



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: TALLER DE CREACIÓN Y PROYECTOS 7

Código: EGR0020

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2022 a Febrero-2023

Profesor: ALARCON MORALES JHONN MANUEL

Correo electrónico jalarcon@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 88		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
80	32		88	200

Prerrequisitos:

Código: DDD0018 Materia: TALLER DE CREACIÓN Y PROYECTOS ITINERARIO

Código: UID0600 Materia: UPPER INTERMEDIATE

2. Descripción y objetivos de la materia

Esta temática se articula con las materias como Diseño de Persona/Usuario, Talleres de Creación y Proyectos previos y Accesibilidad/Diseño para todos/Diseño Universal y proyecto de Fin de Carrera.

Este curso aborda el tema de la problemática del diseño para públicos específicos, incluye la definición y consideración de distintos tipos de públicos, el empleo de metodologías para la investigación de usuarios, públicos internacionales y nociones de inclusión que permitirán plantear un diseño acorde a las características del usuario final.

Es importante porque permite al futuro profesional plantear y caracterizar soluciones de diseño gráfico tomando en consideración las distintas variables que definen a un público específico (localización, capacidades especiales, nivel de educación, edad, género, nivel educativo, objetivos y problemáticas del usuario, entre otros). El considerar dichas características para el desarrollo de los proyectos de diseño gráfico permitirá obtener mejores resultados y la satisfacción de los distintos usuarios.

3. Contenidos

1	Entendiendo al Público
1.1	Conocer y caracterizar el público (1 horas)
1.2	Comprender el público y las necesidades (2 horas)
1.3	Interpretar las necesidades del público (2 horas)
1.4	Como identificar oportunidades de Diseño desde el público (2 horas)
1.5	Socialización, tutorías del proyecto 1 (8 horas)
2	Estrategia de Diseño con relación al público
2.1	Variables de segmentación (2 horas)
2.2	Las Personas (2 horas)
2.3	El brief, como, por qué, para qué (2 horas)
2.4	Creación de la estrategia del Diseño para satisfacer necesidades (4 horas)
2.5	Revisión avances y trabajo en clases proyecto 1 (8 horas)
3	Los medios y el público
3.1	Pensar en los medios acorde al público (2 horas)
3.2	Los públicos y los medios impresos casos de estudio (2 horas)
3.3	Los públicos y los medios digitales casos de estudio (2 horas)
3.4	Los público y los Medios ambientales casos de estudio (2 horas)
3.5	Socialización, tutorías, trabajo en clase, proyecto 2 (16 horas)
4	El contenido y el Público
4.1	El lenguaje y el público (2 horas)
4.2	Qué se dice, cómo y a quién (2 horas)

4.3	Formas de interacción y el público (3 horas)
4.4	Socialización, tutorías, trabajo en clase, proyecto 3 (16 horas)
5	Prácticas
5.1	Practica 1. Investigación y comparación medios locales, medios internacionales (10 horas)
5.2	Práctica 2. Agentes Secretos de Branding, Investigación de campo para Diseñadores (10 horas)
5.3	Práctica 3. Del drama al éxito, La historia de usuario contada por un diseñador (12 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ea. Identifica las diferentes realidades de su entorno a través de métodos y procesos que le permite obtener de diversas maneras datos para responder a preguntas mediante la sistematización e interpretación de los mismos.	
-Identifica, clasifica e integra al usuario en el diseño de información.	-Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
fd. Argumenta y reflexiona desde conocimientos adyacentes que amplifican la acción del perfil del profesional y su relación con el contexto local y global.	
-Compara, planifica y prueba los diferentes públicos en los diversos tipos de diseño de información.	-Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Interpreta, ejecuta y estructura el diseño de información tomando en cuenta al público.	-Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Selecciona, organiza y produce un proyecto de diseño de información impresa, digital y ambiental para un público específico.	-Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Practica 1. Investigación y comparación medios locales, medios internacionales		APORTE	2.5	Semana: 2 (26/09/22 al 01/10/22)
Proyectos	Proyecto 1. Proyectos editoriales e interactivo		APORTE	2.5	Semana: 4 (11/10/22 al 15/10/22)
Trabajos prácticos - productos	Práctica 2. Agentes Secretos de Branding, Investigación de campo para diseñadores		APORTE	2.5	Semana: 10 (21/11/22 al 26/11/22)
Proyectos	Proyecto 2. Rebranding para el público		APORTE	7.5	Semana: 12 (05/12/22 al 10/12/22)
Trabajos prácticos - productos	Práctica 3. Del drama al éxito. La historia de usuario contada por un diseñador		APORTE	5	Semana: 14 (19/12/22 al 22/12/22)
Proyectos	Proyecto 3. Apps para públicos, usuarios		APORTE	10	Semana: 16 (02/01/23 al 07/01/23)
Proyectos	Proyecto Final práctico		EXAMEN	10	Semana: 19 (al)
Reactivos	Reactivos		EXAMEN	10	Semana: 19 (al)
Proyectos	Se pasa la nota del proyecto final		SUPLETORIO	10	Semana: 20 (al)
Reactivos	Examen supletorio en base a reactivos		SUPLETORIO	10	Semana: 20 (al)

Metodología

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ALFONSO GUTIÉRREZ MARTÍN	Gedisa	CREACIÓN MULTIMEDIA Y ALFABETIZACIÓN DIGITAL	2010	978-84-9784-605-9
Michael Salmond; Gavin Ambrose	Blume	Los fundamentos del diseño interactivo	2014	69645
Jamie Steane	Promopress	Fundamentos del diseño interactivo : principios y procesos que todo diseñador debe conocer	2016	69853
ANDY PRATT & JASON NUNES	Océano	DISEÑO INTERACTIVO	2012	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **22/09/2022**

Estado: **Aprobado**