



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

ACADEMIA DE

DISEÑO

I	NOMBRE DE LA MATERIA	DISEÑO II			
	TIPO DE ASIGNATURA	CURSO-TALLER		CLAVE	PR105
II	CARRERA	LIC. EN DISEÑO PARA LA COMUNICACIÓN GRÁFICA			
	ÁREA DE FORMACIÓN	<----->			
III	PRERREQUISITOS	PRCO PR104			
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	200	TEORÍA	40	PRÁCTICA 160
V	VALOR EN CRÉDITOS	19			
FECHA DE CREACIÓN		01/02/2011	FECHA DE MODIFICACIÓN		15/02/2011
			FECHA DE EVALUACIÓN		28/02/2011

VI. OBJETIVO GENERAL

El Estudiante:

Conocerá los antecedentes históricos del cartel y comprenderá su importancia y aplicación en el diseño del cartel moderno.

Sabrá reconocer cuándo es pertinente el desarrollo de un cartel para solución de un problema de comunicación.

OBJETIVOS PARTICULARES:

Identificará y definirá al cartel como un objeto de comunicación único y original mencionando sus elementos y códigos particulares.

Seleccionará las técnicas de comunicación visual y la tipografía que le permitan una adecuada conceptualización y ordenación de los elementos del cartel.

Manejará los argumentos y las figuras retóricas aplicables al diseño de carteles.

Aplicará la metodología del diseño gráfico en el proceso de conceptualización y elaboración gráfica de carteles.

VII. CONTENIDO TEMÁTICO DESARROLLADO

Unidad I: Cartel

- ¿Qué es el cartel?
- Características del cartel
- Elementos del cartel
- Funciones del cartel: Comunicativa, estética, artísticas, educativa, motivadora
- Tipos de cartel
- Por elementos que lo componen
- ? Tipográfico.? como elemento icónico y como texto
- ? Icónico.? ilustración, fotografía, caricatura, otras (collage, suaje, etc.)
- ? Por tipo de producto: comercial, político, cultural y social.
- Formatos, materiales, procesos

Unidad II: De la quirografía a la caligrafía.

- ¿Qué es la quirografía?
- ¿Qué es la caligrafía?
- Constitución de la letra

?Proporciones

?Instrumentos de trazo

- Jerarquía de la tipografía en el cartel

Unidad III: Historia del cartel.

- El nacimiento del cartel moderno en el mundo en el siglo XIX Y XX: cartel en las guerras mundiales, revolución rusa, guerra civil española
- Origen del cartel en México en el siglo XIX y XX.? la época de oro del cine nacional, bienal del cartel
- El cartel hoy.? (investigación de campo).? los híbridos del cartel, las nuevas tecnologías y el cartel, hacia donde va el cartel, una visión sustentable, responsabilidad social del diseñador.

Unidad III: Elementos de composición.

- Armonización de elementos (jerarquización)
- La retícula en el cartel
- ?Función e importancia
- ?Tipos de retícula
- ?Conceptualización y distribución del espacio.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

• Técnicas visuales.? Con elementos fundamentales del diseño: tamaño del texto, (lectura a cierta distancia), el tamaño de la ilustración, la posición del texto, la ilustración en la pagina, empleo del espacio en blanco en la pagina, empleo de los colores (para lograr efectos e indicar la organización),

• Los colores (¿se anulan entre si? ¿La combinación hace difícil ver el texto?),

• La forma del cartel (el impacto visual de un cartel rectángulo horizontal),

• La imagen (ejercicios para evaluar), niveles de abstracción, lo lineal y lo pictórico, la fotografía, la caricatura e ilustración

Unidad IV: Metodología, estrategias de comunicación y construcción del mensaje.

• El proceso del diseño

• El Brief

• Producción de mensajes

• Retórica.? la retórica como estrategia, retórica y diseño, persuasión. Esquema de Toulmin.

• Figuras básicas de retórica: Sinécdoque, metáfora, metonimia

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA?APRENDIZAJE

La modalidad del curso es presencial, ya que al ser este un taller es necesario la asistencia y el trabajo diario en el aula.

El estudiante deberá pensarse como investigador para justificar todos sus proyectos. Deberá conseguir nuevas perspectivas de acuerdo al tema mediante el dialogo, el autoanálisis y la crítica constructiva dentro del grupo.

IX. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Barnicoat, J. (2000), Los carteles su historia y su lenguaje, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, (5ª. Edición).

Esqueda, R. (2003). El juego del diseño, Ed. Designio, México, D. F. (2ª. Edición).

Gutiérrez Martínez, Luis Daniel. Voces del diseño: desde la vision de Aristóteles. México : Encuadre, Universidad Iberoamericana León, 2008.

Elam, Kimberly (2006).Sistemas reticulares principios para organizar la tipografía, Barcelona, Ed. Gustavo Gili

Tapia, Alejandro (2004) El diseño gráfico en el entorno social. México, D.F., Ed. Designio.

*Frascara, J. (2006). El Diseño de Comunicación, Ed. Infinito, Buenos Aires.

*Alcocer Garmendia, J.A. (1991), Qué es el Mundo del Cartel, Ed. Granada, Madrid.

*Frascara, J., (2000). Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masas y cambio social. Ediciones Infinito, Buenos Aires.

*Libros faltantes en biblioteca

X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR

1.?Tendrá la habilidad de presentar sus proyectos con calidad, limpieza, puntualidad.

Contará con la destreza de proyectar con profesionalismo sus ideas.

2.?Mantendrá una actitud de respeto, tolerancia y compañerismo para desarrollar las actividades a realizar en el grupo.

3.?Desarrollará valores éticos mediante el trabajo en equipo, integrando la evaluación, autoevaluación y co?evaluación de su trabajo objetivamente.

4.?Mantendrá una actitud y formación como futuro profesionista, basado en la integridad cultural, social, entendiendo su labor como una actividad humanista.

APTITUDES:

Capacidad de solucionar problemas de comunicación visual

Aptitud de reflexión crítica

Desarrollo de la competitividad

HABILIDADES: Desarrollo del pensamiento creativo

Destreza técnica

Desarrollo de método de investigación

Desarrollo de procesos de conceptualización

Desarrollo del lenguaje oral y gráfico

VALORES: puntualidad

Respeto

Limpieza

Orden

XI. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Con lo aprendido en el curso, el alumno podrá participar en proyectos de campaña

publicitaria, de mercadotecnia, institucionales. El alumno tendrá la capacidad de identificar,



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

cuándo un producto gráfico como el cartel puede resolver un problema de comunicación.

Contará con bases teóricas que le permitirán sustentar sus propuestas gráficas.

El estudiante en su desarrollo profesional, será analítico, crítico, objetivo, reflexivo, responsable, creativo, propositivo, buen escucha e investigador.

Actuar ética y responsablemente en su desempeño profesional a partir de un conjunto de valores y la conciencia de que sus actividades y decisiones tienen consecuencias en razón de la importancia de los asuntos que le son encomendados y las repercusiones de sus acciones y omisiones.

XII. EVALUACIÓN

1) ASPECTOS A EVALUAR

CALIFICACIÓN

Proyectos.

Lecturas.

Investigación.

Actividades Extracurriculares.

Ejercicio en Clase.

1) MEDIOS DE EVALUACIÓN

Técnica expositiva.

Investigaciones.

Discusión en grupo.

Exposición Oral.

Equipos de trabajo.

Reporte de Lectura.

Problemas.

Portafolio.

Bitácora.

2) MOMENTOS DE EVALUACIÓN

Los momentos de evaluación serán continuos, mediante ejercicios y proyectos desarrollados durante el curso que se sumarán por porcentaje a la calificación final de este. Cada unidad integra nuevos conceptos, herramientas y uso de la técnica, que el alumno demostrará en la realización de tarea asignada. En la última unidad, el estudiante deberá demostrar su aprovechamiento en la solución de problemas de comunicación a través de un medio: el cartel.

3) PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS

CALIFICACIÓN

45% Proyectos.

15% Tareas (lecturas, investigación)

10% Actividades Extracurriculares.

30% Ejercicio en Clase.

*EVALUACIÓN (Por proyecto).

20% Limpieza

30% Composición

30% Concepto

20% Entrega

NOTA: A partir de la hora de entrega acordada se evaluará sobre 100 durante los primeros 20 minutos y sobre 80 en los siguientes 40 minutos. Para poder presentar el proyecto deberán cuidar tiempos y formas establecidos previamente.

XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA

Código: 2607786

Lic.D.C.G. Iris Deneth Ayala Sedano

ideitas@gmail.com

XV. PROFESORES PARTICIPANTES

Marela De Niz Villaseñor

Lic.D.C.G. Iris Deneth Ayala Sedano

CREACIÓN DEL CURSO:

MODIFICACIÓN DEL CURSO: 25 de julio de 2011

EVALUACIÓN DEL CURSO: 27 de julio de 2011

DR. ARQ. JOSÉ ALFONSO BAÑOS FRANCIA

PRESIDENTE DE ACADEMIA DE DISEÑO



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

DRA. GABRIELA SCARTASCINI SPADARO
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ARTES,
EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

DR. CARLOS GAUNA RUIZ DE LEÓN
DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS
SOCIALES Y ECONÓMICOS