

Diseño Gráfico e Infografía

Código: 104799

Créditos ECTS: 6

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
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

Conocimientos previos de informática a nivel de usuario.

Objetivos y contextualización

1. Introducir al estudiantado del grado en Comunicación de las Organizaciones en el uso efectivo de herramientas avanzadas para la creación de gráficos informativos e infografías, como parte integral de su formación académica.
2. Capacitar a las personas en formación para comunicar visualmente, facilitando la comprensión y el desarrollo de distintos tipos de productos de diseño corporativo, infografías y visualizaciones de datos.
3. Fomentar el desarrollo de competencias transversales que permitan aplicar técnicas de diseño en la creación de contenidos gráficos adecuados para publicaciones institucionales, marketing y plataformas digitales.
4. Familiarizar al estudiantado con nuevas tecnologías y aplicaciones vinculadas a la visualización de datos, incluyendo una introducción a herramientas como Tableau y otros paquetes de software gráfico.
5. Proporcionar un conocimiento teórico y práctico profundo sobre el diseño aplicado a la comunicación organizacional, con énfasis en el uso de gráficos estáticos y dinámicos como formas expresivas e 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

- Introducción a los procesos de diseño en comunicación visual.
- La investigación como base fundamental para el desarrollo de infografías y materiales gráficos.
- Análisis de públicos, mercados y entornos comunicativos.
- Desarrollo conceptual y generación de ideas visuales.
- Teorías básicas de la imagen y del texto aplicadas al contexto organizacional.

- Planificación, organización y ejecución de proyectos gráficos.
- El diseño como herramienta estratégica de comunicación.

T2. Fundamentos de la composición: elementos básicos

- Elementos primarios de la composición visual: punto, línea, plano y espacio.
- Definición y caracterización de elementos visuales: textura, escala y proporción.
- Introducción a las nociones de tiempo y movimiento en el diseño.
- Principios de la teoría Gestalt aplicados a la percepción visual.
- Organización visual: ritmo, equilibrio y coherencia compositiva.

T3. Fundamentos de la composición: disposición y maquetación

- Principios básicos de maquetación y estructuración visual.
- Elección de tamaño y formato según soportes y canales comunicativos.
- Uso de la retícula y establecimiento de reglas visuales.
- Estilos de maquetación y aplicación según identidad organizacional.
- Construcción del ritmo visual y contraste dentro del proyecto.
- Coordinación gráfica y coherencia de identidad visual.
- Integración de fotografía e ilustración en proyectos gráficos.

T4. Fundamentos de tipografía

- Anatomía de la letra y clasificación tipográfica.
- Criterios para la selección tipográfica según el contexto comunicativo.
- Espaciado: interletrado, interlineado y proporciones visuales.
- Lecturabilidad y legibilidad: herramientas para una comunicación clara.
- Jerarquía y énfasis tipográfico dentro de la composición.
- El texto como elemento gráfico y expresivo.

T5. Fundamentos del color

- Terminología y clasificación básica del color.
- Criterios de uso del color para la legibilidad, el contraste y la armonía.
- Significados y asociaciones simbólicas del color en contextos culturales y organizacionales.
- Funciones del color en la transmisión de información y como apoyo a la narrativa visual.

A1. Práctica tecnológica

- Introducción práctica a herramientas digitales para el diseño y la visualización de datos.
- Aplicación de programas específicos (p. ej. Adobe Illustrator, InDesign, Canva, Tableau, etc.).
- Desarrollo de proyectos gráficos adaptados a contextos organizacionales reales.

- Práctica de flujos de trabajo y entrega de piezas gráficas según requisitos profesionales.

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 información:

El aprendizaje basado en proyectos es una metodología activa de enseñanza-aprendizaje que se desarrolla mediante la realización de un proyecto en un periodo determinado, con el objetivo de resolver un problema o completar una tarea. El proceso contempla distintas fases y requiere que el estudiantado realice la búsqueda, selección y síntesis de información relevante.

Clases magistrales:

Los contenidos teóricos se presentan en el aula mediante ejemplos y casos prácticos en sesiones magistrales. Estas se combinan con una metodología de aula invertida, en la que el estudiantado accede previamente a materiales de lectura (artículos, capítulos, recursos digitales, etc.) y llega a clase con conocimientos previos, lo que facilita el análisis colectivo, el debate y la aplicación de conceptos en actividades colaborativas. Esta dinámica fomenta la participación activa y la construcción compartida del conocimiento.

Prácticas de laboratorio:

El aprendizaje del diseño requiere una práctica constante con herramientas específicas: desde el cuaderno de bocetos para la conceptualización, hasta la elaboración de miniaturas para estructurar maquetaciones. Asimismo, se trabajará con software especializado en los laboratorios de informática para el desarrollo de gráficos y proyectos visuales.

Seminarios:

Los seminarios se basan en el trabajo cooperativo para reflexionar sobre situaciones reales del ámbito profesional. A partir de la presentación de briefings, el análisis de casos y el intercambio de ideas, se fomenta la participación crítica, el razonamiento compartido y la adquisición de aprendizajes significativos a través de la experiencia.

Tutorías:

El progreso en competencias y conocimientos puede variar según los intereses y trayectorias previas de cada persona. Por este motivo, se establece un plan de tutorías individualizado que ofrece acompañamiento personalizado y orientación adaptada a las diferentes realidades del estudiantado.

El contenido de la asignatura tendrá en cuenta la perspectiva de género, promoviendo la igualdad y la inclusión, tanto en los ejemplos y materiales utilizados como en el uso de un lenguaje inclusivo y respetuoso con la diversidad.

El calendario detallado de las sesiones se presentará el primer día de clase y estará disponible en el Campus Virtual, donde también se podrán consultar los materiales docentes y toda la información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

En caso de modificación de la modalidad docente por causas de fuerza mayor, según lo indiquen las autoridades competentes, el profesorado informará puntualmente de los cambios que se produzcan en la programación y en las metodologías.

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
Prácticas de laboratorio	50%	12	0,48	4, 6, 11, 15
Prueba de teoría	15%	2	0,08	6
Tutorías de seguimiento	5%	2	0,08	4, 6, 9, 11, 15

La asignatura puede superarse mediante el sistema de evaluación continua (EC). La prueba teórica será de carácter escrito. Las actividades evaluables son las siguientes:

- 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 tutorías de seguimiento (5% de la nota final).

Para superar la asignatura, es imprescindible entregar todas las actividades correspondientes a las actividades A y C, y obtener en cada una de ellas una calificación mínima de 4 puntos para que puedan ser incluidas en la media final.

El estudiantado tiene derecho a una prueba de recuperación, siempre que haya sido evaluado/a en un conjunto de actividades que representen al menos dos tercios de la calificación total de la asignatura.

Las actividades A, B y C que tengan una calificación suspensa (entre 0 y 4,99) serán recuperables. El profesorado indicará, en función del caso, el procedimiento específico de recuperación.

La actividad D, por su naturaleza participativa y vinculada al seguimiento continuado, no es recuperable.

En caso de recuperación, la calificación final de la actividad correspondiente se calculará ponderando con la nota inicial obtenida.

La asistencia a las prácticas de laboratorio es obligatoria. La ausencia no justificada conllevará una calificación de 0 en dicha actividad.

Plagio: En caso de que una persona estudiante incurra en cualquier irregularidad que pueda suponer una variación significativa en la calificación de una actividad de evaluación, dicha actividad será calificada con un 0, independientemente del procedimiento disciplinario que pueda abrirse. Si se detectan múltiples irregularidades en las actividades de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de la asignatura será 0.

En esta asignatura se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) como parte del desarrollo de los trabajos, siempre que el resultado final refleje una aportación significativa y personal por parte del estudiantado en el análisis y la reflexión crítica.

Será obligatorio:

- Identificar de forma clara las partes generadas con herramientas de IA.
- Especificar las herramientas utilizadas.
- Incluir una reflexión crítica sobre cómo estas tecnologías han influido en el proceso y en el resultado final del trabajo.

La falta de transparencia en el uso de IA se considerará una falta de honestidad académica, y podrá conllevar penalizaciones en la calificación de la actividad o, en casos graves, sanciones académicas mayores.

Bibliografía

- Adams, Sean. (2017). *The Designer's Dictionary of Color*. Abrams.
- Ambrose, Gavin, & Harris, Paul. (2011). *Basics Design 02: Layout* (2^a ed.). AVA Publishing.
- Beier, Sofie. (2012). *Reading Letters: Designing for Legibility*. BIS Publishers.
- Budelmann, Kevin, Kim, Yang, & Wozniak, Curt. (2010). *Brand Identity Essentials: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands*. Rockport Publishers.
- Coles, Stephen. (2012). *The Anatomy of Type*. Harper Design.
- Dabner, David, Calvert, Sandra, & Casey, Abbie. (2010). *Graphic Design School: The Principles and Practices of Graphic Design*. Quarto Inc.
- Davis, Meredith. (2012). *Graphic Design Theory*. Thames and Hudson.
- Dondis, Donis A. (1995). *La sintaxis de la imagen*. Gustavo Gili.
- Edwards, Betty. (2004). *Color: A Course of Mastering the Art of Mixing Colors*. Penguin.
- Evans, Peter, & Sheri, Anne. (2014). *The Graphic Design Reference & Specification Book*. Rockport Publishers.
- Freeman, Katie. (2018). *Interactive Graphics: Engaging Audiences in Design*. UX Books.
- García, Ana. (2020). *Color & Emotion: The Psychology behind Palette Choices*. Universidad Creativa Press.
- Graver, Amy, & Jura, Ben. (2012). *Best Practices for Graphic Designers: Grids and Page Layouts*. Rockport Publishers.
- Henderson, Kathryn, et al. (2012). *Typography, Referenced: A Comprehensive Visual Guide to the Language, History, and Practice of Typography*. Rockport Publishers.
- Heller, Steven, & Vienne, Véronique. (2015). *Becoming a Graphic & Digital Designer: A Guide to Careers in Design*. John Wiley & Sons.
- Hernández, Raúl. (2017). *Diseño Editorial: Técnicas y Tendencias*. Editorial Comunicación.
- Ibrahim, Sara. (2023). *Digital Branding for Women Entrepreneurs*. BrandLab.
- Janda, Michael. (2013). *Burn Your Portfolio: Stuff They Don't Teach You in Design School, But Should*. Pearson Education.
- Johnson, Emily. (2016). *Inclusive Design: Accessibility in Graphics*. Design Ethics Publishing.
- Kaufmann, Stefan. (2015). *User Experience Typography*. TypoUX Press.
- Labudovic, Ana, & Vukusic, Nikola. (2009). *Field Guide: How to be a Graphic Designer*.
- Landa, Robin. (2018). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.

- Lawson, Bryan. (2005). *How Designers Think*. Elsevier.
- Lee, Terry. (2006). *Color Design Workbook: A RealWorld Guide to Using Color in Graphic Design*. Rockport Publishers.
- Leech, Joe. (2016). *Psychology for Designers: A Pocket Guide*. Mrjoe Press.
- Lidwell, William, Holden, Kritina, & Butler, Jill. (2014). *Universal Principles of Design*. Rockport Publishers.
- López, Carla. (2020). *Más que un Logo: Estrategias de Marca*. Editorial Empresarial.
- Lupton, Ellen. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, Students*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, Ellen. (2011). *Reading and Writing*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, Ellen. (2014). *Type on Screen*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, Ellen, & Cole, Jennifer. (2015). *Graphic Design, the New Basics*. Princeton Architectural Press.
- Marín, Paula. (2022). *Diseño Sostenible: Ética y Estética*. Editorial Verde.
- Millman, Debbie. (2007). *How to Think Like a Great Graphic Designer*. Allworth Press.
- Morley, Mark. (2016). *The Fundamentals of Graphic Design*. Bloomsbury Visual Arts.
- Niederst, Jennifer. (2018). *Learning Web Design*. O'Reilly Media, Inc.
- Núñez, Francisco. (2019). *Infografías para la Educación*. Ediciones Visuales.
- Opara, Eddie, & Cantwell, John. (2010). *Color Works: Best Practices for Graphic Designers*. Rockport Publishers.
- Pipes, Alan. (2009). *Production for Graphic Designers*. Laurence King Publishing.
- Poulin, Richard. (2011). *The Language of Graphic Design*. Rockport Publishers.
- Quintana, Diego. (2021). *Gestión del Proceso Creativo*. Creativa Editorial.
- Remiers Design. (2011). *Pequeño Diccionario del Diseñador*. www.bocetosgraficos.com.ar
- Roberts, Lucienne. (2019). *Good: An Introduction to Ethics in Graphic Design*. AVA Publishing.
- Samara, Timothy. (2005). *Making and Breaking the Grid*. Quarto Knows.
- Shaughnessy, Adrian. (2010). *How to Be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*. Princeton Architectural Press.
- Sherwin, David. (2010). *Creative Workshop*. HOW Books.
- Skaggs, Steven. (2017). *FireSigns: A Semiotic Theory for Graphic Design*. MIT Press.
- Skolos, Nancy, & Wedell, Thomas. (2011). *Graphic Design Process*. Laurence King Publishing.
- Tondreau, Beth. (2009). *Layout Essentials*. Rockport Publishers.
- Valdés, Gustavo. (2012). *De la "Alfabetidad Visual" a la Semiótica*. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
- Walter, Aaron. (2011). *Designing for Emotion*. A Book Apart.
- Wang, Shaoqiang. (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*.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

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