GUIA DOCENT DE CENTRES ISEACV
GUÍA DOCENTE DE CENTROS ISEACV

Curs / *Curso*
2026-2027

1	**Dades d'identificació de l'assignatura** *Datos de identificación de la asignatura*				
Nom de l'assignatura *Nombre de la asignatura*	**DISEÑO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO CERÁMICO**				
Crèdits ECTS *Créditos ECTS*	**6**	Curs *Curso*	4º	Semestre *Semestre*	1º
Tipus de formació *Tipo de formación* bàsica, específica, optativa *básica, específica, optativa*	Obligatoria de itinerario	Idioma/es en que s'imparteix l'assignatura *Idioma/s en que se imparte la asignatura*			Castellano
Matèria *Materia*	Proyectos cerámicos				
Titulació *Titulación*	GRADO EN ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE ARTES PLÁSTICAS				
Especialitat *Especialidad*	CERÁMICA				
Centre *Centro*	ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE CERÀMICA DE MANISES				
Departament *Departamento*	Proyectos y decoración cerámica				
Professorat *Profesorado*	Luis Morales				
e-mail *e-mail*	*lj.moralescampillo@iseacv.gva.es*				

1.1 Objectius generals i contribució de l'assignatura al perfil professional de la titulació
Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

Los objetivos generales y la contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación son:

- Conocer los procesos de creación de marcas.
- Determinar la utilidad de los sistemas de clasificación del color.
- Comprender el significado de las tipografías.
- Familiarizarse con el diseño de los recursos corporativos.
- Conocer los soportes básicos de comunicación impresa.
- Determinar otros soportes de comunicación distintos a los impresos.
- Comprender los estándares gráficos básicos.
- Entender la presencia de la empresa en las redes sociales.

1.2 Coneixements previs
Conocimientos previos

Para esta asignatura no se contemplan incompatibilidades.

Conocimientos básicos recomendados:
Conocimientos de metodología proyectual.
Sistemas operativos, ofimática, Internet y redes sociales.
Adobe Illustrator, Indesign y Photoshop.

2 Competències de l'assignatura
Competencias de la asignatura

Las competencias de esta asignatura en la orden 23/2011, de 2 de noviembre, de la Conselleria de Educación, Formación y Empleo, son las siguientes:

Competencias transversales del título de Graduado o Graduada en Artes Plásticas
CT1. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
CT2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
CT3. Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
CT7. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
CT9. Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
CT10. Liderar y gestionar grupos de trabajo.
CT12. Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada.
CT15. Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
CT*. Visibilizar la presencia de la mujer a través de los contenidos de la asignatura.

Competencias generales del título de Graduado o Graduada en Artes Plásticas
CG2. Analizar, interpretar, adaptar y producir información que afecte a la realización de los proyectos en lo relativo a los distintos procesos de investigación y desarrollo de productos y servicios, a los requisitos y condicionantes materiales y productivos y, en su caso, a las instrucciones de mantenimiento, uso o consumo.
CG4. Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas del mercado.
CG9. Valorar la significación artística, cultural y social del diseño y su capacidad de intervenir como factor de identidad, innovación y desarrollo de la calidad.

Competencias específicas del título de Graduado o _Graduada en Artes Plásticas en la especialidad de Cerámica
CE9. Conocer y aplicar las normas de calidad relacionadas con las materias primas, proceso y producto acabado.
CE11. Comprender las producciones cerámicas como el resultado de la integración de elementos formales, funcionales y comunicativos que responden a criterios de demanda social, cultural y de mercado.
CE12. Conocer el marco social, cultural, económico y profesional del diseño producto cerámico en todas sus vertientes profesionales y su valor como factor de innovación, desarrollo y sostenibilidad cultural y de mercado.

3 Resultats d'aprenentatge
Resultados de aprendizaje

RESULTATS D'APRENENTATGE *RESULTADOS DE APRENDIZAJE*	COMPETÈNCIES RELACIONADES *COMPETENCIAS RELACIONADAS*
RA1. Elabora documentos utilizando con propiedad el significado y las implicaciones del término marca.	CT1, CT2, CT7, CT15, CG2, CE11, CE12, CT*
RA2. Identifica los sistemas de clasificación del color en el tratamiento cromático de los signos de identificación de una empresa o producto, considerando su significado y necesidades de reproducción.	CT3, CG2, CE11
RA3. Identifica las familias tipográficas, basándose en su historia y rasgos formales y funcionales para complementar el significado de la marca.	CT3, CG2, CE11
RA4. Resuelve el desarrollo de soportes básicos de comunicación tanto impresa como en las redes sociales.	CT1, CT3, CT12, CT15, CG2, CG4, CE11, CE12
RA5. Aplica conceptos básicos de identidad corporativa para singularizar la presencia de la empresa en diversos soportes visuales.	CT1, CT3, CT12, CT15, CG2, CG4, CE11, CE12
RA6. Conoce los fundamentos de la comunicación corporativa en redes sociales.	CT7, CT10, CG4, CG9, CE11, CE12

4 Continguts de l'assignatura i organització temporal de l'aprenentatge
Contenidos de la asignatura y organización temporal del aprendizaje

Descripció per blocs de contingut, unitats didàctiques, temes,... *Descripción por bloques de contenido, unidades didácticas, temas,…*	Planificació temporal *Planificación temporal*
1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES SOBRE LA MARCA-EMPRESA-PRODUCTO 1.1. Imagen e identidad corporativa. 1.2. Elementos básicos que configuran la identidad visual corporativa: la denominación verbal, el isologo, la ga cromática y la tipografía. 1.3. Recursos del lenguaje visual.	6 sesiones
2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA CREACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA. 2.1. Ejes básicos de la estrategia. 2.2. El proceso. Metodología: análisis, creación, desarrollo.	6 sesiones
3. SOPORTES TRADICIONALES DE COMUNICACIÓN. 2.1. Papelería de empresa, catálogos y otros soportes de comunicación a distancia. envases, vestuario, parque señalética.	4 sesiones
4. EL P.I.C. CONCEPTOS FUNDAMENTALES Y MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS. 4.1. Normas básicas de comunicación. 4.2. Estándares gráficos básicos. 4.3. Manual de Identidad Visual Corporativa.	10 sesiones
5. NUEVOS SOPORTES DE COMUNICACIÓN. 5.1. Redes sociales y empresa.	4 sesiones
En todos los contenidos se velará por visibilizar a las mujeres y su contribución al desarrollo de la cerámica, y se propiciará la reflexión sobre la pervivencia de papeles sociales discriminatorios en función del sexo.	

5 Activitats formatives
Actividades formativas

5.1 Activitats de treball presencials
Actividades de trabajo presenciales

ACTIVITATS *ACTIVIDADES*	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge *Metodología de enseñanza-aprendizaje*	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge *Relación con los Resultados de Aprendizaje*	Volum treball (en nº hores o ECTS) *Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)*
Classe presencial *Clase presencial*	Exposición de contenidos por parte del profesor, demostración de acciones. Presentación de textos y diseños relacionados con los contenidos de la asignatura.	RA2, RA3, RA6	30 h.
Classes pràctiques *Clases prácticas*	Diseños, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones, búsqueda de datos en bibliotecas, en Internet, etc.	RA2, RA3, RA6	30 h.
Tutoria *Tutoría*	Atención personalizada y en pequeño grupo consistentes en sesiones de orientación realizadas por el profesor con el objetivo de revisar y discutir los ejercicios, tareas solicitadas o los temas desarrollados en clase.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6	10 h.
Avaluació *Evaluación*	Realización de pruebas prácticas específicas, entrega y evaluación de los trabajos para su valoración individual.	RA1, RA4, RA6	5 h.
		SUBTOTAL	75 h.

5.2 Activitats de treball autònom
Actividades de trabajo autónomo

ACTIVITATS *ACTIVIDADES*	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge *Metodología de enseñanza-aprendizaje*	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge *Relación con los Resultados de Aprendizaje*	Volum treball (en nº hores o ECTS) *Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)*
Treball autònom *Trabajo autónomo*	Recopilación y análisis de información relevante en relación con los temas estudiados para optimizar los procesos de conceptualización en los ejercicios propuestos. Realización de bocetos para cada uno de los ejercicios propuestos.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6	50 h.
Estudi pràctic *Estudio práctico*	Preparación diseños, trabajos, memorias… para exponer, interpretar o entregar durante las clases prácticas.	RA1, RA4, RA5, RA6	20 h.
Activitats complementàries *Actividades complementarias*	Asistencia a conferencias, jornadas, talleres u otro tipo de actividades vinculados al diseño de producto cerámico.	RA2, RA3	5 h.
		SUBTOTAL	75 h.

TOTAL	150 h.

6 Sistema d'avaluació i qualificació
Sistema de evaluación y calificación

6.1 Instruments d'avaluació
Instrumentos de evaluación

INSTRUMENT D'AVALUACIÓ *INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN*	Resultats d'Aprenentatge avaluats Resultados de Aprendizaje evaluados	Percentatge atorgat (%) *Porcentaje otorgado (%)*
Informes que reflejen la investigación y análisis realizados para determinar de los límites concretos del contexto real donde se efectuará la estructuración de datos necesarios para la definición del problema de diseño de los elementos de identidad visual corporativa y sus aplicaciones.	RA1, RA4, RA5, RA6	20%
Elaboración de soportes para la clarificación y desarrollo de la tarea-solicitud: informe preliminar que recoja la información recabada, derivada tanto del análisis de imágenes, como de documentación examinada en internet (u otras fuentes) y en los documentos de la solicitud, paneles de ambiente y de conceptos y el establecimiento del perfil del producto a diseñar mediante la elaboración de bocetos.	RA1, RA2, RA3, RA6	30%
Elaboración del Manual de Identidad Corporativa que recoge los principales elementos gráficos de una marca y explica cómo deben aplicarse. En él se especificarán al menos: la marca, la construcción y aplicación, el color, la tipografía, los usos no correctos, las aplicaciones y la terminología específica.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6	50%

6.2 Criteris d'avaluació
Criterios de evaluación

La evaluación se basa en los resultados de aprendizaje determinados para la asignatura y en la consolidación de las competencias generales, transversales y específicas previstas en la titulación.

De acuerdo con el carácter práctico de la asignatura y su metodología centrada en las actividades de aprendizaje, se establece un sistema de evaluación progresiva y periódica a partir de las entregas de los trabajos a lo largo de todo el curso fundamentada en el seguimiento de la evolución del alumnado y en la verificación de los resultados de aprendizaje obtenidos. Mediante este sistema de evaluación, durante el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, se busca valorar si el alumnado está adquiriendo el aprendizaje pretendido y tomar decisiones que puedan reconducir el proceso.

Por tanto, la evaluación está referida a la valoración de cada uno de los instrumentos de evaluación. La calificación obtenida en cada uno de ellos resultará de la media aritmética de sus valores parciales. Esta valoración reflejará el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje relacionados con cada uno de los instrumentos de evaluación.

En general, los criterios de evaluación tienen en cuenta los siguientes indicadores básicos:

- Aplicación de una metodología que da respuesta satisfactoria al problema de diseño de la imagen visual corporativa.
- Originalidad de las propuestas de diseño, adecuadamente fundamentadas y argumentadas desde criterios viabilidad mediante los cuales el diseño de respuesta a determinadas cuestiones cuyo planteamiento previo sea clave de una solución idónea.
- Adecuación de las técnicas y eficacia en los procesos empleados en los ejercicios y tareas.
- Organización, calidad, pertinencia y variedad de la información, y redacción y ortografía en la memoria e informes.
- La actitud: nivel de compromiso, asistencia, participación y el respeto de los criterios y plazos de entrega.
- Para aprobar la asignatura habrá que realizar todos los trabajos solicitados.
- Las fechas de entrega se indicarán en un documento de solicitud y especificaciones para cada propuesta.

Las fechas de entrega y las pruebas teóricas se realizarán dentro de las establecidas en el calendario académico y las entregas se comunicarán al menos con una semana de antelación.

6.3 **Sistemes de recuperació**
Sistemas de recuperación

Per a l'alumnat que ha suspès o no ha seguit el desenvolupament normal de les classes – criteris i dates d'entrega)
Para el alumnado que ha suspendido o no ha seguido el desarrollo normal de las clases – criterios y fechas de entrega)

Al tratarse de un sistema de evaluación progresiva, la asistencia deberá ser de al menos de un 80% del total de las actividades presenciales.

En caso de superar el máximo de faltas de asistencia permitidas, justificadas o no, el alumno perderá su derecho a evaluación y deberá presentar todos los ejercicios solicitados y habrá de realizar una prueba de carácter teórico-práctico que realizará en la fecha para el examen extraordinario asignada a la asignatura. Su calificación será la obtenida tras la evaluación de todos los ejercicios solicitados y de una prueba de carácter teórico-práctico que realizará en la fecha de examen asignada a la asignatura, que supondrá el 30% de la calificación final. Esta prueba tendrá una duración de 3 horas y versará sobre los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura; constará de un examen tipo test, para el que se dispondrá de una hora de duración, y un ejercicio práctico relacionado con la adaptación de Photoshop a los procesos de diseño cerámico de recubrimientos. Estas dos pruebas serán calificadas de 0 a 10 y será necesario obtener un mínimo de 5 en cada una de ellas.

Los/las alumnos/as que hayan asistido a clase de forma regular (más del 80% de las sesiones) y que no hayan presentado o superado los trabajos exigidos en la asignatura, deberán presentarlos en la convocatoria extraordinaria. En el caso de trabajos en grupo, en esta convocatoria serán calificados de manera individual. Estos ejercicios, al no haber sido presentados en las fechas requeridas en las correspondientes solicitudes, tendrán una penalización de 2 puntos.

7 Bibliografia
Bibliografía

- Airey, D. (2019). *Diseño de logos. La guía definitiva para crear la identidad visual de una marca* (2.ª ed.). Anaya Multimedia.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2017). *Fundamentos del diseño gráfico* (2.ª ed.). Parramón.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2019). *Color*. Parramón.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa* (4.ª ed.). Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Chaves, N. (2015). *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional* (3.ª ed.). Gustavo Gili.
- Costa, J. (2009). *Imagen corporativa en el siglo XXI* (2.ª ed.). La Crujía.
- González, J. (2002). *Identidad visual corporativa*. Síntesis.
- Hefting, P. (1991). *Manual de imagen corporativa*. Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2011). *Pensar con tipos. Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores*. Gustavo Gili.
- Mollerup, P. (1987). *El programa de diseño corporativo*. IMPI/MINER.
- Ryan, D. (2020). *Marketing digital. Estrategia, implementación y práctica* (8.ª ed.). Anaya Multimedia.
- Wheeler, A. (2018). *Diseño de identidad de marca. Guía esencial para todo el equipo de gestión de marcas* (5.ª ed.). Anaya Multimedia.

DILIGENCIA: Se hace constar que la presente guía docente ha sido aprobada, para su remisión a la Comisión Académica, en reunión del Departamento de fecha 13/07/2026

DILIGENCIA: Se hace consta que la presente guía docente ha sido aprobada por la Comisión Académica de Centro en su reunión de fecha 08/09/2026