UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos

Materia: DISEÑO 3 GRÁFICO
Código: FDI0053
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: TORRES DIAZ ESTEBAN TEODORO
Correo electrónico: etorres@uazuay.edu.ec

Nivel: 3

Distribución de horas.

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

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

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

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

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	MARCA
1.1	Analisis de marcas (4 horas)
1.2	Evaluación de marcas (2 horas)
1.3	¿Qué es una marca? (2 horas)
2	IMAGEN CORPORATIVA
2.1	Conceptos de marca (10 horas)
2.2	Crear una marca (24 horas)
2.3	Desarrollo de marcas (12 horas)
2.4	Manual corporativo (12 horas)
3	EXTENSIÓN DE MARCA

3.1	Desarrollo de familia de marcas (12 horas)
3.2	Branding extensión de marca (local) (18 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.	
-Identificar, entender y aplicar su conocimiento de la teoría del Branding	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
ac. Generar proyectos de Diseño de Indentidad y manejo de Marcas	
-Diseñar/rediseñar marcas y proyectos de identidad corporativa	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - 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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
producción de sus propuestas	-Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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.	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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.	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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.	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
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.	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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.	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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.	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -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.	-Evaluación oral -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	MARCA	APORTE 1	5	Semana: 4 (09/10/18 al 13/10/18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico análisis de marca y Imagen corporativa de un objeto (Cepillo)	MARCA	APORTE 2	10	Semana: 8 (05/11/18 al 10/11/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	4) 15 puntos. Imagen corporativa: Alto , Medio, Bajo, 8 15 días	EXTENSIÓN DE MARCA, IMAGEN CORPORATIVA, MARCA	APORTE 3	15	Semana: 12 (03/12/18 al 08/12/18)
Evaluación oral	EXAMEN, basado en UNA marca de alto , medio o bajo. y sustentación	EXTENSIÓN DE MARCA	EXAMEN	5	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Reactivos	Reactivos	EXTENSIÓN DE MARCA, IMAGEN CORPORATIVA, MARCA	EXAMEN	5	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Trabajos prácticos - productos	EXAMEN, basado en UNA marca de alto , medio o bajo.	EXTENSIÓN DE MARCA	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Trabajo práctico, Imagen corporativa: Alto , Medio, Bajo,	EXTENSIÓN DE MARCA	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Si bien se trata de un taller de diseño, cada uno de los temas irá complementado por la exposición magistral de la teoría respectiva para pasar a desarrollar los diferentes ejercicios prácticos que supondrán una alta demanda de horas de trabajo en casa. Asímismo, los estudiantes deberán desarrollar diferentes tipos de investigaciones según sea la temática a tratarse. Como metodología de trabajo se plantea la organización de equipos de trabajo a manera de "estudios de diseño" en los que si bien cada estudiante tiene una responsabilidad específica, todos deben participar en el proceso de diseño.

Criterios de Evaluación

En cada aporte se valorará -con su rúbrica respectiva- el conocimiento del tema (sustento teórico), el proceso de bocetaje (avances en clases y en casa) y la calidad del producto final (en términos conceptuales y de concreción).

6. 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
PAULA YACOMUZZI, AUTOR	Barcelona : Reditar Libros	LOGO CONSTRUCTION : DEL BOCETO AL DISEÑO FINAL	2012	978-84-15-02301-2
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?docID=10336978&p00=imagen%20corporativa
Nicholas Ind	E-Libro	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10194512&p00=imagen%20corporativa
Norberto Chaves	E-Libro	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10675474&p00=imagen%20corporativa

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 14/09/2018

Estado: Aprobado