



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN VISUAL 2
Código: DDG402
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2024 a Junio-2024
Profesor: LAZO GALAN JUAN CARLOS
Correo electrónico: jlazo@uazuay.edu.ec

Nivel: 4

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 64		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
32	0	16	48	96

Prerrequisitos:

Código: DDG302 Materia: COMUNICACIÓN VISUAL 1

2. Descripción y objetivos de la materia

En esta asignatura teórica se aborda la construcción del concepto creativo, El brief como herramienta y el partido conceptual como hilo conductor del mensaje visual. Mensajes lingüísticos o textos, mensaje no lingüísticos. Se abordarán nociones de Semiótica, el signo y sus tipos, así como el concepto de denotación y connotación. Se introducirá al estudiante en el conocimiento de las figuras retóricas y como estas son empleadas en la comunicación visual. Finalmente se abordan generalidades sobre las Narrativas, técnicas persuasivas en la Narrativa Publicitaria y el Storytelling como herramienta de comunicación y persuasión.

La materia de Comunicación Visual 2, brinda bases teórico conceptuales que ayudan a fortalecer el quehacer del diseñador gráfico desde la capacidad para representar visualmente conceptos, crear imágenes con un claro mensaje comunicativo así como brindar un mensaje coherente y objetivo tanto a nivel lingüístico como no lingüístico a los productos de comunicación visual

Fortalece los conocimientos abordados en Comunicación Visual 1, al mismo tiempo que fortalece las habilidades del futuro diseñador para crear mensajes visuales coherentes, congruentes y con un respuesta sólida a las necesidades actuales. No solamente desde la comprensión teórica sino desde su capacidad de análisis de piezas de comunicación visual y también desde su desempeño para crear productos de diseño visual

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.0	Introducción al diseño visual de comunicación
1.1	La construcción del concepto creativo en el diseño
1.2	El Brief creativo/conceptual como herramienta de la comunicación visual
1.3	El partido conceptual como hilo conductor en la comunicación visual
2.0	El mensaje lingüístico y el mensaje no verbal
2.1	Mensajes lingüísticos o textos

2.2	Mensajes no lingüísticos
3.0	Principios básicos de la retórica
3.1	Figuras retóricas
3.2	Figuras retóricas y su aplicación en la comunicación visual
4.0	Narrativas
4.1	Narrativas: generalidades, elementos y procesos de generación
4.2	Técnicas persuasivas
4.3	Storytelling como herramienta de comunicación y persuasión

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

. cc Identifica, selecciona y utiliza eficientemente los elementos y fundamentos teóricos que apoyan a la profesión para la elaboración de propuestas pertinentes a las necesidades y condicionantes de casos específicos.

Evidencias

-Identifica las implicaciones comunicacionales en la determinación de la composición de un producto de diseño visual.

-Evaluación escrita
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Prueba: 5 puntos. Creación de un concepto y la creación de un brief para ese concepto: 5 puntos.	Introducción al diseño visual de comunicación	APORTE	10	Semana: 4 (18-MAR-24 al 23-MAR-24)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Pruebas: 5 puntos. Trabajo en base al capítulo 2: 5 puntos.	El mensaje lingüístico y el mensaje no verbal	APORTE	10	Semana: 8 (15-ABR-24 al 20-ABR-24)
Trabajos prácticos - productos	Figuras retóricas y su aplicación en la comunicación visual.	Principios básicos de la retórica	APORTE	10	Semana: 12 (13-MAY-24 al 18-MAY-24)
Evaluación escrita	Examen teórico	El mensaje lingüístico y el mensaje no verbal, Introducción al diseño visual de comunicación, Narrativas, Principios básicos de la retórica	EXAMEN	10	Semana: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Trabajos prácticos - productos	Examen práctico sobre narrativas.	El mensaje lingüístico y el mensaje no verbal, Introducción al diseño visual de comunicación, Narrativas, Principios básicos de la retórica	EXAMEN	10	Semana: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Evaluación escrita	Examen supletorio	El mensaje lingüístico y el mensaje no verbal, Introducción al diseño visual de comunicación, Narrativas, Principios básicos de la retórica	SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (al)
Trabajos prácticos - productos	Se pasa la nota del examen práctico	El mensaje lingüístico y el mensaje no verbal, Introducción al diseño visual de comunicación, Narrativas, Principios básicos de la retórica	SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Para el trabajo autónomo, estará claramente definido y previamente explicado las consignas a ser abordadas en las horas de trabajo autónomo de los estudiantes, que serán revisadas y clarificadas en las clases.	Autónomo
Las clases serán de carácter magistral donde los conceptos teóricos sean acompañados de material audiovisual, que ejemplifica de manera coherente y objetivo el contenido de la clase.	Total docencia
Para los componentes prácticos se crearán trabajos basados en objetivos y consignas claramente definidas que corresponden a los contenidos vistos en clase.	

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
El trabajo autónomo será evaluado mediante puestas en común, exposiciones, sustentaciones de trabajos, pruebas escritas y evaluaciones en base a reactivos.	Autónomo
En general se trabajarán con rúbricas de evaluación y asignación de trabajos basados en objetivos, consignas y formas de entrega. Existirán evaluaciones teóricas en base a pruebas escritas o reactivos.	Total docencia
Los trabajos prácticos estarán basados en objetivos de aprendizaje y objetivos específicos del trabajo, descripción de consignas a lograr finalmente tendrá formas y formatos de entrega. Al final del trabajo existirá una rúbrica con los elementos a ser evaluados y sus valores ponderados	

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Ledesma, M y Lopez, M	Universidad de Buenos Aires	Comunicación para Diseñadores	2004	9789502907802
Andrews, Van Leeuwen, Van Baaren	Gustavo Gili	Persuasión. 33 técnicas de publicitarias de influencia psicológica	2016	
Umberto Eco		Tratado de Semiótica General		
Daniel Chandler		Semiotics: The Basics		

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ACASO, MARÍA.	Paidós	EL LENGUAJE VISUAL.	2009	8483192632
Yates, Derek; Price, Jessie	Promopress	De la publicidad al diseño de comunicación	2016	
Bo Bergstöm	Promopress	Tengo algo en el ojo. Técnicas esenciales de comunicación visual	2009	978-84-935881-9-9
Crow, David	Promopress	No te creas una palabra. Una introducción a la semiótica.	2008	
Ellen Lupton	Editorial GG	El diseño como storytelling	2019	9788425231865
Lamarre, Guillaume	Gustavo Gili	Storytelling como herramienta de comunicación	2018	

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **20/02/2024**

Estado: **Aprobado**