

1.- GENERALIDADES

Código	DCP0	Duración del curso de Especialización	8 meses
Nº de horas	240	Identificación del ciclo	02-2015
Horas teóricas	120	Carrera	
Horas prácticas	120		

2.- DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El Curso de especialización de Diseño Gráfico y Publicidad permite conocer los principios básicos del diseño, a través de una formación perceptiva, analítica y creativa del alumno, orientada a la utilización del lenguaje gráfico como medio de transmisión y conceptualización de sus ideas.

El Curso de especialización de Diseño Gráfico y Publicidad consta de 2 partes: teorica-práctica y la digital, que permiten dominar las técnicas y conceptos para obtener las soluciones necesarias para la representación gráfica del producto a crear, ya sean carteles, logotipos o identidad corporativa. El alumno será capaz de planificar un proyecto gráfico conociendo los elementos y principios fundamentales que están presentes en cualquier proyecto profesional de diseño, ya sea éste relacionado con la identidad corporativa o la publicidad.

Adicionalmente, el Curso de especialización de Diseño Gráfico y Publicidad capacita al alumno para dominar las técnicas de procesamiento digital de imágenes, conocimiento del proceso de preimpresión y los diferentes sistemas de preimpresión e impresión final.

Para finalizar, el Curso de especialización de Diseño Gráfico y Publicidad permitirá al alumno conocer los principios básicos de la maquetación, fundamentos técnicos y estéticos de una presentación de un proyecto profesional de diseño o publicidad.

3.-OBJETIVO GENERAL:

Especializar profesionales del área de mercadeo y comunicaciones para que sean capaces de ofrecer soluciones de comunicación visual en el área de diseño gráfico de forma creativa y funcional.

• OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Desarrollar los conocimientos y destrezas indispensables para plantear, llevar a cabo y gestionar cualquier proyecto de diseño.
2. Dominar los diferentes elementos que componen la comunicación gráfica aplicada a los diferentes proyectos de diseño o publicidad en los que se requiera la creación de nuevos productos.
3. Conocer los procesos técnicos y tecnológicos propios del diseño, así como las herramientas más adecuadas para trabajar con ellos.
4. Aprender los procedimientos formales de la comunicación gráfica y cómo ponerlos en práctica de forma eficaz.
5. Adquirir conocimientos sobre aspectos que condicionan la gestión integral del diseño: economía, marketing y cuestiones legales (patentes, copyright, propiedad intelectual, etc.).

• COMPETENCIAS:

- a) Conocimiento y manejo de tipografías, diagramación, valoración cromática en los trabajos gráficos planteados.
- b) Capacidad de plantear una metodología de investigación, diagnóstico, planeación de un proceso de diseño en un producto o pieza gráfica.
- c) Habilidad creativa en técnicas de presentación de proyectos.
- g) Capacidad de proponer conceptos de diseño gráfico (institucional, publicitario, piezas gráficas , etc.)

4.- PROGRAMACIÓN TEMÁTICA

Módulo I

Introducción y fundamentos del diseño

Objetivo:

Tiene como objetivo introducir al alumno al concepto del Diseño, a través de los principios y métodos básicos de este. El alumno, además, adquirirá cierta práctica de reflexión conceptual y analítica argumentativa pues ha de aprender a explicar y defender su trabajo, poniendo especial énfasis en la relación entre forma y concepto.

1. Introducción al Diseño

1.1 Elementos conceptuales. Taller práctico.

- a. Plano
- b. Volumen

1.2 Elementos visuales. Taller práctico

- a. Forma
- b. Medida
- c. Color
- e. Textura

1.3. Elementos de relación. Taller práctico. Proyecto de fondo

- a. Dirección
- b. Posición
- c. Espacio
- d. Gravedad

1.4. Elementos prácticos. Taller práctico. Proyecto de fondo

- a. Representación
- b. Significado
- c. Función

Diseño digital I

Illustrator

- Presentación del programa
- Conocimiento y uso de herramientas
- Ejercicios de aplicación

Módulo II

2. Fundamentos del Diseño y la Comunicación Visual

Objetivo:

Desarrollar la capacidad creativa del alumno desde una sólida base teórico-

práctica que le permita plantear, resolver y presentar problemas de diseño de una forma única y original.

1. Teoría del color. Taller práctico

- a. Luz y color. Circulo cromático
- b. Colores complementarios. Colores frios y calidos
- c. Formas compositivas del color
- d. Psicología del color

2. Tipografía. Taller práctico

- a. Familias tipográficas
- b. Uso adecuado

3. Diagramación. Taller práctico

- a. Proporciones y simetría
- b. La escala en el diseño. La regla áurea
- c. Equilibrio simétrico y asimétrico
- d. Contraste de tono y colores
- e. Contraste escala y contornos

4. Introducción a la comunicación Visual y al Diseño Gráfico

- a. Los códigos generales, los códigos de relación y los códigos de significación
- b. El MoodBoard

Diseño digital II

Photoshop

- Presentación del programa
- Conocimiento y uso de herramientas
- Ejercicios de aplicación

Módulo III

3. Diseño gráfico y Comunicación Publicitaria.

Objetivo:

Desarrollar en el alumno los conocimientos básicos de los procesos de desarrollo del producto. Adquirir conocimientos básicos y diseñar métodos de investigación relevantes. Desarrollar la habilidad para comunicarse y hacerse entender oral y por escrito (preparación de brief, defensa de propuestas, redacción de informes, visualización de la información).

1. Introducción a la comunicación Publicitaria. Conceptos

2. Introducción al Diseño Gráfico Publicitario . Conceptos

- 2.1 Proceso de diseño
- 2.2 Brief creativo
- 2.3 Background
- 2.4 Target
- 2.5 Objetivo y mensaje
- 2.6 Haciendo un Brif de Diseño para una Empresa.Taller práctico

- 2.7 Diseño de Imagen Corporativa. Taller práctico
 - a. Antecedentes de La Identidad Corporativa
 - b. Beneficios de La Identidad Corporativa.

- 2.8 Diseño de Publicidad Impresa. Taller práctico
 - a. Afiche Comercial . Taller práctico
 - b. Banner Publicitario. Taller práctico
 - c. Revistas y Folletos - Formato PDF
 - d. Empaques y Viñetas

Diseño digital III

InDesign

- Presentación del programa
- Conocimiento y uso de herramientas
- Ejercicios de aplicación

Módulo IV

4. Técnicas de presentación

Objetivo:

Desarrollar la capacidad del alumno para exponer, argumentar y defender su proyecto tanto a nivel universitario como en un entorno profesional, de cara a clientes o a profesionales del Diseño.

1. Concepto de presentación. Taller práctico

- a. Concepción de la presentación
- b. Objetivo de la presentación pedagógico y operacional
- c. Guía de la presentación. Contenido
- d. Etapas en la elaboración de una exposición

2. Técnicas para desarrollar una presentación. Taller práctico

- a. Actitud

- b. Formulación y reformulación
- c. Empatía
- d. Comunicación verbal y no verbal
- e. Presentación personal

3. Elementos para la presentación de proyectos de diseño. Taller práctico

- a. Identificación y concepto del proyecto
- b. Resumen del proyecto
- c. Definición de objetivos y terminos básicos
- d. Metodología y plan de trabajo
- e. Presentación de proyectos bi-tri dimensional y técnicas digitales

Diseño digital IV

Taller Digital

Illustrator -Photoshop - InDesign

-Ejercicios de aplicación

Módulo V

Proyecto de graduación. Presentación y defensa oral.

Objetivo:

Desarrollar los fundamentos del diseño y sus aplicaciones, así como los fundamentos de la comunicación y la publicidad. Realizar todas las etapas del proceso de diseño, desde la concepción de la idea hasta la presentación del proyecto de diseño publicitario final.

- 1. Planteamiento del problema**
- 2. Metodología**
- 3. Proceso creativo**
- 4. Propuesta de diseño**
- 5. Presentación de propuesta**

Diseño digital V

Aplicación digital en proyecto de graduación

5.- EVALUACIÓN:

Talleres de clase: 40%

Proyecto de fondo (1 proyecto por módulo): 50%

Asistencia: 10%

6.- ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

• **MODALIDAD DE LOS CURSOS:** Presenciales

• **ESTRATEGIA METODOLÓGICA:**

- Clases expositivas y sesiones de crítica, auxiliándose de material didáctico, consultas con el docente o instructoría
- Desarrollo de talleres prácticos: aula y ex-aula
- Desarrollo de investigaciones enfocadas al diseño

• **METODOLOGÍA DIDÁCTICA:**

- Comunicación de Clases: Exposiciones, sesiones de crítica y auto crítica
- Talleres de creatividad: Dinámicas individuales y grupales
- Dinámicas grupales de investigación y exposición
- Ejercicios con casos reales de estudio

BIBLIOGRAFIA

1. DONDIS, D. La sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual. Barcelona: Gustavo Gili.

2. MUNARI, Bruno. ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. Barcelona: Gustavo Gili.

3. SAMARA, Timothy. Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos. Barcelona: Gustavo Gili.

4. Phil Baines y Andrew Haslam. Tipografía: Forma, función y diseño. Gustavo Gili: Barcelona.

5. KANE. J. Manual de tipografía. Gustavo Gili: Barcelona.

6. CHAVES, N. La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Barcelona: Gustavo Gili.

7. JUTE, A. Retículas. La estructura del diseño gráfico. Barcelona: Index Books.
8. Christopher Jones. Métodos del diseño. Colecciones GG Diseño
9. Timothy Samara. Diseñar con y sin retícula. Colecciones GG Diseño
10. Phil Baines / Andrew Haslam. Tipografía. función, forma y diseño. Colecciones GG diseño

Aprobado:  *Rolando Balmore Pacheco*
Lic. Rolando Balmore Pacheco
Director de Egresados y Graduados

Fecha: 28 de julio de 2015.