sílabo

SEÑALÉTICA

I. Datos Informativos:

Código : 3074104
Carrera : Diseño Gráfico Publicitario
Semestre : 2020 2
Ciclo : 7° ciclo
Categoría : Formación Profesional
Créditos : 04
Pre-requisito : Identidad Visual Corporativa - DGP
Docente : Ricardo Alejandro Iraola Villa.

II. Sumilla

Este curso de formación profesional, tiene como objetivo que el alumno aprenda a organizar, regular y jerarquizar espacios transitados, diseñando un sistema de lenguaje visual con características de instantaneidad informativa y universalidad de códigos. Aplicará la integración de 2 tipos de programas: la Señalética y la Identidad Corporativa.

El contenido a tratar está referido a: La Señalética: Qué es? conceptos básicos, características, especificaciones y funciones. Aplicará el uso de signos, símbolos, iconos y pictogramas para la comunicación, uso de redes estructurales. Señalética en el campo del diseño. El sistema señalético. Sistemas y estructuras. Diseño de programa. Planificación y etapas. Proyecto y cronograma. Área de intervención y entorno urbano. Metodología para la creación de programas señaléticos. Clasificación y tipos de señales. Aplicará los conceptos de comunicación visual. Flujos de circulación. Tipografía y leyes de legibilidad, uso adecuado del color con relación a la legibilidad, exploración visual y creación de imagen expresiva aplicada a la comunicación.

III. Competencias

- **General:**
  Crea y analiza todos los elementos que intervienen en un sistema de señalización y diseñando exitosamente un proyecto de esta naturaleza, tomando en cuenta al usuario, su cultura, condiciones ambientales y el entorno.

- **Específicas:**
  - Analiza los elementos intervinientes en un sistema de señalización.
  - Opera y proyecta el sistema señalético en un entorno establecido.
  - Integra el sistema señalético dentro de un entorno determinado y con una funcionalidad definida.

IV. Contenidos

1ª Semana
- Presentación del contenido del curso.
- La grafía, el ícono, el signo, el ícono y la señal.
- La pictografía.

2ª Semana

- Ergonomía y formatos señaléticos.
- La teoría del color y el alto contraste en un sistema de comunicación.
- La comunicación particular sobre la general.

3ª Semana - Evaluación Continua 1
- Vínculo de señales con el usuario.
- Visualización y percepción/Legibilidad.

4ª Semana
- La tipografía.
- Planificación y desarrollo de mapas.
- Elaboración de un Manual de Uso y especificaciones técnicas del trabajo.

5ª Semana
- Reglamentaciones y limitaciones de la normativa señalética.
- Sistemas de impresión.

6ª Semana - Evaluación Continua 2
- Presentación de avances.

7ª Semana - Examen Parcial + Clase

8ª Semana
- La reformulación, el replanteamiento, la validación - EL FOCUS GROUP
- La diagramación y la redacción para la elaboración precisa de un Manual de uso señalético.

9ª Semana
- Selección sistémica de las diferentes propuestas grupales.
- Re estructuración de grupos.
- Desarrollo de propuesta para elección de logo marca de Grupo.

10ª Semana
- Presentación de propuesta de logo marca Grupo.

11ª Semana - Evaluación Continua 3
- El Manual de Contenidos, normas y funciones del trabajo final.
- Pictogramas, símbolos y tipografías.
- Estructuras generales de mapas y ubicaciones validadas.

12ª Semana
- El entorno físico como elemento de contraste e impacto.
- La señalética como medio de intervención urbana.

13ª Semana
- Acabados de presentación de módulos físicos.
- Acabados finales de presentación de Manual. Redacción y ortografía.

14ª Semana - Evaluación Continua 4
- Revisión general final.

15ª Semana - Examen 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	760.125/C79	Cossu, M. (2010). Usted está aquí. Diseño de señalética. Barcelona: Maomao.
2	745.6/L59	A.A.V.V. (2013). *El libro de los símbolos: reflexiones sobre la imágenes arquetípicas*. Köln: Taschen.
3	658.827/CH43	Cheverton, P. (2007). Cómo funcionan las marcas. Barcelona: Nuevos emprendedores.
4	EBSCO: Art Source	Macnab, M. (2008). Decoding Design : Understanding and Using Symbols in Visual Communication: Discover the Hidden Meanings Inside Common Corporate Logos and Designs. Cincinnati, Ohio: HOW Books. Recuperado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=9&sid=195673fd-3b1b-425c-a62a-8ac17ec45fd2%40sessionmgr4007&hid=4114&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=418043&db=nlebk

5	EBSCO: Art Source	Kenedi, A., Geismar, T. H., & Chermayeff, I. (2011). Identify : Basic Principles of Identity Design in the Iconic Trademarks of Chermayeff & Geismar. New York, NY: HOW Books. Recuperado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=3881ae68-c24e-4101-965e-b4a1ac8d3e75%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4114&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=418974&db=nlebk
6	EBSCO: Art Source	Noble, I., & Bestley, R. (2011). Visual Research : An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design. Lausanne: AVA Publishing. Recuperado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=d5010edd-e194-46f8-8a49-7fe913e497b9%40sessionmgr4007&vid=0&hid=4114&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=430141&db=nlebk
7	Repositorio UCAL	Oscar Mas. (2012). Importancia del diseño en la imagen corporativa. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/150

Fuentes complementarias

Grayson, J. (2000). *This Way: Signage Design for public spaces*. USA: Rockport.

Costa, J. (1987). *Señalética. Enciclopedia del Diseño*. España: Ediciones Ceac.

Sánchez, A. (2001). *Barcelona Gráfica*. España: Gustavo Gili.

Cossu, M. (2010). *Usted está aquí: Diseño de señalética*. España: Maomao Publications.

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

Costa, J. (2008). *Señalética Corporativa*. España: Costa Punto Com.

Index Book. (2012). *Basic Sign*. España: Index Book.

Abellán, M. (2012). *Which way to go*. España: Monsa.

Calvera, A., Partouche, M., y Pelta, R. (2008*). Étapes: diseño y cultura visual*. España: Gustavo Gili.