

Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa
Rede de Escolas de Arte e Superiores de Deseño de Galicia

Guía docente

Título superior de deseño

Especialidade: Moda

Disciplina: Imaxe global - *Branding*



Índice

1	Identificación e contextualización.....	3
2	Descrición da disciplina.....	3
	2.1. Descritores.....	3
	2.2. Relación con outras disciplinas de contidos progresivos.....	3
	2.3. Interese da disciplina para a consecución dos obxectivos da titulación.....	3
	2.4. Metodoloxía.....	4
3	Obxectivos.....	5
4	Competencias que se desenvolven na disciplina.....	5
	4.1. Competencias transversais.....	5
	4.2. Competencias xerais.....	5
	4.3. Competencias específicas da titulación.....	5
5	Organización dos contidos.....	5
	5.1. Contidos.....	5
	5.2. Organización.....	6
6	Procedemento de avaliación.....	6



1 Identificación e contextualización

Datos da disciplina					
Escolas	EASD Mestre Mateo				
Web escolas	www.easd.es				
Mail escolas	escola.arte.mestre.mateo@edu.xunta.es				
Materia	Proxectos de deseño gráfico				
Disciplina	Imaxe global - <i>Branding</i>				
Carácter	Optativa (Op.)	Tipo	Teórico-práctico (T.P.)	Duración	Cuatrimestral
Curso	4º			Créditos ECTS	6
Horas de clase semanais		4			
Horas de traballo non presencial		72			
Horas de tutoría		6			

2 Descrición da disciplina

2.1. Descritores

- Fundamentos do *branding*.
- Estratexia de marcas de moda.
- Identidade verbal e identidade visual.
- Aplicacións do *branding* ao deseño de estampados.
- Comunicación de marca.

2.2. Relación con outras disciplinas de contidos progresivos

Se ben esta disciplina é de carácter optativo, para acometela cómpre ter coñecementos de deseño gráfico e mercadotecnia, polo que é recomendable ter superado previamente estas disciplinas, impatridas no 2º curso da titulación.

2.3. Interese da disciplina para a consecución dos obxectivos da titulación

- Coñecer os fundamentos da creación e xestión de marca.



- Dimensionar o rol das marcas na sociedade contemporánea.
- Adquirir un modelo de creación e xestión de marca.
- Profundizar na resolución de proxectos integrais de *branding*.

2.4. Metodoloxía

Actividades introductorias

Explicación aos alumnos/as do desenvolvemento da materia ao longo do curso, incidindo nas competencias e nos contidos que se traballan, a metodoloxía e o sistema de avaliación.

Exposición maxistral

Explicación por parte do profesorado na aula dos contidos dos temas ou unidades didácticas enumeradas.

Prácticas presenciais

Resolución por parte do alumnado dos exercicios prácticos propostos en cada tema, a partires dos contidos teóricos.

Prácticas non presenciais

Resolución por parte do alumnado das actividades e problemas propostos nalgúns temas mediante traballos autoxestionados onde completará os coñecementos teórico-prácticos.

Exposición e debate

Exposición e defensa por parte do alumnado de algún dos traballos realizados o longo do curso.

Titorías docentes

A súa finalidade é resolver dúbidas, tutelar e coordinar as prácticas.

Actividades de avaliación

- Formativa.
 - Comprende o funcionamento cognitivo fronte as tarefas.
 - Adaptar os procesos aos progresos e dificultades.
- Sumativa.
 - Comprobar si se adquiriron as competencias previas.
 - Establecer balances dos resultados.



Actividades complementarias

Actividades realizadas para complementar a formación, academicamente dirixidas, relacionadas cos contidos e realizadas no centro ou fora del.

3 Obxectivos

Acadar as competencias transversais, xerais e específicas da titulación durante o desenvolvemento da disciplina.

4 Competencias que se desenvolven na disciplina

4.1. Competencias transversais

T.3. Solucionar problemas e tomar decisións que respondan aos obxectivos do traballo que se realiza.

T.4. Utilizar eficientemente as tecnoloxías da información e a comunicación.

T.14. Dominar a metodoloxía de investigación na xeración de proxectos, ideas e solucións viables.

T.15. Traballar de forma autónoma e valorar a importancia da iniciativa e o espírito emprendedor no exercicio profesional.

4.2. Competencias xerais

X.1. Concebir, planificar e desenvolver proxectos de deseño de acordo cos requisitos e condicionamentos técnicos, funcionais, estéticos e comunicativos.

X.2. Dominar as linguaxes e recursos expresivos da representación e a comunicación.

X.3. Establecer relacións entre a linguaxe formal, a linguaxe simbólica e a funcionalidade específica.

X.18. Optimizar a utilización dos recursos necesarios para alcanzar os obxectivos previstos.

X.20. Comprender o comportamento dos elementos que interveñen no proceso comunicativo, dominar os recursos tecnolóxicos da comunicación e valorar a súa influencia nos procesos e produtos do deseño.

X.22. Analizar, avaliar e verificar a viabilidade produtiva dos proxectos, desde criterios de innovación, xestión empresarial e demandas de mercado.



4.3. Competencias específicas da titulación

E.M.1. Xerar propostas creativas de deseño de moda e indumentaria adecuadas aos condicionamentos materiais, formais, estéticos, comunicativos e funcionais dos supostos de traballo.

E.M.2. Concibir e materializar proxectos de deseño de moda e indumentaria que integren os aspectos formais, materiais, técnicos, funcionais, comunicativos e de realización.

E.M.5. Adecuar a metodoloxía e as propostas de deseño á evolución tecnolóxica e industrial propia do sector.

E.M.6. Fundamentar o proceso creativo en estratexias de investigación, metodolóxicas e estéticas.

E.M.7. Interrelacionar as linguaxes formal e simbólica coa funcionalidade específica.

E.M.8. Resolver os problemas estéticos, funcionais, técnicos e de realización que xurdan durante o desenvolvemento e execución do proxecto.

E.M.10. Coñecer os recursos tecnolóxicos da comunicación e as súas aplicacións ao deseño de moda e indumentaria.

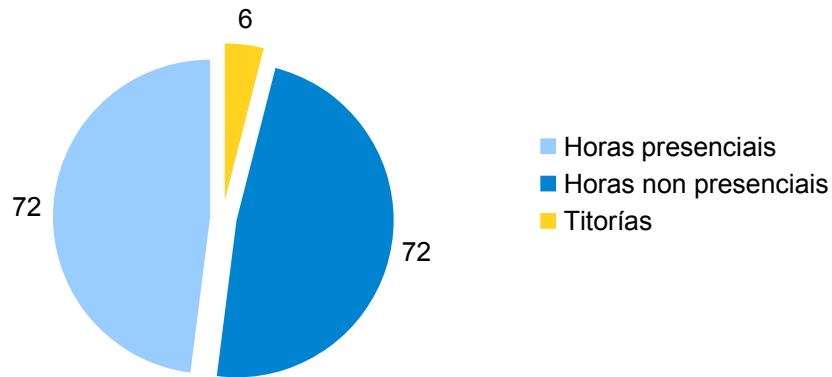
E.M.11. Dominar a tecnoloxía dixital específica vinculada ao desenvolvemento e execución de proxectos de deseño de moda e indumentaria.

5 Organización dos contidos

5.1. Contidos

- Deseño de moda e *branding*. Fundamentos básicos.
- Desenvolvemento de proxectos de imaxe global.
- Aplicacións corporativas básicas.
- Aplicacións corporativas no deseño de envases e etiquetas.
- *Logomanía* e moda.
- O deseño de estampados como parte da comunicación corporativa.

5.2. Organización



6 Procedemento de avaliación

A ensinanza é de carácter presencial e asistencia obrigatoria.

A avaliación é continua e o alumno/a disporá de dúas convocatorias por ano académico, ordinaria e extraordinaria.