DISEÑO GRÁFICO

**SYLLABUS DEL CURSO**

CAMPAÑA II

1. **CÓDIGO Y NÚMERO DE CRÉDITOS**

**CÓDIGO:** DGR 904

**NÚMERO DE CRÉDITOS:** 4

1. **DESCRIPCIÓN DEL CURSO**

|  |
| --- |
| Materia que se encarga dela creación de campañas de comunicación, de la determinación de la estrategia de comunicación, así como del diseño del identificador y el diseño y selección de los soportes y medios de comunicación que intervendrán; a partir de una previa investigación. Los contenidos serán introducidos básicamente a través de estudios de casos reales y prácticas de taller para el desarrollo de proyectos de campañas. Cuenta con un componente importante de investigación por parte de los estudiantes y el procesamiento de la misma para poder tomar las decisiones más pertinentes. |

1. **PRERREQUISITOS Y CORREQUISITOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pre-requisito:** | Campaña I DGR806 |
| **Co-requisito:** | Ninguno |

1. **TEXTOS Y OTRAS REFERENCIAS REQUERIDASPARA EL DICTADO DEL CURSO**

**Texto guía:**

Chávez, Norberto. (2008). *La imagen corporativa*. *Teoría y práctica de la identificación institucional*. España. Gustavo Gili.

**Textos de referencia:**

Heller, Eva*.* (2009*) Psicología del color*. España: Gustavo Gili.

Santesmases, Miguel. (2012) *Marketing*. *Conceptos y estrategias.* Madrid, España: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.)

**Lecturas complementarias:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Lección** | **Lecturas previas** |
| 1-62 | Ambrose, G.; Harris, P. (2008). *Imagen.* España: Parramon. |
| Baldwin, J.; Lucienne, R. (2007). *Comunicación Visual de la teoría a la práctica.* España: Parramon. |
| Braham, B. (1994). *Manual del diseñador gráfico.* España: Celeste. |
| Càmara, S. (2008). *El dibujo publicitario.* España: Parramon. |
| Dabner, D. (2008). *Diseño maquetación y composición.* España: Blume. |
| Gordon, B. (2009). *1000 fuentes tipográficas.* G.G. España. |
| Gutierrez, P. (2006). *Teoría y práctica de la publicidad impresa.*España: Compgrafic. |
| Moya, R. (2006). *Diseño Gráfico Latinoamericano.* España: Trama. |
| Samara, T. (2008). *Tipografía para diseñadores.* España: Blume. |

1. **RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO**
2. Desarrollar estrategias a partir del análisis y procesamiento de la información obtenida en la etapa investigativa para lograr la efectividad de los mensajes de la campaña en sus públicos objetivos. (Nivel taxonómico: Síntesis).
3. Crear cada uno de los medios de comunicación o piezas gráficas, a partir de las estrategias planteadas en la etapa de conceptualización para dar cumplimiento al objetivo de comunicación de la campaña.(Nivel taxonómico: Síntesis).
4. **TÓPICOS O TEMAS CUBIERTOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **PRIMER PARCIAL** | **HORAS** |
| Unidad 01.Conceptualización de una campaña | 32 |
| **TOTAL** | **32** |

|  |  |
| --- | --- |
| **SEGUNDO PARCIAL** | **HORAS** |
| Unidad 02. Desarrollo de una campaña | 32 |
| **TOTAL** | **32** |

**7. HORARIO DE CLASE/LABORATORIO**

Se trabajan cuatro horas semanales, en dos sesiones de clase.

**8. CONTRIBUCIÓN DEL CURSO EN LA FORMACIÓN DELPROFESIONAL**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Esta materia de carácter teórico-práctica está orientada a proveer a los alumnos de conocimientos para que éstos puedan responder con rigor conceptual, creatividad e innovación en la solución de problemas referentes al diseño de campañas, a partir del análisis de factores funcionales y de comunicación que influyen en su diseño, desarrollando habilidades en los procesos de conceptualización y desarrollo de una campaña, es decir, de la elaboración de las estrategias, creación de los mensajes y diseño de cada uno de los medios de comunicación que formaran parte de la campaña, garantizando la correcta efectividad en sus públicos objetivos y el cumplimiento del objetivo de comunicación.Sustenta el valor de lo teórico en el conocimiento de los aspectos que deberán tomar en cuenta y desarrollar para elaborar el concepto de una campaña y diseñar las piezas de comunicación.  |

 |

**9. 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.
 | **MEDIA** |  |  |
| 1. Analizar problemas de comunicación visual para plantear soluciones eficientes de diseño gráfico.
 | **MEDIA** |  |  |
| 1. Diseñar proyectos y/o productos creativos e innovadores de comunicación visual con criterios profesionales.
 | **ALTA** | 1,2 | Conceptualizar y desarrollar una campaña de bien público, a partir de la identificaciónde una problemática social en la Ciudad de Portoviejo. |
| 1. Tener la habilidad para trabajar como parte de un equipo multidisciplinario.
 | **MEDIA** |  |  |
| 1. Comprender la responsabilidad ética y profesional.
 | **MEDIA** |  |  |
| 1. Tener la habilidad para comunicarse efectivamente de forma oral y escrita en español.
 | **MEDIA** |  |  |
| 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.
 | **MEDIA** |  |  |
| 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.
 | **BAJA** |  |  |

**10. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Para alcanzar los objetivos expuestos, la metodología que se propone es de carácter inductivo, mediante la cual, cada uno de los aspectos derivados de los temas a desarrollar, comenzarán siendo ejemplificados, luego desarrollados en el taller por el equipo; de forma autónoma, y bajo la guía y supervisión del docente. Por último serán expuestos y debatidos, con el fin de que los alumnos alcancen las conclusiones que se pretenden abordar de manera dinámica y efectiva.

**11. EVALUACIÓN DEL CURSO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | **Primer Parcial** | **Segundo Parcial** | **Recuperación** |
| **Trabajos Individuales (40%)** |   |   |   |
| Deberes | 20% | 20% |  |
| Trabajos prácticos en clase | 20% | 20% |  |
| **Trabajo de Investigación (20%)** |  |  |  |
| Investigación Bibliográfica y en la Comunidad | 10% | 10% |  |
| Estudio de homólogos y referentes | 10% | 10% |  |
| **Examen escrito (40%)** |  |  |  |
| Examen escrito | 40% | 40% |  |
| **TOTAL** | 100% | 100% | 100% |

**12. VISADO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PROFESOR**  | **COORDINADOR****DE LA CARRERA** | **DIRECCIÓN GENERAL****ACADÉMICA** |
| Dis. Odalys Beceiro | Ing. Mariela Coral López | d Dra. Lyla Alarcón de Andino |
| Fecha: 12 de septiembre 2014 | Fecha: 12 de septiembre 2014 | Fecha: 12 de septiembre 2014 |