

sílabo

TALLER DIGITAL 1

I. Datos Informativos

Código	: 305025
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2020 2
Ciclo	: 5° ciclo
Categoría	: Formación profesional
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Ninguno
Docente	: Eduardo Thomas Velarde Heidemann.

II. Sumilla

Este curso de formación profesional tiene como objetivo desarrollar oportunidades a través de estrategias y técnicas que permitan obtener como resultado productos gráficos en el entorno digital y físico.

El contenido a tratar esta referido a: Integrar todos los conocimientos aprendidos hasta ahora y empleados para lograr un proyecto de comunicación, cumpliendo con los procesos de diseño, en forma profesional. Integrar elementos gráficos y publicitarios para elaborar proyectos y campañas de diseño comunicacional. Un enfoque de detalle para conocer las tecnologías, los procedimientos de trabajo y las herramientas concretas de desarrollo, incluye manejo de software especializado.

III. Competencias

- **General:**
Integra y fusiona el diseño y la comunicación con el de software especializado.
- **Específicas:**
 - Logra entender el distinto manejo de un mismo concepto en distintas propuestas para lograr balance, coherencia e integración.
 - Reconoce al color y la forma como elementos integradores en la comunicación en el espacio.
 - Entiende la importancia de apelar a los distintos sentidos para generar un impacto acorde al plano que se maneje.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Introducción:
- Investigación sobre proyecto Parcial.

2ª Semana

- Presentación de propuesta.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Desarrollo de propuesta.

4ª Semana

- Revisión de investigación.

5ª Semana

- Revisión de avances.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Revisión de avances.

7ª Semana Examen Parcial + Clase

- Presentación de proyecto parcial.

8ª Semana

- Presentación del Proyecto Final.

9ª Semana

- Agenda de actividades.

10ª Semana

- Creación del esquema de trabajo.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Revisión de avances.

12ª Semana

- Revisión de avances .

13ª Semana

- Revisión de avances .

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Presentación de avances finales.

15ª Semana - Examen Final

- Entrega final.

16ª Semana – Entrega de Notas

V. Metodología

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, lectura reflexiva, trabajos en equipos pequeños, producción de ensayos en forma individual y de temas particulares, conversación, exposición, práctica guiada y práctica autónoma, investigación de repositorios y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas estandarizadas con estrategias de cada docente, videos seleccionados para reforzamiento, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos.

VI. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

Todo trabajo desarrollado debe ser sustentado.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua(40%)→ Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (30%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VII. Fuentes

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/P85	Press, M. & Cooper, R. (2009). <i>El diseño como experiencia</i> . Barcelona: Gustavo Gili.
2	741.6/L23/2011	Landa, R. (2011). <i>Diseño gráfico y publicidad: fundamentos y soluciones</i> . Madrid: Ediciones Anaya.
3	741.6051/A32	Airley, D. (2015). <i>Logo design Love: A guide to creating iconic brand identities</i> . Estados Unidos: New Riders.
4	EBSCO: ART SOURCE	Mennan, Z. (2009). From Simple to complex configuration: sustainability of Gestalt Principles of Visual Perception within the Complexiti Paradigm. <i>Metu Journal Of The Faculty of Architecture</i> , 26 (2), 309-323 Recuperado de http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=f651f933-c586-48b3-a666-3fa8cb9fd867%40sessionmgr104&vid=23&hid=115
5	EBSCO: ART SOURCE	Noble, I.; Bestley, R. (2011). <i>Visual Research : An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design</i> . Vol. 3, pp 228. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzQzMDE0MV9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=13&hid=115&format=EB
6	EBSCO: ART SOURCE	Noble, I.; Bestley, R. (2011). <i>Visual Research : An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design</i> . Vol. 3, pp 228. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzQzMDE0MV9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=13&hid=115&format=EB
7	Repositorio UCAL	Mas, O. (2012). Ya pues, tú que eres diseñador haz el dibujito para que quede bonito. <i>Anda News</i> , 40-42. http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/144

Fuentes complementarias

Hollis, R. (2006). *Swiss Graphic Design: The Origins of an international Style, 1920-1965*. EEUU: Yale University Press.

Fulguro., Fidalgo, Y., y Decroux, C. (2010). *Left, right, up, down: new directions in signage and wayfinding*. Alemania: Die Gestaltent Verlag.

