



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE  
 ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**1. Datos generales**

**Materia:** COMUNICACIÓN 2  
**Código:** FDI0033  
**Paralelo:**  
**Periodo :** Marzo-2017 a Julio-2017  
**Profesor:** LAZO GALAN JUAN CARLOS  
**Correo electrónico:** jlazo@uazuay.edu.ec

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

**Prerrequisitos:**

Ninguno

**2. Descripción y objetivos de la materia**

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

En ésta asignatura teórica, se aborda el tema de la Composición, y el uso de recursos lingüísticos y de personajes con relación a la eficiencia comunicacional

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

**3. Contenidos**

01.	<b>Comunicación y Composición</b>
01.01.	Introducción a la Comunicación (2 horas)
01.02.	Comunicación y Creación (4 horas)
02.	<b>El Mensaje Lingüístico</b>
02.01.	Retórica, Semiótica y Psicología (4 horas)
02.02.	La Publicidad (6 horas)
02.03.	Juegos y Gamificación (4 horas)
03.	<b>La Comunicación no Verbal en el uso de personajes</b>
03.01.	Personajes / Humanización / Estereotipos / Arquetipos (4 horas)
03.02.	Convergencia, Cross-Media y Transmedia (4 horas)
03.03.	Transmedia y Publicidad (4 horas)

**4. Sistema de Evaluación**

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<b>aa. Diseña proyectos acordes a las necesidades del contexto desde una mirada integradora y comprometida.</b>	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Trabajos prácticos - productos
-2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño	-Trabajos prácticos - productos
<b>aa. Manejar eficientemente los elementos básicos utilizados en el diseño básico.</b>	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Reactivos
-2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño	-Trabajos prácticos - productos

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<b>ap. Buscar elementos históricos y conceptuales para solucionar los proyectos de diseño.</b>	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Investigaciones
-2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño	-Investigaciones
<b>aq. Argumentar con elementos históricos y conceptuales las soluciones de los proyectos de diseño.</b>	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Investigaciones
<b>av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.</b>	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Trabajos prácticos - productos
<b>az. Mantener una comunicación efectiva en lo oral, escrito y digital.</b>	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Reactivos
-2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño	-Trabajos prácticos - productos

#### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Examen	Comunicación y Composición	APORTE 1	5	Semana: 3 (03/04/17 al 08/04/17)
Investigaciones	VALS	Comunicación y Composición	APORTE 2	5	Semana: 7 (02/05/17 al 06/05/17)
Investigaciones	Tipos de Persuasión	Comunicación y Composición	APORTE 2	5	Semana: 9 (15/05/17 al 17/05/17)
Trabajos prácticos - productos	Publicidad y Personajes	El Mensaje Lingüístico	APORTE 3	7	Semana: 11 (29/05/17 al 03/06/17)
Trabajos prácticos - productos	Cómic	El Mensaje Lingüístico	APORTE 3	8	Semana: 13 (12/06/17 al 17/06/17)
Reactivos	Examen	El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Trabajos prácticos - productos	Uso de personajes en producto	El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Reactivos	Examen	Comunicación y Composición, El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

#### Metodología

El curso tendrá componentes teóricos, dados en clases, sobre las nuevas formas del uso de los contenidos y la comunicación, conceptos como Transmedia o Gamificación serán parte del lenguaje de los estudiantes, para esto se dará un fuerte énfasis en la investigación, los estudiantes crearán clases y las darán a sus compañeros sobre conceptos específicos de los medios y la comunicación que serán calificados de manera presencial.

Por otro lado se harán propuestas prácticas que hagan reflexionar a los estudiantes sobre su rol en las nuevas comunicaciones y su capacidad para crear guiones y personajes que acompañen el diseño de comunicación, branding, publicidad o propaganda, según sea el caso.

Finalmente, durante el curso, se analizarán campañas ya creadas, los estudiantes tendrán que, utilizando las herramientas aprendidas en clases, evaluar y discutir sobre estas campañas y los medios que utilizan.

#### Criterios de Evaluación

La evaluación toma en cuenta las características del ejercicio planteado. En el caso de las investigaciones, se evalúa la pertinencia, calidad y fuentes utilizadas. En el caso de los trabajos prácticos: la investigación, pertinencia y calidad visual de la propuesta.

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
GRIGELMO, ALEX.	Santillana Taurus	LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.	2000	9788466369916
Dondís, D.A	G.Gilli	La sintaxis de la Imagen	2012	
Weil, P y Roland Tompakow.	Ed. San Pablo	El cuerpo habla	1995	
Acaso, María	Paidós	El Lenguaje Visual	2009	
Ferrer , Eduardo	Fondo de Cultura Económica	El Lenguaje de la publicidad	1995	

Web

---

Software

---

Bibliografía de apoyo

Libros

---

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **16/03/2017**

Estado: **Aprobado**