

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERÍA EN MARKETING
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIOS

Resolución 17/15/10-00 Acta N° 1003/17/07/2017 - ANEXO 01

I. IDENTIFICACIÓN

1- Asignatura	: Diseño gráfico II
2- Semestre	: Séptimo
3- Horas semanales	: 6 horas
3.1. Clases teóricas	: 2 horas
3.2. Clases prácticas	: 4 horas
3.3. Total real de horas disponibles	: 96 horas
3.4. Clases teóricas	: 32 horas
3.5. Clases prácticas	: 64 horas

II. JUSTIFICACIÓN

La asignatura de Diseño Gráfico II se constituye en una asignatura que complementa las capacidades y conocimientos adquiridos para tomar decisiones relacionadas a las necesidades de comunicación visual derivadas de las estrategias de mercadeo.

Las estrategias comerciales de promoción, venta y permanencia de un producto o servicio en el mercado están conectados con los procesos de creación, producción y evaluación que se desarrolla dentro de la metodología del diseño como instrumento de materialización de aquellas; el reconocimiento del valor del diseño como herramienta estratégica para que el profesional del marketing lo pueda incorporar en el planeamiento y procesos propios de la disciplina, requiere de conocimientos y prácticas de dichos procesos comunicacionales, para una mejor coordinación y ejecución del trabajo en los equipos creativos multidisciplinarios.

El manejo de los elementos del diseño, de las técnicas para el desarrollo de la comunicación visual, y de las tecnologías de producción gráfica, servirán de plataforma para la toma de decisiones relativas a la viabilidad de las propuestas creativas enmarcadas en la estrategia del diseño de productos o servicios y de su promoción, cuando la comunicación visual sea el medio de concreción de las estrategias de mercadeo, direccionadas mediante esquemas de planificación, investigación, creatividad y evaluación de dichas propuestas.

III. OBJETIVOS

1. Conectar las áreas de aplicación del Diseño Gráfico con las del Marketing, contrastando los roles del profesional de Diseño Gráfico y de Marketing en equipos multidisciplinarios de trabajo.
2. Identificar técnicas de creatividad empleadas en el desarrollo de comunicaciones visuales.
3. Identificar metodologías de diseño gráfico que apoyan al Marketing según el tipo de comunicación requerido.
4. Plantear ideas de comunicación visual empleando herramientas y códigos del Diseño Gráfico.
5. Discriminar sistemas de producción gráfica de acuerdo al tipo de piezas comunicacionales, atendiendo a los requerimientos de presupuesto establecidos en el plan de marketing.
6. Evaluar el conjunto de piezas gráficas empleadas para la comunicación visual de las estrategias de mercadeo a partir de estudios de caso, de manera a establecer parámetros para la acción evaluativa.

IV. PRE-REQUISITO

1. Diseño Gráfico I

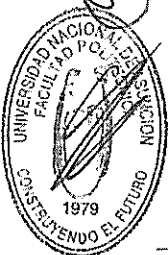
V. CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Introducción a Diseño Gráfico II.
2. Proceso Creativo.
3. Estilos de trabajo creativo.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Introducción a Diseño Gráfico II.
 - 1.1. Definición de diseño gráfico.
 - 1.2. Rol del Profesional del Marketing y del Diseñador/a Gráfico/a.
 - 1.3. Áreas de competencia.
 - 1.4. Conexiones en el ámbito de la planificación y creatividad.
2. Proceso creativo
 - 2.1. Comunicación visual
 - 2.1.1. Concepto
 - 2.1.2. Elementos
 - 2.1.3. Niveles: figurativo, simbólico, abstracto
 - 2.1.4. Proceso



- 2.2. La Imagen
 - 2.2.1. Niveles de iconicidad
 - 2.2.2. Análisis semántico, sintáctico y pragmático de la imagen.
- 2.3. Estrategias de comunicación visual
 - 2.3.1. Técnicas de comunicación visual
 - 2.3.2. Sistemas de reproducción para la producción gráfica
- 2.4. Metodología del diseño
 - 2.4.1. Investigación en diseño. Definición del problema de diseño
 - 2.4.2. De la idea a la imagen. El boceto y la maqueta de diseño
 - 2.4.3. Del boceto a la prueba. El prototipo de diseño
 - 2.4.4. Planeamiento del trabajo de diseño
 - 2.4.5. Recursos para el diseño
3. Estilos de trabajo
 - 3.1. Trabajo individual vs. Trabajo colaborativo

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Clases teóricas y de tipo taller.
2. Uso de medios audiovisuales
3. Estudio de casos
4. Charlas y visitas de profesionales
5. Trabajo interdisciplinario

VII. MEDIOS AUXILIARES

1. Recursos audiovisuales
2. Equipo multimedia
3. Materiales: cartulina, cutter, regla de metal, portaminas (0.5), borrador, marcadores de punta fina (0.5), revistas, cinta doble faz y de papel, hoja tamaño A4 de 75 grs, impresiones a inkjet, laser y digital; según la necesidad del trabajo planteado.
4. Software: de diseño gráfico Adobe Photoshop y Corel Draw o su equivalente software libre: Gimp e InkScape
5. Internet

VIII. EVALUACIÓN

Acorde al Reglamento y Normas vigentes

IX. BIBLIOGRAFÍA

1. DONDIS, D. A. (2008) LA SINTAXIS DE LA IMAGEN: INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL. EDITORIAL GG
2. FRASCARA, J. (2008) DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN. EDICIONES INFINITO.
3. JOHANSSON, K; LUNDBERG, P; RYBERG, R. (2004) Manual de producción gráfica. Recetas. Editorial GG.
4. SAMARA, T. (2008) Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España.
5. LLOPIS SANCHO, E. (2011) BRANDING & PYME. Un modelo de creación de marca para pymes y emprendedores. E-book. Disponible en <http://www.bubok.es/libros/207168/BRANDING-amp-PYME-Un-modelo-de-creacion-de-marca-para-pymes-y-emprendedores>
6. SURGENIA Centro Tecnológico Andaluz de Diseño (2009). Manual de Buenas Técnicas 3. La profesión del Diseño. SURGENIA, España.
7. PEREZ ROSELLO, D.; OTERO, S. (2008) Guía de Buenas Prácticas para diseñadores de productos industriales impresos.
8. AIDO Optica, Color, Imagen. Instituto Tecnológico. Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia
9. INTI (2012) Guía de buenas prácticas de diseño. Herramientas para la gestión del diseño y desarrollo de productos. INTI-Diseño Industrial. Buenos Aires, Argentina.

MATERIALES BIBLIOGRÁFICOS DISPONIBLES EN LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD POLITÉCNICA

- Conectiva. (2001). *Gráficas en la Web con Linux : Guía completa para diseño gráfico*. Bogotá : Prentice Hall.
- Giesecke, F. E., Mitchel, A., Spencer, H., Leroy Hill, I., Dygdon, J.T. & Lockhart, S. (2013). *Dibujo técnico con gráficas de Ingeniería*. (14 ed.). México : Pearson Educación Félez, J. & Martínez, M. L. (2002). *Dibujo industrial*. (3° ed.). Madrid : Editorial Síntesis.
- Lázaro, A. M. & del Río Fernández, J. (2005). *LabVIEW 7.1: programación gráfica para el control de instrumentación*. Camberra : Thomson.



RECURSOS DISPONIBLES A TRAVÉS DE CICCO

- Cabrales Rico, E. e. (2015). *El diseño gráfico para el desarrollo de productos informáticos*. (Spanish). *Pedagogía Profesional*, 13(1), 49-55.
- NEMIROVSKY, L. I., & LARA SILVEIRA MELLO, R. r. (2017). El proceso creativo de Sol Abadi en la obra *Nómades*. (Portuguese). *Estúdio* (1647-6158), 8(17), 145-152.
- Rafael Pozo, P. (2015). La normalización entre el proceso de diseño y la producción gráfica. *Gráfica: Documents De Disseny Gràfic*, Vol 3, Iss 6, Pp 125-130 (2015), (6), 125.
- Rodríguez Morales, L. (2004). *Diseño: estrategia y táctica*. México: Siglo XXI.

