

Guía docente

Título superior de diseño

Especialidad: DISEÑO DE INTERIORES

Disciplina: DISEÑO DE INTERIOR Y COMUNICACIÓN

Índice

1. Identificación y contextualización	3
2. Descripción de la disciplina	3
2.1 Descriptores	3
2.2 Relación con otras disciplinas de contenidos progresivos.	3
2.3 Interés de la disciplina para la consecución de los objetivos de la titulación	4
2.4 Metodología	5
3. Objetivos	5
4. Competencias que se desenvuelven en la disciplina	6
4.1 Competencias transversales	6
4.2 Competencias generales	6
4.3 Competencias específicas de la titulación	6
5. Organización de los contenidos	7
5.1 Contenidos	7
5.2 Organización	8
6. Procedimiento de evaluación	8

Identificación y contextualización

Datos de la disciplina					
Escolas	Escuela de arte y superior de diseño "Pablo Picasso". A Coruña				
Web escuelas	www.eapicasso.com				
Mail escuelas	escola.artepablopicasso@edu.xunta.es				
Materia	Optativa				
Disciplina	DISEÑO DE INTERIOR Y COMUNICACIÓN				
Carácter	Optativa	Tipo	Teórico/ Práctico	Duración	anual
Curso	Tercero			Créditos ECTS	6
Horas de clase semanales			2		
Horas de trabajo no presencial			72		
Horas de tutoría			6		

2. Descripción de la disciplina

2.1 Descriptores

Interpretar las claves de la comunicación y la imagen de marca, y su incidencia en el diseño de interior.

Diseño corporativo. Imagen de marca. Arquitectura, comunicación, identidad. Arquitectura de franquicia. Información y comunicación del producto. Comunicación interna. Señalética. Proyectos específicos.

2.2 Relación con otras disciplinas de contenidos progresivos.

No se contempla

2.3 Interés de la disciplina para la consecución de los objetivos de la titulación

Conectar la práctica del diseño de interiores con estrategias de comunicación con la finalidad de aportar claves visuales que faciliten a los usuarios de un espacio interpretarlo según los objetivos que motivaron la intervención del diseñador.

Profundizar en el dominio de los recursos formales de la expresión y la comunicación visual aplicados a diferentes proyectos de diseño de interiores: espacios comerciales o de servicio público, de diferente escala, en los que la intervención del diseñador de interiores contribuye a comunicar la identidad institucional, promocionar valores o actitudes entre los usuarios,

informar sobre funciones o usos del espacio, así como también organizar la circulación y el tránsito de colectivos heterogéneos de personas.

2.4 Metodología

Actividades introductorias

Explicación a los alumnos/as del desarrollo de la materia a lo largo del curso, incidiendo en las competencias y los contenidos, la metodología y el sistema de evaluación.

Exposición magistral

Explicación por parte del profesorado en el aula de los contenidos de los temas o unidades didácticas enumeradas.

Prácticas presenciales

Resolución por parte del alumnado de los ejercicios prácticos propuestos en cada tema, a partir de los contenidos teóricos.

Prácticas no presenciales

Resolución por parte del alumnado de las actividades y problemas propuestos en algunos temas mediante trabajos autogestionados en los que completará los conocimientos teórico-prácticos.

Exposición y debate

Exposición y defensa por parte del alumnado de algunos de los trabajos realizados a lo largo del curso.

Tutorías docentes

Su finalidad consiste en resolver dudas, tutelar y coordinar las prácticas.

Actividades de evaluación

- **Formativa.**
 - Comprende el funcionamiento cognitivo frente a las tareas.
 - Adaptar los procesos a los progresos y dificultades.
- **Sumativa.**
 - Comprobar si se adquirieron las competencias previas.
 - Establecer balances de los resultados.

Actividades complementarias

Actividades realizadas para complementar la formación, académicamente dirigidas, relacionadas con los contenidos y realizadas en el centro o fuera de él.

3. Objetivos

Alcanzar las competencias transversales, generales y específicas de la titulación durante el desarrollo de la disciplina.

4. Competencias que se desarrollan en la disciplina

4.1 Competencias transversales

- Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
- Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla.
- Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
- Realizar autocrítica sobre el propio desempeño profesional e interpersonal.
- Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en trabajo en equipo.
- Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
- Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

4.2 Competencias generales

- Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionantes técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
- Dominar los lenguajes y recursos expresivos de la representación y la comunicación.
- Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
- Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.
- Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
- Dominar la metodología de investigación.

4.3 Competencias específicas de la titulación

- Analizar, interpretar, adaptar y producir información relativa a la materialización de los proyectos.
- Interrelacionar el lenguaje formal y simbólico con la funcionalidad específica.
- Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de interiores.
- Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar a su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.
- Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

- Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.

5. Organización de los contenidos

5.1 Contenidos

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

La comunicación en los procesos de diseño. Semiótica y diseño de interiores

COMUNICACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

Visual Merchandising. Disposición del mobiliario. Zonas de circulación.
El rótulo comercial. Introducción a técnicas de diseño de escaparates.

LA IMAGEN DE MARCA

Conceptos de imagen e identidad. Naming, Branding, Marketing, Publicidad...

La comunicación corporativa. Metodología para el diseño de un programa de identidad corporativa.

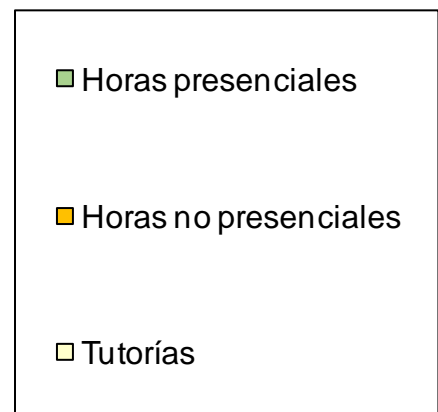
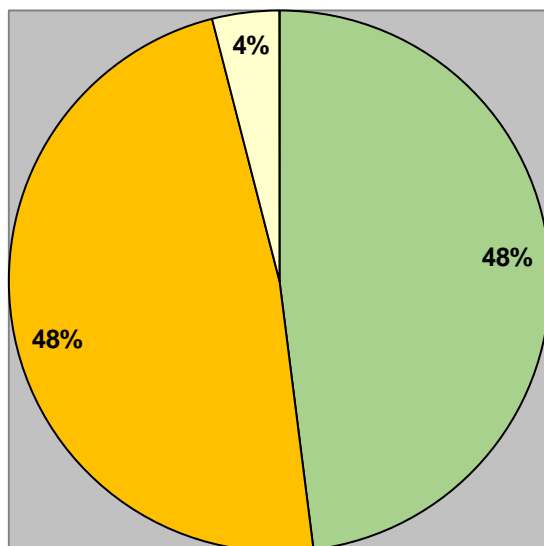
SEÑALÉTICA

Señalización y Señalética. Pictografía, tipografía, color

Aspectos físicos y ergonómicos. Integración de la gráfica en el entorno.

5.2 Organización

Distribución horaria



Modelo.
Guía docente.
Ver. 01.
01/09/2015.

6. Procedimiento de evaluación

La enseñanza es de carácter presencial y de asistencia obligatoria.

La evaluación es continua y el alumno/a dispondrá de dos convocatorias por año académico, ordinaria y extraordinaria.