UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos

Materia: COMUNICACIÓN 3
Código: FDI0034
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: CARRION MARTINEZ PAUL SEBASTIAN
Correo electrónico: pcarrion@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
Código: FDI0033 Materia: COMUNICACIÓN 2

Nivel: 5

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

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

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

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

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 l aoptimización de la comunicación visual. (14 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información	
-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Evaluación escrita -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	El target en la conceptualización de productos gráficos	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	El proceso de conceptualización para productos gráficos:, El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	10	Semana: 9 (05/11/19 al 09/11/19)
Trabajos prácticos - productos	Soporte simple	El proceso de conceptualización para productos gráficos:, El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	3	Semana: 11 (18/11/19 al 23/11/19)
Trabajos prácticos - productos	Soporte complejo 1	El proceso de conceptualización para productos gráficos:, El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	3	Semana: 12 (25/11/19 al 30/11/19)
Trabajos prácticos - productos	Soporte complejo 2	El proceso de conceptualización para productos gráficos:, El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	4	Semana: 13 (02/12/19 al 07/12/19)
Evaluación escrita	Segmetación de mercados: Kotler	El proceso de conceptualización para productos gráficos:, El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	5	Semana: 14 (09/12/19 al 14/12/19)
Trabajos prácticos - productos	Soportes complejos: Sistematización de productos o campaña	El proceso de conceptualización para productos gráficos:, El target en la conceptualización de productos gráficos	EXAMEN	20	Semana: 19 (13/01/20 al 18/01/20)
Evaluación escrita	Examen Supletorio	El proceso de conceptualización para productos gráficos:, El target en la conceptualización de productos gráficos	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

La asignatura es la fase paráctica de la materia de Cominucación, la finalidad es que los estudiantes aterricen los contenidos en elos dons niveles anteriores en la conceptualización de productos gráficos, donde le énfasis está en comprender las complwjidades del lenguaje visual ya en la aplicación en productos gráficos puntuales y cómo les decisiones de diseño se ven afectadas por el público, le soporte y el mismo creativos dle 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 items que se refieren a la comunicación más que a la concreción formal, técnica y/o estética del soporte.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ACASO, MARÍA.	Paidos	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
D. A. DONDIS,	Gustavo Gilli	LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL,	2012	97884252206092

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
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 Acuña* Y Adriana Judith	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 Hinojosa	Redalic	http://www.redalyc.org/pdf/2033/203314886008.pdf

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