

Titulación	Tipo	Curso
2503868 Comunicación de las Organizaciones	OT	4

## Contacto

Nombre: Guillem Marca Frances

Correo electrónico: guillem.marca@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

Conocimiento previos de informática para usuario.

## Objetivos y contextualización

1. Introducir al estudiantado de Comunicación de las organizaciones en el uso efectivo de herramientas avanzadas para la creación de gráficos informativos y infografías, como parte integral de su formación académica.
2. Capacitar al estudiantado para comunicar visualmente, permitiéndoles entender y desarrollar diversos tipos de productos de diseño corporativo, infografías y visualizaciones de datos.
3. Facilitar el desarrollo de habilidades transversales que les permitan aplicar técnicas de diseño en la creación de contenidos gráficos, adecuados para publicaciones corporativas, marketing y plataformas de redes sociales.
4. Familiarizarlos/las con las nuevas tecnologías y aplicaciones, especialmente en visualización de datos, incluyendo un acercamiento a herramientas como Tableau o paquetes de software gráfico.
5. Proporcionar un conocimiento teórico y práctico profundo en el diseño aplicado a la comunicación organizacional, enfatizando el manejo de gráficos estáticos y dinámicos como formas expresivas innovadoras en los medios de comunicación contemporáneos.

## Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y de documento útil para la elaboración de mensajes.
- Concebir, planificar y ejecutar proyectos de comunicación sobre la organización en todo tipo de soportes para los públicos internos y externos de la misma.
- Diferenciar las principales teorías relativas a la comunicación de las organizaciones, que fundamentan el conocimiento de la disciplina y sus diferentes ámbitos.
- Establecer objetivos de comunicación y diseñar y aplicar las estrategias más adecuadas para la comunicación de las organizaciones y sus trabajadores, clientes y usuarios y la sociedad en general.

- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- 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.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar las estrategias de diseño e infografía más adecuadas en las comunicaciones de las organizaciones y entorno social interno o externo, organizando productos visuales y de relaciones públicas que favorezcan la comprensión de mensajes.
2. Aplicar las técnicas del diseño y la infografía teniendo en cuenta la deontología profesional.
3. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
4. Comunicar ideas, propuestas estéticas y funcionales de las organizaciones para que el público objetivo, especializado o no, las comprenda y se emocione o deleite con ellas.
5. Concebir, planificar y ejecutar proyectos de comunicación sobre el diseño e infografía de las organizaciones en todo tipo de soportes para el público objetivo.
6. Demostrar conocimientos sobre el entorno estético, técnico y comunicativo para construir una idea gráfica original con pensamiento crítico y generar ideas funcionales sobre diseño e infografía modernos.
7. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de la asignatura.
8. Establecer objetivos de comunicación por medio del diseño.
9. Identificar el diseño, infografía y publicación de los diversos medios de comunicación, en relación al impacto social de los distintos tipos de documentos.
10. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
11. Planificar y ejecutar proyectos gráficos e infográficos como base de trabajo.
12. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y con calidad manifiesta, lo que implica tener en cuenta el trabajo individual y grupal.
13. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
14. Realizar actividades como la comunicación de eventos hasta la elaboración de imagen general o noticias sobre la empresa o producto bajo demanda.
15. Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.

## Contenido

### T1. Proceso de diseño

#### Procesos de diseño

La base de todo proceso de diseño e infografía es la Investigación

Audiencias, mercados y conceptos

Conceptualización

Teorías de la imagen y el texto

Programar, organizar y finalizar

El diseño

## T2. Fundamentos de la composición: elementos básicos

En esencia: punto, línea, plano, espacio

Definiendo los objetos: textura y escala

Tiempo y movimiento

Gestalt

Disponiendo los objetos: Ritmo y equilibrio

## T3. Fundamentos de la composición: disposición y maquetación

Principios básicos de la maquetación

Tamaño y formato

Cuadrícula, maquetación y establecimiento de reglas

Estilos de maquetación

Ritmo y contraste del proyecto

Coordinación e identidad

Uso de fotografía e ilustración

## T4. Fundamentos de tipografía

Anatomía tipográfica

Selección de una tipografía

Espaciado

Lectorabilidad y legibilidad

Énfasis tipográfico y jerarquía

Texto como imagen

## T5. Fundamentos del color

Terminología de color

Legibilidad de color, contraste y armonía

Asociaciones del color

Color para informar

## A1. Práctica tecnológica

### Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases de teoría	15	0,6	1, 5, 8
Prácticas de laboratorio	24	0,96	1, 4, 6, 8, 14, 11, 15
Seminarios: herramientas TIC	9	0,36	6, 15
Tipo: Supervisadas			
Tutorías de seguimiento	10	0,4	1, 4, 5, 6, 8, 14, 9, 10, 11
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	35	1,4	1, 2, 4, 5, 6, 8, 14, 9, 11, 15
Estudio y búsqueda de datos	35	1,4	5, 8, 9

Elaboración de trabajos y búsqueda de datos: El aprendizaje basado en proyectos es un método de enseñanza- aprendizaje que se lleva a cabo mediante la realización de un proyecto en un tiempo determinado para resolver un problema o realizar una tarea y que contempla distintas fases. Para ello es necesaria la búsqueda de información y su síntesis

Clases magistrales: Los conocimientos se presentan en el aula a través de múltiples ejemplos de los que se extraen los conceptos clave en sesiones magistrales, no obstante, antes de cada tema el alumno debe haber leído uno o varios textos para llegar familiarizado a la sesión y conseguir una metodología de aula invertida, como aquella técnica que permite al estudiante preparar con trabajo autónomo previo el contenido de la lección y después poner en común el contenido durante la clase, y bajo la perspectiva del trabajo colaborativo poner en práctica la teoría con metodologías activas.

Prácticas de laboratorio: La base de la práctica del diseño es el uso constante de sus herramientas, ya sean el cuaderno de bocetos para conceptualizar o la estructuración en miniaturas para una maquetación. Además es necesario en el diseño y la creación de gráficos el conocimiento del software específico en los laboratorios de informática.

Seminarios: El trabajo grupal en formato seminario es bueno para reflexionar sobre la realidad de la profesión. A través de la presentación de un briefing y sus resultados, el estudio de caso fomenta la participación activa y el diálogo sobre una situación real específica para llegar a una conceptualización experiencial y hallar soluciones eficaces.

Tutorías: Normalmente el avance en las competencias, conocimientos y habilidades en el diseño es dispar en función de los distintos intereses futuros y la procedencia. Por ello se plantea un plan de tutorías que puede facilitar un enfoque personal en función de distintas casuísticas.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Entrega trabajos	30%	6	0,24	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 14, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 7
Prueba de teoría	15%	2	0,08	6
Prácticas de laboratorio	50%	12	0,48	4, 6, 11, 15
Tutorías de seguimiento	5%	2	0,08	4, 6, 9, 11, 15

Esta asignatura puede superarse a partir de la evaluación continua (AC). La prueba teórica será escrita. Las actividades evaluativas son:

- Actividad a) Prácticas de laboratorio (50% de la nota final).
- Actividad b) Prueba de conocimientos teóricos (15% de la nota final).
- Actividad c) Entrega de trabajos (30% de la nota final).
- Actividad d) Participación en las tutorías de seguimiento (5% de la nota final).

Para superar la asignatura se deben entregar todas las actividades de la actividad a y de la actividad c, las cuales deben tener una nota mínima de 4 para poder realizar la nota media de la asignatura.

Las actividades a, b y c que estén suspendidas (entre un 0-4,99) pueden recuperarse. El docente indicará en función de cada caso el proceso de recuperación.

La actividad d por su propia naturaleza no es recuperable.

La nota final obtenida en el caso de las recuperaciones será ponderada a partir de la nota inicial recuperada.

La asistencia a las prácticas de laboratorio es obligatoria. La ausencia no justificada del alumnado en estas sesiones comporta un 0 en la nota de esta actividad.

Plagio: La persona que realice cualquier irregularidad (copia, plagio,...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan diversas irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

## Bibliografía

Adams, S (2017). The Designer's Dictionary of Color. Abrams

Ambrose, G y Harris, P. (2011). Basics Design. Layout. AVA Publishing

Atiba, F (2020) The Graphic Design Book A Comprehensive Guide for Beginners.

Becky Kinkead. Proceso de diseño: 7 pasos <https://www.youtube.com/watch?v=AhePu-GwIPc>

Bowers, J. (2011) Introduction to Graphic Design Methodologies and Processes: Understanding Theory and Application. John Wiley & Sons

Budelmann, K, Kim, Y y Wozniak, V (2010) Brand Identity Essentials. 100 Principles for Designing Logos and Building Brands. Rockport Publishers

Cairo A. (2008). Infografía 2.0: Visualización interactiva de información en prensa. Alamut.

Cairo A. (2011). El arte funcional: infografía i visualización de la información. Alamut.

Coles S (2012) The Anatomy of Type. Harper Design

Chase, M y otros (211) Really good logos explained. Rockport Publishers Dabner, D; Calvert S, Casey A. (2010). Graphic Design School. The Principles and Practices of Graphic Design. Quarto Inc.

Davis, M (2012) Graphic design theory. Thames and Hudson. Divya Abe. Proceso de diseño: 6 pasos <https://blog.designcrowd.com/article/1159/graphic-design-process-6-steps>

Dondis, A (1995). La sintaxis de la imagen. Gustavo Gili.

Edwards, B (2004) Color. A course of mastering the art of mixing colors. Penguin

D'Efilippo, V y Ball, J. (2018). La historia infográfica del mundo.

Evans, P y Sheri, A (2014) The Graphic Design Reference & Specification Book. Rockport Publishers

Grace Fussell. Proceso de diseño: 3 etapas. <https://www.blog.123rf.com/9-key-steps-to-developing-your-own-creativeprocess>

Graver, A y Jura, B (2012) Best practices for graphic designers: Grids and pagelayouts. Rockport Publishers

Haley, A y otros (2012) *Typography, Referenced A Comprehensive Visual Guide to the Language, History, and Practice of Typography*. Rockport Publishers

Heller, S y Veinne, V (2015) *Becoming a graphic & digital designer. A guide to careers in design*. John Wiley & Sons

Janda, M (2013) *Burn Your Portfolio. Stuff They Don't Teach You in Design School, But Should*. Pearson Education

Lee, T, (2006). *Color Design Workbook. A real-world guide to using color in graphic design*. Rockport Publishers

Leech, J (2016) *Psychology for Designers, a pocket guide*. Mrjoe press

Lidwell, W y otros (2014) *Universal principles of design 125 ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design...* Rockport Publishers

Lupton, E (2010) *Thinking with Type A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, Students*. Princeton Architectural Press

Lupton, E (2011) *Reading and Writing*. Princeton Architectural Press

Lupton, E (2014) *Type on Screen* Princeton Architectural Press

Lupton, E (2015) *Beautiful users designing for people*. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum

Lupton, E y Cole, J (2015) *Graphic design, the new basics*. Princeton Architectural Press

Labudovic, A y Vukusic N (2009) *Field guide: How to be a graphic designer*

Lawson, B (2005) *How Designers Think*. Elsevier

Niederst, J (2018) *Learning Web Design*. O'Reilly Media, Inc

Nottingham, A y Stout, J (2020) *The Graphic Design Process How to be successful in design school*. Bloomsbury Publishing Plc

Opara, E y Cantwell, J (2010) *Color Works. Best Practices for Graphic Designers*. Rockport Publishers

Poulin, R (2011) *The Language of Graphic Design. An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles*. Rockport Publishers

Remiers design (2011) *Pequeño Diccionario del Diseñador*. [www.bocetosgraficos.com.ar](http://www.bocetosgraficos.com.ar)

Samara, T (2005) *Making and Breaking the Grid*. Quarto Knows

Skaggs, S (2017) *FireSigns. A Semiotic Theory for Graphic Design*. The MIT Press

Skolos, N y Wedell, T (2011) *Graphic Design Process. From Problem to Solution. 20 Case Studies*. Laurence King Publishing

Teksun. Proceso de diseño: 5 pasos. <https://medium.com/@TeksunGroup/5-important-steps-of-graphic-design-process-ad2009799396>

Tondreau, B (2009) *Layout Essentials*. Rockport Publishers Universitat Autònoma de Barcelona (2021).

Valdés, G (2012) *De la "Alfabetidad Visual" a la Semiótica. Otra aproximación al "Lenguaje" Visual*. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (39) pp 57-69 ISSN 1668-5229

Walter, A (2011) *Designing for emotion. A Book Apart*

Wang, S. (2017). Infografía: Diseño y visualización de la información. Promopress.

## Software

Para el correcto seguimiento de la asignatura utilizaremos el siguiente programario disponible en la Facultad:

- Affinity: Photo, Publisher i Designer
- Davinci Resolve
- Excel
- Word
- Powwerpoint
- Flourish
- Tableau

Se podrá utilizar programas propios y herramientas *online*.

## Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	71	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	7	Catalán	primer cuatrimestre	tarde