sílabo

GESTIÓN DE PROYECTOS INTERACTIVOS

I. Datos Informativos

Código : 3104124
Carrera : Diseño Gráfico Publicitario
Semestre : 2020 2
Ciclo : 10° ciclo
Categoría : Formación Profesional Obligatorio de Mención
Créditos : 04
Pre-requisito : Diseño y Tecnología II: Diseño de Entretenimiento digital
Docente : Antonio Edgardo Palacios Villacorta.

II. Sumilla

Esta asignatura de formación profesional obligatoria, tiene como objetivo el manejo de las herramientas complementarias necesarias para planificar, optimizar, dirigir y controlar los procesos de desarrollo de proyectos digitales interactivos.

El contenido a tratar está referido a: La Gestión de proyectos digitales. Planificación y Dirección. Manejo de costos y presupuestos. Planificación, manejo y control del tiempo, cronogramas y flujos de trabajo. Dirección de arte, dirección de actores, locutores y/o modelos. Supervisión de programación y efectos especiales. Producción y realización. Presentación, control de calidad, distribución y venta de proyectos de esta naturaleza.

III. Competencias

- **General:**
  Genera propuestas de solución a proyectos orientados a medios digitales en diferentes plataformas utilizando el diseño estrategico como proceso para generar innovación, con apertura y compromiso.

- **Específicas:**
  - Evalua el diseño y la producción de acuerdo a las necesidades del cliente.
  - Aplica principios esteticos, ergonómicos y tecnológicos.
  - Investiga, conceptualiza y crea un producto libre aplicando las herramientas antes mencionadas.

IV. Contenidos

1ª Semana
- Gestión de proyectos interactivos.

2ª Semana
- Planificación y dirección de proyectos interactivos.

3ª Semana – Evaluación continua 1
- Dirección de proyectos interactivos.

4ª Semana

- Costos y presupuestos de proyectos interactivos.

5ª Semana
- Planificación del proyecto.

6ª Semana - Evaluación Continua 2
- Planificación del proyecto.

7ª Semana - Examen Parcial

8ª Semana
- Proyecto digital interactivo.

9ª Semana
- Revisión de avances.

10ª Semana
- Producción y realización.

11ª Semana - Evaluación Continua 3
- Realización.

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

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

Nª	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/B39	Best, K. (2010). *Fundamentos del management del diseño: estrategia, proceso y práctica de la gestión del diseño*. Barcelona: Parramón.
2	741.6/E93	Estrada, S. (2010). *Desarrollo de un proyecto gráfico*. Barcelona: Index book.
3	659.1019/P/2000	Pérez-Latre, F. (2010). *Planificación y gestión de medios publicitarios*. Barcelona: Ariel.
4	EBSCO: Art Source	Tobias, P., & Spiegel, D. S. (2010). Facilitating the Dialogue of User Experience through Design. Design Principles & Practice: An International Journal, 4(1), 15-21.
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
5	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	Gutiérrez, M. (2011). *Narrativa y estética digital: La imagen y el sonido en la era interactiva y virtual.* Recuperado de:

Universidad de Ciencias
y Artes de América Latina

		http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/160