



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN VISUAL 2
Código: EGR0007
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
Profesor: REYES MONTESINOS EDGAR GUSTAVO
Correo electrónico: maoreyesm@uazuay.edu.ec

Nivel: 4

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 48		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
32	0		48	80

Prerrequisitos:

Código: EGR0001 Materia: COMUNICACIÓN VISUAL 1

2. Descripción y objetivos de la materia

En esta asignatura teórica, se aborda el tema de la Composición, el uso de recursos lingüísticos y de la creación y el uso de personajes con relación a la eficiencia comunicacional

Esta asignatura complementa y se articula con los talleres, aportando con los fundamentos conceptuales del proyecto de diseño así como la identificación y definición del público objetivo

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

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Definición de Comunicación y Comunicación Visual
1.2	Diferencias entre Comunicación. Diseño Gráfico. Publicidad. Propaganda
1.3	Diseño de Comunicación Visual
1.4	El Brief Creativo
2.1	Retórica. Semiótica y Psicología
2.2	Arquetipo. Estereotipo. Cliché. Fetiche. Metáfora. Paradoja
2.3	El Poder de las Imágenes
2.4	La retórica de la Marca
2.5	Publicidad y Semiótica
3.1	Introducción a la Narrativa / El guión
3.2	Personaje / Antropomorfización / Alegoría / Mascota
3.3	Juegos y Gamificación
3.4	Convergencia. Cross-Media y Transmedia

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

di. Utiliza de manera eficiente el pensamiento visual y espacial para la representación y comprensión del entorno y las soluciones de problemáticas de su profesión.

-Emplea de manera efectiva el proceso de conceptualización en ejercicios de diseño.	-Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Identifica las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño.	-Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Optimiza la utilización de las variables soporte y target en la conceptualización de proyectos.	-Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Reconoce la complejidad del rol del texto lingüístico y el lenguaje no verbal para el uso de personajes en productos de diseño.	-Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Investigación: Sistema VALS	Introducción al diseño de Comunicación	APORTE DESEMPEÑO	2.5	Semana: 3 (29-MAR-21 al 01-ABR-21)
Investigaciones	Investigación: Publicidad Irónica	Introducción al diseño de Comunicación	APORTE DESEMPEÑO	2.5	Semana: 6 (19-ABR-21 al 24-ABR-21)
Trabajos prácticos - productos	FODA y Brief	El Mensaje Lingüístico	APORTE DESEMPEÑO	2.5	Semana: 9 (10-MAY-21 al 15-MAY-21)
Investigaciones	Investigación: Semiótica en la comunicación	Narrativas	APORTE DESEMPEÑO	2.5	Semana: 12 (31-MAY-21 al 05-JUN-21)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
Trabajos prácticos - productos	Aplicación de conocimientos en una propuesta de Comunicación	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Reactivos	Examen Final	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Aplicación de conocimientos en una propuesta de Comunicación	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)
Reactivos	Examen Final	El Mensaje Lingüístico, Introducción al diseño de Comunicación, Narrativas	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021)

Metodología

Descripción	Tipo horas
El curso tendrá componentes teóricos, dados en clases, sobre las nuevas formas del uso de los contenidos y la comunicación, conceptos como Transmedia o Gamificación serán parte del lenguaje de los estudiantes, para esto se dará un fuerte énfasis en la investigación, los estudiantes crearán clases y las darán a sus compañeros sobre conceptos específicos de los medios y la comunicación que serán calificados de manera presencial.	Autónomo
Durante el curso, se analizarán campañas ya creadas, los estudiantes tendrán que, utilizando las herramientas aprendidas en clases, evaluar y discutir sobre estas campañas y los medios que utilizan.	Horas Autónomo
El curso tendrá componentes teóricos, dados en clases, sobre las nuevas formas del uso de los contenidos y la comunicación, conceptos como Transmedia o Gamificación serán parte del lenguaje de los estudiantes, para esto se dará un fuerte énfasis en la investigación, los estudiantes crearán clases y las darán a sus compañeros sobre conceptos específicos de los medios y la comunicación que serán calificados de manera presencial.	Horas Docente
Por otro lado se harán propuestas prácticas que hagan reflexionar a los estudiantes sobre su rol en las nuevas comunicaciones y su capacidad para crear guiones y personajes que acompañen el diseño de comunicación, branding, publicidad o propaganda, según sea el caso.	Horas Práctico
Por otro lado se harán propuestas prácticas que hagan reflexionar a los estudiantes sobre su rol en las nuevas comunicaciones y su capacidad para crear guiones y personajes que acompañen el diseño de comunicación, branding, publicidad o propaganda, según sea el caso.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Dependiendo del tipo de evidencia variará la evaluación a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero también estará la investigación, los estudiantes co-evaluarán algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota más importante se la dará al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnología), y finalmente por el Diseño visual, si bien no es una materia que trate la estética directamente, un diseñador gráfico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Autónomo
Dependiendo del tipo de evidencia variará la evaluación a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero también estará la investigación, los estudiantes co-evaluarán algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota más importante se la dará al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnología), y finalmente por el Diseño visual, si bien no es una materia que trate la estética directamente, un diseñador gráfico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Horas Autónomo
Dependiendo del tipo de evidencia variará la evaluación a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero también estará la investigación, los estudiantes co-evaluarán algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota más importante se la dará al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnología), y finalmente por el Diseño visual, si bien no es una materia que trate la estética directamente, un diseñador gráfico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Horas Docente
Dependiendo del tipo de evidencia variará la evaluación a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero también estará la investigación, los estudiantes co-evaluarán algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota más importante se la dará al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnología), y finalmente por el Diseño visual, si bien no es una materia que trate la estética directamente, un diseñador gráfico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Horas Práctico
Dependiendo del tipo de evidencia variará la evaluación a realizarse, los reactivos son parte de la nota pero también estará la investigación, los estudiantes co-evaluarán algunas de las evidencias y en el caso de los productos la nota más importante se la dará al Concepto, seguido por la Calidad de la propuesta (acabados, tecnología), y finalmente por el Diseño visual, si bien no es una materia que trate la estética directamente, un diseñador gráfico no puede descuidarla el momento de hacer una propuesta.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ACASO, MARÍA.	Paidós	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
Scolari, Carlos A.	Deusto	Narrativas Transmedia		
D. A. DONDIS,	Gustavo Gilli	LA SINTAXIS DE LA IMAGEN, INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL,	2012	97884252206092

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **20/04/2021**

Estado: **Aprobado**