

PROYECTOS V: INFORMACIÓN VISUAL

I. Datos Informativos:

Código	: 3054074
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2020 2
Ciclo	: 5° ciclo
Categoría	: Formación Profesional
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Proyectos IV: Editorial
Docente	: Pablo César Garibay Mondoñedo.

II. Sumilla:

El presente curso de formación profesional, tiene como objetivo desarrollar en los estudiantes habilidades perceptuales, expresivas y persuasivas, que les sirvan para interpretar y resolver los problemas de comunicación visual, generando una serie de experiencias por medio de la exploración de formas y contenido.

El contenido a tratar está referido a: Explorar la relación de forma y contenido en el Diseño Gráfico. Estudiar el impacto de la tipografía, la imagen y el mensaje, así como sus relaciones sintácticas con el público objetivo. El brief, su uso e importancia. Comunicar a través de las imágenes y textos persuadiendo al público objetivo para lograr el consumo de un producto, servicio y/o empresa. Elementos de persuasión y publicidad. Conocimiento y manejo de técnicas de persuasión al Público Objetivo para el diseño de campañas publicitarias. Manejo de elementos de propaganda para la persuasión del público objetivo. Los medios publicitarios tradicionales, no tradicionales y sus características. Aplicación de la publicidad y persuasión en proyectos de diseño de acuerdo al estudio del público objetivo. Hacer uso de la ilustración publicitaria y del software especializado para desarrollar proyectos gráfico publicitarios. Trabajo individual y como miembro de un equipo para desarrollar un entendimiento del proceso de diseño. Aplicar los procesos de diseño que se deben emplear para la realización de trabajos que deberán ser sustentados. La evaluación está basada en las críticas de proyectos en diferentes etapas de desarrollo, con la participación de los mismos estudiantes.

III. Competencias

▪ General:

Sustenta, crea y produce sus proyectos de diseño.

▪ Del pro.seso

Manejo de Pro seso

Maneja con amplitud los lenguajes visual, verbal, kinestésico y espacial para generar múltiples soluciones originales desde diferentes puntos de vista valorando el Pro-seso para el desarrollo de sus proyectos.

Pensamiento crítico

Sustenta las ideas, acciones y juicios a partir del uso de criterios fundamentados, discerniendo entre lo relevante e irrelevante para fundamentar sus proyectos.

▪ Específicas:

- Diseña sus proyectos tomando en cuenta los 10 principios del diseño según Dieter Rams.

- Fomenta el uso del pro-seso para la solución del problema.
 - Diseña en función a la experiencia del usuario.
- **Actitudes: transversales a desarrollar**
 - Compromiso
 - Respeto
 - Trabajo en equipo

IV. Contenidos:

1ª Semana

- Prueba de entrada: Técnicas de investigación.
- Percepción y comunicación visual. Imagen y mensaje. Visual thinking y Concept board.

2ª Semana

- Proyecto individual 1. Aplicación Pro.seso: Investigación + Conceptualización.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Público objetivo/Mapa de la empatía.
- Técnicas de persuasión.

4ª Semana

- Campaña publicitaria

5ª Semana

- Proyecto grupal 1. Aplicación Pro.seso: Investigación + Conceptualización + Ideación.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Principios del diseño aplicados al diseño de datos.
- Brief: Elaboración, análisis e interpretación

7ª Semana

- Propuesta de piezas de comunicación visual y publicitaria.
- Proyecto grupal 1. Aplicación Pro.seso: Desarrollo + Validación + Sustentación.

8ª Semana - Examen Parcial

- Diseño analítico / Visual data.
- Storytelling / Infografía.

9ª Semana

- Proyecto individual 2. Aplicación Pro.seso: Investigación.

10ª Semana

- Proyecto grupal 2. Aplicación Pro.seso: Conceptualización.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Proyecto grupal 2. Aplicación Pro.seso: Ideación + Desarrollo.

12ª Semana

- Proyecto grupal 2. Avances ideación.

13ª Semana

- Proyecto grupal 2. Avances desarrollo.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Proyecto grupal 2. Aplicación Pro.seso: Validación + Sustentación.

15ª Semana - Examen Final

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. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular del curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de una investigación que sustente el proyecto a desarrollar desde la semana 8.

VII. 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.

VIII. Material Didáctico:

- Materiales: Presentaciones y material didáctico sobre cada tema
- Libros de consulta, artículos, blogs y hojas de aplicación.
- Equipos: Multimedia
- Medios electrónicos: websites relacionados con la asignatura.

IX. Bibliografía:

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	746.6/B84	Brown, T.(2009). <i>Change by Design</i> . New York: Harper Collins Publishers.
2	741.6/P85	Press, M. & Cooper, R.(2009). <i>El diseño como experiencia</i> . Barcelona: Gustavo Gili.
3	741.66/S21	San Martín, Macarena.(2011). <i>Diagraphics: El mejor diseño de</i>

		<i>mapas, graficos, esquemas y diagramas</i> . Barcelona: Harper Design.
4	741.6/R41	Rendgen, Sandra; Wiedemann, Julius.(2012). <i>Information graphics</i> . Köhn: Taschen.
5	745.4/W84/2007	Wong, Wucius.(1995). <i>Fundamentos del diseño</i> . Barcelons: Gustavo Gili.
6	745.4/W86	Woolman, Matt.(2002). <i>Digital information graphics: with 539 colour illustrations</i> . Londres: Thames & Hudson.
7	741.6/K65	Knight, Carolyn.(2009). <i>Diagramas: Soluciones innovadoras para diseñadores gráficos</i> . Suiza: Roto Vision.
8	741.6/L23/2012	Lankow, J. & Ritchie, J.(2012). <i>Infografías: El poder del storytelling visual</i> . Barcelona: Gestión 2000.
9	741.6/H371	Heller, S. & Landers, R.(2014). <i>Diseñadores infográficos sketchbooks</i> . New York: Princeton Architectural Press.

Fuentes Complementarias

Llanten, R. y Schulze, F. (2011). *Visual storytelling: inspiring a new visual language*. Alemania: Gestalten.

Ambrosse, G. y Harris, P. (2010). *Bases del diseño*. Reino Unido: Ava Publishing.