



Fecha Aprobación:
10/10/2013

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISEÑO

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Sílabo

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN 3

Código: FDI0034

Créditos: 2

Nivel: 5

Paralelo: 5A-GRA

Eje de formación: PROFESIONAL

Periodo lectivo: PERIODO SEP/2013 - FEB/2014

Total de horas: 32

Profesor: TRIPALDI PROAÑO ANNA MARÍA

Correo electrónico: atripaldi@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

FDI0033 COMUNICACIÓN 2

2. Descripción y objetivos de la materia

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

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

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

3. Contenidos

- 1. El proceso de conceptualización de temas**
- 2. El target en la conceptualización de productos gráficos**
- 3. Conceptualización de mensajes para productos de diseño gráfico**

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>
ac. Generar proyectos de Diseño de Identidad y manejo de Marcas - Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	- Diseño de productos
ad. Generar proyectos de Diseño Publicitario - Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	- Diseño de productos
ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información - Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	- Diseño de productos
af. Generar proyectos de Diseño Multimedia e interfaz digital. - Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	- Diseño de productos
ag. Generar proyectos de Diseño Interactivo y multimedial - Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	- Diseño de productos
ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual. - Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	- Diseño de productos
ai. Seleccionar con coherencia las herramientas de cada una de las áreas del diseño gráfico para solucionar problemáticas de comunicación visual. - Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	- Diseño de productos
at. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto. - Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	- Diseño de productos
au. Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto. - Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	- Diseño de productos
av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto. - Optimizar la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	- Diseño de productos

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

Esta asignatura es la tercera parte de la materia de Comunicación y se constituye como el espacio de aplicación integral de los conceptos teóricos y herramientas aprendidas en los dos niveles anteriores, el aprendizaje es gradual, los primeros ejercicios tienen un carácter más experimental y posteriormente los productos de diseño se van vinculando a un objetivo específico y a un formato para llegar a conceptualizar y desarrollar integralmente productos de diseño gráfico.

Criterios de Evaluación

En esta asignatura las evaluaciones serán de tipo práctico, se manejarán proyectos cada vez más complejos, los mismos que se desarrollarán en grupos de trabajo. Los proyectos incluirán bocetos, materiales terminados y memorias escritas.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Acaso, María..(2009). EL LENGUAJE VISUAL. . España: Paidós.
- Arellano, Rolando.(2010). Marketing: Enfoque América Latina . México: Pearson. 9786073201445.
- D. A. Dondis..(2012). LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL, España: Gustavo Gilli.
- Grigelmo, Alex..(2000). LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS. . Colombia: Santillana Taurus.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Irma Laura Cantú Hinojosa. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/2033/203314886008.pdf>
- Mara Edna Serrano Acuña* y Adriana Judith Cardoso Villegas**. Obtenido de Revista Digital Universitaria UNAM: <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art92/art92.pdf>
- Alejandro Ayala. Obtenido de Foro Alfa: <http://foroalfa.org/articulos/la-importancia-del-concepto>

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: 10/10/2013

APROBADO