

PROYECTOS IX: DISEÑO Y COMUNICACIÓN

I. Datos Informativos

Código	: 3094107
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2019 – 1
Ciclo	: 9° ciclo
Categoría	: Formación Profesional
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Proyectos VIII: Imagen, Espacio y Tiempo
Docente	: Andres Salazar Barbagelata, Maria Cristina Zaconeta Lopez y Cesar Augusto Oshiro Gusukama

II. Sumilla

Este curso de formación profesional tiene como objetivo que el alumno integre los conocimientos adquiridos para lograr un proyecto real de comunicación integral.

El contenido a tratar esta referido a: Integrar todos los conocimientos aprendidos hasta ahora y empleados para lograr un proyecto de comunicación, cumpliendo con los procesos de diseño, en forma profesional. Integrar elementos gráficos y publicitarios para elaborar proyectos y campañas de diseño comunicacional y multimedial. Diversos tipos de campañas para diferentes mensajes en diversos medios: lanzamiento, mantenimiento entre otros. Trabajos de investigación y documentación de resolución individual y grupal, visionado y analisis critico. Fundamentos conceptuales, los lenguajes y las tecnologías digitales integrados en los ambitos de la creación, la comunicación interactiva y la produccion de contenidos. Se abordan varias etapas de conocimiento: una vision global e integrada de los sectores, medios y procesos de produccion de contenidos digitales, los diversos campos de aplicación, los procesos y metodos de produccion, las estrategias de marketing y difusion comunicacional. Un enfoque de detalle para conocer las tecnologías, los procedimientos de trabajo y las herramientas concretas de desarrollo, incluye manejo de software especializado.

III. Competencias

- **General:**
Analiza y comprende el uso de metodos de investigación y diseño para el proceso del diseño estrategico.
- **Específicas:**
 - Logra entender los distintos metodos de investigación del diseño para lograr determinar que información es relevante para los proyectos a desarrollar..
 - Prioriza las necesidades de las personas y de las empresas y/o instituciones a la hora de investigar.
 - Entiende la importancia del uso del proceso del diseño y los fundamentos del diseño para generar propuestas acordes a las necesidades las personas y de las empresas y/o instituciones.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Objetivo del curso. Definir la situación a resolver en base a las líneas de investigación. Pro.seso. 101 Design Methods. Sense intent.

2ª Semana

- Know context.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Presentación de hallazgos.

4ª Semana

- Know people.

5ª Semana

- Revisión de avances.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Presentación de hallazgos.

7ª Semana - Examen Parcial + Clase

- Sustento del análisis de la información recolectada y validación de la definición de la situación.

8ª Semana

- Fame insights.

9ª Semana

- Revisión de avances.

10ª Semana

- Revisión de avances.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Presentación de hallazgos.

12ª Semana

- Explore concepts.

13ª Semana

- Revisión de avances.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Presentación de hallazgos.

15ª Semana - Examen Final

16ª Semana – Evaluación con Jurado / Entrega de Notas

V. Metodología

- La metodología utilizada en el dictado del curso es teórico-práctica. En la teoría se verán temas relacionados con los conceptos aplicados en diferentes dimensiones.
- Visita a espacios de desarrollo de proyectos relacionados a la comunicación y el diseño.

- Autoaprendizaje interactivo.

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.
El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (20%)
- Evaluación Continua(40%)→ Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%=40%)
- Examen Final (40%) → Dos evaluaciones (Docente del curso 20% y Jurado 20%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VIII. Fuentes

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/K48	Kumar, V. (2013). <i>101 Métodos de diseño</i> . Canada: Wiley.
2	658.4063/G37	Granet, K. (2011). <i>The Business of design</i> . Nueva York: Princeton Architectural Press.
3	741.6/S81	Stickdorn, J. (2010). <i>This is service design Thinking</i> . Suiza: Bispublisher.
4	EBSCO: Art Source	Tobias, P., & Spiegel, D. S. (2010). Facilitating the Dialogue of User Experience through Design. <i>Design Principles & Practice: An International Journal</i> , 4(1), 15-21.
5	EBSCO: Art Source	Kenedi, A., Geismar, T. H., & Chermayeff, I. (2011). <i>Identify: Basic Principles of Identity Design in the Iconic Trademarks of Chermayeff & Geismar</i> . 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&bdat a=Jmxbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=418974&db=nlebk
6	EBSCO: Art Source	Noble, I., & Bestley, R. (2011). <i>Visual Research: An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design</i> . Lausanne: AVA Publishing.

		<p>Recuperado de:</p> <p>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</p>
7	Repositorio UCAL	<p>Mas, O (2014-03). Diseñando País. El Valor del Diseño. Recuperado de:</p> <p>http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/146</p>

Fuentes Complementarias

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

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

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

Hollis, R. (2006). *Swiss Graphic Design: The Origins of an international Style, 1920-1965*. EEUU: Yale University Press.

Linsdtrom, M. (2012). *Brand Sense: Sensory Secrets Behind the Stuff We Buy*. EEUU: Free Press.

Iglesia, R (2010). *Habilitar, Diseñar*. Argentina: Nobuko.

Zaragoza, R. (2014). *Designpedia: 80 Herramientas para construir tus ideas*. España: LID.