

TÍTULO SUPERIOR

# DISEÑO GRÁFICO

Plan de Estudios



**La Ricarda**  
Antonio Bonet



**Canódromo**  
Antonio Bonet



**Torre Urquinaona**  
Antonio Bonet



**Terraza Palace**  
Antonio Bonet



**Centro Cabrils**  
Antonio Bonet



**Torre Cervantes**  
Antonio Bonet

Homenaje al arquitecto catalán Antonio Bonet Santiago Restrepo Arias. Ganador del premios Laus Oro 2017

# DISEÑO GRÁFICO

## Título Superior

Títulos Universitarios Oficiales de cuatro años de duración (240 ECTS).

El IED Barcelona ofrece Títulos Superiores en Diseño, equivalentes a Grados Universitarios, de cuatro años de duración (240 ECTS), cuyo objetivo es transformar la pasión, el talento y la creatividad en conocimientos y capacidades que permitan a los futuros profesionales del diseño desarrollar sus carreras en los ámbitos del Diseño, la Moda, la Comunicación Visual y el Management.

**50 años de experiencia**

**100% network mundial**

**11 sedes en el mundo**

**10.000 estudiantes al año**

**+100 nacionalidades**

**+1000 acuerdos con empresas**



WTD?!  
Identidad visual,  
Sara Ozvaldic.  
Premio Laus Plata 2017



## INFORMACIÓN GENERAL

**Idioma:** Español

**Créditos:** 240 ECTS

**Duración:** 4 años

**Horario:** Lunes a viernes, tiempo completo

**Calendario:** Septiembre - Junio

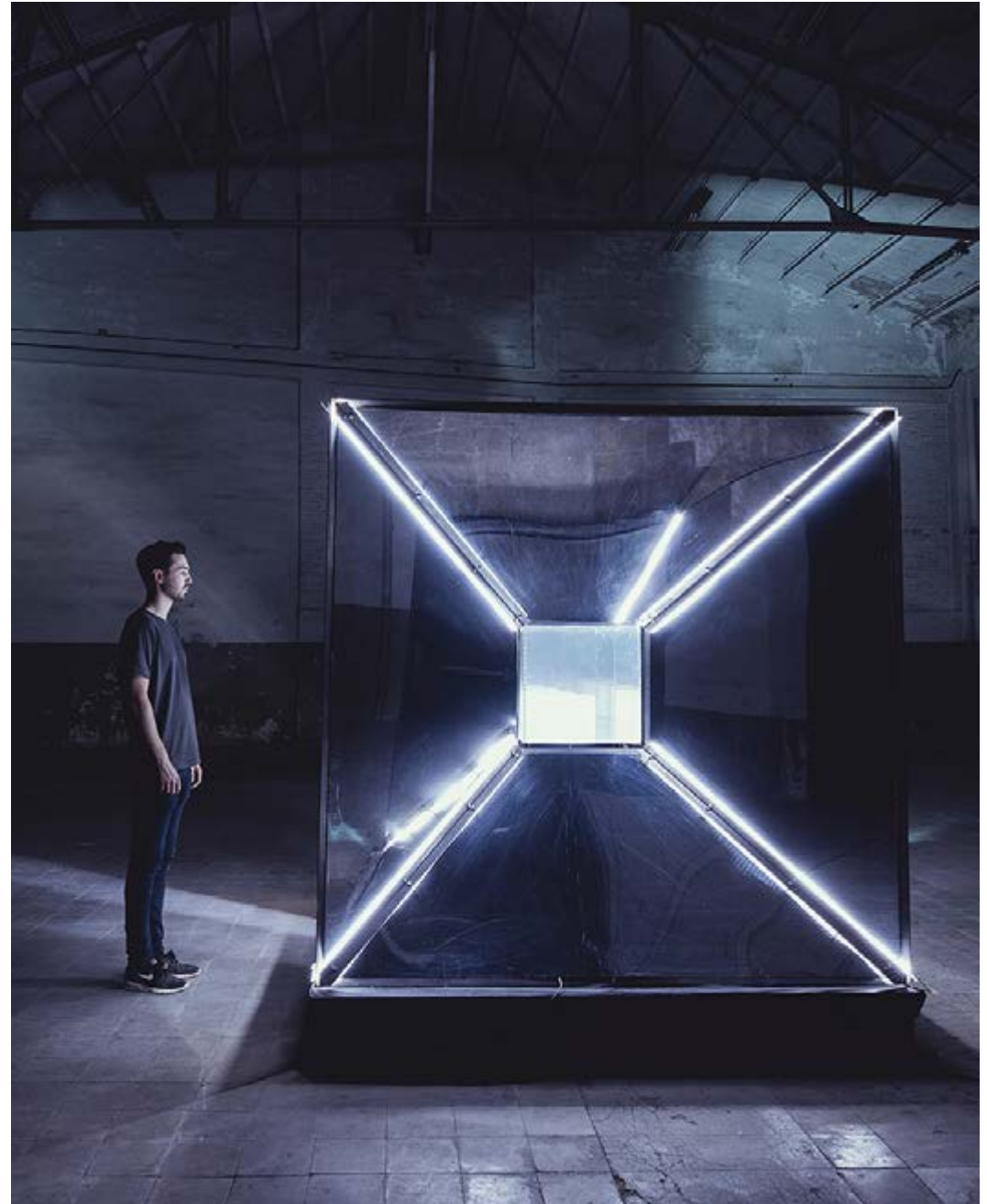
**Directores de área:** Rory Lambert y Enric Bajuelo

WORDS, instalación interactiva  
presentada en el Sónar+D 2017  
por Junior Gonzalez, Danae  
Fischer y Milena Roses

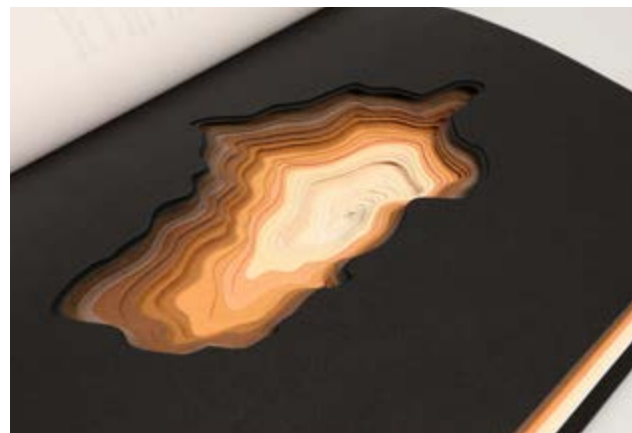
## DESCRIPCIÓN DEL CURSO

**“La cultura del proyecto es el hilo conductor de toda la didáctica y la escuela dispone de estudio de vídeo y fotografía, taller de sonido, materiales audiovisuales de última generación y talleres informáticos.”**

IED Visual Communication forma profesionales capaces de desarrollar los aspectos estratégicos, creativos y artísticos de la comunicación audiovisual, un perfil denominado diseñador visual de acuerdo con la tendencia del sector. El diseño multimedia, la creación de experiencias visuales o el diseño de gaming estratégico son algunos de los conocimientos adquiridos por los alumnos para acceder con éxito al mercado laboral en los ámbitos de la comunicación y la creatividad visual, la publicidad y las nuevas plataformas digitales. La escuela colabora continuamente con empresas de comunicación visual e instituciones del sector, todos los docentes son profesionales en activo (diseñadores de vídeo, diseñadores gráficos, ilustradores, animadores multimedia, brand managers...). La cultura del proyecto es el hilo conductor de toda la didáctica y la escuela dispone de estudio de vídeo y fotografía, taller de sonido, materiales audiovisuales de última generación y talleres informáticos.



El curso se caracteriza por la formación de especialistas en comunicación visual, capaces de conceptualizar, estructurar y desarrollar una comunicación efectiva, mediante el dominio del trinomio que forman la metodología, la técnica y la tecnología. El diseñador gráfico es experto en el uso de las artes gráficas estáticas y en movimiento para desarrollar el branding e identidad corporativa de una empresa, además del diseño de aplicaciones concretas como carteles, packaging o señalética.



Proyecto de concienciación sobre la mutilación genital femenina. Adra Kandil, Anna Hudayarova e Isabella Rood. Premio Laus Plata 2017

## ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

El Título Superior en Diseño Gráfico forma profesionales del sector de la imagen y de la comunicación visual. Es fundamental el entendimiento transversal de la comunicación gráfica y de todas las áreas en las que ésta se aplica dentro de la industria y el comercio, entendiendo el proyecto y el diseño como una experiencia de comunicación hacia el usuario. Los alumnos pueden especializarse en diseño gráfico, motion graphics and video, ilustración y animación.





Identidad Corporativa para  
Kalmar, María Camila Rodríguez  
y Katya Lazareva.  
Ganador premio Laus plata 2015



## OPORTUNIDADES DE TRABAJO

diseñador gráfico, director creativo,  
director de arte, tipógrafo,  
especialista en branding,  
imagen corporativa, editorial,  
packaging, señalética, carteles,  
infografías, páginas web,  
motion graphics, storyboard,  
guión, cortometrajes, vídeo arte,  
sonido, ilustrador, animador 2D.

# PRIMER AÑO

## DISEÑO GRÁFICO

60 ECTS\*

### Primer Semestre

Créditos

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO I	6
TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN I	6
COMUNICACIÓN DE PROYECTO I	4
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	4
CIENCIA APLICADA AL DISEÑO	4
COLOR Y FORMA	3

### Segundo Semestre

HERRAMIENTAS I	
FUNDAMENTOS DEL DISEÑO II	6
TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN II	4
COMUNICACIÓN DE PROYECTO II	6
DIBUJO TÉCNICO I	4
SOCIOLOGÍA	4
VOLUMEN	3

### Anual

HISTORIA DE LAS ARTES Y DEL DISEÑO	6
------------------------------------	---

\* 1 ECTS equivale a 25 horas totales de trabajo.  
Las horas totales de trabajo equivalen a la suma de horas lectivas (clase frontal) más las horas de trabajo personal.

*La Dirección del Instituto Europeo de Design se reserva el derecho de modificar el plan de estudios en función de las exigencias que puedan surgir en relación a los objetivos didácticos.*

Public Menu, proyecto desarrollado por Sara Ozvaldic para Plate Selector



## FUNDAMENTOS DEL DISEÑO I

Introducir los conocimientos básicos del diseño: estructura, forma, color, espacio y volumen. Análisis de la forma, composición y percepción. Crítica del diseño desde un punto de vista interdisciplinar. Teoría, metodología, ideación y concepción de un proyecto.

## FUNDAMENTOS DEL DISEÑO II

Introducir al alumno en la antropometría, ergonomía e introducción a la biónica. Teoría y metodología, ideación y concepción del proyecto. Métodos de investigación y experimentación propios de los procesos de diseño.

## COLOR Y FORMA

Introducir al alumno en la percepción del color. Modelos y normalización del color. Significación del color. El color en el diseño.

## TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN I

Utilizar el dibujo de observación, expresión y representación. Análisis de la forma y el espacio. Valoración y representación de la luz. Memorización y movimiento.

## COMUNICACIÓN DE PROYECTO I

Introducir al alumno en la construcción, composición y transmisión de ideas, pensamientos e información, composición y percepción visual.

## DIBUJO TÉCNICO I

Introducir al estudiante en la geometría plana y descriptiva. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia. El lenguaje gráfico técnico y su dimensión comunicativa en el ámbito del diseño.

## TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN II

Saber utilizar las técnicas instrumentales de la estructura, expresión y representación bidimensional y tridimensional. Construcción, composición y transmisión de ideas, pensamientos e información. El dibujo en el proyecto del diseño.

## COMUNICACIÓN DE PROYECTO II

Representar gráficamente utilizando la tecnología digital. Gestión de la información. Dispositivos y estrategias digitales. Tendencias para el control y la comunicación de la información.

## VOLUMEN

Investigar el volumen y la concepción espacial. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

## CIENCIA APLICADA AL DISEÑO

Entender y aplicar el método científico. Métodos para el análisis y la simulación. Investigación y experimentación en la ciencia aplicada al diseño. Conocimientos de matemáticas, física y química aplicados al diseño. Metodologías para la valoración del impacto medioambiental de los procesos y materiales. Desarrollo sostenible.

## INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Conocer las diferentes áreas de trabajo del marketing, así como las principales herramientas fundamentales aplicables a cada una de las áreas. Aplicación de principios y herramientas al análisis de casos. Ofrecer una visión general del análisis y la planificación del marketing.

## SOCIOLOGÍA

Conocer las principales teorías sociológicas que tienen relación con el diseño. Conocer las microteorías útiles aplicables a la realidad cotidiana. Capacitar al estudiante para que pueda leer y crear herramientas sociológicas cualitativas y cuantitativas. Conocer los diferentes tipos de sociedad para entender sus mecanismos de funcionamiento generales. Conocer las herramientas de debate, creación y presentación de ideas.

## HISTORIA DE LAS ARTES Y EL DISEÑO

Dotar al alumnado de las herramientas adecuadas para encontrar elementos del arte del pasado que continúan vigentes en la actualidad. Vincular conceptos de historia del arte en el campo profesional del diseño. Reflexionar sobre la interacción entre la producción artística y su contexto. Poder reconocer los espacios institucionales y alternativos de las prácticas artísticas. Conocimiento, análisis y significado del arte. Historia de las artes, la arquitectura, el diseño y la moda. Sociedad y arte.



# SEGUNDO AÑO

## DISEÑO GRÁFICO

60 ECTS

### Primer Semestre

### Créditos

#### HERRAMIENTAS II

<b>INFORMÁTICA DISEÑO GRÁFICO I</b>	4
<b>TÉCNICAS DE ANIMACIÓN DISEÑO GRÁFICO</b>	4

#### CULTURA

<b>WORKSHOP DISEÑO GRÁFICO I</b>	4
<b>HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO</b>	4
<b>TIPOGRAFÍA I</b>	6

#### TÉCNICAS GRÁFICAS

<b>TÉCNICAS GRÁFICAS DISEÑO GRÁFICO</b>	4
<b>FOTOGRAFÍA DISEÑO GRÁFICO I</b>	4
<b>SEMIÓTICA</b>	4

### Segundo Semestre

#### DIRECCIÓN DE ARTE

<b>DISEÑO GRÁFICO AUDIOVISUAL</b>	6
<b>COMUNICACIÓN DIGITAL I</b>	4

#### DISEÑO GRÁFICO I

<b>INFORMÁTICA DISEÑO GRÁFICO II</b>	4
<b>TIPOGRAFÍA II</b>	4
<b>COMUNICACIÓN DIGITAL II</b>	4

<b>PROYECTO INTERDISCIPLINAR</b>	4
----------------------------------	---

Vídeo mapping para VIVA Festival 2017 realizado por Kateryna Lazareva, Tom Swissa, Alejandra Segón, Jili Jennerjahn, David Fiene, Cameron Harnish, Nikita Mishin, Julia Sobrón, Adriana Argemi, Nina Sibir, Luiza Lacava y Danae Fisher



## SEMIÓTICA

Entender que toda actividad humana está basada en el lenguaje. Se trata el concepto de lengua, códigos y sistemas fundamentales de la semiótica para llegar a tener un punto de vista crítico teniendo en cuenta el mundo del diseño, el arte, la sociedad y la cultura como sistemas de códigos. Analizar semióticamente diferentes ejemplos del diseño desde la modernidad hasta el mundo actual para el desarrollo de una mayor conciencia de las estructuras y sistemas de comunicación.

## TIPOGRAFÍA I

Conocer la historia, construcción, clasificación y técnicas de dibujo de los caracteres tipográficos. Utilizar los elementos tipográficos expresivos aplicados al diseño de caracteres tipográficos, alfabetos, monogramas y símbolos de derivación tipográfica.

## INFORMÁTICA DISEÑO GRÁFICO I

Dar a conocer los elementos fundamentales para el aprendizaje de la lógica del diseño vectorial y aplicación en el ámbito de proyecto.

## FOTOGRAFÍA EN DISEÑO GRÁFICO

Profundizar en la utilización de las herramientas y los soportes sensibles en la fotografía digital profesional. Analizar las imágenes fotográficas en sus elementos gramaticales y sintácticos: enfoque, puntos de vista, luz y tiempo. Conocimientos de los géneros fotográficos y figuras retóricas de la imagen.

## TÉCNICAS GRÁFICAS DISEÑO GRÁFICO

Estudiar la historia y características técnicas de los principales sistemas de impresión. Análisis del papel: fabricación, características y encuadernación. Análisis de los diferentes sistemas de producción.

## TÉCNICAS DE ANIMACIÓN

Conocer la técnica del movimiento y la relación espacio y tiempo. Observación y representación de la realidad creíble y verosímil a los ojos del espectador.

## COMUNICACIÓN DIGITAL I

Comprender las técnicas digitales básicas para poder aplicarlas en el desarrollo de proyectos.

## WORKSHOP DISEÑO GRÁFICO I

Plantear y desarrollar desde un punto de vista conceptual, técnico y formal un proyecto en el campo del diseño gráfico, siguiendo una metodología de proyecto.

## HISTORIA DE LA GRÁFICA

Estudiar la gráfica como un sistema de comunicación. Analizar las grandes experiencias formativas del diseño del siglo XX.

## DISEÑO GRÁFICO AUDIOVISUAL

Adquirir los conocimientos teóricos y prácticos relacionados con la creación y la comprensión del lenguaje audiovisual.

## PROYECTO INTERDISCIPLINAR

Estudiar y resolver proyectos de diseño desde una perspectiva interdisciplinar y práctica de procesos en equipos multidisciplinares, observando el entorno y su interpretación en el mundo actual.

## TIPOGRAFÍA II

Aprender la organización y utilización de los elementos tipográficos en general y, más en concreto, de los volúmenes de texto.

## INFORMÁTICA II

Aprender programas informáticos para optimizar las herramientas de composición de páginas y su utilización como proceso de creación y producción de un proyecto gráfico.

## COMUNICACIÓN DIGITAL II

Introducir el lenguaje del entorno web y el conjunto de herramientas necesarias para el diseño, desarrollo y ejecución de una aplicación web, donde la arquitectura de la información y el diseño multimedia son consolidados como puntos de referencia.

# TERCER AÑO

## DISEÑO GRÁFICO

60 ECTS

### Primer Semestre

Créditos

ESTRATEGIA DEL DISEÑO

**ESTRATEGIA Y GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO** 4  
**WORKSHOP II** 6

DISEÑO E IDENTIDAD

**PROYECTO IDENTIDAD CORPORATIVA** 8  
**TÉCNICAS DE EDICIÓN** 4

DISEÑO Y CULTURA DE MARCA

**COMUNICACIÓN DE PROYECTO III** 4  
**PROYECTO I** 4

### Segundo Semestre

DISEÑO GRÁFICO II

**CREATIVIDAD** 4  
**TALLER CALIGRAFÍA, SERIGRAFÍA Y GRABADO** 8

DISEÑO EDITORIAL

**PROYECTO EDITORIAL Y COMUNICACIÓN INTERACTIVA** 8  
**COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA** 4  
**PROYECTO EMBALAJE** 4

**WORKSHOP MULTIDISCIPLINAR** 2



Campaña de comunicación para el Día Mundial del Refugiado, organizado por el Ajuntament de Barcelona. Artem Nikolaev y Gudmundur Hilmar

## PROYECTO DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Proveer de los conocimientos teóricos y prácticos para la realización de proyectos editoriales tradicionales e interactivos. Involucrar al alumno en un proyecto de diseño avanzado enfocado a la innovación de nuevos productos multimedia que interactúen con el usuario.

## PROYECTO EMBALAJE

Introducir al alumno en el mundo del embalaje, mediante la realización de diversos proyectos de diferentes ámbitos. Habituar al uso de una metodología de proyecto. Dar a conocer la terminología y procesos del mundo del packaging.

## PROYECTO EDITORIAL Y COMUNICACIÓN INTERACTIVA

Proveer de los conocimientos teóricos y prácticos para la realización de proyectos editoriales. Involucrar al alumno en un proyecto de diseño avanzado con una metodología enfocada a la innovación de nuevos productos multimedia que interactúen con el usuario.

## ESTRATEGIA Y GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

Introducir al alumno dentro del entorno de la práctica profesional suministrando información teórica y recursos metodológicos fundamentales para el desarrollo de un proyecto de diseño.

## COMUNICACIÓN DE PROYECTO III

Desarrollar las capacidades expresivas para realizar un portafolio en base a la investigación de los propios proyectos. Guiar al alumno en la elaboración formal de la comunicación de estos proyectos.

## TALLER CALIGRAFÍA, SERIGRAFÍA Y GRABADO

Introducir al alumno en el entorno de la práctica profesional suministrando información teórica y recursos metodológicos del campo de la caligrafía, serigrafía y grabado para el desarrollo de un proyecto de diseño o creación tipográfica.

## PROYECTO I

Realizar un proyecto propio del itinerario académico escogido utilizando la comunicación visual como lenguaje integrador a partir de la entrega de un briefing.

## WORKSHOP II

Desarrollar un proyecto de comunicación audiovisual experimental que solvente las necesidades presentadas en un briefing inicial. Tres fases concretas consolidan el proceso creativo: Investigación, Desarrollo y Producción.

## TÉCNICAS DE EDICIÓN

Conocer las técnicas, soportes y procesos que se utilizan en la edición de las nuevas tecnologías dentro del campo de las artes gráficas.

## COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA

Analizar y reflexionar sobre la evolución de la comunicación y del mundo audiovisual y su incidencia en los siglos XX y XXI. Visualizar transversalmente y críticamente las tendencias más actuales. Reflexionar sobre su incidencia en las necesidades culturales, estilísticas y sociales. Entender el papel que ha tenido en la evolución de la historia del siglo XX y su proyección en el siglo XXI.

## CREATIVIDAD

Desarrollar la comprensión de los diferentes aspectos que inciden dentro del proceso creativo. Aprender la metodología propia de los creativos dentro de una agencia para desarrollar la capacidad creativa de los estudiantes.

## WORKSHOP MULTIDISCIPLINAR

Realizar talleres prácticos en los que se trabaja con temas para hacer crecer la creatividad y la motivación.

# CUARTO AÑO

## DISEÑO GRÁFICO

60 ECTS

### Primer Semestre

### Créditos

<b>PRÁCTICAS PROFESIONALES</b>	<b>6</b>
<b>WORKSHOP MULTIDISCIPLINAR II</b>	<b>4</b>
DISEÑO GRÁFICO III	
<b>MOTION GRAPHICS</b>	<b>4</b>
VISUALIZACIÓN DE DATOS	
<b>WORKSHOP III</b>	<b>4</b>
<b>ECODISEÑO</b>	<b>4</b>
PROYECTO GRÁFICO	
<b>PROYECTO II</b>	<b>4</b>
<b>COMUNICACIÓN DIGITAL III</b>	<b>4</b>

### Segundo Semestre

<b>PROYECTO FINAL DE CURSO</b>	<b>30</b>
--------------------------------	-----------



Feat, proyecto editorial para Plate Selector desarrollado por Olga Pipnik



## PRÁCTICAS PROFESIONALES

Realizar una experiencia profesional de los conocimientos adquiridos y las competencias llevadas a cabo durante los 3 años anteriores.

## PROYECTO II

Realizar un proyecto avanzado propio del itinerario académico escogido utilizando la comunicación visual como lenguaje integrador a partir de la entrega de un briefing.

## WORKSHOP III

Profundizar en campos profesionales específicos del diseño gráfico siguiendo una metodología de proyecto.

## ECODISEÑO

Guiar al alumno en un proyecto de diseño que se obtenga como resultado de un proceso coherente que incorpore mejoras ambientales y criterios de sostenibilidad que se plasmen en las diferentes fases del ciclo de vida de un producto.

## COMUNICACIÓN DIGITAL III

Profundizar en el conocimiento de herramientas necesarias para la conceptualización y el diseño de aplicaciones multimedia innovadoras.

## MOTION GRAPHICS

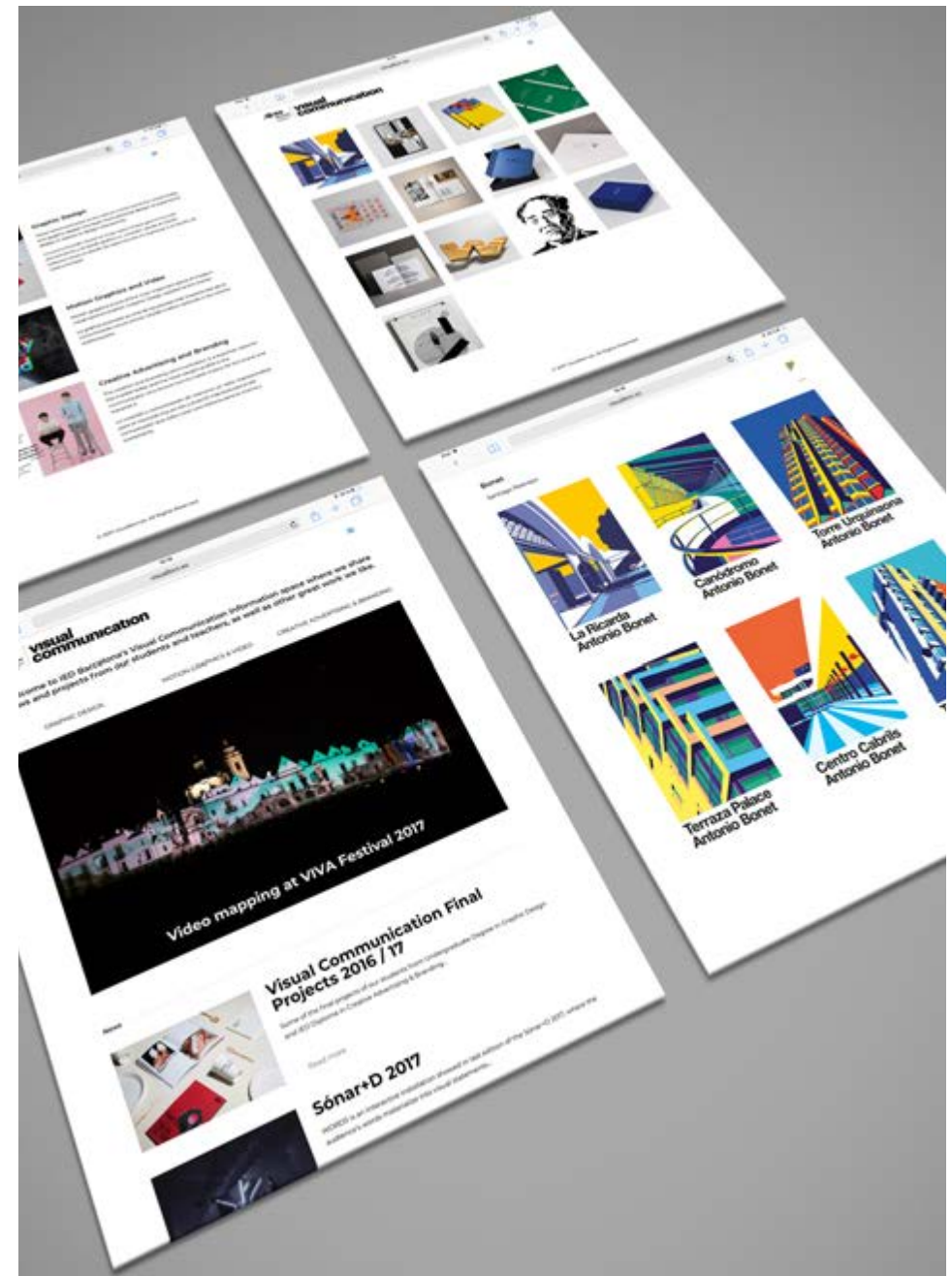
Realizar una comunicación audiovisual eficaz y atractiva a través de elementos gráficos en movimiento.

## WORKSHOP MULTIDISCIPLINAR

Realizar talleres prácticos en los que se trabaja con temas para hacer crecer la creatividad y la motivación.

## PROYECTO FINAL DE CURSO

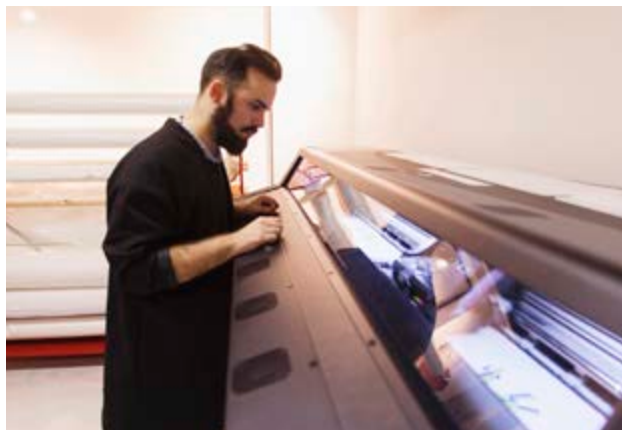
Aplicación de conceptos visuales y escritos. Técnicas de investigación. Trabajo en equipo e investigación individual. Aplicación práctica en el proyecto de las fases de investigación, desarrollo y producción. Presentación del proyecto delante de un tribunal. Presentación del proyecto delante del cliente.



[www.visualbcn.es](http://www.visualbcn.es)  
 Blog del área de Comunicación Visual  
 del IED Barcelona donde compartimos  
 proyectos de estudiantes y docentes,  
 noticias y temas de interés

# ADMISIÓN Y REQUISITOS

CURSO	REQUISITOS	PROCESO DE ADMISIÓN
<p><b>TÍTULO SUPERIOR</b> (4 años, 240 créditos ECTS)</p>	<p><b>BACHILLERATO</b> (cualquier modalidad o CFGS)</p>	<p><b>PRUEBA DE ACCESO</b> Más entrevista con el departamento de orientación y admisiones.</p>



**ALUMNI** (ESTUDIANTES QUE TRABAJAN O HAN TRABAJADO EN): **Atlas Design, Art of Many, Eumogràfic, Making Waves, Firma Design, Folch Studio, Hangar, Hoet&Hoet, Inoxcrom, Landor Associates, Lékué, Lo Siento, MTL Brand Ideas, Metropolitan Magazine, MCI Group, Red Antler, relajaelcoco, Rebe Communications, Saatchi & Saatchi, \*S,C,P,F..., Solo Studio, Sarai Jacobs, Shackleton Barcelona, TBWA, Vasava, Zuluz.tv, entre otros.**

**NOTAS:**



