UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: DISEÑO 3 GRÁFICO
Código: FDI0053
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017
Profesor: CARRION MARTINEZ PAUL SEBASTIAN
Correo electrónico pcarrion@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
6				6

Prerrequisitos:

Código: FDI0049 Materia: DISEÑO 2 GRÁFICO
Código: FDI0175 Materia: REPRESENTACIÓN GRÁFICA 2 GRÁFICO

2. Descripción y objetivos de la materia

Permite formar al estudiante en una de las áreas profesionales del diseño gráfico.

En esta asignatura práctica, se abordarán lás técnicas y estrategias Imagen Corporativa, desde el diseño de marcas hasta los programas de Branding.

Es la asignatura central, donde las otras asignaturas confluyen, completando, de esta manera los objetivos del nivel.

3. Contenidos

01.	**MARCA**
01.01.	Analisis de marcas (4 horas)
01.02.	Evaluación de marcas (2 horas)
01.03.	¿Qué es una marca? (2 horas)
02.	**IMAGEN CORPORATIVA**
02.01.	Conceptos de marca (10 horas)
02.02.	Crear una marca (24 horas)
02.03.	Desarrollo de marcas (12 horas)
02.04.	Manual corporativo (12 horas)
03.	**EXTENSIÓN DE MARCA**
03.01.	Desarrollo de familia de marcas (12 horas)
03.02.	Branding extensión de marca (local) (18 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
aa. Diseña proyectos acordes a las necesidades del contexto desde una mirada integradora y comprometida.	
-Identificar, entender y aplicar su conocimiento de la teoría del Branding	-Trabajos prácticos - productos
aa. Manejar eficientemente los elementos básicos utilizados en el diseño básico.	
-Identificar, entender y aplicar su conocimiento de la teoría del Branding	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
ac. Generar proyectos de Diseño de Indentidad y manejo de Marcas	
-Diseñar/rediseñar marcas y proyectos de identidad corporativa	-Trabajos prácticos -

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
	productos
ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
-Incorporar sus conocimientos de comunicación gráfica para resolver sus propuestas de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ai. Seleccionar con coherencia las herramientas de cada úna de las áreas del diseño gráfico para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
-Incorporar sus conocimientos de comunicación gráfica para resolver sus propuestas de diseño	-Trabajos prácticos - productos
aj. Identificar los principales programas de computación que se utilizarán en un proceso de edición de diseño gráfico.	
-Utilizar graficadores para la concreción final de las propuestas de diseño	-Trabajos prácticos - productos
ak. Poder asociar, interrelacionar e interactuar los principales programas de computación que se utilizarán en un proceso de edición de diseño gráfico.	
-Utilizar graficadores para la concreción final de las propuestas de diseño	-Trabajos prácticos - productos
al. Aplicar los principales programas de computación en un proceso de edición de diseño gráfico.	
-Utilizar graficadores para la concreción final de las propuestas de diseño	-Trabajos prácticos - productos
am. Seleccionar materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales.	
-Conocer las posibles alternativas tanto tecnológicas como de materiales para producción de sus propuestas	-Trabajos prácticos - productos
an. Analizar los materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales.	
-Conocer las posibles alternativas tanto tecnológicas como de materiales para producción de sus propuestas	-Trabajos prácticos - productos
ao. Optimizar los materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales.	
-Conocer las posibles alternativas tanto tecnológicas como de materiales para producción de sus propuestas	-Trabajos prácticos - productos
ap. Buscar elementos históricos y conceptuales para solucionar los proyectos de diseño.	
-Defender sus propuestas sustentado en el conocimiento de la evolución histórica de la marca	-Trabajos prácticos - productos
aq. Argumentar con elementos históricos y conceptuales las soluciones de los proyectos de diseño.	
-Defender sus propuestas sustentado en el conocimiento de la evolución histórica de la marca	-Trabajos prácticos - productos
ar. Mostrar y expresar ideas, desde las más básicas a las más avanzadas, utilizando la expresión como herramienta comunicacional.	
-Recurrir a las herramientas de la expresión, sus materiales y técnicas para elaborar las fases de bocetaje de todos los proyectos del curso.	-Trabajos prácticos - productos
as. Construir las ideas en fases más avanzadas del proceso de diseño, utilizando la representación como herramienta comunicacional.	
-Recurrir a las herramientas de la expresión, sus materiales y técnicas para elaborar las fases de bocetaje de todos los proyectos del curso.	-Trabajos prácticos - productos

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
at. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Definir con precisión el target o público objetivo de su marca y demás implicaciones relacionados con el ámbito del marketing	-Trabajos prácticos - productos
au. Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Definir con precisión el target o público objetivo de su marca y demás implicaciones relacionados con el ámbito del marketing	-Trabajos prácticos - productos
av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Definir con precisión el target o público objetivo de su marca y demás implicaciones relacionados con el ámbito del marketing	-Trabajos prácticos - productos
aw. Trabajar eficientemente en forma individual.	
-Desarrollar proyectos de branding, dependiendo de la complejidad de los mismos, ya sea individual o grupalmente o en ambientes multidisciplinarios.	-Trabajos prácticos - productos
ax. Trabajar eficientemente en grupo o en ambientes multidisciplinarios.	
-Desarrollar proyectos de branding, dependiendo de la complejidad de los mismos, ya sea individual o grupalmente o en ambientes multidisciplinarios.	-Trabajos prácticos - productos
ay. Estar en capacidad de estudiar permanentemente y actualizar sus conocimientos.	
-Desarrollar proyectos de branding, dependiendo de la complejidad de los mismos, ya sea individual o grupalmente o en ambientes multidisciplinarios.	-Trabajos prácticos - productos
az. Mantener una comunicación efectiva en lo oral, escrito y digital.	
-Sustentar de forma oral y/o escrita cada uno de los proyectos.	-Trabajos prácticos - productos
ba. Mantener un comportamiento ético con la profesión y con la sociedad en general.	
-Sustentar de forma oral y/o escrita cada uno de los proyectos.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Análisis de marca, evaluación de marcas.	MARCA	APORTE 1	5	Semana: 1 (12/09/16 al 17/09/16)
Trabajos prácticos - productos	Conceptualización y desarrollo de una marca personal	IMAGEN CORPORATIVA	APORTE 2	5	Semana: 6 (17/10/16 al 22/10/16)
Trabajos prácticos - productos	Rediseño de una marca específica, en base a un cambio de target	IMAGEN CORPORATIVA	APORTE 2	5	Semana: 8 (31/10/16 al 01/11/16)
Trabajos prácticos - productos	Desarrollo de una familia de marcas, aplicadas a productos específicos	EXTENSIÓN DE MARCA	APORTE 3	7	Semana: 11 (21/11/16 al 26/11/16)
Trabajos prácticos - productos	Diseño de marcas (extensiónes) de una marca de PYME local	EXTENSIÓN DE MARCA	APORTE 3	8	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Reactivos	Examen en base a reactivos	EXTENSIÓN DE MARCA, IMAGEN CORPORATIVA, MARCA	EXAMEN	5	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Trabajos prácticos -	Desarrollo de una marca compleja para una PYME,	EXTENSIÓN DE MARCA	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
productos	que no cuente con imagen corporativa, aplicación en distintos soportes y creación de una familia de marcas				
Trabajos prácticos - productos	Presentación de un documento diagramado con todas las marcas y sus respectivos manuales.	EXTENSIÓN DE MARCA, IMAGEN CORPORATIVA, MARCA	EXAMEN	5	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	se mantiene la nota del examen de marca final	EXTENSIÓN DE MARCA, IMAGEN CORPORATIVA, MARCA	SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	creación de una marca en un esquicio de 8 horas que se realizará en la universidad	EXTENSIÓN DE MARCA, IMAGEN CORPORATIVA, MARCA	SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

Metodología:
En la materia Diseño 3 Gráfico, se interactúa con los alumnos en primera instancia con el fin de conocer experiencias previas, posterior se lleva a cabo para el desarrollo de los temas propuestos en el sílabo, una introducción y motivación de cada uno de ellos, con el fin de encaminar al estudiante hacia el conocimiento sobre criterios de inspiración y conceptualización. Luego se plantea una etapa de investigación que converge en la definición de referentes para proseguir con la generación de bocetos que concluye con la confección del diseño y una presentación en maquetas objetuales y prácticas.

Criterios de Evaluación

Evaluación:
La evaluación del ciclo se realizará continuamente, y se tomará en cuenta el proceso de aprendizaje y los resultados finales que contemplan la fase investigativa, las ideas preliminares, el desarrollo y concreción del diseño, y la presentación de los resultados, con el fin de evaluar el conocimiento adquirido y la actitud mostrada por el estudiante. Las mismas se sustentaran en las rúbricas previamente elaboradas e indicadas.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
GREGORY THOMAS	North Light Books	LOGOS, SYMBOLS AND ICONS	2000	0-89134-915-4
JOAN COSTA	Paidos	LA IMAGEN DE MARCA	2004	NO INDICA
MELISSA DAVIS	Parramón	MUCHO MÁS QUE UN NOMBRE	2006	NO INDICA
GAVIN AMBROSE, AUTOR ; PAUL HARRIS, AUTOR ; MARTA ARMADA ANTOLÍN	Barcelona : Parramón	PACKAGING DE LA MARCA : LA RELACIÓN ENTRE EL DISEÑO DE PACKAGING Y LA IDENTIDAD DE MARCA	2011	978-84-342-3790-2
GAVIN AMBROSE, AUTOR ; PAUL HARRIS,	Barcelona : Parramón	FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRAFÍCO	2009	978-84-342-3505-2

Web

Autor	Título	URL
Jorge Escobar Fernández	E-Libro	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?
Nicholas Ind	E-Libro	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?
Norberto Chaves	E-Libro	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 06/09/2016

Estado: Aprobado