



## PRESENTACIÓN

**Breve descripción:** El curso de **Diseño Visual** introduce a los estudiantes de Comunicación Corporativa en los principios fundamentales de la comunicación visual aplicada a marcas, organizaciones y entornos profesionales. A través del estudio de la composición, el color, la tipografía, la jerarquía visual, la identidad gráfica y el diseño de piezas comunicativas, el alumno aprende a crear mensajes visuales claros, coherentes y alineados con objetivos estratégicos. La asignatura combina fundamentos teóricos con ejercicios prácticos orientados al diseño de materiales corporativos, presentaciones, contenidos digitales y piezas para campañas, desarrollando tanto la sensibilidad estética como la capacidad de tomar decisiones visuales funcionales, eficaces y adaptadas a distintos públicos y canales.

- **Titulación:** GRADO EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA
- **Módulo/Materia:** Módulo (Expresión oral, escrita y visual). Materia (Creación y diseño de contenidos)
- **ECTS:** 3 ECTS
- **Curso, semestre:** 1º Curso, 1º Trimestre
- **Carácter:** Obligatoria
- **Profesorado:** D. Andoni Egúzkiza
- **Idioma:** Español
- **Aula, Horario:** Aula 04, Martes, 10:00 h. a 11:45 h.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### CONOCIMIENTOS

RA7- Enumerar las características de los lenguajes escritos, visuales, sonoros, audiovisuales y digitales necesarios para el desempeño de la profesión.

### HABILIDADES

RA11- Expresar conocimientos e ideas de manera clara y precisa a través de la diversidad de lenguajes y soportes.

RA14- Aplicar los conocimientos adquiridos en la caracterización y práctica de los lenguajes escritos, visuales, sonoros, audiovisuales y digitales a diferentes áreas de especialización profesional.

RA18- Emplear técnicas de trabajo en equipo encaminadas a la toma de decisiones responsables y a la resolución de problemas.

### CAPACIDADES

RA23- Adaptar las estrategias comunicativas a los cambios que se produzcan en el entorno comunicativo, empresarial o social a través de enfoques creativos e innovadores.

RA26- Identificar el papel de los procesos de comunicación en la transmisión de estereotipos y la intersección de la desigualdad de género con otros ejes de desigualdad (edad, clase, raza, sexualidad e identidad/expresión de género, diversidad funcional, etc.)

RA27- Expresar adecuadamente, evitando estereotipos, los principios de la igualdad entre hombres y mujeres, la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de paz, frente a las violencias relacionadas con esas desigualdades, en especial la violencia de género.



## PROGRAMA

### Bloque I — Fundamentos del lenguaje visual

El punto de partida es percepción y gramática visual: qué ve el ojo, cómo lo interpreta y por qué.

Contenidos:

- Percepción visual y psicología de la forma: leyes de la Gestalt (proximidad, similitud, cierre, figura-fondo) y su aplicación en comunicación.
- Elementos básicos del diseño: punto, línea, plano, textura, volumen.
- Principios de composición: jerarquía visual, peso, equilibrio, ritmo, contraste, dirección de lectura.
- El concepto de retórica visual: cómo las imágenes argumentan.

### Bloque II — Color

El color es probablemente la herramienta de comunicación más potente y menos comprendida. Merece un bloque propio.

Contenidos:

- Teoría del color: RGB, CMYK, Pantone. Círculo cromático, temperatura, saturación, valor.
- Psicología y semiótica del color: connotaciones culturales y emocionales.
- Color y marca: consistencia, paletas corporativas, accesibilidad (contraste WCAG).
- Color en pantalla vs. impresión: problemas prácticos.

### Bloque III — Tipografía

La tipografía es la columna vertebral del diseño corporativo y uno de los elementos más ignorados en la formación generalista.

Contenidos:

- Historia y anatomía tipográfica: terminología básica (serif/sans-serif, kerning, tracking, leading, baseline).
- Clasificación de familias tipográficas y su carácter expresivo.
- Legibilidad y legibilidad: diferencias, factores que las condicionan.
- Jerarquía tipográfica: cómo estructurar un texto mediante tipografía.
- Tipografía corporativa: uso de fuentes como elemento de identidad.

### Bloque IV — Identidad visual corporativa

Este es el núcleo de la asignatura para el perfil de Comunicación Corporativa.

Contenidos:

- Qué es la identidad visual: componentes (logotipo, símbolo, color corporativo, tipografía, sistema de imagen).
- Diferencia entre logotipo, isotipo, imagotipo y eslogan visual.
- El manual de identidad corporativa (brand guidelines): estructura, propósito y uso.
- Identidad visual y posicionamiento de marca: coherencia entre identidad y estrategia.
- Casos de estudio: rediseños de marca (rebranding) exitosos y fallidos. Análisis crítico.

### Bloque V — Diseño editorial y de contenidos

Contenidos:



# Universidad de Navarra

- Retícula (grid): tipos, lógica y aplicación en publicaciones y soportes digitales.
- Maquetación básica: jerarquía de contenidos, blancos, márgenes, columnas.
- Diseño de publicaciones corporativas: informes anuales, revistas internas, newsletters.
- Adaptación de contenidos a diferentes formatos (impreso, digital, redes sociales).
- Introducción al diseño responsive: cómo cambia la comunicación visual al cambiar el soporte.

## **Bloque VI — Imagen fotográfica y audiovisual en la comunicación corporativa**

Contenidos:

- Retórica de la imagen fotográfica: encuadre, luz, punto de vista, denotación /connotación.
- Criterios de selección y dirección de fotografía corporativa.
- Banco de imágenes y derechos de imagen: licencias, uso ético.
- Introducción al lenguaje audiovisual: plano, movimiento, montaje como herramientas narrativas.
- El video corporativo y el motion graphics.

## **Bloque VII — Diseño digital e interfaces**

Un bloque más breve, introductorio, que conecta con asignaturas posteriores de la carrera.

Contenidos:

- Principios de UX/UI aplicados a la comunicación corporativa: usabilidad, arquitectura de información.
- Diseño de páginas web corporativas: lo que un comunicador debe saber evaluar.
- Redes sociales como soporte de diseño: formatos, restricciones, consistencia visual.
- Accesibilidad digital: por qué es relevante para las marcas.

## **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

- Clases expositivas (15 h.) en las que se desarrollarán los principales conceptos de cada una de las partes del temario.
- Clases prácticas (15 h.) de análisis y discusión de los principios y elementos del diseño visual en los diversos tipos de contenidos que se elaboran en las actividades de comunicación corporativa, y que habrá sido trabajados previamente por los estudiantes.
- Trabajos de los alumnos (15 h.) de elaboración y/o análisis de propuestas de diseño para diferentes tipos de contenidos corporativos.
- Estudio personal (26 h.) para la elaboración de trabajos y preparación del examen.
- Tutorías: 2 horas de tutoría (individuales y grupales).
- Examen: 2 horas

## **EVALUACIÓN**

### **CONVOCATORIA ORDINARIA**

- Trabajos y proyectos individuales y/o en equipo (45%)
- Participación en las actividades y discusiones en el aula (5%)
- Examen final (50%)

### **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA**



# Universidad de Navarra

- En la convocatoria extraordinaria se evaluará con el 100% todos los contenidos de la asignatura con un examen teórico-práctico.

## HORARIOS DE ATENCIÓN

**D. Andoni Egúzquiza** ([andonie@welldonecomunicacion.com](mailto:andonie@welldonecomunicacion.com))

- Horario de tutoría: Las citas de tutoría hay que fijarlas con el profesor personalmente, o a través del correo electrónico.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Textos de referencia y consulta

Dondis, D.A. (1973). *A Primer of Visual Literacy*. MIT Press. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Lupton, E. (2004). *Thinking with Type*. Princeton Architectural Press. (3ª ed. actualizada, 2023) [Localízalo en la Biblioteca](#)

Ambrose, G. & Harris, P. *The Fundamentals of Graphic Design*. AVA Publishing / Fairchild Books.

Chaves, N. & Belluccia, R. (2003). *La marca corporativa*. Paidós. <https://archive.org/details/chaves-norberto-y-belluccia/page/n3/mode/2up>

Krug, S. (2000). *Don't Make Me Think*. New Riders. (3ª ed., 2014). [Localízalo en la Biblioteca](#)

Norman, D. (1988). *The Design of Everyday Things*. Basic Books. (Edición revisada, 2013). [Localízalo en la Biblioteca](#)