



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN VISUAL 2
Código: DDG402
Paralelo: B
Periodo : Febrero-2025 a Junio-2025
Profesor: TRIPALDI PROAÑO ANNA MARIA
Correo electrónico: atripaldi@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. Se abordan los mensajes lingüísticos o textos, los mensajes no lingüísticos y nociones de Semiótica. Se introducirá al estudiante en el conocimiento de las figuras retóricas y cómo 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	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	NARRATIVAS
2.1	Storytelling

2.2	Técnicas persuasivas
2.3	Mensajes lingüísticos o textos
2.4	Mensajes no lingüísticos
2.5	Retórica visual: principios y figuras

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

. 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.

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

-Evaluación escrita

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Aplicación de conceptos	INTRODUCCIÓN AL DISEÑO VISUAL DE COMUNICACIÓN	APORTE	10	Semana: 4 (10/03/2025 al 15/03/2025)
Evaluación escrita	Aplicación de conceptos	NARRATIVAS	APORTE	10	Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025)
Evaluación escrita	Aplicación de conceptos	NARRATIVAS	APORTE	10	Semana: 12 (05/05/2025 al 10/05/2025)
Evaluación escrita	examen escrito	INTRODUCCIÓN AL DISEÑO VISUAL DE COMUNICACIÓN, NARRATIVAS	EXAMEN	20	Semana: 16 (02/06/2025 al 07/06/2025)
Evaluación escrita	Aplicación de conceptos y prueba teórica	INTRODUCCIÓN AL DISEÑO VISUAL DE COMUNICACIÓN, NARRATIVAS	SUPLETORIO	20	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
Pratkanis, A., & Aronson, E.	Paidós.	La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión.	1994	
Lamarre, Guillaume	Editorial GG.	Storytelling como estrategia de comunicación: Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores.	2019	
Ellen Lupton	Editorial GG	El diseño como storytelling	2019	9788425231865

Web

Software

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Stanojlovic, Milena	null	Retórica y publicidad	2010	https://www.

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **22/01/2025**

Estado: **Aprobado**