



Fecha Aprobación:
10/10/2013

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISEÑO

CARRERA DE DISEÑO GRAFICO

Sílabo

1. Datos generales

Materia: DISEÑO 7 GRÁFICO

Código: FDI0072

Créditos: 12

Nivel: 7

Paralelo: 7B-GRA

Eje de formación: PROFESIONAL

Periodo lectivo: PERIODO SEP/2013 - FEB/2014

Total de horas: 192

Profesor: TORRES DIAZ ESTEBAN TEODORO

Correo electrónico: dlarriva@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

FDI0028 COMPUTACIÓN 6 GRÁFICO

FDI0065 DISEÑO 6 GRÁFICO

FDI0120 GUIONIZACIÓN DE CONTENIDOS

FDI0165 PROBLEMÁTICA PROFESIONAL

2. Descripción y objetivos de la materia

Permite formar al estudiante en la dirección y manejo de proyectos de diseño gráfico.

En esta asignatura práctica se abordan las técnicas y estrategias del desarrollo de proyectos de comunicación visual y su posterior promoción.

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

3. Contenidos

- 1. Proyecto: diagnóstico de una tesis de grado**
- 2. Proyecto: Programación**
- 3. Proyecto: Análisis**
- 5. Publicidad: Programación**
- 6. Publicidad: Diseño**
- 4. Proyecto: Diseño**

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>
af. Generar proyectos de Diseño Multimedia e interfaz digital. - Desarrollar un proyecto completo partiendo de una problemática, ésta debe definir el área en que el diseño ha de implementarse.	- Diseño de productos
ag. Generar proyectos de Diseño Interactivo y multimedial - Desarrollar un proyecto completo partiendo de una problemática, ésta debe definir el área en que el diseño ha de implementarse.	- Diseño de productos
ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual. - De acuerdo a las características de la problemática planteada han de poder elegir las áreas y las herramientas de diseño apropiadas.	- Diseño de productos
ai. Seleccionar con coherencia las herramientas de cada una de las áreas del diseño gráfico para solucionar problemáticas de comunicación visual. - De acuerdo a las características de la problemática planteada han de poder elegir las áreas y las herramientas de diseño apropiadas.	- Diseño de productos
aj. Identificar los principales programas de computación que se utilizarán en un proceso de edición de diseño gráfico. - Utilizar los programas que sean necesarios para conseguir resolver el problema de diseño planteado.	- Diseño de productos
ak. Poder asociar, interrelacionar e interactuar los principales programas de computación que se utilizarán en un proceso de edición de diseño gráfico. - Utilizar los programas que sean necesarios para conseguir resolver el problema de diseño planteado.	- Diseño de productos
al. Aplicar los principales programas de computación en un proceso de edición de diseño gráfico. - Utilizar los programas que sean necesarios para conseguir resolver el problema de diseño planteado.	- Diseño de productos
am. Seleccionar materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales. - Justificar siempre coherentemente la utilización de formatos, tamaños, materiales, cantidad de páginas, estructuras, buscando siempre la optimización de los mismos, así como, la factibilidad de reproducción.	- Diseño de productos
an. Analizar los materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales. - Justificar siempre coherentemente la utilización de formatos, tamaños, materiales, cantidad de páginas, estructuras, buscando siempre la optimización de los mismos, así como, la factibilidad de reproducción.	- Diseño de productos
ao. Optimizar los materiales, procesos y técnicas dentro de la pre, pro y post-producción de productos impresos y digitales. - Justificar siempre coherentemente la utilización de formatos, tamaños, materiales, cantidad de páginas, estructuras, buscando siempre la optimización de los mismos, así como, la factibilidad de reproducción.	- Diseño de productos
ap. Buscar elementos históricos y conceptuales para solucionar los proyectos de diseño. - Defender las soluciones propuestas en base a un sólido conocimiento histórico - conceptual - contextual.	- Diseño de productos
aq. Argumentar con elementos históricos y conceptuales las soluciones de los proyectos de diseño.	

- Defender las soluciones propuestas en base a un sólido conocimiento histórico - conceptual - contextual.	- Diseño de 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.	
--	--

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.	- Diseño de productos
--	-----------------------

at. **Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.**

- Analizar el medio y el público objetivo al que se dirige para desarrollar un diseño centrado en el usuario.	- Diseño de productos
---	-----------------------

au. **Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.**

- Analizar el medio y el público objetivo al que se dirige para desarrollar un diseño centrado en el usuario.	- Diseño de productos
---	-----------------------

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

- Analizar el medio y el público objetivo al que se dirige para desarrollar un diseño centrado en el usuario.	- Diseño de productos
---	-----------------------

aw. **Trabajar eficientemente en forma individual.**

- Proponer y desarrollar propuestas en base a un entorno colaborativo con otros diseñadores, con sus posibles empleadores y con los usuarios al que se está enfocando.	- Diseño de productos
--	-----------------------

ax. **Trabajar eficientemente en grupo o en ambientes multidisciplinarios.**

- Proponer y desarrollar propuestas en base a un entorno colaborativo con otros diseñadores, con sus posibles empleadores y con los usuarios al que se está enfocando.	- Diseño de productos
--	-----------------------

ay. **Estar en capacidad de estudiar permanentemente y actualizar sus conocimientos.**

- Proponer y desarrollar propuestas en base a un entorno colaborativo con otros diseñadores, con sus posibles empleadores y con los usuarios al que se está enfocando.	
--	--

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

- Generar proyectos que colaboren con el desarrollo de la sociedad, que sean incluyentes y que sean respetuosos con el medio ambiente y con los miembros de la comunidad a la que se dirigen.	- Diseño de productos
---	-----------------------

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

- Generar proyectos que colaboren con el desarrollo de la sociedad, que sean incluyentes y que sean respetuosos con el medio ambiente y con los miembros de la comunidad a la que se dirigen.	- Diseño de productos
---	-----------------------

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

La materia se divide en dos partes dentro de un único proyecto.

En la primera parte se pretende crear un "producto" de diseño, para esto:

1. Se elige una tesis presentada en los años anteriores en la Facultad de Diseño
2. Se analiza, dentro de esta tesis, la problemática, el diagnóstico, la programación y los resultados de diseño
3. Se replantea la programación para conseguir un resultado diferente al planteado en la tesis original, para esto se elige una rama distinta del diseño gráfico, por ejemplo si el resultado de la tesis fue un libro, se propondrá para el proyecto un objeto diferente como puede ser una app, un juego de mesa, una instalación, etc.

En la segunda parte se propone publicitar el "producto" conseguido en la primera parte. Se plantea realizar un "viral" a ser distribuido en las redes sociales, la entrega final será por tanto la publicidad viralizada en internet.

Durante todo el curso se trabaja en 2 o 3 grupos de 1 o 2 estudiantes cada uno, que compiten entre si, es decir son los estudiantes quienes eligen lo que van a hacer pero lo hacen con otro grupo con el cual harán la investigación inicial, elegirán la temática, harán la programación, para luego competir entre sí buscando la mejor solución.

Criterios de Evaluación

En la primera parte la evaluación tomará en cuenta:

1. La investigación realizada.
2. La propuesta de programación: Objetivos (general y específicos), Target, Emisor, Alcances, Factibilidad (Estética, Técnica, Funcional).
3. El diseño final del producto: Concreción, Alcance, Estética, Función, Tecnología.

En la segunda parte se evaluará:

1. La investigación realizada.
2. La propuesta de programación: Objetivos (general y específicos), Target, Alcances, Factibilidad (Estética, Técnica, Funcional).
3. El viral: Concreción, Alcance, Estética, Función, Tecnología, Aceptación.

Durante todo el semestre se evaluará la forma en que los estudiantes realizan las sustentaciones de sus avances y la calidad de los materiales presentados durante las mismas.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- CALVER, Giles.(2004). Qué es el packaging . España: Gustavo Gilli. UDA. 64650.
- CHAVES, Norberto.(2003). Imagen corporativa: teoría y metodología de la clasificación institucional . España: Gustavo Gilli. UDA. 64647.
- HELLER, Eva.(2004). Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón . ESPAÑA: Gustavo Gilli. UDA. 64904.
- KNIGHT, Carolyn; CLASER, Jessica.(2008). Expandir la marca, convierte tu marca en objeto de deseo . España: Gustavo Gilli. UDA. 68776.
- MASON, Daniel.(2008). Materiales y procesos de Impresión . España: Gustavo Gilli. UDA. 66721.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- VARIOS. Obtenido de ForoAlfa: <http://foroalfa.org/>
- VARIOS. Obtenido de Edmodo: <http://www.edmodo.com/>
- VARIOS. Obtenido de Google Drive: <http://drive.google.com/>
- Juan Carlos Lazo. Obtenido de Netvibes: <http://www.netvibes.com/juancarloslazo>
- VARIOS. Obtenido de Grafitat: <http://www.grafitat.com/>

Software

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Adobe. Photoshop/Illustrador. CS6. UDA.
- Adobe. AfterEffects. CS6. UDA.
- Adobe. 3d Studio Max. UDA.
- Adobe. InDesign. CS6. UDA.

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **10/10/2013**

APROBADO