

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: TALLER DE CREACIÓN Y PROYECTOS 7
Código: EGR0020
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2022 a Febrero-2023
Profesor: ALARCON MORALES JHONN MANUEL
Correo electrónico: jalarcon@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 88		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
80	32		88	200

Prerrequisitos:

Código: DDD0018 Materia: TALLER DE CREACIÓN Y PROYECTOS ITINERARIO
 Código: UID0600 Materia: UPPER INTERMEDIATE

2. Descripción y objetivos de la materia

Este curso aborda el tema de la problemática del diseño para públicos específicos, incluye la definición y consideración de distintos tipos de públicos, el empleo de metodologías para la investigación de usuarios, públicos internacionales y nociones de inclusión que permitirán plantear un diseño acorde a las características del usuario final.

Esta temática se articula con las materias como Diseño de Persona/Usuario, Talleres de Creación y Proyectos previos y Accesibilidad/Diseño para todos/Diseño Universal y proyecto de Fin de Carrera.

Es importante porque permite al futuro profesional plantear y caracterizar soluciones de diseño gráfico tomando en consideración las distintas variables que definen a un público específico (localización, capacidades especiales, nivel de educación, edad, género, nivel educativo, objetivos y problemáticas del usuario, entre otros). El considerar dichas características para el desarrollo de los proyectos de diseño gráfico permitirá obtener mejores resultados y la satisfacción de los distintos usuarios.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.1	Conocer y caracterizar el público
1.2	Comprender el público y las necesidades
1.3	Interpretar las necesidades del público
1.4	Como identificar oportunidades de Diseño desde el público
1.5	Socialización, tutorías del proyecto 1
2.1	Variables de segmentación
2.2	Las Personas

2.3	El brief, como, por qué, para qué
2.4	Creación de la estrategia del Diseño para satisfacer necesidades
2.5	Revisión avances y trabajo en clases proyecto 1
3.1	Pensar en los medios acorde al público
3.2	Los públicos y los medios impresos casos de estudio
3.3	Los públicos y los medios digitales casos de estudio
3.4	Los público y los Medios ambientales casos de estudio
3.5	Socialización, tutorías, trabajo en clase, proyecto 2
4.1	El lenguaje y el público
4.2	Qué se dice, cómo y a quién
4.3	Formas de interacción y el público
4.4	Socialización, tutorías, trabajo en clase, proyecto 3
5.1	Practica 1. Investigación y comparación medios locales, medios internacionales
5.2	Práctica 2. Agentes Secretos de Branding, Investigación de campo para Diseñadores

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ea. Identifica las diferentes realidades de su entorno a través de métodos y procesos que le permite obtener de diversas maneras datos para responder a preguntas mediante la sistematización e interpretación de los mismos.

-Identifica, clasifica e integra al usuario en el diseño de información.

-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

fd. Argumenta y reflexiona desde conocimientos adyacentes que amplifican la acción del perfil del profesional y su relación con el contexto local y global.

-Compara, planifica y prueba los diferentes públicos en los diversos tipos de diseño de información.

-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

-Interpreta, ejecuta y estructura el diseño de información tomando en cuenta al público.

-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

-Selecciona, organiza y produce un proyecto de diseño de información impresa, digital y ambiental para un público específico.

-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Practica 1. Investigación y comparación medios locales, medios internacionales	Entendiendo al Público	APORTE	2.5	Semana: 2 (26-SEP-22 al 01-OCT-22)
Proyectos	Proyecto 1. Proyectos editoriales e interactivo	Entendiendo al Público	APORTE	2.5	Semana: 4 (11-OCT-22 al 15-OCT-22)
Trabajos prácticos - productos	Práctica 2. Agentes Secretos de Branding, Investigación de campo para diseñadores	Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público	APORTE	2.5	Semana: 10 (21-NOV-22 al 26-NOV-22)
Proyectos	Proyecto 2. Rebranding para el público	Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público	APORTE	7.5	Semana: 12 (05-DIC-22 al 10-DIC-22)
Trabajos prácticos - productos	Práctica 3. Del drama al éxito. La historia de usuario contada por un diseñador	El contenido y el Público, Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público, Prácticas	APORTE	5	Semana: 14 (19-DIC-22 al 22-DIC-22)
Proyectos	Proyecto 3. Apps para públicos, usuarios	El contenido y el Público, Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público, Prácticas	APORTE	10	Semana: 16 (02-ENE-23 al 07-ENE-23)
Proyectos	Proyecto Final práctico	El contenido y el Público, Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público, Prácticas	EXAMEN	10	Semana: 19 (al)
Reactivos	Reactivos	El contenido y el Público, Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público, Prácticas	EXAMEN	10	Semana: 19 (al)
Proyectos	Se pasa la nota del proyecto final	El contenido y el Público, Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público, Prácticas	SUPLETORIO	10	Semana: 20 (al)
Reactivos	Examen supletorio en base a reactivos	El contenido y el Público, Entendiendo al Público, Estrategia de Diseño con relación al público, Los medios y el público, Prácticas	SUPLETORIO	10	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
En el trabajo autónomo el estudiante desarrollará actividades que aporten a los trabajos principales de la materia. El tiempo lo usarán para realizar propuestas, bocetos, investigaciones, lecturas relacionadas con los temas tratados.	Autónomo
En el trabajo autónomo el estudiante desarrollará proyectos a nivel de propuestas, bocetaciones y concreción material y realizará también constantes lecturas relacionadas a los temas que se vayan tratando.	Horas Autónomo
Las horas de trabajo práctico buscarán que exista un nexo sólido entre la teoría analizada y su aplicación práctica, utilizando métodos como la experimentación, el descubrimiento y el análisis de casos. Al ser la materia integradora del nivel se buscará que los conocimientos adquiridos en las demás cátedras confluyan en ésta como apoyo para la realización práctica de propuestas, tanto en la expresión y representación como en la materialización de los proyectos a desarrollarse, buscando un nivel de trabajo que ponga énfasis en el hacer como forma de fortalecer la práctica.	Horas Práctico
La asignatura es teórico - práctica y para su desarrollo se utilizarán diversas estrategias metodológicas para lograr el aprendizaje, las principales serán las clases teóricas, el estudio de de casos o ejemplos, dinámicas o actividades dentro del aula, conversaciones o debates en clases. Todo lo anterior permitirá al estudiante entender la dinámica del diseño gráfico propuesto desde las variables del usuario o público.	Total docencia
El trabajo práctico buscará un nexo entre la teoría y su aplicación práctica, además servirá para profundizar temas importantes del contenido de la materia a través de otras actividades. Se usarán métodos como la investigación, la experimentación y el análisis de casos.	

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
En el trabajo autónomo el estudiante desarrollará actividades que aporten a los trabajos principales de la materia. El tiempo lo usarán para realizar propuestas, bocetos, investigaciones, lecturas relacionadas con los temas tratados.	Autónomo
Se considerará el proceso de diseño en la elaboración de las propuestas, el grado de innovación y creatividad, así como la calidad formal de materialización y presentación de los proyectos. Para el componente práctico de la asignatura se evaluará la capacidad del estudiante para aplicar herramientas y teorías aprendidas.	Horas Autónomo
Las evaluaciones se realizarán a través de rúbricas que integren los criterios específicos de cada uno de los proyectos a realizar a partir de las entradas teóricas que intervienen. De manera general tomarán en cuenta siempre la asimilación de los conceptos teóricos por parte del estudiante y su capacidad de argumentación a partir de la apropiación de los conocimientos.	Horas Práctico
Las evaluaciones se realizarán a través de la entrega de los proyectos planificados para la materia, cada uno de los cuales se presentará a través de rúbricas y consignas que expliquen las características y alcances de los proyectos. La asimilación de conceptos teóricos y la capacidad de argumentación se evaluará con reactivos y exposiciones.	Total docencia

En todos los proyectos se considera el proceso de diseño, la indagación del contexto, la creatividad y la innovación, así como las características de calidad de presentación y materialización de los trabajos.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ALFONSO GUTIÉRREZ MARTÍN	Gedisa	CREACIÓN MULTIMEDIA Y ALFABETIZACIÓN DIGITAL	2010	978-84-9784-605-9
Michael Salmond; Gavin Ambrose	Blume	Los fundamentos del diseño interactivo	2014	69645
Jamie Steane	Promopress	Fundamentos del diseño interactivo : principios y procesos que todo diseñador debe conocer	2016	69853
ANDY PRATT & JASON NUNES	Océano	DISEÑO INTERACTIVO	2012	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **22/09/2022**

Estado: **Aprobado**