DISEÑO GRÁFICO

**SYLLABUS DEL CURSO**

REDACCIÓN

1. **CÓDIGO Y NÚMERO DE CRÉDITOS**

**CÓDIGO:** DGR502

**NÚMERO DE CRÉDITOS:** 3

1. **DESCRIPCIÓN DEL CURSO**

Esta asignatura tiene un carácter teórico-práctico, y tiene como finalidad lograr una mayor comprensión de parte de los estudiantes de las técnicas de redacción, fundamentalmente la redacción publicitaria que ayudará a conceptualizar y dirigir el mensaje de acuerdo al público objetivo y poder aplicarlo de acuerdo al contexto en el que se genera. Para la carrera de Diseño Gráfico es fundamental el buen manejo del recurso idiomático y del marco publicitario, así como la complementación de estas dos herramientas.

1. **PREREQUISITOS Y CORREQUISITOS**

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

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

**Texto Guía:**

* Guerrero Jiménez, Galo*.* (2010). *Expresión Oral y Escrita.* Ecuador: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.

**Textos de referencia:**

* Diez Lozada, Fernando.(2004)*. Lenguaje y periodismo. Ediciones Trillas.*
* William Wells, Sandra Moriarty, John Burnett. (2007). Publicidad, Principios y prácticas. (7ª Ed.) México: Pearson education.

**Lecturas complementarias**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sesión** | **Lectura previa** |
| 5 | Redacción publicitaria. <http://pixel-creativo.blogspot.com/2013/12/redaccion-publicitaria.html> |
| 10 | La Redacción Publicitaria y sus fases<http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/La-Redaccion-Publicitaria-Fases.html#.U1WB6Pl5NqU> |

1. **RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO**
2. Describir los estilos de redacción. (Nivel Taxonómico: Conocimiento)
3. Comprender la relación redacción publicitaria/brief. (Nivel Taxonómico: Comprensión)
4. Construir textos para anuncios publicitarios. (Nivel Taxonómico: Aplicación)
5. **TÓPICOS O TEMAS CUBIERTOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **PRIMER PARCIAL** | **HORAS** |
| Unidad 01. Introducción y antecedentes a la redacción publicitaria.   | 9 |
| Unidad 02. Brief y redacción.  | 9 |
| Unidad 03. Redacción y segmentos de mercado.  | 6 |
| **TOTAL** | 24 |

|  |  |
| --- | --- |
| **SEGUNDO PARCIAL** | **HORAS** |
| Unidad 04. Escritura y estilos.   | 12  |
| Unidad 05. Publicidad y gramática.  | 12  |
| **TOTAL** | **24** |

1. **HORARIO DE CLASE/LABORATORIO**

 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 DE DISEÑO GRÁFICO**

El alumno será capaz de desarrollar con destreza la técnica de la redacción en el ámbito publicitario.

 A su vez comprenderá la relación existente entre la redacción y el brief, con el objetivo de mejorar sus

 capacidades en cuanto al desarrollo de mensajes y significado en el ámbito publicitario.

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:** |
| a). Aplicar conocimientos de comunicación visual acorde a las competencias profesionales de la carrera. |  |  |  |
| b).Analizar problemas de comunicación visual para plantear soluciones eficientes de diseño gráfico. |  |  |  |
| c).Diseñar proyectos y/o productos creativos e innovadores de comunicación visual con criterios profesionales. |  |  |  |
| d).Tener la habilidad para trabajar como parte de un equipo multidisciplinario. |  |   |  |
| e). Comprender la responsabilidad ética y profesional. |  |  |  |
| f). Tener la habilidad para comunicarse efectivamente de forma oral y escrita en español. | **ALTA** | 1,2,3 | Expresar la identidad o marca de productos a través de la redacción.  |
| g). Tener la habilidad de comunicarse en inglés.  |  |  |  |
| h). Tener una educación amplia para comprender el impacto de las soluciones de su carrera profesional en el contexto global. |  |  |  |
| i). Reconocer la necesidad de continuar aprendiendo a lo largo de la vida y tener la capacidad y actitud para hacerlo. |  |  |  |
| j). Conocer temas contemporáneos.  |  |  |  |
| k). Tener la capacidad para liderar y emprender. |  |  |  |

1. **ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

La asignatura tendrá como ejes transversales en cada una de las unidades que se tratarán: la redacción publicitaria, los estilos de redacción, con el fin de potenciar la construcción de textos que sean efectivos en los anuncios. Además se dará énfasis el desarrollo del pensamiento lógico, crítico y creativo.

Las estrategias metodológicas que se utilizarán serán las siguientes:

- Lecturas previas.

- Conferencia orientadora.

- Redacción de textos.

- Actividad Individual y grupal

- Trabajos Investigativos

- Estudio de casos

- Talleres

 - Lluvia de ideas

- Experiencia vivencial.

1. **EVALUACIÓN DEL CURSO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | **Primer Parcial** | **Segundo Parcial** | **Recuperación** |
| **Trabajo individual (40%)** |  |  |  |
| Participación y trabajos en clase, deberes, preguntas escritas | 40% | 40% |  |
| **Trabajo de investigación (20%)** |  |  |  |
|  Investigación bibliográfica y de casos.  | 20% | 20% |  |
| **Exámenes parciales (40%)** |  |  |  |
|  Examen escrito  | 40% | 40% | 100% |
| **TOTAL** | 100% | 100% | 100% |

1. **VISADO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PROFESOR** | **COORDINACIÓN****DE LA CARRERA** | **DIRECCIÓN GENERAL****ACADÉMICA** |
| Ing. Rauny Javier Limonta | Ing. Mariela Coral López | Dra. Lyla Alarcón de Andino |
| Fecha: 20 de marzo 2014 | Fecha: | Fecha: |