



Eina Centre Universitari
Fundació Eina
Disseny Art Barcelona

Passeig Santa Eulàlia 25
08017 Barcelona T+34 932 030 923
info@eina.cat www.eina.cat

SISTEMES D'IDENTITAT

Jordi Duro Trouillet

Professor Responsable: Jordi Duro Trouillet

Grup: 1,2

Codi: 105729

Crèdits: 6 ECTS

Curs:

Semestre: 2

Tipologia: Optativa

Matèria: Processos de Disseny

Horaris:

Grup	Horaris	Professor
1	Dimecres 12:00 - 15:00	Jordi Duro Trouillet
2	Dijous 15:30 - 18:30	Jordi Duro Trouillet



Eina Centre Universitari
Fundació Eina
Disseny Art Barcelona

Passeig Santa Eulàlia 25
08017 Barcelona T+34 932 030 923
info@eina.cat www.eina.cat

Índex de la Guia Docent

Presentació de l'assignatura

Recomanacions

Continguts

Metodologia

Avaluació

Bibliografia i Recursos

Resultats d'Aprenentatge

Presentació de l'assignatura

Breu descripció:

Qualsevol aproximació al concepte de marca comercial s'envolta de múltiples disciplines que conflueixen en ella. Aquesta s'ha estudiat principalment des de perspectives relatives a la història, al màrqueting, el management i la etologia del receptor.

L'aproximació metodològica al disseny de la marca és complexa, ja que està subjecta als diversos factors que interactuen en la creació d'un llenguatge visual, així que l'èxit del seu resultat mai pot considerar-se mèrit d'una bona execució disciplinària concreta sinó d'una bona coordinació de múltiples factors, on la mesura de cadascun d'ells la posa el seu context específic d'actuació. És aquí on la consistència i la sistematització de l'aplicació de la marca esdevé fonamental en el seu reconeixement.

Aquesta assignatura aprofundeix en el disseny dels elements visuals d'identitat bàsics i de la seva aplicació sistemàtica.

Objectius Formatius:

Obtenir una visió panoràmica dels projectes d'identitat per poder interlocutar amb els tots els actors implicats en un procés de disseny de marca.

Comprendre les dimensions socials i culturals de les marques.

Realitzar diagnòstics sobre la situació de les marques a partir dels seus elements de disseny.

obtenir uns coneixements tècnics suficients per ser capaç de traslladar el seu disseny de manera consistent a qualsevol dels suports físics i digitals on es visualitzarà

Recomanacions

les recomanacions es proposaran de manera específica per a cadascun dels projectes, així com bibliografia adient a cada encàrrec.

Continguts i Metodologia

Breu descripció:

Introducció: Orígen etimològic del terme vs. significat actual.

Brand management: Estrategia estètica i gestió de la marca, visualitzar gràficament plans estratègics.

Mood Board.

Creació de valors de marca: Disseny de marques i namings. Breu introducció al disseny gràfic. El

trident Basic identificatiu: la tipografia, el color i la imatge. Els sistemes identificatius.

Sistematització dels valors: Supply chain en la gestió, fabricació i comercialització. Disciplines: Imatge corporativa,

packaging, disseny multimedia, disseny indumentaria, disseny vehicles, disseny editorial i promoció.

Normalització: El manual d'imatge de marca i la sistematització de la comunicació.

Metodologia docent:

4 Classes magistrals presentant cadascun dels 4 exercicis i donant una base històrica amb multitud de referents per contextualitzar cada encàrrec i copsar la seva complexitat.

Correccions públiques de cadascun dels treballs amb participació de tota la classe i seguiment personalitzat i adaptat a les competències dels alumnes (de 3r i de 4rt) fins a l'entrega.

Activitats formatives:

a través de les correccions públiques dels treballs de classe, l'alumne aprendrà a consolidar les eines que ofereix el disseny gràfic per coordinar la identitat visual de marca. L'alumne aprendrà a generar, gestionar i coordinar l'establiment d'una estratègia estètica en diferents suports de comunicació. Entendrà de quina manera el bon planteig de l'estratègia estètica facilita el reconeixement, la promoció i les relacions públiques d'una organització.

Avaluació

Normativa general d'avaluació

Per considerar superada una assignatura, caldrà que s'obtingui una qualificació mínima de 5,0. Una vegada superada l'assignatura, aquesta no podran ser objecte d'una nova avaluació.

La menció de matrícula d'honor es pot atorgar a l'alumnat que tingui una qualificació igual o superior a 9,0. El nombre de matrícules d'honor que s'atorgui no pot ser superior al cinc per cent de persones matriculades en una assignatura en el període acadèmic corresponent, excepte si el total de persones matriculades és inferior a vint, en el qual cas es pot atorgar una sola matrícula d'honor.

Es considerarà "No Avaluable" (NA) l'estudiant que no hagi lliurat totes les evidències d'aprenentatge o no hagi assistit al 80% de les classes sense haver justificat les absències. En cas d'absència justificada, l'estudiant s'ha de posar en contacte amb el professor en el moment de la reincorporació per determinar la recuperació de les activitats a les quals no hagi assistit.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Sistema avaluació continua

El sistema d'avaluació d'EINA i de la UAB és d'avaluació continuada, l'objectiu de la qual és que l'estudiant pugui conèixer el seu progrés acadèmic al llarg del seu procés formatiu per tal de permetre-li millorar-lo.

El procés d'avaluació continuada ha d'incloure un mínim de tres activitats avaluatives, de dues tipologies diferents, distribuïdes al llarg del curs, cap de les quals pot representar més del 50% de la qualificació final.

el 80% de la nota final s'obté del promig de 4 exercicis realitzats durant el curs. (tres dels exercicis es fan individualment i l'últim en parelles). cadascun dels exercicis representa un 20% de la nota. l'assistència a classe i la participació representen un 10 % adicional cadascun.

Procés de revisió

els alumnes son informats de la nota de cada exercisi en el moment que comencen el següent.
els alumnes poden tornar a presentar els projectes en qualsevol moment del curs per pujar nota
els alumnes poden demanar, informant a direcció, d'un pla d'entregues personalitzat adaptat a la seva situació personal, de ser necessari

Resultats d'aprenentatge de la matèria

Coneixements

Reconèixer les similituds i les diferències d'un projecte de disseny amb altres de similars dins del context de l'oferta existent al mercat. (KT01)

Habilitats

Relacionar conceptes i procediments de diferents sectors professionals del disseny en el desenvolupament de projectes de disseny integrals. (ST09)

Resultats d'aprenentatge de la titulació

Competències

Gestionar tasques relacionades amb el disseny de manera autònoma, planificant i organitzant els temps i els processos en el marc d'un encàrrec professional i/o acadèmic.

Aplicar el coneixement adquirit a la resolució de projectes de disseny i art amb una execució professional que tingui en consideració a la diversitat d'usuaris i/o receptors.

Habilitats

Proposar solucions a problemes de disseny (o altres àmbits en els quals el disseny pugui aportar respostes) amb claredat i referint el vocabulari específic de l'àrea, així com les tècniques d'expressió i representació adequades.

Adequar els llenguatges plàstics, l'ús dels mitjans i les tècniques artístiques a les intencions comunicatives de cada projecte de disseny.

Coneixements

Categoritzar les tecnologies i els processos de producció i els seus respectius costos en relació amb la conceptualització i formalització de projectes de disseny, sense desatendre els criteris de rigor i qualitat formal en els acabats i els detalls.



Eina Centre Universitari
Fundació Eina
Disseny Art Barcelona

Passeig Santa Eulàlia 25
08017 Barcelona T+34 932 030 923
info@eina.cat www.eina.cat

Bibliografia i Recursos

MOLLERUP, Per. Marks of Excellence. The history and taxonomy of trademarks. Phaidon Press Ltd. 1997.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef. Sistemas de retículas. Editorial Gustavo Gili. 1982.

FRUTIGER, Adrian. En torno a la tipografía. Editorial Gustavo Gili. 2002/2004.

OLINS, Wally. Brand. Las marcas según Wally Olins. Turner Publicaciones. 2004.