



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: DISEÑO 5 GRÁFICO
Código: FDI0061
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: CORDERO SALAZAR EDMUNDO FABIAN
Correo electrónico: efcordero@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
6				6

Prerrequisitos:

Código: FDI0033 Materia: COMUNICACIÓN 2
 Código: FDI0057 Materia: DISEÑO 4 GRÁFICO
 Código: FDI0220 Materia: TECNOLOGÍA 2 GRÁFICO

2. Descripción y objetivos de la materia

En esta asignatura teórico-práctica, se abordarán las técnicas y estrategias en el mundo de las publicaciones impresas

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

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Las marcas editoriales y la información
1.2	Los géneros periodísticos
2.1	Cuestiones generales
2.2	Los elementos del diseño editorial
2.3	Las raíces editoriales
3.1	Lo exterior, la portada o sobrecubierta
3.2	La mancheta o marca o cabezote
3.3	Tipos de productos editoriales
3.4	El interior, la composición, las páginas
3.5	La arquitectura de página, las maquetas
3.6	El diseño de doble página
3.7	La tipografía y la función de los textos
3.8	La paleta cromática

3.9	El espacio en blanco
3.10	Comunicar con la imagen
4.1	El diseño modular
5.1	Composición, dispositivos
5.2	El diseño editorial digital

5. 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.

-Armar publicaciones utilizando los elementos del diseño apoyado en conceptos teóricos del diseño editorial.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Proponer proyectos de diseño editorial simples y complejos, sistemático, desde portadas hasta la concepción completa de una publicación, su dirección gráfica o co-editorial.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ae. Generar proyectos de Diseño Editorial y diseño de información

-Proponer proyectos de diseño editorial simples y complejos, sistemático, desde portadas hasta la concepción completa de una publicación, su dirección gráfica o co-editorial.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ah. Seleccionar con coherencia las áreas de trabajo de diseño para solucionar problemáticas de comunicación visual.

-Utilizar los conocimientos de diseño editorial y de comunicación visual para afrontar la problemáticas de las publicaciones impresas y tener una visión de la digitales

-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.

-Utilizar los conocimientos de diseño editorial y de comunicación visual para afrontar la problemáticas de las publicaciones impresas y tener una visión de la digitales

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

aj. Identificar los principales programas de computación que se utilizarán en un proceso de edición de diseño gráfico.

-Apoyarse en los paquetes gráficos de edición para proyectar publicaciones utilizando las herramientas digitales presentes en el mercado.

-Reactivos
-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.

-Apoyarse en los paquetes gráficos de edición para proyectar publicaciones utilizando las herramientas digitales presentes en el mercado.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

al. Aplicar los principales programas de computación en un proceso de edición de diseño gráfico.

-Apoyarse en los paquetes gráficos de edición para proyectar publicaciones utilizando las herramientas digitales presentes en el mercado.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
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.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
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.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Argumentar sus propuestas apoyado en teorías, referencias históricas y corrientes estéticas.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Argumentar sus propuestas apoyado en teorías, referencias históricas y corrientes estéticas.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
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, y por lo menos uno de ellos será entregado como anteproyecto utilizando solamente dichas

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

herramientas manuales.

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, y por lo menos uno de ellos será entregado como anteproyecto utilizando solamente dichas herramientas manuales.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Justificar y argumentar las propuestas y proyectos basado en análisis básicos de: posible usuario, comportamiento del consumidor y mecanismos de distribución.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Justificar y argumentar las propuestas y proyectos basado en análisis básicos de: posible usuario, comportamiento del consumidor y mecanismos de distribución.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Justificar y argumentar las propuestas y proyectos basado en análisis básicos de: posible usuario, comportamiento del consumidor y mecanismos de distribución.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

aw. Trabajar eficientemente en forma individual.

-Organizarse, buscar sus fortalezas y destrezas para desarrollar una propuesta grupal o individual. Así mismo, ser capaz continuar la búsqueda constante de nuevos apoyos teóricos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

ax. Trabajar eficientemente en grupo o en ambientes multidisciplinarios.

-Organizarse, buscar sus fortalezas y destrezas para desarrollar una propuesta grupal o individual. Así mismo, ser capaz continuar la búsqueda constante de nuevos apoyos teóricos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Organizarse, buscar sus fortalezas y destrezas para desarrollar una propuesta grupal o individual. Así mismo, ser capaz continuar la búsqueda constante de nuevos apoyos teóricos.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Sustentar de forma oral y/o escrita cada uno de los proyectos. Presentar la información de las publicaciones construyendo una ética dentro de la comunicación de masas y con compromiso social.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Sustentar de forma oral y/o escrita cada uno de los proyectos. Presentar la información de las publicaciones construyendo una ética dentro de la comunicación de masas y con compromiso social.

-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Diseño de isotipo para una marca editorial El alumno diseña un isotipo (sin la adición de elementos de texto que pudieran ser agregados luego) que en su gráfica refleje el concepto de una casa editorial, sumando al mismo tiempo conceptos y referencias gráficas que den cuenta de la personalidad y características particulares de esa casa editorial. Es importante el nivel de síntesis gráfica logrado en la conjunción de conceptos	Introducción, la información	APORTE	3	Semana: 3 (23-SEP-19 al 28-SEP-19)
Reactivos	Evaluación con reactivos 1: Los géneros periodísticos	Introducción, la información	APORTE	2	Semana: 4 (30-SEP-19 al 05-OCT-19)
Trabajos prácticos - productos	Diagramación de un material periodístico en un formato previamente establecido El alumno ha aprendido a reconocer los géneros periodísticos y sus características y utiliza esa información para proponer la diagramación de un texto. Aquí el alumno no tiene aun criterios establecidos para la utilización de los elementos del diseño editorial, por lo que es más bien un ejercicio experimental que sirve para que el alumno aprenda a relacionar el material con la espacialidad y el formato de un medio.	Introducción, la información	APORTE	3	Semana: 5 (07-OCT-19 al 10-OCT-19)
Trabajos prácticos - productos	Diagramación de un material periodístico en base a una plantilla de diagramación estructurada previamente El alumno diagrama un material referido a un género periodístico específico y de acuerdo a una plantilla de diagramación dada, en donde se relaciona con los elementos que intervienen en el diseño editorial como, formato, retículas, tipografía, color, espacio blanco, etc... (similar al trabajo de diagramación que los diseñadores realizan en los diferentes medios)	El diseño editorial	APORTE	3	Semana: 6 (14-OCT-19 al 19-OCT-19)
Reactivos	Evaluación con reactivos 2: Elementos del diseño editorial	El diseño editorial	APORTE	2	Semana: 7 (21-OCT-19 al 26-OCT-19)
Reactivos	Evaluación con reactivos 3: Portadas	Directrices del diseño editorial	APORTE	2	Semana: 9 (05-NOV-19 al 09-NOV-19)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Portadas. Sistema de 3 portadas más portada crítica El alumno propone una sistematización de diseño para portadas de un producto editorial determinado, este sistema se muestra en una serie de 3 números del producto. Se diseña además un cuarto número con la diferencia de que este es una portada crítica (especial) o una portada de aniversario, en donde se debe mantener el sistema pero se debe a la vez buscar la distinción de entre las demás. El alumno concreta sus diseños con recursos analógicos, en formato A4 para la serie de 3 portadas y en formato A3 para la portada especial.	Directrices del diseño editorial	APORTE	7	Semana: 10 (11-NOV-19 al 13-NOV-19)
Trabajos prácticos - productos	Diseño de páginas enfrentadas con diagramación tradicional, utilización de retículas y otros elementos del diseño editorial Se trabaja esencialmente en el manejo de retículas como base de la diagramación tradicional pero también con los demás elementos del diseño editorial. Se diagrama en base a un reportaje referido a un tema de coyuntura	Directrices del diseño editorial	APORTE	3	Semana: 12 (25-NOV-19 al 30-NOV-19)
Reactivos	Evaluación con reactivos 4: Layout y retículas	Directrices del diseño editorial	APORTE	2	Semana: 13 (02-DIC-19 al 07-DIC-19)
Trabajos prácticos - productos	Diseño de páginas enfrentadas con diagramación sin retícula y composición gráfica mediante uso de textos Se define un elemento gráfico relacionado a un concepto vinculado al tema del texto para la página izquierda. Se resuelve la página derecha utilizando el cuerpo de texto como elemento generador de la gráfica. En este caso se trata de romper las reglas tradicionales de diagramación y trabajar sin una retícula determinada	Directrices del diseño editorial	APORTE	3	Semana: 14 (09-DIC-19 al 14-DIC-19)
Trabajos prácticos - productos	Cronograma_DISEÑO_5_s ept2019-feb2020 Cronograma_DISEÑO_5_s ept2019-feb2020 100% 10 Entrega Proyecto Final - Primera parte: Diseño de información	Directrices del diseño editorial, El diseño editorial, El mundo digital, Introducción, la información, Publicidad	EXAMEN	10	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	editorial aplicado a Environmental Graphics. Propuesta conceptual y bocetación inicial. Se trabaja en información editorial con diferentes niveles de vigencia temporal, para crear un sistema que permita organizar esos contenidos utilizando los principios del diseño de información y el environmental graphics. La primera instancia de este proyecto se refiere a la fase conceptual y a la propuesta de diseño realizada en bocetos a mano. Se ha habilitado la compatibilidad con lectores de pantalla. Entrega Proyecto Final - Primera parte: Diseño de información editorial aplicado a Environmental Graphics. Propuesta conceptual y bocetación inicial. Se trabaja en información editorial con diferentes niveles de vigencia temporal, para crear un sistema que permita organizar esos contenidos utilizando los principios del diseño de información y el environmental graphics. La primera instancia de este proyecto se refiere a la fase conceptual y a la propuesta de diseño realizada en bocetos a mano.				
Trabajos prácticos - productos	Entrega Proyecto Final - Segunda parte: Diseño de información editorial aplicado a Environmental Graphics. Diseños finales. Se trabaja en información editorial con diferentes niveles de vigencia temporal, para crear un sistema que permita organizar esos contenidos utilizando los principios del diseño de información y el environmental graphics. La segunda instancia de este proyecto se refiere a la concreción del trabajo a nivel de informes, artes finalizadas y/o simulaciones de la ambientación.	Directrices del diseño editorial, El diseño editorial, El mundo digital, Introducción, la información, Publicidad	EXAMEN	10	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Trabajos prácticos -	Diseño de información	Directrices del diseño editorial, El diseño editorial, El mundo	SUPLETORIO	10	Semana: 21 (al)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
productos	editorial aplicado a Environmental Graphics. Diseños finales. Se trabaja en información editorial con diferentes niveles de vigencia temporal, para crear un sistema que permita organizar esos contenidos utilizando los principios del diseño de información y el environmental graphics. La segunda instancia de este proyecto se refiere a la concreción del trabajo a nivel de informes, artes finalizadas y/o simulaciones de la ambientación.	digital, Introducción, la información, Publicidad			
Trabajos prácticos - productos	La primera nota sobre 10 puntos queda fija	Directrices del diseño editorial, El diseño editorial, El mundo digital, Introducción, la información, Publicidad	SUPLETORIO	10	Semana: 21 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
AMBROSE, HARRIS	Gustavo Gilli	LAYOUT	2008	978-84-342-3307-2
BHASKARAN, LAKSHMI.	Index Book	¿QUÉ ES DISEÑO EDITORIAL?	2006	978-84-96774-23-0
SAMARA, TIMOTHY	Gustavo Gilli	DISEÑAR CON Y SIN RETÍCULA	2007	978-84-252-1566-7
ZAPATERRA YOLANDA	Gustavo Gilli	DISEÑO EDITORIAL, PERIÓDICOS Y REVISTAS	2009	978-84-252-2148-4
Gargurevich J.	CIESPAL	Géneros periodísticos	1982	
Muller-Brockmann, J.	Gustavo Gili	Sistemas de retículas	2012	978-84-252-2479-9
Ambrose, Harris	Gustavo Gili	Retículas	2008	978-84-342-2254-6
Owen W.	Gustavo Gili	Diseño de revistas	1991	84-252-1521-8
Blanchard, G.	CEAC	La letra	1988	84-329-5614-7
Gargurevich Juan	Quito, Ecuador. CIESPAL.	Géneros Periodísticos.	1982	
Owen William	Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili	Diseño de revistas.	1991	
Blanchard, Gerard	Barcelona, España. Ediciones CEAC. S.A.	La Letra.	1988	

Web

Autor	Título	Url
Areso, D.	Quintatinta. Un blog de diseño y prensa	http://www.quintatinta.com/
Jimeno, M.	La buena prensa	http://labuenaprensa.blogspot.com/

Software

Autor	Título	Url	Versión
Adobe	InDesign		CC

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **12/09/2019**

Estado: **Aprobado**