



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos

Materia: COMUNICACIÓN 2
Código: FDI0033
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019
Profesor: REYES MONTESINOS EDGAR GUSTAVO
Correo electrónico: maoreyesm@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
 Ninguno

Nivel: 4

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

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

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

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

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

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
aa. Manejar eficientemente los elementos básicos utilizados en el diseño básico.	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -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	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
ap. Buscar elementos históricos y conceptuales para solucionar los proyectos de diseño.	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -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	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
aq. Argumentar con elementos históricos y conceptuales las soluciones de los proyectos de diseño.	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
az. Mantener una comunicación efectiva en lo oral, escrito y digital.	
-1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -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	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Examen del capítulo 1	Comunicación y Composición	APORTE 1	5	Semana: 3 (25/03/19 al 30/03/19)
Investigaciones	Las nuevas formas de comunicación	El Mensaje Lingüístico	APORTE 2	10	Semana: 7 (22/04/19 al 27/04/19)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Foros, debates, chats y otros	Analizar un producto transmedial y discutirlo en foros, blogs, redes sociales	El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	APORTE 3	5	Semana: 11 (20/05/19 al 23/05/19)
Trabajos prácticos - productos	Creación de un artefacto transmedial	El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	APORTE 3	10	Semana: 12 (27/05/19 al 01/06/19)
Reactivos	Examen final	Comunicación y Composición, El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Trabajos prácticos - productos	Crear un juego en base a un sistema de personajes	Comunicación y Composición, El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Reactivos	Examen supletorio	Comunicación y Composición, El Mensaje Lingüístico, La Comunicación no Verbal en el uso de personajes	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

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 calificadas 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

Dependiendo del tipo de evidencia variará la evaluación a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero también estará la investigación, los estudiantes co-evaluarán algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota más importante se la dará al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnología), y finalmente por el Diseño visual, si bien no es una materia que trate la estética directamente, un diseñador gráfico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
GRIGELMO, ALEX.	Santillana Taurus	LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.	2000	9788466369916
Dondis, D.A	G.Gilli	La sintaxis de la Imagen	2012	
Weil. P y Roland Tompakow.	Ed. San Pablo	El cuerpo habla	1995	
Acaso, Maria	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: **25/03/2019**

Estado: **Aprobado**