



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 IV					
	TIPO DE ASIGNATURA		CURSO-TALLER		CLAVE	PR107		
II	CARRERA		LIC. EN DISEÑO PARA LA COMUNICACIÓN GRÁFICA					
	ÁREA DE FORMACIÓN		BÁSICA OBLIGATORIA					
III	PRERREQUISITOS		PRCO PR106					
IV	CARGA GLOBAL TOTAL		200	TEORÍA	40	PRÁCTICA	160	
V	VALOR EN CRÉDITOS		16					
FECHA DE CREACIÓN		19/05/2001	FECHA DE MODIFICACIÓN		18/01/2011	FECHA DE EVALUACIÓN		31/12/1969

VI. OBJETIVO GENERAL

El alumno conocerá, comprenderá y desarrollará proyectos sobre diseño editorial y entenderá la importancia de la tipografía en la comprensión y proyección del diseño.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- El alumno conocerá nociones de caligrafía y comprenderá su evolución hacia la tipografía
- El alumno comprenderá la doble dimensión de la tipografía: formal y figurativa.
- El alumno conocerá los principales productos que se desarrollan en el diseño editorial, comprenderá su complejidad y desarrollará proyectos relacionados.

VII. CONTENIDO TEMÁTICO DESARROLLADO

Unidad I

"Nociones de Caligrafía"

Caligrafía, quirografía

Instrumentos y materiales para caligrafía

Recorrido histórico en la caligrafía

Caligrafía humanista y Gótica como ejemplo de aplicación

Unidad II

"De la Caligrafía a la Tipografía"

Estructura básica de la tipografía

Lindes tipográficos

De Guttemberg al bit, recorrido histórico.

Doble dimensión de la tipografía: Lingüística y expresiva

Unidad III

"La industria Editorial"



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

La litografía y la Industrialización

La tecnología a nuestro servicio

El proceso editorial: en busca de certeza

Unidad IV

“El objeto impreso como objeto de diseño”

Libros, colecciones, Enciclopedias.

Diversos productos editoriales

La retícula

Unidad V

“Composición editorial”

La retícula

Alineación y espaciado

La medición tipográfica

Las anchuras y variables que las afectan

Espaciado óptico

Unidad VI

“Elección tipográfica”

Clasificación sincrónica de las letras

Clasificación de las letras

Las series de un tipo

Unidad VII

“Método aditivo en Editorial”

Elección tipográfica y material

Espaciado

La línea

El párrafo

Cantidad de caracteres

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Presencial, colaborativo con apoyo en las TIC's.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

IX. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Fernandez del Castillo, Gerardo., Entre el diseño y la edición. Tradición Cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial, Edit. UAM, Xochimilco, 2009, México.

De Buen, Jorge, Manual de Diseño Editorial, Edit. Santillana, 2003, México.

Bringhursts, Robert, Los elementos del estilo tipográfico, Edit. Fondo de Cultura Económica, 2008, México.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

www.forolfa.org

www.unostiposduros.com

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

Aptitud:

El alumno debe ser competitivo, propositivo, crítico y autocrítico, con disponibilidad para desarrollarse en la clase y llevar a cabo las tareas asignadas en tiempo y forma.

Actitud:

Positivo respecto al curso en todos sus aspectos, desarrollo de actividades, pensamiento reflexivo y de actitud colaborativa respecto al resto del grupo y situado en el contexto de su realidad.

Valores:

Fomentar una clara ética profesional ante sus compañeros y la sociedad. Respeto de su profesión y un entendimiento preciso de su labor en futuros proyectos de diseño.

Conocimiento:

Sobre tipografía, caligrafía, y procesos de diseño editorial

Capacidades:

El alumno tendrá la capacidad para observar, analizar, criticar y hacer propuestas editoriales en temas diversos que atañan a su profesión de manera directa o indirectamente.

Habilidades:

Realizar proyectos editoriales viables, argumentados y sólidos que cubran necesidades específicas de sus usuarios.

XI. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Toda la industria editorial requiere de profesionales capaces y eficientes que cubran sus necesidades técnicas, pero que además contemplen su proceso de acuerdo al contexto donde se realicen, para que sean lo más eficientes posibles.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

XII. EVALUACIÓN

1. ASPECTOS A EVALUAR Y % DE C/UDE LOS CRITERIOS

Ejercicios en clase: 10%

Reportes por escrito: 15%

Proyectos: 50%

Exposición: 10%

Proyecto y presentación: 15%

1. MEDIOS DE EVALUACIÓN

- Participación activa en clase, investigando, leyendo y dialogando entre los alumnos y el profesor como moderador.
- Prácticas donde el alumno comprenda los procesos vistos en la teoría en clase.
- Investigaciones donde el alumno tenga de exponer el tema ante la clase.
- Diversos Proyectos donde se desarrollen las habilidades expresadas.
- Proyecto final, donde desarrolle todas las habilidades adquiridas en el curso.

1. MOMENTOS DE EVALUACIÓN

Evaluación continua durante todo el curso.

XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA

Mtra. Marcela de Niz Villaseñor

XV. PROFESORES PARTICIPANTES

CREACIÓN DEL CURSO: Mtra. Marcela de Niz Villaseñor

MODIFICACIÓN DEL CURSO: Mtra. Marcela de Niz Villaseñor

EVALUACIÓN DEL CURSO:

PRESIDENTE DE ACADEMIA DE DISEÑO

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



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

DR. CARLOS GAUNA RUIZ DE LEÓN

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS

SOCIALES Y ECONÓMICOS