ACADEMIA DE							
DISE~O							
I	NOMBRE DE LA MATERIA	DISE~O I					
	TIPO DE ASIGNATURA	CURSO-TALLER			CLAVE	PR104	
II	CARRERA	LICENCIATURA EN DISEÑO PARA LA COMUNICACION GRAFICA					
	ÁREA DE FORMACIÓN	OPTATIVA ABIERTA					
III	PRERREQUISITOS	NINGUNO					
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	200	TEORÍA	40	PRÁCTICA	160	
V	VALOR EN CRÉDITOS	19					
FECHA DE CREACIÓN	01/02/2011	FECHA DE MODIFICACIÓN	15/02/2011	FECHA DE EVALUACIÓN	28/02/2011		

VI. OBJETIVO GENERAL
Generar en el alumno la capacidad para idear, componer, proyectar y producir marcas, integrando los conocimientos previos adquiridos en otras asignaturas y los propios de la materia. El alumno estudiará los principios del diseño gráfico, su historia y fundamentos teóricos, realizará proyectos que en su conjunto le permitan visualizar un diseño de marca integral comprometido con la realidad del cliente, los usuarios y la sociedad en general; creará diseños originales con respeto y profesionalismo hacia los demás, profundizará en los procesos técnicos para trazar y reinterpretar formas y podrá realizar aplicaciones digitales que respondan a la realidad del mercado. Es importante el desarrollo del estudiante en un medio amigable, que le permita integrarse con sus compañeros, permita el crecimiento y donde además se forje una intuición para componer elementos visuales, en donde se estimule constantemente la reflexión y el análisis estudiando con profesionalismo las temáticas abordadas, reflejando en su quehacer diario su apreciación estética a través de composiciones armónicas y aptas para los distintos actores involucrados (clientes, consumidores, sociedad en general), el trabajo a través de procesos metodológicos adecuados y por último la generación de un sentido crítico y autocrítico tan indispensables para su formación y crecimiento en lo profesional.
OBJETIVOS PARTICULARES:
INFORMATIVOS
El estudiante:
· Aplicará los principios de organización visual en el desarrollo de conceptos por medio de elementos simbólicos e icónicos.
· Conocerá la historia y la evolución de la escritura y los caracteres tipográficos para el desarrollo de signos visuales.
· Comprenderá y aplicará el desarrollo metodológico para el diseño de marca.
FORMATIVOS
El estudiante:
· Aplicará su creatividad y originalidad para abstraer y sintetizar los rasgos esenciales de los objetos para ser aplicados en el diseño de signos visuales.
· Desarrollará el proceso metodológico adecuado en cada proyecto de diseño en particular.
· Presentará oralmente sus proyectos, así como discutir con los demás sus interpretaciones.
· Desarrollará la habilidad de reconocer y aplicar los caracteres idóneos de acuerdo al concepto a comunicar.
· Desarrollará el valor de apreciación hacia la estética.
· Desarrollará habilidades para la autocrítica.
· Desarrollará el hábito de puntualidad y otros aspectos éticos como la responsabilidad para su desarrollo profesional.
· Desarrollará conciencia de su función en la sociedad
· Mostrará respeto y profesionalismo para discutir sus ideas.
VII. CONTENIDO TEMÁTICO DESARROLLADO
I.- Antecedentes históricos del diseño gráfico
1.2 Historia del diseño gráfico
1.3 El diseño gráfico contemporáneo
1.3 La marca y su evolución en la historia
II.- Principios del lenguaje visual
2.1 Representación de la forma

2.1.1 Síntesis aplicada a la formas
2.1.2 Abstracción aplicada a la formas
2.2 Expresiones tridimensionales de la forma
2.3 Composición y estructura
III.- El signo en la identidad gráfica
3.1. Mensajes gráficos: Pre-iconografía, signos icónicos (representación de imágenes), iconología
3.2. Signos tipográficos en la identidad gráfica
3.2.1 La evolución de la escritura
3.2.2 Conceptos principales en la aplicación tipográfica
IV.- La marca
4.1 Antecedentes de marca
4.2 Clasificación taxonómica y desarrollo gráfico
4.3 Vinculación con la empresa para el desarrollo gráfico de una marca
4.4 Planeación estratégica para el desarrollo de una marca
4.5 Desarrollo gráfico

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

a) Analítico:

Método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular, explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

Para que el estudiante entienda el proceso implicado en la planeación, diseño y desarrollo de una marca es necesario que la información sea separada en diversos temas que poco a poco vayan introduciendo al alumno y le permitan crear una idea general del diseño y la marca, sentando las bases teóricas en primera instancia y después confrontar ese aprendizaje con ejercicios prácticos en los que se comprendan y refuercen los contenidos.

b) Explicativo-Ilustrativo:

Permite descartar y explorar los factores variables que intervienen en el fenómeno que nos proponemos a investigar. el alumno se apropia de conocimientos elaborados y reproduce modos de actuación que ya el conoce. Desde el punto de vista educativo, una demostración es una explicación visualizada de un hecho, idea o proceso importante

Este método en la praxis es un ejercicio constante, el alumno comprende mejor a través de la ejemplificación y visualización de cual podría ser su resultado, cada tema abordado se soporta en la observación de material terminado como prototipos, animaciones, recursos on-line, y material propuesto por el profesor, reflejándose positivamente en los alcances del curso y la respuesta del estudiante, ya que comprende el objetivo de cada actividad; en definitiva, la asignatura se sustenta en material visual de apoyo que ilustra los procesos.

c) Tutorial:

Tienen como máximo objetivo ofrecer oportunidades de un desenvolvimiento individual a un completo desarrollo de sus posibilidades personales. Los principales métodos de enseñanza individualizada son: Métodos de Proyectos, La Enseñanza por Unidades y La Enseñanza Programada.

Este método se aplica en la asignatura de manera efectiva ya que fuera del aula de clase representa un apoyo incondicional para el estudiante, el recurso de los blogs especializados es fomentado constantemente, involucran al estudiante en ejercicio investigativo y da cabida a un mejor entendimiento en cada tema abordado.

d) Reflexivo o de Investigación:

El alumno alcanza conocimientos subjetivamente nuevos, como resultado de la actividad creadora. La exposición problemática es un grupo intermedio, pues en igual medida supone la asimilación tanto de información elaborada, como de elementos de la actividad creadora.

Cada proyecto programado tiene el objetivo de que el estudiante asimile la información y la comprenda al materializar un ejercicio, el estudiante tiene un acercamiento constante con la propuesta y creación de proyectos de diseño particulares, resultado de la compenetración con la temática abordada, mantiene al

estudiante en procesos cognitivos y creativos constantes, su sensibilidad respecto a cada problemática es notoria.

IX. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1) Dondis, D. A. (2002). La sintaxis de la imagen, introducción al alfabeto visual. México: Gustavo Gili.
2) Eiseman, L. (2000). Pantone, Guide to Communicating with Color. U.S.A.: Grafix Press.
3) Gustavo Gili. (2009). Tarjetas comerciales 3, Saludos con identidad. Barcelona: Gustavo Gili.
4) Hesket, J. (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona: Gustavo Gili.
5) Krause, J. (2002). Color Index. U.S.A.: Hoow Design Book.
6) Kuppers, H. (2005). Fundamento de la teoría de los colores. Barcelona: Gustavo Gili.
7) Laing, J., & Wire, D. (2001). Enciclopedia de signos y símbolos. Barcelona: Gustavo Gili.
8) Leendertse, J. (2000). Diseño de tarjetas comnerciales. México: Gustavo Gili.
9) Murphy, J. y Rowe M. (1992) Cómo diseñar marcas y logotipos, México, Colección Manuales de diseño, Editorial Gustavo Gilli.
10) Philips, P., & Bunce, G. (1996). Diseño de repetición, manual para diseñadores, artistas y arquitectos. Barcelona: Gustavo Gili.
11) Rockport Publishers. (2007). Complete Color Harmony. U.S.A.: Rockport.
12) Rodríguez, A. (1996), Logo ¿QUÉ?, México, Editorial Universidad Iberoamericana.
13) Tina Sutton; Bride M. Whelan. (2004). U.S.A.: Rockport.
14) TUBARU, Antonio e Ivana, Tipografía, Editorial Universidad de Palermo/Libreria Técnica.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1) Heller, Eva (S/F); Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón; Gustavo Gili
2) Wong, Wucius (2001); Fundamentos del diseño; Gustavo Gili

X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR

.- Aptitud:

a) El alumno debe tener la capacidad para compenetrarse en el estudio de la marca y trabajar con metodologías de diseño; además de implementar en su quehacer como estudiante las herramientas tecnológicas para el dibujo vectorial; ser competitivo, propositivo, crítico y autocrítico, con disponibilidad para desarrollarse en la clase y llevar a cabo las tareas asignadas en tiempo y forma.

II.- Actitud:

b) Un alumno capaz de compenetrarse con cada proyecto ya que esto le permitirá una formación integral, ser conocedor de las herramientas propias para la producción de una marca, debe mostrar en todo momento una actitud propositiva, disponibilidad para desarrollar cada una de las actividades asignadas en el curso, entender las necesidades reales de la materia y capacidad para adaptarlas a su realidad, debe mostrar capacidad de interacción y trabajo en equipo

III.- Valores:

c) Es importante que el alumno muestre un profundo respeto hacia su persona como a sus compañeros y el profesor, debe mostrar un compromiso real para con la clase respetando siempre el trabajo suyo y el de los demás y nunca, apropiarse de las ideas de otros; una de las premisas es el trabajo con un enfoque hacia los procesos comunicacionales contemporáneos, conciencia del impacto provocado y el beneficio al ámbito público y privado; además de las implicaciones y repercusiones a nivel social.

IV.- Conocimiento:

d) Dominio de las herramientas de dibujo técnico, manejo de software especializado para la vectorización de una marca. Entender y diferenciar la naturaleza de los elementos formales, estructurales y semánticos de una marca. La retroalimentación es básica para lograr los objetivos planteados; además de realizar el ejercicio constante de confrontar continuamente la teoría con la práctica.

VI.- Capacidades:

e) El alumno tendrá la capacidad para solucionar problemas de diseño de marcas a partir del procesos investigativos y análisis exhaustiva de la información, diferenciando los tipos de marcas y seleccionando el más adecuado, aplicando los fundamentos teóricos y considerando los aspectos estéticos de las formas y condicionado por las necesidades reales de la empresa y sus clientes.

VII.- Habilidades:

Parte de la formación del alumno es la actividad investigativa, la capacidad de análisis y la aplicación de la síntesis y la abstracción en el diseño, facilidad para llevar a cabo los conocimientos adquiridos y aplicarlos en situaciones reales como parte de su actividad profesional.

Competencias Transversales

Organización y Planificación

El alumno debe organizar sus recursos y planificarlos de la mejor forma para un rendimiento óptimo

Resolución de problemas

El alumno debe ser capaz de enfrentarse a los problemas que se le plantean y resolverlos satisfactoriamente

Toma de decisiones

El alumno deberá tener el carácter para tomar decisiones importantes que le permitan resolver los problemas que se le planteen

Habilidades formativas básicas y avanzadas de una profesión

Los alumnos deben de captar y aplicar las habilidades propias del diseño y aplicarlas en los ejercicios para generar experiencia

Comunicación oral y escrita

El alumno debe ser capaz de comunicarse coherentemente y de forma eficaz por cualquier medio que se le requiera, pues es algo básico en el diseño y la gestión del mismo

Conocimientos de lenguas extranjeras

Siendo Bahía de Banderas una zona urbana multicultural donde convergen varias lenguas es importante que el alumno identifique las más importantes y aprenda a utilizarlas

Trabajo en equipo de carácter interdisciplinario

Esta es una competencia vital pues en la vida profesional el individuo raramente logra algo de forma aislada haciendo equipo y comunicándose con los demás para conseguir mas pronto y más rápido su objetivo

Razonamiento crítico

El alumno debe ser crítico con su entorno y consigo mismo y analizar el porqué de las cosas, observando todo desde varias perspectivas.

Pensamiento estratégico

El alumno será capaz de diseñar una estrategia que le permita optimizar tiempo dinero y esfuerzo para generar un resultado óptimo

Compromiso ético

El alumno debe de ser fiel a sus ideales y no comprometer su honorabilidad siendo partícipe o proponiendo soluciones dudosas o de mala calidad

Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad

Es importante que el alumno tenga conocimientos de cultura general para que sus propuestas estén basadas en la realidad y no atenten contra la sensibilidad de grupos sociales que convergen en la sociedad

Creatividad

El alumno deberá proponer soluciones de una forma novedosa y creativa pero también efectiva

Liderazgo

Es importante que el alumno muestre liderazgo siendo proactivo

Investigación

Es una parte de vital importancia en el proceso creativo pues de aquí depende que el resultado sea efectivo y cumpla con su cometido

Autogestión

Se debe de ser capaz de identificar problemas y proponer soluciones

XI. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

La asignatura de Diseño I es fundamental para la formación del estudiante de diseño gráfico; los conocimientos adquiridos permiten al estudiante en lo futuro diseñar marcas a partir de procesos exhaustivos de creación y que respondan a la demanda real del mercado, partiendo de las necesidades comerciales y de imagen de sus clientes.

XII. EVALUACIÓN

1) ASPECTOS A EVALUAR Y % DE C/UDE LOS CRITERIOS

Propuesta gráfica y nivel creativo 40%

Desarrollo en taller 30%

Oficio: manufactura y presentación 30%

Puntualidad en recepción de trabajos y proyectos:

Hasta los primeros 20 minutos del día de entrega se evalúa sobre 100, los

siguientes 40 minutos se evalúa sobre 80, sin prorroga a días posteriores, pero con entrega obligatoria aun sin calificación para la siguiente sesión

2) MEDIOS DE EVALUACIÓN

Proyectos 20%
Examen departamental 30%
Taller, tareas y participación 35%
Investigaciones 15%
Total 100%

Se requiere un mínimo del 80% de asistencia y trabajos para poder aprobar la materia en ordinario.

No se aplica examen extraordinario

3) MOMENTOS DE EVALUACIÓN

Evaluación continúa por parte del profesor y ejercicios de retroalimentación entre alumnos

XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA

L.D.G. Miramontes López Benjamín Omar

XV. PROFESORES PARTICIPANTES

CREACIÓN DEL CURSO:
M.T.A. Candelario Macedo Hernández
MODIFICACIÓN DEL CURSO:
ACTUALIZACIÓN DEL CURSO:
L.D.G. Benjamín Omar Miramontes López
EVALUACIÓN DEL CURSO:

_____
ARQ. RAFAEL RENTERIA RAMIREZ
PRESIDENTE DE ACADEMIA
DE DISEÑO

_____
DRA. GABRIELA SCARTASCINI SPADARO
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ARTES,
EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

_____
DR. CARLOS GAUNA RUIZ DE LEÓN
DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS
SOCIALES Y ECONÓMICOS