



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE  
 ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**1. Datos generales**

**Materia:** COMUNICACIÓN 3  
**Código:** FDI0034  
**Paralelo:**  
**Periodo :** Septiembre-2019 a Febrero-2020  
**Profesor:** CARRION MARTINEZ PAUL SEBASTIAN  
**Correo electrónico** pcarrion@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**

|     |   |
|-----|---|
| 1   | El target en la conceptualización de productos gráficos   |
| 1.1 | Segmentación de Mercados (4 horas)  |
| 1.2 | Variables de Segmentación (4 horas)   |
| 1.3 | Perfil del Target (4 horas)   |
| 2   | El proceso de conceptualización para productos gráficos:  |
| 2.1 | Generación y comunicación de concepto central (6 horas)   |
| 2.2 | 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   |
|---|--|
| <b>ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información</b><br>-E emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño | -Evaluación escrita<br>-Trabajos prácticos - productos |

**Desglose de evaluación**

| Evidencia                      | Descripción   | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana                            |
|--------------------------------|---|-----------------------------|--------|--------------|-----------------------------------|
| Trabajos prácticos - productos | Rediseñar producto enfocado en el target de los estudiantes                   |                             | APORTE | 5            | Semana: 4 (30/09/19 al 05/10/19)  |
| Trabajos prácticos - productos | En base a un perfil creado al azar diseñar campaña publicitaria o informativa |                             | APORTE | 10           | Semana: 9 (05/11/19 al 09/11/19)  |
| Trabajos prácticos - productos | Soporte simple  |                             | APORTE | 3            | Semana: 11 (18/11/19 al 23/11/19) |
| Trabajos prácticos -           | Soporte complejo 1  |                             | APORTE | 3            | Semana: 12 (25/11/19 al 30/11/19) |

| Evidencia                      | Descripción  | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte     | Calificación | Semana                            |
|--------------------------------|--|-----------------------------|------------|--------------|-----------------------------------|
| productos                      |  |                             |            |              |                                   |
| Trabajos prácticos - productos | Soporte complejo 2   |                             | APORTE     | 4            | Semana: 13 (02/12/19 al 07/12/19) |
| Evaluación escrita             | Segmentación de mercados: Kotler                           |                             | APORTE     | 5            | Semana: 14 (09/12/19 al 14/12/19) |
| Trabajos prácticos - productos | Soportes complejos: Sistematización de productos o campaña |                             | EXAMEN     | 20           | Semana: 19 (13/01/20 al 18/01/20) |
| Evaluación escrita             | Examen Supletorio  |                             | SUPLETORIO | 20           | Semana: 21 ( a l )                |

### Metodología

La asignatura es la fase paráctica 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     |
| D. A. DONDIS,     | Gustavo Gilli     | LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL, | 2012 | 97884252206092 |
| ARELLANO, ROLANDO | Pearson           | MARKETING: ENFOQUE AMÉRICA LATINA                          | 2010 | NO INDICA      |
| GRIGELMO, ALEX.   | Santillana Taurus | LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.                              | 2000 | 9788466369916  |

#### Web

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

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

| Autor                          | Editorial | Título    | Año  | ISBN              |
|--------------------------------|-----------|-----------|------|-------------------|
| Philip Kotler y Gary Armstrong | Pearson   | Marketing | 2012 | 978-607-32-1421-6 |

#### Web

#### Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 27/09/2019

Estado: Aprobado