



Fecha Aprobación:
20/05/2015

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISEÑO

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Sílabo

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN 2

Código: FDI0033

Créditos: 2

Nivel: 4

Paralelo: 4B-GRA

Eje de formación: PROFESIONAL

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2015 - JUL/2015

Total de horas: 32

Profesor: LAZO GALAN JUAN CARLOS

Correo electrónico: jlazo@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

NO TIENE

2. Descripción y objetivos de la materia

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

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

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

3. 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)

03.03. Transmedia y Publicidad (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
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.	- Reactivos
- 2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño	- Trabajos prácticos - productos
ab. Manejar eficientemente los fundamentos del Diseño Gráfico.	
- 1. Identificar las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	- 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	- 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.	- 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	- 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.	- 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
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.	- Reactivos
- 2. Reconocer la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño	- Investigaciones - Foros, debates, chats y otros

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Reactivos	Examen	Capítulo 1	APORTE I	5,00	1 de abril
Investigaciones	Documento con nuevas formas de comunicación y nuevos medios	Capítulo 2	APORTE II	10,00	30 de abril
Trabajos prácticos - productos	Creación de un artefacto Transmedial	Capítulo 2	APORTE III	10,00	20 de mayo
Foros, debates, chats y otros	Analizar un producto transmedial y discutirlo en foros, blogs, redes sociales	Capítulo 3	APORTE III	5,00	30 de mayo
Evaluación escrita	Escribir un ensayo como propuesta de guión y reflexionar sobre lo escrito	Capítulo 3	EXAMEN FINAL	10,00	Julio
Trabajos prácticos - productos	Crear un grupo de personajes para una campaña publicitaria	Capítulo 1-3	EXAMEN FINAL	10,00	Julio

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 calificados 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.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Weil. P y Roland Tompakow..(1995). El cuerpo habla. Colombia: Ed. San Pablo. Profesor.
- Acaso, Maria.(2009). El Lenguaje Visual. España: Paidós. Profesor.
- Dondis, D.A.(2012). La sintaxis de la Imagen. España: G.Gilli. Profesor.
- Ferrer , Eduardo.(1995). El Lenguaje de la publicidad. México: Fondo de Cultura Económica. Profesor.
- Grigelmo, Alex..(2000). LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.. Colombia: Taurus. Profesor.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- María De Jesús BlancoVeg. Obtenido de Iberoamericana Institución Universitaria:
http://cedoc.infed.edu.ar/upload/Enfoques_teoricos_sobre_la_expresion_corporal_como_medio_de_formacio.
- Segovia, David. Obtenido de Universidad de Palermo:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=6927&id.

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **20/05/2015**

APROBADO