



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	SEMIOTICA DE LA IMAGEN				
	TIPO DE ASIGNATURA		CLAVE	TH131		
II	CARRERA					
	ÁREA DE FORMACIÓN					
III	PRERREQUISITOS					
IV	CARGA GLOBAL TOTAL		TEORÍA	PRÁCTICA		
V	VALOR EN CRÉDITOS	5				
FECHA DE CREACIÓN		01/02/2011	FECHA DE MODIFICACIÓN	15/02/2011	FECHA DE EVALUACIÓN	28/02/2011

15. Presentación

El presente curso aborda los elementos fundamentales en el aspecto de la semiótica en relación a su aplicación práctica y formativa en el área del diseño gráfico.

16. Perfil formativo del estudiante

El alumno comprenderá la importancia del manejo adecuado de los códigos visuales a partir de los postulados de los teóricos más destacados en la rama del estudio de la semiótica.

17. Objetivos



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

El alumno podrá aplicar la semiótica dentro de los ámbitos fundamentales del diseño gráfico, considerando los siguientes objetivos:

1. Se conocerán los antecedentes que preceden a la semiótica, desde su historia, su evolución y estado actual como rama del saber.
2. Se presentarán todas las ramas del saber que conforman y a su vez crean el campo de estudio de la semiótica.
3. Se distinguirá a la semiótica de la semiología, así como la interrogante sobre si se le considera una ciencia o filosofía.
4. Se brindarán las primeras teorías que sirvieron de base para la creación de la escuela de semiótica.
5. Se conocerán los postulados teóricos que posteriormete se podrán aplicar de manera práctica en la rama del diseño gráfico.
6. Se realizarán análisis de distintos medios (visuales) para posteriormente, de lo aprendido, se pueda aplicar en los ejercicios que solicitarán a lo largo del curso.

18. Contenidos Temáticos

Contenido Temático Sintético

SEMIÓTICA DE LA IMAGEN

I. ANTECEDENTES

- 1.1 Definición e historia de la semiótica
- 1.2 Semiótica y semiología
- 1.3 Objetivo de la semiótica
- 1.4 Semiótica y semántica



1.5 Semiótica y pragmática

II. PENSADORES DE LA SEMIÓTICA

1.6 Ferdinand de Saussure

1.7 Charles Sanders Pierce

1.8 Louis Hjemselev

1.9 Algirdas Julien Greimas

1.10 Roland Barthes

III. SEMIÓTICA DE LA IMAGEN

1.11 Aplicación de la semiótica en la composición de la imagen

1.12 Interpretación de los signos y códigos visuales

1.13 Implementación de los modelos semióticos en el manejo de la imagen

1.14 Ejercicios de semiótica de la imagen **

** Análisis de medios impresos aplicando la metodología propuesta

** Análisis de medios audiovisuales aplicando la metodología propuesta

** Creación de mensajes impresos y audiovisuales a partir del conocimiento de la semiótica de la imagen.

Contenido Temático Desarrollado

PRIMERA UNIDAD

ANTECEDENTES

Conocimiento de elementos primordiales y fundamentales de la semiótica y su evolución.

OBJETIVO: Que el alumno conozca las definiciones y el origen del término semiótica y comience a ahondar en su aplicación.

EJERCICIOS Y ACTIVIDADES: exposición del profesor, participación de los alumnos, investigación bibliográfica



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

de forma individual por parte de los alumnos.

METODOLOGIA: EL profesor coordinara y supervisara el trabajo del grupo, dará las explicaciones necesarias para garantizar el cumplimiento de las actividades. La investigación del alumno puede ser realizada vía Internet.

EJERCICIOS PRÁCTICOS: Investigación bibliográfica o a través de internet

SEGUNDA UNIDAD

PENSADORES DE LA SEMIÓTICA

OBJETIVO: Conocer los postulados de los primeros autores o teóricos de la rama del estudio de los códigos visuales, conocer su influencia y aplicación actual en diferentes ramas del saber.

EJERCICIOS Y ACTIVIDADES: Exposición por parte del profesor y participación de los alumnos realizando exposiciones y entrega de trabajos.

METODOLOGIA: La exposición hacia el alumno debe de brindar las nociones necesarias para la comprensión de los conceptos manejados, la forma de brindar dicha información será a través de ejemplos mostrados en pantalla en el caso de spots televisivos, así como fragmentos de películas, de igual forma carteles , revistas y otros medios visuales que ejemplifiquen lo visto en dicha unidad.

EJERCICIOS PRÁCTICOS: Análisis de medios impresos llevando a cabo exposiciones por parte del alumnado y presentaciones de trabajos escritos a manera de reportes sobre los resultados obtenidos.

TERCERA UNIDAD

SEMIÓTICA DE LA IMAGEN

OBJETIVO: Aplicación de la semiótica como herramienta en el desarrollo y presentación de aspectos del diseño de la comunicación gráfica.

EJERCICIOS Y ACTIVIDADES: Explicación del profesor, participación de los alumnos con entrega de sus asignaciones.

METODOLOGIA: El profesor les brindará toda la información y aspectos teóricos en clases, para que fuera de ellas pongan en práctica dichos conceptos.

EJERCICIOS PRÁCTICOS: Análisis de medios impresos y audiovisuales que servirán de pauta para la realización de los ejercicios prácticos que consiste en la elaboración de carteles empleando los elementos vistos en clase tales como el lenguaje denotativo y el connotativo. De igual forma se realizarán spots televisivos (comerciales) en los que se utilizará la semiótica como elemento principal para su realización.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

19. Bibliografía

GREIMAS, A.J.

Del Sentido II Ensayos Semióticos

Versión española de Esther Diamante

Ed. Gredos

GREIMAS, A.J.

La semiótica del texto ejercicios prácticos

Ed. Paidós

BARTHES, Roland

Mitologías

Ed. Siglo XXI

GÓMEZ Robledo, Xavier

Los caminos de la semiótica

ITESO

20. Aplicación profesional



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

El alumno podrá aplicar los conocimientos adquiridos en este curso en la rama de la publicidad tanto impresa como audiovisual; narrativa visual (cinematografía y televisión).

21. Profesores que imparten la asignatura

<http://www.ias.siiiau.udg.mx/pls/consulta/>

22. Perfil del profesor

El profesor de la materia deberá ser un profesional con formación en Comunicación, Multimedia, Diseño Gráfico, Publicidad, fotografía y/o Video.

23. Proceso de Enseñanza-aprendizaje

Métodos de Enseñanza-aprendizaje:

El curso se llevará como Taller, con aspectos teóricos al momento de que se estén elaborando las prácticas. Las clases serán presenciales y trabajos de campo al momento de la toma fotográfica.

El profesor, coordinará y supervisará el trabajo del grupo, para garantizar el cumplimiento de las actividades, procurando que el alumno forme sus conocimientos y los lleve a la práctica.

El alumno, desempeñará un papel activo, mediante la elaboración de los ejercicios asignados en clases, así como los que sean fuera de las mismas.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

Técnicas de aprendizaje:

- Investigación bibliográfica y/o a través de Internet
- Ejercicios prácticos elaborados a manera de taller dentro y fuera de clases
- Revisión de trabajos por equipos de cada una de las tareas asignadas.**ctividades de aprendiza**
- Exposición de los aspectos investigados en las fuentes que se les otorguen a los alumnos.
- Revisión de material bibliográfico o el empleo de la Internet como fuente principal de información.

24. Actividades extracurriculares

Debido a que el curso es un taller, los alumnos deberán de realizar o en algunos casos complementar sus asignaturas fuera del aula y fuera del tiempo asignado para la clase.

25. Formulación, aprobación y validación

Será realizada por la Academia y el Colegio Departamental correspondiente.

26. Evaluación del Aprendizaje

La evaluación se llevará a cabo con base en la entrega de trabajos que realizarán los alumnos, de manera grupal. Estos consistirán en investigaciones bibliográficas o a través de la internet, así como la entrega de reportes escritos, exposiciones y realización de carteles, spots comerciales y otros ejercicios de medios visuales.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

DEPARTAMENTO ARTES, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

27. Evaluación curricular

28. Mapa curricular

www.siiiau.udg.mx

29. Participantes y fecha en la elaboración del programa

Participantes

Fechas de elaboración del Programa

LIC. ALEJANDRO AMILCAR LÓPEZ VELASCO

27 de febrero, 2007