sílabo

DISEÑO Y TECNOLOGÍA III: PROYECTOS DE DISEÑO Y TECNOLOGÍA

I. Datos Informativos

Código : 3104125
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 : Diego Armando Sotelo Flores.

II. Sumilla

Esta asignatura de formación profesional obligatoria, tiene como objetivo desarrollar un proyecto integral de dimensiones reales, capaz de albergar e integrar la mayoría de los conocimientos en diseño y tecnología que el alumno ha adquirido a lo largo de su carrera. Deberá ser capaz de generar impacto en la mejora de la calidad de vida de la sociedad, desde su generación en el mundo del diseño hasta su desarrollo digital. Busca involucrar al alumno dentro de un contexto de desenvolvimiento y aplicación de sus conocimientos en el diseño digital hacia una comunicación socialmente responsable.

El contenido a tratar está referido a: La concepción, desarrollo, producción, post producción, efectos especiales, generación de formatos, integración, ensamblaje y presentación de un proyecto interactivo que abarque diferentes áreas de la comunicación digital, tales como campañas publicitarias interactivas con dispositivos móviles (celulares, palms, pda), campañas en televisión digital, Campañas integrales implementadas con verificación de audiencias.

III. Competencias

- **General:**
  Genera propuestas de solución a problemas reales de su entorno inmediato, utilizando técnicas y metodologías creativas, 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
- Proyectos interactivos.

2ª Semana
- Proyectos interactivos y publicidad.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Herramientas de marketing digital parte 1.

4ª Semana
- Herramientas de marketing digital parte 2.

5ª Semana
- Herramientas de marketing digital parte 3.

6ª Semana - Evaluación Continua 2
- Marketing digital interactivo.

7ª Semana - Examen Parcial + Clase

8ª Semana
- Proyecto de campaña integral digital.

9ª Semana
- Revisión de avances.

10ª Semana
- Validación de proyecto final de campaña integral digital.

11ª Semana - Evaluación Continua 3
- Revisión de avances.

12ª Semana
- Presentación de propuesta de desarrollo de campaña integral digital.

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

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	006.7/N55	Nielsen, J.; Loranger, H. (2007). *Usabilidad: Prioridad en el diseño web*. Madrid: Ediciones Anaya.
2	005.7/S79	Steane, J. (2008). *Los Principios y Procesos de Diseño Interactivo*. USA: Bloomsbury.
3	741.6/A47	Allanwood, G.; Breare, P. (2014). *Diseño de experiencias de usuario*. Barcelona: Parramon.
4	EBSCO: ART SOURCE	Plumley, G. (2011). Website Design and Development : 100 Questions to Ask Before Building a Website. Vol. 1, pp 360. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM0NjU0Ml9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=10&format=EB&rid=2
5	EBSCO: ART SOURCE	Ambrose, G.; Harris, P. (2009). The Fundamentals of Graphic Design. Vol. 1, pp 192. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzI5NTcwN19fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=11&hid=115&format=EB
6	EBSCO: ART SOURCE	Ambrose, G.; Harris, P. (2011). Layout. Vol.2, pp 216. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM2NjU0Nl9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=12&hid=115&format=EB
7	Repositorio UCAL	Deza. L. (2008). Personalidad y Creatividad. Repositorio UCAL. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/ucal/165/LD1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fuentes complementarias

Raskin, J. (2001). *Diseño de sistemas interactivos*. Inglaterra: Pearson publications.

Tuppa, N. (2001). *Interactive design for new media and the Web*. Inglaterra: Focal press.

Garrand, T. (2006). *Writing for Multimedia and the Web: A Practical Guide to Content Development*

for Interactive Media. Inglaterra: Focal press.

Dastbaz, M. (2002). *Designand Development of Interactive Multimedia Systems*. EEUU: McGraw-Hill.