DISEÑO GRÁFICO

**SYLLABUS DEL CURSO**

TEORIA DE LA CALIDAD

1. **CÓDIGO Y NÚMERO DE CRÉDITOS.**

**CÓDIGO:** DGR901

**NÚMERO DE CRÉDITOS:** 3

1. **DESCRIPCIÓN DEL CURSO.**

Esta asignatura teórico-práctica brindará los conocimientos necesarios para elaborar los trabajos de diseño gráfico en base a una estrategia de diferenciación de calidad que sustente el mensaje junto a la propuesta visual, de acuerdo a un mercado objetivo.

Ubicará al estudiante en una realidad conceptual sobre la calidad y la competitividad en el mundo actual, donde la Calidad Total en productos, procesos y negocios juega un rol fundamental y los hacen distinguir de la competencia, impartiéndose temáticas como los estándares internacionales de Calidad: Normas ISO, técnicas como la reingeniería y el trabajo en equipo, y metodologías para la solución de problemas.

Los contenidos teóricos son desarrollados básicamente a través de conferencias impartidas y el estudio de casos, trabajos prácticos y muestra de muchas técnicas para el desarrollo de clases prácticas, y se vale de la creatividad del estudiante para proponer nuevas y mejores ideas en las soluciones de comunicación visuales.

1. **PRERREQUISITOS Y CORREQUISITOS.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pre-requisito:** | Ninguno |
| **Co-requisito:** | Ninguno  |

1. **TEXTO Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDAS PARA EL DICTADO DEL CURSO.**

**Texto guía**

* Gutiérrez Pulido, Humberto. (2010). *Calidad Total y Productividad***.** (3ª Ed.) México: McGraw Hill.

 **Textos de referencia**

* Feigenbaun, Armand. V. (1994). *Control Total de la Calidad*. (3ª Ed.)
* Soriano, Claudio L. (s.f). *Calidad Total.* Recursos de Gestión para Pymes.
* Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2008). *Fundamentos del Marketing.* (8ª Ed.) México: Pearson Educación.
* Ambrose, Gavin, Harris, Paul. (2009). *Fundamentos del Diseño Gráfico*. España: Parramon.

 **Lecturas complementarias:**

|  |  |
| --- | --- |
| Sesión | Lectura previa |
| 4 | Corporación Ecuatoriana de Calidad Total. Empresas certificadas de Calidad. [www.calidadtotal.org](http://www.calidadtotal.org)  |
| 6 | Investigación de Xerox y el Benchmarking. www.slideshare.net ‎ |
| 12 | Claudio L. Soriano, **Calidad Total.** Recursos de Gestión para Pymes. Capítulo III. ¨Instrumentos y herramientas para calidad.¨ |
| 14 | Stephen Covey. ¨Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva.¨ www.slideshare.net |

1. **RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DEL CURSO.**
2. Aplicar los principios, fundamentos y técnicas de calidad en el desarrollo de proyectos gráficos.

(Nivel taxonómico: Aplicación)

1. Describir los estándares internacionales de Calidad actuales. (Nivel taxonómico: Comprensión)
2. **TÓPICOS O TEMAS CUBIERTOS.**

|  |  |
| --- | --- |
| **PRIMER PARCIAL** | **HORAS** |
| Unidad 01. Fundamentos básicos de Calidad Total.  | 9 |
| Unidad 02. Sistemas de Gestión de la Calidad: ISO-9000, 9001. | 6 |
| Unidad 03. [Técnicas de los Sistemas de Gestión de la Calidad](http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml#tec).  | 9 |
| **TOTAL** | **24** |

|  |  |
| --- | --- |
| **SEGUNDO PARCIAL** | **HORAS** |
| Unidad 04. Metodologías para la resolución de problemas.  | 9 |
| Unidad 05. Conocer el consumidor, usuario o cliente. | 6 |
| Unidad 06. Hábitos de efectividad personal. | 9 |
| **TOTAL** | **24** |

1. **HORARIO DE CLASE/LABORATORIO.**

La acción docente estará orientada principalmente a brindar a los alumnos formación teórica, práctica y

en valores aplicada a su vida, su comunidad y a los estándares internacionales. Se impartirán tres horas

semanales en una sesión, doce horas en el mes, para un total de 48 horas en el semestre, con cortes parciales de 24 horas.

1. **CONTRIBUCIÓN DEL CURSO EN LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL.**

|  |
| --- |
| El alumno será capaz de aplicar todos los principios, conocimientos y técnicas de la Calidad que lo ayuden para la creación de un producto/proyecto publicitario diferente en el mercado, como soporte para la creación de soluciones innovadoras y creativas a los problemas de comunicación visual de nuestros clientes.  |

1. **RELACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DEL CURSO CON LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DE LA CARRERA.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **RESULTADOS DE APRENDIZAJE** |  **CONTRIBUCIÓN (ALTA,MEDIA,BAJA)** |  **RESULTADOS DE** **APRENDIZAJE** **DEL CURSO** | **EL ESTUDIANTE DEBE:** |
| 1. Aplicar conocimientos de comunicación visual acordes a las competencias profesionales de la carrera.
 |  **BAJA** |  |  |
| 1. Analizar problemas de comunicación visual para plantear soluciones eficientes de diseño gráfico.
 |  **BAJA** |  |  |
| 1. Diseñar proyectos y/o productos creativos e innovadores de comunicación visual con criterios profesionales.
 |  **MEDIA** |  |  |
| 1. Tener la habilidad para trabajar como parte de un equipo multidisciplinario.
 |  **MEDIA** |  |  |
| 1. Comprender la responsabilidad ética y profesional.
 |  **ALTA** |  2 | Aplicar los fundamentos y técnicas de Calidad en el diseño de un producto.  |
| 1. Tener la habilidad para comunicarse efectivamente de forma oral y escrita en español.
 |   |  |  |
| 1. Tener la habilidad para comunicarse en inglés.
 |  |  |  |
| 1. Tener una educación amplia para comprender el impacto de las soluciones de su carrera profesional en el contexto global, económico, ambiental y social.
 |  **ALTA** |  1 | Apropiarse de una filosofía y cultura de la Calidad, para todos los ámbitos donde se desarrolle su labor creativa.  |
| 1. Reconocer la necesidad de continuar aprendiendo a lo largo de la vida y tener la capacidad y actitud para hacerlo.
 |  **MEDIA** |  |  |
| 1. Conocer temas contemporáneos.
 |  **BAJA** |  |  |
| 1. Tener la capacidad para liderar y emprender.
 |  **MEDIA** |  |  |

1. **ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.**

El curso se divide en un componente teórico y práctico de 48 horas de duración, durante el cual los estudiantes realizan ejercicios en clase sobre los elementos que conforman la Calidad. Se presentan medios que ilustren los contenidos impartidos y ejemplos de casos que muestran los procesos para la investigación, conceptualización y desarrollo de los mismos. Así mismo se introducen principios, métodos y normas que le permitirán desarrollar productos/proyectos publicitarios.

Como estrategia se tiene planificada para este curso:

Conferencia orientadora

Lecturas previas

Actividad Individual y grupal

 Seminarios

 Talleres

Trabajos Investigativos

Estudio de casos

Lluvia de ideas

Experiencia vivencial

1. **EVALUACIÓN DEL CURSO.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | **Primer Parcial** | **Segundo Parcial** | **Recuperación** |
| **Trabajos Individuales (40%)** |  |  |  |
| Participación en clases y deberes | 20% | 20% |  |
| Estudios de casos, trabajos prácticos en clase, seminarios  | 20% | 20% |  |
| **Trabajo de Investigación (20%)** |  |  |  |
| Investigación bibliográfica y en la comunidad | 10% | 10% |  |
| **Examen escrito (40%)** |  |  |  |
| Exámenes parciales  | 40% | 40% | 100% |
| **TOTAL** | **100%** | **100%** | **100%** |

1. **VISADO.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PROFESOR** | **DIRECTORA****DE LA CARRERA**  | **DIRECCIÓN GENERAL****ACADÉMICA** |
| Ing. Javier Limonta Más | Ing. Mariela Coral López | d Dra. Lyla Alarcón de Andino |
| Fecha: 12 de septiembre 2014 | Fecha:  | Fecha:  |