

## ANÁLISIS Y GESTIÓN DEL DISEÑO

### I. Datos Informativos:

Código	: 3103109
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2020 2
Ciclo	: 10° ciclo
Categoría	: Formación Profesional
Créditos	: 03
Pre-requisito	: Estrategia y gestión de negocios
Docente	: Andres Salazar Barbagelata.

### I. Sumilla

Esta asignatura de formación profesional tiene como objetivo dar al alumno una visión crítica de la evolución de las diferentes áreas y estilos del diseño tanto gráfico como publicitario, así como las diferentes manifestaciones del diseño en general. Potenciar habilidades de conducción grupal y toma de decisiones.

El contenido a tratar está referido a: la revisión de la Historia del Diseño Gráfico, Diseño Publicitario e Ilustración incluyendo el estudio del trabajo de diseñadores e ilustradores analizando su influencia en el desarrollo del Diseño moderno nacional e internacional. Niveles decisionales: Nivel de propiedad, nivel estratégico, nivel político, nivel operativo. Los sistemas decisionales: decisiones críticas y coherencia decisional. El concepto de gestión y dirección estratégica. Implementación estratégica. Función, producción u operaciones en la actividad profesional del Diseñador. Determinación de ubicación y diseño de planta, mantenimiento y programación de la producción. Función de personal en la actividad profesional del Diseñador. Determinación de necesidades de recursos financieros, evaluación de inversiones, determinación de fuentes de financiamiento, estructura óptima de financiamiento. Estados financieros y análisis financiero. Asesoría de Diseño a los clientes.

### II. Competencias

- **General:**  
Genera propuestas de solución a problemas reales de su entorno inmediato, utilizando técnicas y metodologías creativas, con apertura y compromiso.
- **Específicas:**
  - Sus proyectos son desarrollados en base a la herramienta estratégica para el desarrollo del pensamiento creativo.
  - Sintetiza, aplica, compone y critica sus proyectos de diseño.

### III. Contenidos

#### 1ª Semana

- Gestión y dirección estratégica de proyectos de diseño.

#### 2ª Semana

- Visión crítica de la evolución de las diferentes áreas y estilos del diseño.

#### 3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Proyecto de gestión de diseño.

#### **4ª Semana**

- Revisión de avances.

#### **5ª Semana**

- Revisión de avances.

#### **6ª Semana - Evaluación Continua 2**

- Presentación de propuesta.

#### **7ª Semana - Examen Parcial + Clase**

#### **8ª Semana**

- Presupuesto, cronograma de trabajo del proyecto.

#### **9ª Semana**

- Calculo de rentabilidad del proyecto.

#### **10ª Semana**

- Proyecto final.

#### **11ª Semana - Evaluación Continua 3**

- Revisión de avances.

#### **12ª Semana**

- Revisión de avances.

#### **13ª Semana**

- Revisión de avances.

#### **14ª Semana - Evaluación Continua 4**

- Revisión de proyecto final.

#### **15ª Semana - Examen Final**

#### **16ª Semana – Entrega de Notas**

### **IV. 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.

### **V. 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.

## VI. Fuentes

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/B39	Best, K. (2010). <i>Fundamentos del management del diseño: estrategia, proceso y práctica de la gestión del diseño</i> . Barcelona: Parramón.
2	741.6/A68	Arfuch, L., Chaves, N y Ledesma, M (2005). <i>Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos</i> . Argentina: Paidós.
3	658.827/R84/2010	Roscam, E. (2010). <i>Marca Innovación Impulsada</i> . Suiza: AVA Publishing.
4	EBSCO: Art Source	Davis, M. (2009). The Fundamentals of Branding. AVA Publishing, Vol. 1, pp 183. Recuperado desde:  <a href="http://web.a.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzI5NTczNV9fQU41?sid=a315a9ce-a83c-4bf0-8032-0c80d7408790@sessionmgr4006&amp;vid=1&amp;format=EB&amp;rid=1">http://web.a.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzI5NTczNV9fQU41?sid=a315a9ce-a83c-4bf0-8032-0c80d7408790@sessionmgr4006&amp;vid=1&amp;format=EB&amp;rid=1</a>
5	EBSCO: Art Source	Kenedi, A; Geismar, T; Chermayeff, I. (2011). Basic Principles of Identity Design in the Iconic Trademarks of Chermayeff & Geismar. HOW Books, Vol. 1, pp 257. Recuperado desde: <a href="http://web.a.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzQxODk3NF9fQU41?sid=a315a9ce-a83c-4bf0-8032-0c80d7408790@sessionmgr4006&amp;vid=5&amp;format=EB&amp;rid=1">http://web.a.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzQxODk3NF9fQU41?sid=a315a9ce-a83c-4bf0-8032-0c80d7408790@sessionmgr4006&amp;vid=5&amp;format=EB&amp;rid=1</a>
6	EBSCO: Art Source	Hardy, G. (2011). Smashing Logo Design : The Art of Creating Visual Identities. Wiley, Vol. 13, pp 292. Recuperado desde: <a href="http://web.a.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM5MTM0Ni9fQU41?sid=a315a9ce-a83c-4bf0-8032-0c80d7408790@sessionmgr4006&amp;vid=9&amp;format=EB&amp;rid=1">http://web.a.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM5MTM0Ni9fQU41?sid=a315a9ce-a83c-4bf0-8032-0c80d7408790@sessionmgr4006&amp;vid=9&amp;format=EB&amp;rid=1</a>
7	Repositorio UCAL	Mas, O. (2017-03-10). Propuesta de diseño metodológico para la asignatura de Branding, para la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. Recuperado de: <a href="http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/198">http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/198</a>

### Fuentes complementarias

Meggs, P. (2004). *Historia del Diseño Gráfico*. EEUU: McGraw-Hill.

Varios. (2003). *Historia de la publicidad en el Perú*. Perú: El Comercio.

Piazza, J. (2004). *Como presupuestar diseño*. Argentina: Commontools.

Spina, M. (2006). *Guía práctica para emprender en el Diseño*. Argentina: Commontools.

Roberts, C. (2015). *Visionarios del diseño gráfico*. España: Blume.