



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN 3

Código: FDI0034

Paralelo: A, A, B, B

Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017

Profesor: TRIPALDI PROAÑO ANNA MARÍA

Correo electrónico atripaldi@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

Prerrequisitos:

Código: FDI0033 Materia: COMUNICACIÓN 2

2. Descripción y objetivos de la materia

Permite complementar la formación del Diseñador Gráfico con los conocimientos en el área de la comunicación.

En esta materia teórica, se aborda a la conceptualización desde el enfoque comunicacional, con la inclusión de las variables: soporte y target

Esta asignatura complementa y se articula con los talleres, aportando con los fundamentos conceptuales del proyecto de diseño

3. Contenidos

01.	El target en la conceptualización de productos gráficos
01.01.	Segmentación de Mercados (4 horas)
01.02.	Variables de Segmentación (4 horas)
01.03.	Perfil del Target (4 horas)
02.	El proceso de conceptualización para productos gráficos:
02.01.	Generación y comunicación de concepto central (6 horas)
02.02.	Uso de elementos visuales, sistemas compositivos, recursos retóricos, target, mensaje lingüístico y personajes en conjunto en la optimización de la comunicación visual. (14 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ac. Generar proyectos de Diseño de Identidad y manejo de Marcas	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ad. Generar proyectos de Diseño Publicitario	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
af. Generar proyectos de Diseño Multimedia e interfaz digital.	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ag. Generar proyectos de Diseño Interactivo y multimedial	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Reactivos
ai. Seleccionar con coherencia las herramientas de cada una de las áreas del diseño gráfico para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Trabajos prácticos - productos
aj. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Trabajos prácticos - productos
ak. Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Reactivos
al. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	prueba	El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE 1	5	Semana: 2 (19/09/16 al 24/09/16)
Trabajos prácticos - productos	aplicación práctica de construcción de perfil del target y/o persona design	El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE 2	5	Semana: 6 (17/10/16 al 22/10/16)
Trabajos prácticos - productos	análisis de productos gráficos, denotación, connotación, target.	El proceso de conceptualización para productos gráficos:	APORTE 3	5	Semana: 11 (21/11/16 al 26/11/16)
Trabajos prácticos - productos	conceptualización del "YO"	El proceso de conceptualización para productos gráficos:	APORTE 3	5	Semana: 13 (05/12/16 al 10/12/16)
Trabajos prácticos - productos	conceptualización de una frase	El proceso de conceptualización para productos gráficos:	APORTE 3	5	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
Trabajos prácticos - productos	conceptualización de un soporte más complejo	El proceso de conceptualización para productos gráficos:	APORTE 3	5	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Trabajos prácticos - productos	Conceptuación de un producto gráfico, incluye memoria, target y producto,	El proceso de conceptualización para productos gráficos; El target en la conceptualización de productos gráficos	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	el supletorio consiste en la mejora y optimización del examen final presetado con la finalidad de alcanzar la máxima calificación	El proceso de conceptualización para productos gráficos; El target en la conceptualización de productos gráficos	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

La asignatura es la fase práctica de la materia de Comunicación, la finalidad es que los estudiantes aterricen los contenidos en los niveles anteriores en la conceptualización de productos gráficos, donde el énfasis está en comprender las complejidades del lenguaje visual ya en la aplicación en productos gráficos puntuales y cómo las decisiones de diseño se ven afectadas por el público, el soporte y el mismo creativo de diseño.

Criterios de Evaluación

Todas las evaluaciones son prácticas y serán calificadas usando rúbricas. Vale la pena mencionar que apesar de que se realizarán ejercicios de diseño, los puntajes asignados en las evaluaciones serán acumulados en items que se refieren a la comunicación más que a la concreción formal, técnica y/o estética del soporte.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ACASO, MARÍA.	Paidós	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
ARELLANO, ROLANDO	Pearson	MARKETING: ENFOQUE AMÉRICA LATINA	2010	NO INDICA
D. A. DONDIS,	Gustavo Gilli	LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL,	2012	97884252206092
GRIGELMO, ALEX.	Santillana Taurus	LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.	2000	9788466369916

Web

Autor	Título	URL
Mara Edna Serrano	Revista Digital Universitaria Unam	http://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art92/art92.pdf
Alejandro Ayala	Foro Alfa	http://foroalfa.org/articulos/la-importancia-del-concepto
Irma Laura Cantú	Redalyc	http://www.redalyc.org/pdf/2033/203314886008.pdf

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 02/09/2016

Estado: Aprobado

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN 3

Código: FDI0034

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017

Profesor: TRIPALDI PROAÑO ANNA MARÍA

Correo electrónico atripaldi@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Código: FDI0033 Materia: COMUNICACIÓN 2

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

2. Descripción y objetivos de la materia

Permite complementar la formación del Diseñador Gráfico con los conocimientos en el área de la comunicación.

En esta materia teórica, se aborda a la conceptualización desde el enfoque comunicacional, con la inclusión de las variables: soporte y target

Esta asignatura complementa y se articula con los talleres, aportando con los fundamentos conceptuales del proyecto de diseño

3. Contenidos

01.	El target en la conceptualización de productos gráficos
01.01.	Segmentación de Mercados (4 horas)
01.02.	Variables de Segmentación (4 horas)
01.03.	Perfil del Target (4 horas)
02.	El proceso de conceptualización para productos gráficos:
02.01.	Generación y comunicación de concepto central (6 horas)
02.02.	Uso de elementos visuales, sistemas compositivos, recursos retóricos, target, mensaje lingüístico y personajes en conjunto en la optimización de la comunicación visual. (14 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ac. Generar proyectos de Diseño de Identidad y manejo de Marcas	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ad. Generar proyectos de Diseño Publicitario	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
af. Generar proyectos de Diseño Multimedia e interfaz digital.	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ag. Generar proyectos de Diseño Interactivo y multimedial	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Reactivos
ai. Seleccionar con coherencia las herramientas de cada una de las áreas del diseño gráfico para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
aj. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Trabajos prácticos - productos
ak. Contratar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
al. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades	

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
del contexto.	
-Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Cap 1.		APOORTE 1	5	
Trabajos prácticos - productos	Cap. 2		APOORTE 2	5	
Trabajos prácticos - productos	Cap. 2		APOORTE 2	5	
Trabajos prácticos - productos	Cap. 2		APOORTE 3	15	
Trabajos prácticos - productos	Todo el sílabo		EXAMEN	20	
Trabajos prácticos - productos	Optimización y/o elaboración del proyecto trabajado para el examen final de manera que se mejore la calidad del trabajo y recuperen puntos hasta alcanzar la calificación requerida demostrando el nivel de aprendizaje.	El proceso de conceptualización para productos gráficos.; El target en la conceptualización de productos gráficos	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

La asignatura es la fase práctica de la materia de Comunicación, la finalidad es que los estudiantes aterricen los contenidos en los niveles anteriores en la conceptualización de productos gráficos, donde el énfasis está en comprender las complejidades del lenguaje visual ya en la aplicación en productos gráficos puntuales y cómo las decisiones de diseño se ven afectadas por el público, el soporte y el mismo creativo de diseño.

Criterios de Evaluación

Todas las evaluaciones son prácticas y serán calificadas usando rúbricas. Vale la pena mencionar que a pesar de que se realizarán ejercicios de diseño, los puntajes asignados en las evaluaciones serán acumulados en ítems que se refieren a la comunicación más que a la concreción formal, técnica y/o estética del soporte.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ACASO, MARÍA.	Paidós	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
ARELLANO, ROLANDO	Pearson	MARKETING: ENFOQUE AMÉRICA LATINA	2010	NO INDICA
D. A. DONDIS,	Gustavo Gilli	LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL,	2012	97884252206092
GRIGELMO, ALEX.	Santillana Taurus	LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.	2000	9788466369916

Web

Autor	Título	URL
Mara Edna Serrano	Revista Digital Universitaria Unam	http://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art92/art92.pdf
Alejandro Ayala	Foro Alfa	http://foroalfa.org/articulos/la-importancia-del-concepto
Irma Laura Cantú	Redalyc	http://www.redalyc.org/pdf/2033/203314886008.pdf

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **12/09/2016**

Estado: **Aprobado**