Editorial	Anagrama, Barcelona 2000
Título	Qué es la creatividad
Autor	MONREAL, Carlos
Editorial	Biblioteca Nueva, Madrid 2001

11.3. Direcciones web de interés

	ESTUDIOS, AGENCIAS, BRANDING Y PACKAGING
Dirección 1	https://www.instagram.com/xoxodesignideas/
Dirección 2	https://www.instagram.com/anothergraphicdotorg/
Dirección 3	https://www.instagram.com/brief_thechange/
Dirección 4	https://www.instagram.com/hello_dtv/
Dirección 5	https://www.instagram.com/granadahills_thestudio/
Dirección 6	https://www.instagram.com/studioac/
Dirección 7	https://www.instagram.com/lanuevacarnemag/
Dirección 8	https://www.instagram.com/truyoldigital/
Dirección 9	https://www.instagram.com/itemzero_studio/
Dirección 10	https://www.instagram.com/clarasancho.studio/
Dirección 11	https://www.instagram.com/mindsparklemagazine/
Dirección 12	https://www.instagram.com/icographica/
Dirección 13	https://www.instagram.com/the.packaging/
Dirección 14	https://www.instagram.com/packaging_of_the_world/
Dirección 15	https://www.instagram.com/mindsparklemagazine/
Dirección 16	https://www.instagram.com/violetgw/
Dirección 17	https://www.instagram.com/espadaysantacruzstudio/
Dirección 18	https://www.instagram.com/rosasagency/
Dirección 19	https://www.instagram.com/stefansagmeister/
Dirección 20	https://www.instagram.com/explore/tags/brandemia/
Dirección 21	https://www.instagram.com/summabranding/
Dirección 22	https://www.branfluence.com/
Dirección 23	https://ignaciojaen.es/perfil-de-identidad-corporativa/
Dirección 24	https://www.instagram.com/grafficainfo/
Dirección 25	https://www.instagram.com/experimenta.es/