

Materia : Taller de síntesis de diseño gráfico VII

Semestre:	VII
Clave:	27110
Área:	Coordinación de Diseño Gráfico
Departamento:	Teoría
Tipología:	Práctica
Carácter:	Taller
Tipo:	Obligatoria
Horas:	6
Créditos:	15
Carreras:	Diseño Gráfico
Elaboró:	MDG. Jorge Eduardo Villalón Hernández
Revisó:	DG. Ma. Alma Flores y Flores
Fecha:	Mayo 2006

Presentación de la materia:

“Factibilidad y fundamentación social, técnica y económica”

Hacer diseño gráfico es definir todas las características de un mensaje gráfico, antes de que este se produzca materialmente para garantizar el óptimo cumplimiento de sus finalidades previstas.

El oficio de diseñar Norberto Chávez

En el séptimo Semestre de la carrera el alumno llegara a la factibilidad y fundamentación del proyecto de diseño, a **través del análisis** social, económico y técnico. Esto dará la oportunidad al alumno de plantear una solución acorde a la situación actual del país.

Este curso pretende dar al alumno un **conocimiento y actitud crítica** que le permita ser más efectivo en la **toma de decisiones** para **concebir, programar y proyectar** en relación a su respuesta gráfica.

A partir de que el taller de síntesis se considera como el espacio de entrenamiento en el quehacer de la disciplina, el diseño gráfico se sustenta en el objeto de estudio de la profesión. Es decir la comunicación y este se estudia en su totalidad desde el punto de vista de la fundamentación.

Objetivo general:

Al terminar el semestre, **el alumno tendrá la capacidad** para emplear correctamente los principios de **Factibilidad** técnica, económica y socialmente los trabajos de diseño, **demonstrando** por medio de **su conocimiento, comprensión y aplicación** en sus proyectos, el dominio de los aspectos que influyen en la **toma de decisiones** sobre la calidad, rapidez y economía en la realización mas optima y funcional de los proyectos de diseño.

Factibilidad de proyectos gráficos.

Al terminar el semestre, el alumno tendrá la capacidad de:

- a) Fundamentar su proyecto gráfico, mediante el estudio de los factores sociales de un determinado grupo o comunidad.
- b) Aprovechar y comprobar los recursos económicos asignados al proyecto.
- c) Determinar con precisión la planeación de producción del proyecto gráfico que asegure, con certeza y posibilidad, la calidad de su reproducción.

UNIDAD 1

Factibilidad Social

Objetivo particular:

El alumno **detectara y analizara** las necesidades de comunicación en las sociedades e instituciones susceptibles de ser satisfechas a través de productos gráficos.

Este requerimiento **comprenderá** el estudio de los factores sociales que influyen en un diseño, de acuerdo a las alternativas que sean más eficientes para llegar a un grupo social determinado y como podrán visualizarse y trabajarse con ellos desde antes de su difusión, para establecer criterios y fundamentar el proyecto en los aspectos Formales, Conceptuales y Estéticos.

- 1.1 Características Particulares
 - 1.1.1 Ventajas y Desventajas
 - 1.1.1.1 Factores que inciden para su elección.
 - 1.1.1.2 Análisis del Receptor
 - 1.1.1.3 Análisis de la Fuente
 - 1.1.1.4 Análisis del Contexto
 - 1.1.1.5 Análisis de los Medios
 - 1.1.1.6 Análisis de Corpus Gráfico
- 1.2 Programa de Diseño.
- 1.3 Hipótesis Formal.

UNIDAD 2

Factibilidad técnica

Objetivo particular:

El alumno **estudiara y controlara** los factores técnicos que influyen en las diferentes actividades de ejecución del proyecto y como se podrá trabajar con ellos antes de su aparición y así determinar con precisión la planeación de

producción del proyecto gráfico que asegure la calidad de reproducción.

- 2.1 Características Particulares
 - 2.1.1 Ventajas y Desventajas
 - 2.1.1.1 Tipo de maquinaria de reproducción
 - 2.1.1.2 Sustratos
 - 2.1.1.3 Técnicas de reproducción análoga y digital
 - 2.1.1.4 Sistemas de impresión..
 - 2.1.1.5 Software de diseño
 - 2.1.1.6 Tipografía
 - 2.1.1.7 Acabados
 - 2.1.1.8 Armados y/o Formatos

1.4 Programa de Diseño.

1.5 Hipótesis Formal.

UNIDAD 3

Factibilidad económica

Objetivo particular:

El alumno será **capaz de instrumentar** un programa que permita definir tiempos de utilizar los recursos económicos, humanos y materiales.

Se **estudiarán y analizarán** los factores económicos que influyen en un diseño, y como se podrán visualizar y trabajar con ellos desde antes de su aparición, para poder sacar el máximo aprovechamiento del presupuesto que se presente en un problema de diseño.

- 3.1 Características Particulares
 - 3.1.1 Ventajas y desventajas
 - 3.1.1.1 Factores que influyen para su elección
 - 3.1.2 Estudio de presupuesto.
 - 3.1.2.1 Presupuesto de diseño.
 - 3.1.2.2 Presupuesto de Impresión o producción.
 - 3.1.2.3 Presupuesto de distribución

3.2 Programa de Diseño.

3.3 Hipótesis Formal

Mecánica de Enseñanza Aprendizaje:

El jefe de taller, junto con los profesores de nivel, **decidirán** cual de los distintos tipos de factibilidad se habrá de cubrir en primero, segundo y tercer lugar de acuerdo a los requerimientos particulares que rijan en los temas a tratar.

Se **expone** el tema por parte del jefe de Taller.

Se presenta la metodología que se **empleara y aplicara** para el desarrollo de los trabajos.

Los asesores, se reunirán con cada grupo y **analizarán** la información generada por los alumnos.

Se llevarán a cabo asesorías personalizadas o grupales dependiendo de los puntos previstos por el taller.

Se desarrollara un programa de trabajo ya sea individual o en grupo considerando el número de asesorías y el grado de alcance del proyecto.

De igual modo no importará cuantos proyectos de diseño(1,2 ó máximo 3) serán tratados en todo el semestre. Estos habrán de cubrir con los tres objetivos técnicos, económicos o sociales de manera que puedan abarcar todos los factores, pues es recomendable el trabajar con los tres a la vez en cada unidad, enfatizando y determinado el requerimiento a evaluar en cada uno de ellos.

Mecanismos de evaluación

Investigación, expediente y análisis.	10%
Factibilidad Social, Técnica y Económica(de acuerdo a la unidad)	10%
Factibilidad y Fundamentación (de acuerdo a la unidad)	30%
Diseño (Hipótesis Formal)	50%

Bibliografía Básica

GERMANI- FABRIS. Origen y conocimiento de los caracteres. Barcelona. Edición Don Bosco España. MARTINEZ DE SOUSA JOSE. Diccionario de tipografía y del libro. Editorial Labor

GERMANI- FABRIS. Los blancos y contra grafismos en el impreso. Barcelona. Edición Don Bosco. España
RUARI MC. LEAN. Manual de Tipografía. Hermann Blumen GERMANI- FABRIS. Fundamentos del proyecto Gráfico.
CARMONA ARANA CRISTINA. Las fuentes de información impresa. Editorial Edicol. BLANCHARD GÉRARD. La composición.

SANDERS NORMAN BEVINGTON WILLIAM, Manual de producción del diseñador gráfico, editorial Gustavo Gilli Barcelona 1998

TAPIA ALEJANDRO, El diseño gráfico en el espacio social, Editorial Designio Teoría y práctica
ESQUEDA ROMÁN . El juego del diseño. u acercamiento a sus reglas de interpretación creativa. Editorial Designio Teoría y practica. 2003

DE BUEN JORGE. Manual de diseño editorial. Editorial Santillana. 2000.

COLE DAVID. Marketing editorial la guía. Editorial. Fondo de cultura económica, EEUU 2002.

WOLL THOMAS Editar para ganar. Estrategias de administración editorial, Editorial. Fondo de cultura económica, EEUU 2002.

FISHEL CATHARINE. Rediseño de la imagen corporativa. Editorial Gustavo Gilli. México 2000

SWANN ALAN. Como diseñar retículas , Serie Manuales de Diseño . Editorial Gustavo Gilli. México 1990