

INFORME D'AUTOAVALUACIÓ – TREBALL FINAL DE GRAU

| DADES DEL TREBALL | |
|---|---|
| NOM I COGNOMS DE L'ESTUDIANT | Julià Hernández Capellas |
| NOM DE L'ÀREA DE TFG | Creació gràfica |
| NOM DEL CONSULTOR | Gerard Adell Español |
| TÍTOL DEL TREBALL | Creació d'una identitat corporativa per a una marca esportiva |
| PARAULES CLAU (màx. 3) <i>(Tria les paraules clau que identifiquen el teu treball final)</i> | Identitat corporativa, marca, disseny |
| DATA | 21/06/2024 |

| | | C- | C+ | B | A |
|---|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| LLIURABLE | INDICADOR | No arriba al mínim | Mínim exigible | Desitjable | Excel·lència |
| MEMÒRIA DEL TREBALL | El pla de projecte té uns objectius adequats, clars i concrets i una planificació apropiada del treball a fer. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | S'identifiquen els aspectes rellevants del problema a resoldre i de la solució desitjada. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | S'escullen i utilitzen les eines TIC adequades en cada moment (planificació, desenvolupament i presentació). . | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Es desenvolupa la solució triada seguint els críteris, normatives i bones pràctiques pròpies de l'àrea del TFG. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | La memòria del treball està redactada de forma correcta, clara i sintètica i segueix l'estructura predeterminada. Inclou l'abstract en anglès. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| PRODUCTE /RESULTAT (que pot estar inclòs a la memòria) | S'assoleix un producte final de qualitat , que respon als objectius inicials amb un grau de dificultat raonable d'acord amb els criteris propis de l'àrea de TF. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| PRESENTACIÓ | La presentació dels resultats del treball és visual, concisa i amena. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



VALORACIÓ FINAL DEL TREBALL (Comentaris detallats)

PLA DE TREBALL (Definició dels objectius, pla de treball, ...)

Els objectius del treball eren definir la identitat gràfica i corporativa d'una marca esportiva, creant un logotip, un manual d'identitat corporativa basant-nos en un *briefing* i *branding* previs, i dissenyant els prototips de la pàgina web tan per a dispositius de sobretaula com per a mòbils. Tenint els objectius, es va elaborar un pla de treball per tal de garantir l'èxit del projecte.

DESENVOLUPAMENT DEL TREBALL (Seguiment del projecte, revisió periòdica de la planificació, justificació dels canvis, progressió del treball, incorporació de correccions i suggeriments rebuts, ...).

En primer lloc, es va realitzar el *briefing*, on es va especificar la filosofia de la marca, el públic objectiu, els productes a oferir i un estudi de la competència, entre altres punts.

Fet el *briefing*, es va elaborar el procés de *branding*, on es va definir el nom de la marca i es va crear el logotip, tenint en compte els resultats del *briefing*.

Seguidament, es va crear el manual d'identitat corporativa, definint així tots els paràmetres estètics i l'estil comunicatiu de la marca.

Per últim, es van dissenyar els prototips web tan de baixa com d'alta fidelitat, per a ordinadors i dispositius mòbils, amb una estètica d'acord amb el manual d'identitat corporativa, atractiva i optimitzant la navegació i l'experiència d'usuari.

MEMÒRIA (Estructura, organització, contingut, redactat, presentació, longitud, abstract en anglès,...).

La estructura de la memòria es va definir a l'inici del projecte, i durant les PAC de l'assignatura, s'han anat afegint els continguts progressivament. Primerament la introducció, els abstracts tan en català com en anglès, els objectius, la planificació del projecte i la metodologia, i seguidament es va anar incloent el marc teòric, els processos de *briefing* i *branding*, i tots els altres entregables generats a mesura que avançava el projecte.

El redactat pretén ser formal i tècnic, però a la vegada comprensible per a qualsevol lector. La presentació és simple, amb una capçalera indicant el nom del projecte i el meu nom, i un peu de pàgina amb el número de pàgina. El cos de text és fàcilment llegible, separant títols i sub-títols adequadament amb negreta i l'espai adequat.

La longitud d'aquest treball és de 70 pàgines incloent els annexos.

PRODUCTE (Qualitat, grau d'assoliment dels objectius, dificultat, documentació i manuals).

El producte final en general ha assolit un nivell de qualitat bastant alt, complint així els objectius establerts del projecte. Ha estat un repte complex, tenint en compte el temps del que s'ha disposat i la càrrega de feina que té per una banda realitzar la documentació de la memòria i paral·lelament el producte com a tal, però a la vegada ha estat un procés molt satisfactori.

PRESENTACIÓ (Capacitat de síntesi, aspectes visuals, longitud, redactat, ...).

La presentació del projecte inclou 16 diapositives, i s'ha dividit en cinc apartats on s'ha intentat mostrar la informació més rellevant de cada un d'ells:

- 1- El projecte: s'explica d'una manera sintetitzada la temàtica del treball.
- 2- Objectius: s'exposen els objectius principals i secundaris.
- 3- Planificació: s'indica visualment la planificació temporal al llarg del projecte.
- 4- Continguts: es mostren els continguts del treball de manera resumida.
- 5- Conclusions: es presenten les conclusions finals del treball.

S'ha adaptat un redactat formal i tècnic, i a l'igual que a la memòria, pretén ser comprensible per a qualsevol lector.