Fecha Aprobación:
11/03/2016

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISENO

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Sílabo

1. Datos generales

Materia: DISEÑO 6 GRÁFICO
Código: FDI0065
Créditos: 6
Nivel: 6
Paralelo: 6A-GRA
Eje de formación: PROFESIONAL
Periodo lectivo: PERIODO MAR/2016 - JUL/2016
Total de horas: 96
Profesor: LAZO GALAN JUAN CARLOS
Correo electrónico: jlazo@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

FDI0024 COMPUTACIÓN 5 GRÁFICO
FDI0034 COMUNICACIÓN 3
FDI0061 DISEÑO 5 GRÁFICO

2. Descripción y objetivos de la materia

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

En esta asignatura práctica, se abordarán lás técnicas y estrategias en las áreas de la multimedia y las interfaces digitales.

Es la asignatura central, donde las otras asignaturas confluyen, completando, de esta manera los objetivos del nivel, Aquí, los proyectos se vuelven mas complejos al reunir los conocimientos adquiridos en talleres de niveles anteriores.

3. Contenidos

1. El correo electrónico, publicidad directa.

1.1. Introducción al Diseño Digital Multimedia (2 horas)

1.2. Diseño para el envío masivo, el mail como medio (2 horas)

1.3. Propuestas de problemática y objetivos (2 horas)

1.4. Taller (6 horas)

2. El banner, publicidad en la Red.

2.1. Publicidad en la Red - El banner como medio (2 horas)

2.2. Propuesta de problemática y objetivos (2 horas)

2.3. Taller (8 horas)

3. La portada, Introducción a los contenidos, DVD.

3.1. Introducción a la animación digital (2 horas)

3.2. Homólogos (2 horas)

3.3. Propuesta de problemática y objetivos (4 horas)

3.4. Taller (10 horas)

4. Diseño de un sitio o un CD, complejidad sencilla. Catálogo. Portafolio.

4.1. Introducción al diseño interactivo: el catálogo como promoción (2 horas)

4.2. Diseño centrado en el usuario, usabilidad, arquitectura de contenidos (1) (2 horas)

4.3. Homólogos (2 horas)

4.4. Propuesta de problemática y objetivos (4 horas)

4.5. Taller (14 horas)

5. El diseño de un sitio, complejidad media alta. Portal.

5.1. Introducción al Diseño Web (2 horas)

5.2. Diseño centrado en el usuario, usabilidad, arquitectura de contenidos (2) (2 horas)

5.3. Homólogos (2 horas)

5.4. Propuesta de problemática y objetivos (4 horas)

5.5. Taller (20 horas)

4. 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.	
- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional.	*- Trabajos prácticos - productos*
ab. Manejar eficientemente los fundamentos del Diseño Gráfico.	
- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional.	*- Trabajos prácticos - productos*
af. Generar proyectos de Diseño Multimedia e interfaz digital.	
- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional. *2. Producir cortos animados utilizando software apropiado.* *3. Entender el mercado multimedia y las posibilidades del diseño gráfico digital dentro y fuera de la red.* *4. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*
ag. Generar proyectos de Diseño Interactivo y multimedial	
- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional. *2. Producir cortos animados utilizando software apropiado.* *3. Entender el mercado multimedia y las posibilidades del diseño gráfico digital dentro y fuera de la red.* *4. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*
ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
- 1. Producir cortos animados utilizando software apropiado. *2. Entender el mercado multimedia y las posibilidades del diseño gráfico digital dentro y fuera de la red.*	*- Trabajos prácticos - productos*
ai. Seleccionar con coherencia las herramientas de cada úna de las áreas del diseño gráfico para solucionar problemáticas de comunicación visual.	
- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional.	*- 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.	
- 1. Producir cortos animados utilizando software apropiado. *2. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*
al. Aplicar los principales programas de computación en un proceso de edición de diseño gráfico.	
- 1. Producir cortos animados utilizando software apropiado. *2. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*
am. Seleccionar materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales.	
- 1. Producir cortos animados utilizando software apropiado. *2. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*
an. Analizar los materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales.	
- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional. *2. Producir cortos animados utilizando software apropiado.* *3. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*

ao. Optimizar los materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales.

- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional. *2. Producir cortos animados utilizando software apropiado.* *3. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*

ap. Buscar elementos históricos y conceptuales para solucionar los proyectos de diseño.

- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional.	*- Trabajos prácticos - productos*

aq. Argumentar con elementos históricos y conceptuales las soluciones de los proyectos de diseño.

- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional. *2. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*

av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.

- 1. Construir artefactos comunicacionales interactivos con calidad profesional. *2. Entender el mercado multimedia y las posibilidades del diseño gráfico digital dentro y fuera de la red.* *3. Construir sitios web interactivos de complejidad media.* *4. Entender los requerimientos del medio digital para desarrollar apliaciones de calidad centradas en el usuario.*	*- Trabajos prácticos - productos*

aw. Trabajar eficientemente en forma individual.

- 1. Construir sitios web interactivos de complejidad media. *2. Producir cortos animados utilizando software apropiado.*	*- Trabajos prácticos - productos*

ax. Trabajar eficientemente en grupo o en ambientes multidisciplinarios.

- 1. Construir sitios web interactivos de complejidad media. *2. Producir cortos animados utilizando software apropiado.*	*- Trabajos prácticos - productos*

az. Mantener una comunicación efectiva en lo oral, escrito y digital.

- 1. Producir cortos animados utilizando software apropiado. *2. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Reactivos* *- Trabajos prácticos - productos*

ba. Mantener un comportamiento ético con la profesión y con la sociedad en general.

- 1. Producir cortos animados utilizando software apropiado. *2. Construir sitios web interactivos de complejidad media.*	*- Trabajos prácticos - productos*

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Trabajos prácticos - productos	Creación de una campaña en base a eMails	Capítulo 1	APORTE I	5,00	1ra semana de abril
Trabajos prácticos - productos	Creación de una campaña en base a motion graphics	Capítulo 2	APORTE II	7,00	4ta. semana de abril
Trabajos prácticos - productos	Creación de los títulos de introducción a una película	Capítulo 3	APORTE II	8,00	3ra semana de mayo
Trabajos prácticos - productos	Creación de un catálogo interactivo en línea	Capítulo 4	APORTE III	10,00	3ra. Semana de junio
Trabajos prácticos - productos	Creación de un sitio web - Avances	Capítulo 5	EXAMEN FINAL	6,00	Examen final
Reactivos	Examen sobre la creación de sitios web	Capítulo 5	EXAMEN FINAL	4,00	4ta semana de junio
Trabajos prácticos - productos	Entrega de Sitio Web	Capítulo 5	EXAMEN FINAL	10,00	Dado por Secretaría

Metodología

En esta materia se espera que los estudiantes lleguen a familiarizarse con la creación de productos digitales en línea, productos multimedia en línea y off-line y productos multimedia interactivos en línea y off-line.
Para cubrir este amplio campo de posibilidades, se inicia con un artefacto simple, una campaña creada para ser enviada en correos electrónicos en donde se promociona un producto para varios targets o varios productos para un único target, la tecnología en este caso es la variable fundamental para el éxito de la campaña.
En el segundo ejercicio los estudiantes se enfrentan a la creación de cortos animados de una campaña social a ser distribuida en redes sociales, aquí los estudiantes tienen la obligación de exponer su trabajo hacia el exterior gracias a las redes. El tercer ejercicio tienen como objetivo realizar un video en motion graphics dentro de los títulos de un largometraje, en este caso el trabajo se hace en formato HD para ser utilizado dentro de un DVD. En el cuarto ejercicio se propone crear un catálogo digital, los estudiantes tienen que planificar desde la fotografía hasta las transiciones del artefacto a presentar. Finalmente el último ejercicio consiste en crear un sitio web que responda a los objetivos de la empresa y al target al que se enfoca, igualmente se valora la creación de un sitio web que tenga simbolismo y estética apropiados.
Todos los ejercicios inician con una introducción al tema a solucionar, los detalles técnicos y creativos referentes al artefacto/s a construir se aclaran en las primeras clases, en un segundo momento los estudiantes eligen la empresa, objetivos, mensaje, y sobre eso se trabaja en el taller, finalmente los resultados obtenidos se sustentan en clases.
El curso es altamente colaborativo, los estudiantes están constantemente discutiendo sus trabajos en grupo para obtener mejores ideas y abrirse a la crítica de sus colegas, en el segundo ejercicio se les hace trabajar el brief creativo como grupo a pesar de que luego realizan el artefacto individualmente, y desde el tercer ejercicio los estudiantes pueden trabajar en parejas.

Criterios de Evaluación

Criterios de evaluación

En general los criterios de evaluación se van complejizando a medida que los ejercicios demandan de más recursos y respaldo teórico, estos son los parámetros de evaluación por ejercicio:

MAIL:

INVESTIGACIÓN: Revisión en clases de la investigación realizada. CONCEPTO: La campaña parte de un concepto apropiado para el target y el producto a publicitar y lo refleja en la propuesta. ORIGINALIDAD: El concepto y la campaña no recuerdan a otras campañas. DISEÑO: El diseño visual de la campaña está bien resuelto. CAMPAÑA: Se mantienen los conceptos a través de las tres propuestas. Están todos los elementos que debe tener una campaña por email

BANNERS

INVESTIGACIÓN: En el Blog creado, la información debe incluir: brief, noticias y homólogos. GUIÓN Y STORYBOARD: Deben partirse de 3 conceptos, 9 guiones y los StoryBoards deben ser elaborados técnicamente. DESARROLLO VISUAL: Dentro del Banner debe haber movimientos coherentes y de un ritmo que acompañe la propuesta, sin cortes o movimientos bruscos o muy lentos. COHERENCIA Y ESTÉTICA: El diseño visual de la campaña está bien resuelto y se mantienen constantes y variables. PRESENTACIÓN: La campaña captura bien el objetivo y el público al que va dirigido, tiene fuerza y es convincente.

TÍTULOS DE VIDEO

INVESTIGACIÓN: El Blog creado, debe contener críticas, trailers, resumen. GUIÓN Y STORYBOARD: Deben realizarse 3 metáforas y 2 soluciones de guión. Resolver el Story Board técnicamente. DESARROLLO VISUAL: Dentro del Video debe haber movimientos coherentes y de un ritmo que acompañe la propuesta, sin cortes o movimientos bruscos o muy lentos. COHERENCIA Y ESTÉTICA: La tipografía de los titulos, la estética de los escenarios y/o personajes, la experimentación en medios, la relación entre los titulos y el desarrollo de la secuencia. PRODUCTO: El video captura bien el objetivo y el público al que va dirigido, tiene fuerza y es convincente

CATÁLOGO

INVESTIGACIÓN. AVANCES DE DISEÑO. METÁFORA. ESTÉTICA. TECNOLOGÍA. PRESENTACIÓN.

SITIO

El sitio se califica en dos partes, 10 los avances y 10 el producto final.

1RA. PARTE

OBJETIVOS Y PÁGINAS. ANÁLISIS DE SITES. SOLUCIÓN FUNCIONAL. ESTÉTICA.

2DA. PARTE

METÁFORA. ARQUITECTURA. TRANSICIONES. CALIDAD

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Andrew Selby.(2009). Animación: nuevos procesos creativos. España: Parramón. UDA. 68795.
- Bo Bergstrom.(2009). Tengo algo en el ojo. Inglaterra: Promopress. UDA. 68677.
- Gary Spencer Millidge.(2009). Diseño de Cómic y Novela Gráfica. España: Parramón. UDA. 68797.
- Ian Clazie.(2011). Cómo crear un portafolio digital. España: Gustavo Gili. UDA. 68908.
- Mark Wigan.(2008). Imágenes en Secuencia. España: Gustavo Gili. UDA. 68719.

BIBLIOGRAFÍA APOYO

- Gavin Ambrose, Paul Harris.(2013). Metodología del diseño. España: Parramón. UDA. 69526.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Foroalfa. Obtenido de Foroalfa: www.foroalfa.org.
- Juan Carlos Lazo. Obtenido de Netvibes: http://www.netvibes.com/juancarloslazo.
- Ads of the World - Blog. Obtenido de Ads of the World: www.adsoftheworld.com.

Software

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Adobe. After Effects. CS6. Laboratorios Mac.
- Adobe. Flash. CS6. Laboratorios Mac.

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **11/03/2016**

APROBADO