

**GUIA DOCENT DE CENTRES ISEACV**  
**GUÍA DOCENTE DE CENTROS ISEACV**

**Curs /Curso**  
**2019-2020**

<b>1 Dades d'identificació de l'assignatura</b> <i>Datos de identificación de la asignatura</i>					
Nom de l'assignatura <i>Nombre de la asignatura</i>		DISEÑO INTEGRAL DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO CERÁMICO			
Crèdits ECTS <i>Créditos ECTS</i>	<b>6</b>	Curs <i>Curso</i>	4º	Semestre <i>Semestre</i>	1º
Tipus de formació <i>Tipo de formación</i> bàsica, específica, optativa <i>básica, específica, optativa</i>	Bàsica	Idioma/es en que s'imparteix l'assignatura <i>Idioma/s en que se imparte la asignatura</i>		Castellano	
Matèria <i>Materia</i>	Proyectos cerámicos				
Títol Superior <i>Título Superior</i>	Artes Plásticas Especialidad Cerámica				
Especialitat <i>Especialidad</i>	Cerámica				
Centre <i>Centro</i>	Escola Superior de Ceràmica de l'Alcora				
Departament <i>Departamento</i>	Departamento Proyectos Cerámicos				
Professorat <i>Profesorado</i>	Ana M <sup>a</sup> Aguilar Blázquez				
e-mail <i>e-mail</i>	ana.aguilar@escal.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*

El alumno dominará los recursos formales de la expresión y la comunicación visual enfocado hacia el proyecto cerámico. Sabrá recoger información significativa, sintetizarla y gestionarla adecuadamente, analizando desde un punto de vista científico, la percepción y el comportamiento de la forma, la materia, el espacio, el movimiento y el color. Liderar y gestionar grupos de trabajo, sabiendo hacer estudios de mercado y demostrando capacidad crítica y planteando estrategias de investigación. Comprenderá el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, y valorará su influencia en los procesos del diseño cerámico, promocionando sus productos a través de la red, paneles comunicativos y envases personalizados, creando su propia marca. La gráfica del envase en el producto cerámico, y la creación volumétrica de este.

**1.2 Coneixements previs**  
*Conocimientos previos*

Requisits previs, mínims o necessaris per a cursar l'assignatura. Coneixements recomanats i/o relació amb altres assignatures de la mateixa titulació  
*Requisitos previos, mínimos o necesarios para cursar la asignatura. Conocimientos recomendados y/o relación con otras asignaturas de la misma titulación*

Conocimientos de las asignaturas de Expresión Gráficoplástica, legislación y economía aplicada. Así como de recursos TICs ( aconsejable cursar la optativa de Dibujo en la era digital).

## 2

### Competències de l'assignatura

#### Competencias de la asignatura

Les competències venen establides en els plans d'estudis publicats en la corresponent orde de 2 de novembre de 2011. Es convenient detallar el grau de contribució de l'assignatura a l'adquisició i desenvolupament de cada competència (molt, prou, un poc, poc)  
*Las competencias vienen establecidas en los planes de estudios publicados en la correspondiente orden de 2 de noviembre de 2011. Es conveniente detallar el grado de contribución de la asignatura a la adquisición y desarrollo de cada competencia (mucho, bastante, algo, poco)*

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.

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 condiciones 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.

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.

<b>3 Resultats d'aprenentatge</b> <i>Resultados de aprendizaje</i>	
RESULTATS D'APRENENTATGE <i>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</i>	COMPETÈNCIES RELACIONADES <i>COMPETENCIAS RELACIONADAS</i>
1. Recopilar informació de los fundamentos básicos del marketing  2. Clasificar y contrastar el proceso de elaboración de una obra potenciando las distintas posibilidades y combinaciones.  3. Saber aplicar, diseñar y gestionar la imagen del producto cerámico  4. Aplicar la interrelación de los aspectos psicológicos del color.  5. Analizar la forma y su aplicación técnica y estética.  6. Combinar la adecuación gráfico plástica a los soportes gráficos bi- y tri-dimensionales  7. Argumentar la imagen gráfico-plástica cerámica como investigación personal  8. Validar el producto cerámico a través de la web.	Unidades didácticas: Bloque I II, III, IV  CT1,CT2, CT3,CT7, CT9, CT10,CT12, CT15, CG2, CG4,CG9,CE9, CE11, CE12

**Nota important:** Les competències estan expressades en un sentit genèric pel que és necessari incloure en la guia docent els resultats d'aprenentatge. Aquests resultats constitueixen una concreció d'una o diverses competències, fent explícit el grau de domini o acompliment que ha d'adquirir l'alumnat i contenen en la seua formulació el criteri amb el qual van a ser avaluades. Els resultats d'aprenentatge evidencien allò que l'alumnat serà capaç de demostrar en finalitzar l'assignatura o matèria i reflecteixen, així mateix, el grau d'adquisició de la competència o conjunt de competències.

**Nota importante:** Las competencias están expresadas en un sentido genérico por lo que es necesario incluir en la guía docente los resultados de aprendizaje. Estos resultados constituyen una concreción de una o varias competencias, haciendo explícito el grado de dominio o desempeño que debe adquirir el alumnado y contienen en su formulación el criterio con el que van a ser evaluadas. Los resultados de aprendizaje evidencian aquello que el alumnado será capaz de demostrar al finalizar la asignatura o materia y reflejan, asimismo, el grado de adquisición de la competencia o conjunto de competencias.

<b>4 Continguts de l'assignatura i organització temporal de l'aprenentatge</b> <i>Contenidos de la asignatura y organización temporal del aprendizaje</i>	
Descripció per blocs de contingut, unitats didàctiques, temes,... <i>Descripción por bloques de contenido, unidades didácticas, temas,...</i>	Planificació temporal <i>Planificación temporal</i>
BLOQUE I.  Metodologías del proyecto para la comunicación visual del producto cerámico • EL LENGUAJE> 1. la comunicación, componentes de la imagen definición/función significado/significante(el signo: símbolo/índice/icono) niveles de expresión/tipología • VALORES EXPRESIVOS DE LA COMPOSICIÓN. MENSAJE EMOCIONAL. técnicas de expresión visual> estáticas, dinámicas, combinatorias	Presenciales 17 horas Autónomo 15 horas

<ul style="list-style-type: none"> <li>• PERCEPCIÓN VISUAL&gt;peso visual, tensión, equilibrio, ritmo, leyes de la Gestalt</li> <li>• Identidad visual&gt;Marketing y diseño&gt; creación de un logo o marca</li> <li>• Creatividad, iconografía, iconología</li> <li>• Manual de imagen corporativa</li> </ul> <p>BLOQUEII.</p> <p>Clasificación y uso de distintos soportes de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipografía y legibilidad</li> <li>• Render y layouts</li> <li>• Enfoque temático de una campaña publicitaria&gt; estudio de mercado</li> <li>• Conocimientos de producción&gt; el briefing &gt;el brief</li> <li>• Folletos, flyers, paneles</li> </ul> <p>BLOQUE III.</p> <p>Lenguajes de Internet para la promoción y la comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La imagen y tratamientos digitale</li> <li>• Producto y gestión de la marca: el branding</li> <li>• La web,blogs</li> <li>• Facebook y Twitter</li> </ul> <p>BLOQUE IV</p> <p>El envase y el marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El envase y la imagen corporativa (maqueta y prototipo)</li> <li>• El canal de distribución</li> <li>• Diseño y gestión del producto cerámico</li> <li>• Planificación y gestión de ideas</li> </ul> <p>EL ALUMNO DEBERÁ ASISTIR A LAS CONFERENCIAS/VISITAS QUE EL PROFESOR CONSIDERE, SI ESTAS CORRESPONDEN DENTRO DEL HORARIO LECTIVO SERÁN OBLIGATORIAS, SI POR EL CONTRARIO NO COINCIDIESEN DENTRO DEL HORARIO PREVISTO PARA LA ASIGNATURA, SERÁN ACONSEJABLES, PERO SIEMPRE SERÁN EVALUABLES CON UN TRABAJO ADICIONAL.</p>	<p>Presenciales 17 horas Autónomo 10 horas</p> <p>Presenciales 16 horas Autónomo 13 horas</p> <p>Presenciales 18 horas Autónomo 12 horas</p> <p>Autónomo 10 horas</p>
--	---

## 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 <i>Clase presencial</i>	Exposició de continguts per part del professor o en seminaris, anàlisi de competències, explicació i demostració de capacitats, habilitats i coneixements en l'aula. <i>Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.</i>	1, 2, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,	12h
Classes pràctiques <i>Clases prácticas</i>	Sessions de treball en grup supervisades pel professor. Estudi de casos, projectes, tallers, problemes, estudi de camp, aula d'informàtica, laboratori, visites a exposicions/concerts/representacions/ audicions..., cerca de dades, biblioteques, en Internet, etc. Construcció significativa del coneixement a través de la interacció i activitat de l'alumne. <i>Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el profesor. Estudio de casos, proyectos, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones/conciertos/ representaciones/audiciones..., búsqueda de datos, bibliotecas, en Internet, etc.</i> <i>Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	66h
Exposició treball en grup <i>Exposición trabajo en grupo</i>	Aplicació de coneixements interdisciplinaris. <i>Aplicación de conocimientos interdisciplinares.</i>	5	4h
Tutoria <i>Tutoría</i>	Atenció personalitzada i en grup reduït. Període d'instrucció i/o orientació realitzat per un tutor/a amb l'objectiu de revisar i discutir els materials i temes presentats en les classes, seminaris, tallers, lectures, realització de treballs, projectes, etc. <i>Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,	4h
Avaluació <i>Evaluación</i>	Conjunt de proves (audicions, orals i/o escrites) empleades en l'avaluació inicial, formativa o additiva de l'alumne. <i>Conjunto de pruebas (audiciones, orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.</i>	7y8	4h
<b>SUBTOTAL</b>			<b>90</b>

### 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 <i>Trabajo autónomo</i>	Estudi de l'alumne/a: preparació i pràctica individual de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït. <i>Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	40h
Estudi pràctic <i>Estudio práctico</i>	Preparació en grup de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït. <i>Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	3,4,5,6,7, 8	10h
Activitats complementàries <i>Actividades complementarias</i>	Preparació i assistència a activitats complementàries com tallers, exposicions, concerts, representacions, congressos, conferències,... <i>Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, exposiciones, conciertos, representaciones, congresos, conferencias,...</i>	1y2	10h
<b>SUBTOTAL</b>			<b>60</b>

**TOTAL 150**

## 6

**Sistema d'avaluació i qualificació***Sistema de evaluación y calificación***6.1 Instruments d'avaluació***Instrumentos de evaluación*

Proves escrites (proves objectives, de desenvolupament, mapes conceptuals,...), exposició oral, treballs dirigits, projectes, tallers, estudis de cas, quaderns d'observació, portafolio,...

Pruebas escritas (pruebas objetivas, de desarrollo, mapas conceptuales,...), exposición oral, trabajos dirigidos, proyectos, talleres, estudios de caso, cuadernos de observación, portafolio,...

INSTRUMENT D'AVALUACIÓ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	Resultats d'Aprenentatge avaluats Resultados de Aprendizaje evaluados	Percentatge atorgat (%) Porcentaje otorgado (%)
<p><i>El conocimiento conceptual y técnico de la imagen, investigación de ideas y de mercado. → La eficacia del trabajo en equipo en el proceso creativo (el briefing)</i></p> <p>→ <i>El conocimiento de los materiales y técnicas y su correcta utilización en la expresión gráfica</i></p> <p>→ <i>Saber crear su propia marca (logo y desarrollo)</i></p> <p>→ <i>El aspecto psicológico implícito en las realizaciones artísticas (como la percepción visual) y muy principalmente el aspecto creativo. → El factor expresivo. (valores expresivos de la composición)</i></p> <p>→ <i>El factor plástico considerándolo como específico de nuestro campo, comprendiendo el dominio técnico, la aplicación de los recursos expresivos, el dominio de los materiales, el grado de sensibilización para la captación de los valores propiamente plásticos.</i></p> <p>→ <i>Elegir la correcta aplicación de los materiales, técnicas y procedimiento en cuanto a su análisis como la elaboración de obra gráfica.</i></p> <p>→ <i>Saber comunicar y publicitar su obra → La capacidad de síntesis y abstracción. (Desarrollo de la marca y exposición )</i></p>	<p>1. Recopilar información de los fundamentos básicos del marketing</p> <p>2. Clasificar y contrastar el proceso de elaboración de una obra potenciando las distintas posibilidades y combinaciones.</p> <p>3. Saber aplicar, diseñar y gestionar la imagen del producto cerámico</p> <p>4. Aplicar la interrelación de los aspectos psicológicos del color.</p> <p>5. Analizar la forma y su aplicación técnica y estética.</p> <p>6. Combinar la adecuación gráfico plástica a los soportes gráficos bi- y tridimensionales</p> <p>7. Argumentar la imagen gráfico-plástica cerámica como investigación personal</p>	<p>10%</p> <p>10%</p> <p>20%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>10%</p>



comportará la pérdida de una convocatoria.

- La condición de NO PRESENTADO se someterá a la aprobación de la Dirección del centro, siempre previa petición del alumno debidamente justificada y entendida como una excepción.
- Un ejercicio no presentado en la fecha acordada sin justificación se puntuará con un cero.
- El examen final es obligatorio para todo alumno que no haya superado la asignatura con la evaluación continua.
- El criterio de calificación no sólo tendrá en cuenta la capacidad del alumno, sino también la actitud en clase, la asistencia y la evolución del mismo ( por ello en casos puntuales la nota puede no responder tanto a la nota media de todos los trabajos como a la evolución del alumno).
- \*Convocatoria ordinaria Entrega de la carpeta con todos los trabajos realizados durante el curso y prueba teórico- práctica para los alumnos que no hayan superado la evaluación continua o tengan más de 30% de faltas de asistencia sin justificar: Enero.
- \*Convocatoria extraordinaria Entrega de la carpeta con todos los trabajos realizados durante el curso y prueba teórica- práctica: Junio

### 6.3

#### **Sistemas 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)*

- Repetición de trabajos a propuesta del profesorado
- Realización de actividades complementarias (fuera del horario lectivo) con la finalidad de asimilar los conceptos o procedimientos no superados con éxito.
- Prueba de recuperación extraordinaria donde se entregarán todos los trabajos de la asignatura.
- Los ejercicios suspensos se repetirán o rectificarán en horario no lectivo.
- Si el alumno sigue sin superar los criterios mínimos se le convocará a recuperación extraordinaria para que vuelva a entregar su propuesta con todos los trabajos y realizar un examen.
- Si el alumno decide entregar en segunda convocatoria, (con el fin de mejorar alguna parte del trabajo) pero durante el curso a presentado en fecha y forma los trabajos con el seguimiento del profesor y los ha superado, estará exento del examen.

## 7

### **Bibliografia**

#### *Bibliografía*

- AAKER, DAVID A. (1996) [Building strong brands. Español] Construir marcas poderosas"/ Barcelona: Gestión
- ABASCAL ROJAS, FRANCISCO. (1998), Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico /2a edición. -- Madrid : ESIC Editorial.
- FUNK, TOM. (2012). Web 2.0 and beyond : understanding the new online business models, trends, and technologies
- I E ROLES GABRIEL. (2010). Internet marketing 2.0 : captar y retener clientes en la red / -- Barcelona : Reverté
- KOTLER, PHILIP. (2000). [Marketing management. Español] Dirección de marketing / Philip Kotler, Dionisio Cámara, Ildefonso Grande, Ignacio Cruz. -- Edición del milenio. -- Madrid : Pearson Educación.
- LÓPEZ ALTAMIRANO, ALFREDO. (2001). ¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las investigaciones de mercado? México, D.F. : Compañía Editorial Continental.
- MORPACK (2011).Envase y embalaje Valencia: (IMPIVA)
- SOLER, PERE. (1997). La investigación cualitativa en marketing y publicidad: el grupo de discusión y el análisis de datos / Pere Soler con la colaboración de M. Andreu, S. Isidro y M. Rodríguez.-- Barcelona : Paidós
- SWANN, ALAN. (1990).Diseño y marketing Barcelona: G.G
- AECEM.FECEM Asociación española de comercio electrónico y marketing relacional [www.aecem.org](http://www.aecem.org)
- ARNHEIM, R. (1967). Arte y Percepción visual. 2ª edición.. Ed. Universitaria de Buenos Aires
- DONDIS D.A. (1973). La sintaxis de la imagen. Barcelona: G. Gili
- KANDISKY V. (1972). Punto y línea sobre el plano. Barcelona: Ed. Barral