

# Líneas de Investigación

Arquitectura, Arquitectura de Interiores, Comunicaciones, Diseño Gráfico Publicitario

ÁREAS	Línea de Conocimiento	Línea de Organizaciones	Línea de Sociedad	Línea de Producto
<b>Diseño Gráfico Estratégico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. La comunicación a través de signos tipográficos (escritura)</li> <li>B. La comunicación a través de signos iconográficos (imagen)</li> <li>C. Diseño y digitalización de fuentes tipográficas</li> <li>D. Creación y construcción de tipografías</li> <li>E. El valor de los proyectos editoriales</li> <li>F. Creación de pictogramas, ideogramas, tipografía para señalización</li> <li>G. Innovación en lenguajes visuales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. La gestión del diseño como factor de competitividad y diferenciación</li> <li>B. El valor y la gestión de programas de identidad visual corporativa y su impacto en la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. La identidad visual social como elemento de unidad nacional</li> <li>B. La recuperación de patrimonios caligráficos</li> <li>C. Programas de señalización al servicio de la sociedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. El diseño visual aplicado al montaje de eventos efímeros</li> <li>B. La información visual aplicado a productos y servicios</li> <li>C. Experimentación visual en productos</li> </ul>
<b>Diseño Industrial y Accesorios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Productos inteligentes</li> <li>B. Productos sostenibles</li> <li>C. Estructuras empaques y envases</li> <li>D. Tendencias de diseño de producto</li> <li>E. Diseño de producto y tecnología</li> <li>F. Tecnologías aplicadas al diseño de productos</li> <li>G. Diseño de productos portátiles</li> <li>H. Fabricación digital de producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Joyas como modelo de negocio</li> <li>B. Diseño y gestión ambiental de productos</li> <li>C. Diseño de procesos en la elaboración de productos sostenibles</li> <li>D. Gestión del proyecto industrial y de accesorios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Diseño Industrial en la actualidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Diseño de prótesis</li> <li>B. Bijouterie alternativo</li> <li>C. Innovación en producto</li> </ul>
<b>Diseño y Tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Tecnologías ágiles</li> <li>B. Diseño de aplicaciones móviles</li> <li>C. Diseño de aplicaciones educativas</li> <li>D. Interfases intuitivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Diseño de soluciones digitales corporativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Comportamiento del usuario frente a ordenadores</li> <li>B. Comportamiento del usuario frente a plataformas digitales de compra en línea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Experiencia usuario en el uso de aplicaciones móviles</li> </ul>
<b>Diseño y Gestión de Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Del producto al servicio</li> <li>B. Innovación en el diseño de servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Diseño de experiencias en servicios de salud</li> <li>B. Diseño de experiencias en servicios de retail</li> <li>C. Diseño de experiencias en servicios turísticos</li> <li>D. Diseño de experiencias en servicios de transporte</li> <li>E. Diseño como factor de transformación de entornos empresariales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Innovación en servicios públicos para el cambio social</li> <li>B. Patrones de comportamiento en los servicios</li> </ul>	

<b>Diseño Estratégico</b>	A. Diseño como proceso para innovar	A. Diseño como factor para la innovación competitiva	A. Diseño como catalizador de innovación social	
<b>Arquitectura</b>	A. Liderazgo social y empresarial. El mercado. B. Comunicación proyectual y representación.	A. Identidad y cultura nacional. Teoría, historia y crítica.	A. Tecnología: del futuro y diseño sostenible. B. Creatividad y arquitectura de interiores.	A. Diseño estratégico de espacios. B.. Diseño de espacios comerciales. C. Diseño de muebles y objetos.
<b>Comunicación y Periodismo</b>	A. Enseñanza y aprendizaje del periodismo B. Sociedad de la Información C. Nuevos medios y Tecnología	A. Medios y propiedad B. Producción y gestión de la información C. Historia de los procesos	A. Procesos de comunicación política y opinión pública B. Ética, legislación y regulación en comunicaciones C. Públicos y usuarios	A. Análisis comparativo de noticias B. Mensajes, narración y expresión
<b>Comunicación y Publicidad</b>	A. Enseñanza y metodología creativa B. Análisis discursivos y performativos C. Representación simbólica	A. Procesos creativo publicitario B. Producción y gestión de la publicidad	A. Industrias creativas y culturales B. Perfiles, consumo y participación de públicos y ciudadanos C. Públicos y usuarios	A. Comunicación de marketing, promoción y publicidad B. Lenguajes y narrativas comunicacionales C. Mensajes, narración y expresión
<b>Comunicación Corporativa</b>	A. Enseñanza y metodología creativa B. Identidad y Cultura Corporativa C. Formas Culturales	A. Comunicación institucional, corporativa y pública B. Producción y gestión de la comunicación corporativa C. Prácticas de Comunicación empresarial	A. Manejo de Crisis y Medios periodísticos (Casos) B. Comunicación y Cambio Social C. Mensajes, narración y expresión	A. Formas narrativas y géneros B. Públicos y usuarios
<b>Comunicación y Cine</b>	A. Enseñanza y metodología creativa B. Análisis discursivos y performativos C. Comunicación digital y tecnologías	A. Producción y gestión de la producción A/V B. Proyectos Transmedia	A. Comunicación y educación B. Industrias creativas y culturales C. Estudios socioculturales e interculturales	A. producción de cine y su distribución B. Mensajes, narración y expresión C. Públicos y usuarios
<b>Comunicación y Animación</b>	A. Enseñanza y metodología creativa B. Comunicación digital y tecnologías C. Tendencias en la animación y los medios móviles	A. Proyectos Transmedia B. Producción y gestión de la producción animada C. Aplicaciones de lo animado en las telecomunicaciones	A. Géneros como espacios de encuentro B. Comunicación y usos nómades	A. Lenguajes y narrativas comunicacionales B. Mensajes, narración y expresión C. Públicos y usuarios