UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: TALLER DE PROYECTOS 3
Código: DDG301
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2023 a Febrero-2024
Profesor: TRIPALDI PROANO TOA DONATELLA
Correo electrónico: ttripaldi@uazuay.edu.ec

Nivel: 3

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	32	16	80	192

Prerrequisitos:

Código: DYA103 Materia: EXPRESIÓN GRÁFICA
Código: DYA201 Materia: TALLER DE PROYECTOS 2
Código: DYA203 Materia: REPRESENTACIÓN GRÁFICA 1

2. Descripción y objetivos de la materia

Dentro de este taller, el primero en el área específica del diseño gráfico, se busca introducir al diseño de información y a la comunicación visual como temas básicos para el aprendizaje del diseño gráfico, además de la noción de sistema gráfico dentro de los procesos de producción de signos y marcas.

Al ser el taller central, acoge dentro de los proyectos que se desarrollan en él, conocimientos que el estudiante ha adquirido tanto en los ciclos inferiores, como en las materias del mismo nivel. Conocimientos como cromática, manejo de la forma, comunicación visual, graficación digital, entre otros, son aplicados en este taller. Así mismo es el taller base donde se prepara al estudiante para que enfrente tanto teóricamente como de manera práctica los talleres que continúan en la malla.

Al ser la primera aproximación a la carrera en específico, busca implantar en el estudiante las nociones básicas del diseño de información y de la comunicación visual, además de generar las bases para el proceso de proyectos en diseño gráfico. El diseño de signos y marcas son los productos visuales mínimos que un diseñador gráfico debe saber y a partir de los cuales se van construyendo otros elementos gráficos de mayor complejidad.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	El diseño gráfico y el diseño de información
1.2	La comunicación visual
1.3	El producto comunicacional (áreas del diseño gráfico)
2.1	Teoría del signo: semiótica y la clasificación de los signos
2.2	La simplificación en el diseño de signos
2.3	La representación y geometrización en el diseño de signos

2.4	Sistemas de signos (concepto de tipología)
3.1	Teoría de la identidad corporativa y clasificación de las marcas
3.2	Diseño de marcas
3.3	Manual de marca
3.4	Branding y apliación de marca

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
. bd. Integra saberes ancestrales, tecnológicos y socioculturales para plantear proyectos profesionales.	
-Planifica y produce proyectos en las áreas del diseño de pictogramas, marca e identidad corporativa atendiendo a los propósitos de comunicación específicos	-Trabajos prácticos - productos
. cb. Identifica, selecciona y utiliza eficientemente los elementos y fundamentos teóricos propios de la profesión para la elaboración de propuestas pertinentes a las necesidades y condicionantes de casos específicos.	
-Identifica, enlista y explica los diferentes formas que puede adoptar el diseño de información	-Trabajos prácticos - productos
. cd. Selecciona, analiza y optimiza materiales, procesos, y técnicas, dentro los proyectos profesionales	
-Comprende y aplica la noción de sistema en el desarrollo de productos gráficos	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Simplificación del signo	Introducción al diseño gráfico, Signos y sistemas	APORTE	5	Semana: 4 (10-OCT-23 al 14-OCT-23)
Trabajos prácticos - productos	representación en el signo	Signos y sistemas	APORTE	5	Semana: 7 (30-OCT-23 al 04-NOV-23)
Trabajos prácticos - productos	Sistemas de signos	Signos y sistemas	APORTE	5	Semana: 9 (13-NOV-23 al 15-NOV-23)
Trabajos prácticos - productos	diseño de marca	Identidad y marcas	APORTE	5	Semana: 12 (04-DIC-23 al 09-DIC-23)
Trabajos prácticos - productos	Branding	Identidad y marcas	APORTE	10	Semana: 16 (02-ENE-24 al 06-ENE-24)
Trabajos prácticos - productos	Proyecto de imagen global (marca, branding, signos) / parte 1: investigación, estrategia, ideación y bocetación (nota queda fija)	Identidad y marcas, Introducción al diseño gráfico, Signos y sistemas	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Trabajos prácticos - productos	Proyecto de imagen global (marca, branding, signos) / parte 2: diseño, sistematización y prototipado	Identidad y marcas, Introducción al diseño gráfico, Signos y sistemas	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Trabajos prácticos - productos	Correcciones de la segunda parte del examen (la nota de la parte 1 se mantiene)	Identidad y marcas, Introducción al diseño gráfico, Signos y sistemas	SUPLETORIO	10	Semana: 20 (al)
Trabajos prácticos - productos	Proyecto de imagen global (marca, branding, signos) / parte 1: investigación, estrategia, ideación y bocetación (nota queda fija)	Identidad y marcas, Introducción al diseño gráfico, Signos y sistemas	SUPLETORIO	10	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
La metodología PRACTICUM o learning by doing será la principal en el taller. Los estudiantes se enfrentarán a problemáticas reales (su complejidad irá aumentando a medida que avanza el semestre), para que, a partir del análisis de la misma, se propongan y desarrollen soluciones dentro del diseño de signos y marcas.	Autónomo
El taller se aborda de manera teórico-práctica. Al inicio de cada temática se abordarán las teorías centrales y de base para poder tener un aprendizaje global y profundo.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se utilizarán rúbricas que serán presentadas con anterioridad a los estudiantes las mismas que contemplarán variables como: calidad en la información recopilada, coherencia en la estrategia gráfica, calidad visual, justificación teórica, calidad comunicacional, entre otras.	Autónomo
Las evaluaciones tomarán en cuenta tanto el proceso del proyecto como su producto final.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Lindsey Marshall, Lester Meachem	Parramon	Cómo usar imágenes en diseño gráfico	2010	978-84-342-3672-1
MELISSA DAVIS	Parramón	MUCHO MÁS QUE UN NOMBRE	2006	NO INDICA
BO BERGSTROM	Promopress	TENGO ALGO EN EL OJO	2009	978-84-935-881-9
Richard Poulin	Promopress	Fundamentos del diseño gráfico : los 26 principios que todo diseñador gráfico debe conocer	2016	
Robin Landa	ANAYA	El diseño en la publicidad	2016	978-84-415-3967-9
Gustavo Valdés de León	nobuko	Una molesta introducción al estudio del Diseño	2011	978-978.584-364-6
Raúl Belluccia	Paidos	El diseño gráfico y su enseñanza	2007	978-950-12-2724-6
Perié, Alejandra , Fraenza, Fernando	Editorial Brujas Córdoba	El diseño. Del sentido a la acción	2015	978-987-591-572-5
Guy Julier, Alvaro Marcos	Barcelona: Gustavo Gili	La Cultura del Diseño	2010	978-84-252-2229-0
KATHRYN COATES Y ANDY ELLISON	Parramón arts & design	INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE INFORMACIÓN	2014	978-84-342-4104-6

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 08/09/2023

Estado: Aprobado