



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN 3
Código: FDI0034
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: LAZO GALAN JUAN CARLOS
Correo electrónico: jlazo@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
2				2

Prerrequisitos:

Código: FDI0033 Materia: COMUNICACIÓN 2

2. Descripción y objetivos de la materia

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

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

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

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Segmentación de Mercados
1.2	Variables de Segmentación
1.3	Perfil del Target
2.1	Generación y comunicación de concepto central
2.2	Uso de elementos visuales, sistemas compositivos, recursos retóricos, target, mensaje lingüístico y personajes en conjunto en la optimización de la comunicación visual.

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ac. Generar proyectos de Diseño de Identidad y manejo de Marcas

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos - productos

ad. Generar proyectos de Diseño Publicitario

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos - productos

ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño

-Reactivos
-Trabajos prácticos -

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

af. Generar proyectos de Diseño Multimedia e interfaz digital.

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
---	---

ag. Generar proyectos de Diseño Interactivo y multimedial

-Emplear de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño	-Reactivos -Trabajos prácticos - 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.	-Reactivos -Trabajos prácticos - 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.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
---	---

aj. 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.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
---	---

ak. 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.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
---	---

al. 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.	-Reactivos -Trabajos prácticos - productos
---	---

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Rediseñar producto enfocado en el target de los estudiantes	El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	5	Semana: 4 (30-SEP-19 al 05-OCT-19)
Trabajos prácticos - productos	En base a un perfil creado al azar diseñar campaña publicitaria o informativa	El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	10	Semana: 9 (05-NOV-19 al 09-NOV-19)
Trabajos prácticos - productos	Soporte simple	El proceso de conceptualización para productos gráficos:	APORTE	3	Semana: 11 (18-NOV-19 al 23-NOV-19)
Trabajos prácticos - productos	Soporte complejo 1	El proceso de conceptualización para productos gráficos:	APORTE	3	Semana: 12 (25-NOV-19 al 30-NOV-19)
Trabajos prácticos - productos	Soporte complejo 2	El proceso de conceptualización para productos gráficos:	APORTE	4	Semana: 13 (02-DIC-19 al 07-DIC-19)
Reactivos	Segmentación de mercados: Kotler	El proceso de conceptualización para productos gráficos.; El target en la conceptualización de productos gráficos	APORTE	5	Semana: 14 (09-DIC-19 al 14-DIC-19)
Trabajos prácticos - productos	Soportes complejos: Sistematización de productos o campaña	El proceso de conceptualización para productos gráficos.; El target en la conceptualización de productos gráficos	EXAMEN	20	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Reactivos	Examen Supletorio	El proceso de conceptualización para productos gráficos.; El target en la conceptualización de productos gráficos	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ACASO, MARÍA.	Paidós	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
D. A. DONDIS,	Gustavo Gilli	LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL,	2012	97884252206092
ARELLANO, ROLANDO	Pearson	MARKETING: ENFOQUE AMÉRICA LATINA	2010	NO INDICA
GRIGELMO, ALEX.	Santillana Taurus	LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS.	2000	9788466369916

Web

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

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Philip Kotler y Gary Armstrong	Pearson	Marketing	2012	978-607-32-1421-6

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **19/09/2019**

Estado: **Aprobado**