

Programa analítico

Taller de Síntesis VIII de diseño gráfico				
Fecha de elaboración:				Junio 2013
Elaboró:		DG. Jorge Yáñez Montoya		
Revisó		DG. Angélica Vilet Espinosa		
Datos básicos				
Semestre	Horas de teoría	Horas de práctica	Horas trabajo adicional estudiante	Créditos
VIII	0	6	3	9
ESQUEMA DE CONTENIDO				
 <p>The flowchart illustrates the course content structure across four main stages:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico (Blue): Starts with 'Inicio' leading to 'Temas del Curso con la Unidad'. This leads to a parallel process of 'Análisis de la Unidad' and 'Definición del problema e incertidumbre'. This is followed by 'Definición del problema' and 'Definición de hipótesis', leading to 'Análisis del Contexto' and 'Análisis del Caso'. The final output is 'PLAN DE INVESTIGACIÓN'. Pronóstico (Green): Involves 'Definición de objetivos', 'Definición de contenidos', and 'Definición del método'. These lead to 'Concepto e idea de comunicación' and 'Selección de fuentes'. This stage includes 'REVISIÓN INTERNA O INTERGRUPO' and 'Distribución de Materiales', leading to 'Producción (Carta, Strip, Maquetas, Hojuelas)'. The outputs are 'PLAN DE DISEÑO', 'PLAN DE DIFUSIÓN', and 'PLAN DE PROMOCIÓN'. Evaluación (Orange): Includes 'Análisis de información' and 'Evaluación Semiótica-lingüística', leading to 'RESULTADOS DEL ANÁLISIS' and 'RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN'. Especificación (Purple): Involves 'Fundamentación del Proyecto Ejecutivo de Diseño', 'Validación del Proyecto Ejecutivo de Diseño', 'MODELOS ALTERNATIVOS', and 'DOCUMENTO EJECUTIVO'. The final step is 'Presentación y venta del Proyecto Ejecutivo de Diseño', leading to 'Fin'. 				
OBJETIVOS DEL CURSO				
Objetivos generales	<p>Conformar un diagnóstico preciso que sirva como plataforma para cimentar un responsable y eficaz Proyecto de Comunicación Gráfica, comprender sus condicionantes económicas y técnicas, así como gestionar y dirigir su proyecto por las etapas de planeación, producción, control y evaluación, para estructurar y detallar el proyecto ejecutivo de diseño.</p>			

PLAN DE ESTUDIOS 2013

<p>Competencia (s) profesionales de la carrera a las que contribuye a desarrollar</p>	<p>Diagnosticar problemas y necesidades de comunicación visual del hombre en su relación con el entorno.</p> <p>Crear estrategias que den solución a problemas de comunicación visual.</p> <p>Diseñar mensajes visuales pertinentes y significativos en contextos determinados.</p> <p>Especificar y dirigir los procesos de producción de los mensajes visuales en diversos entornos y medios.</p> <p>Gestionar proyectos pertinentes de diseño gráfico que den respuesta a diversas necesidades y demandas contextuales.</p>
<p>Competencia (s) transversales a las que contribuye a desarrollar</p>	<p>Las competencias transversales cumplen con la necesidad de preparar un profesional con una formación básica que le permita adaptarse al contexto cambiante.</p> <p>Las que el alumno desarrolla en este taller son:</p> <p>C1. Razonar a través del establecimiento de relaciones coherentes y sistematizables entre la información derivada de la experiencia y los marcos conceptuales y modelos explicativos derivados de los campos científicos y tecnológicos propios de la profesión. (Dimensión científico-tecnológica)</p> <p>C2. Aprender a aprender, capacidad emprendedora y de adaptarse a los requerimientos cambiantes del contexto a través de habilidades de pensamiento complejo (análisis, problematización, contextualización, investigación, discernimiento, decisión, innovación y liderazgo). (Dimensión cognitiva y emprendedora)</p> <p>C3. Asumir las propias responsabilidades bajo criterios de calidad y pertinencia hacia la sociedad, y contribuyendo activamente en la identificación y solución de las problemáticas de la sustentabilidad social, económica, política y ambiental. (Dimensión de responsabilidad social y sustentabilidad)</p> <p>C4. Afrontar las disyuntivas y dilemas propios de su inserción en el mundo social y productivo, ya sea como ciudadano y/o como profesionista, a través de la aplicación de criterios, normas y principios ético-valorales. (Dimensión ético-valoral)</p> <p>C5. Comprender el mundo que lo rodea e insertarse en él bajo una perspectiva cultural propia y al mismo tiempo tolerante y abierta a la comprensión de otras perspectivas y culturas. (Dimensión internacional e intercultural)</p> <p>C6. Comunicar sus ideas en forma oral y escrita, tanto en español como en inglés, así como a través de las más modernas tecnologías de información.</p>

PLAN DE ESTUDIOS 2013

(Dimensión de comunicación e información)		
Objetivos específicos	Unidades	Objetivo específico
	1a. unidad	<p>Especificación social.</p> <p>A través del análisis detallado de los factores sociales, que se vinculan directamente con una problemática comunicacional determinada por el propio alumno, el estudiante conformará un diagnóstico preciso que sirva de plataforma para cimentar un responsable y eficaz Proyecto de Comunicación Gráfica.</p>
	2a. unidad	<p>Especificación y gestión económica.</p> <p>Con base en el diagnóstico y mediante la comprensión de las condicionantes económicas y técnicas que la problemática de comunicación exige, el alumno será capaz de tomar las decisiones que le permitan dirigir su proyecto hacia una adecuada planeación, un óptimo plan de producción, una constante supervisión y objetiva evaluación del Proyecto de Comunicación Gráfica.</p>
	3a. unidad	<p>Especificación técnica.</p> <p>El alumno aplicará las competencias adquiridas con anterioridad para estructurar y detallar el proyecto ejecutivo, considerando aquellas variables que pudiesen afectar la etapa de producción del proyecto (sustratos, formatos, métodos y técnicas de reproducción, elaboración de originales, etc.) o cualquier otra variable que la etapa de producción del proyecto demande.</p>
CONTENIDOS Y METODOS POR UNIDADES Y TEMAS		
Preguntas de la Unidad 1	¿Cuáles son las problemáticas de comunicación subyacentes en el caso de estudio?	

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	<p>¿Cuáles son las variables que afectan directamente al caso de estudio? ¿Cómo se relacionan y determinan un Plan de acción/intervención? ¿Cómo se estructura y cual es la utilidad de un Diagnóstico?</p>
UNIDAD 1	
Tema 1.1	Especificación Social.
<i>Subtemas</i>	<p>1.1.1 Selección y delimitación del caso de estudio propuesto por el estudiante 1.1.2 Análisis de la Fuente 1.1.3 Análisis del Receptor o Receptores 1.1.4 Análisis del Contexto 1.1.5 Análisis del Corpus 1.1.6 Diagnóstico de la Problemática de Comunicación</p>
<i>Lecturas y otros recursos</i>	<p>FRASCARA, J. <i>Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio social</i>. Buenos Aires : Ediciones Infinito. 2000, HEMBREE, R, <i>El diseñador grafico: entender el diseño grafico y la comunicacion visual</i>, Ed. Blume, 2010</p>
<i>Métodos de enseñanza</i>	<p>1. Los métodos en cuanto a la forma de razonamiento 1.1. Método deductivo</p> <p>Cuando el asunto estudiado procede de lo general a lo particular. El profesor presenta conceptos, principios o definiciones o afirmaciones de las que se van extrayendo conclusiones y consecuencias.</p> <p>a) Presentación de objetivos ante grupo. b) Presentación audiovisual de los conceptos técnicos a aplicar en la unidad. c) Discusión grupal de los conceptos.</p>
<i>Actividades de aprendizaje</i>	<p>Asesoría personalizada y grupal Discusión constructiva con el asesor</p>

CONTENIDOS Y METODOS POR UNIDADES Y TEMAS

PLAN DE ESTUDIOS 2013

<p>Preguntas de la Unidad 2</p>	<p>¿Cómo se relaciona el Pronóstico y el Diagnóstico? ¿Cuáles son los elementos rectores sobre el que se estructura el Programa de diseño? ¿Cuál es el Plan de financiamiento del Proyecto? ¿Cómo se distribuyen y se optimizan al máximo los recursos de los que se dispone?</p>
<p>UNIDAD 2</p>	
<p>Tema 2.1</p>	<p>24 hrs</p>
<p>Especificación y Gestión Económica.</p>	
<p><i>Subtemas</i></p>	<p>2.1 Programa de diseño 2.1.1 Definición de objetivos de comunicación 2.1.2 Definición de contenidos 2.1.3 Selección de medios 2.1.4 Integración de corpus al programa de diseño 2.1.5 Idea de comunicación 2.1.6 Plan de medios 2.1.7 Hipótesis formal 2.2 Especificación y gestión económica 2.2.1 Plan de gestión 2.2.2 Distribución de recursos 2.2.3 Desglose de gastos de producción</p>
<p><i>Lecturas y otros recursos</i></p>	<p>DE PIETRO, S.S. HAMRA, Pablo: <i>Diseñar hoy: visión y gestión estratégica del diseño</i>, Argentina: Ed. Nobuko, 2010, BORJA DE MOZOTA, Brigitte: <i>Gestión del diseño</i>, España: Ed. Divine EGG Pubs, 2010.</p>
<p><i>Métodos de enseñanza</i></p>	<p>Trabajo colaborativo y proactivo Técnica interrogativa Exposición temática, Mapas conceptuales Razonamiento deductivo, inductivo y analítico</p>

PLAN DE ESTUDIOS 2013

<i>Actividades de aprendizaje</i>	Asesoría personalizada y grupal Discusión constructiva con el asesor
CONTENIDOS Y METODOS POR UNIDADES Y TEMAS	
Preguntas de la Unidad 3	¿Cómo se estructura una evaluación confiable? ¿Cuáles son métodos de recopilación de información? ¿Cuáles son los sistemas de muestreo? ¿Cómo se tabulan resultados? ¿Cómo se estructura y especifica el proyecto ejecutivo?
UNIDAD 3	
30 hrs	
Tema 3.1	Especificación Técnica.
30 hrs	
<i>Subtemas</i>	3.1 Evaluación del diseño 3.1.1 Diseño del sistema de muestreo y evaluación 3.1.2 Implementación del sistema de muestreo 3.1.3 Tabulación e interpretación de resultados 3.1.4 Postura ante la evaluación y plan de ajuste 3.2 Especificación técnica 3.2.1 Revisión de originales 3.2.2 Ajustes para producción
<i>Lecturas y otros recursos</i>	MAIA, F. <i>Diseño gráfico alrededor del mundo</i> , Ed. Index books, 2009, España
<i>Métodos de enseñanza</i>	Técnica interrogativa Exposición temática, Mapas conceptuales Razonamiento deductivo, inductivo y analítico
<i>Actividades de aprendizaje</i>	Asesoría personalizada y grupal Discusión constructiva con el asesor

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El objetivo de generar y aplicar estrategias de enseñanza – aprendizaje, es el de mejorar las técnicas didácticas y la operatividad en el taller, con el fin de lograr la participación activa del alumno en la adquisición analítica del conocimiento, para la apropiación de las competencias, habilidades y actitudes correspondientes al nivel, con una propuesta que satisfaga sus necesidades y expectativas.

Principales Técnicas y Actividades implementadas en el Taller

-Exposición

La exposición permite presentar los contenidos al grupo. Es indispensable la participación de todos los asesores. Se utiliza principalmente al inicio de cada parcial para hacer la introducción a la revisión de los contenidos a desarrollar. Es una conferencia expositiva, explicativa e informativa, pues se desarrolla el tema, objetivos, se muestran ejercicios anteriores, se plantea el proyecto a desarrollar, dinámica de trabajo, requisitos y criterios de evaluación.

Actividad focal introductoria

Busca atraer la atención de los estudiantes, activar conocimientos previos o crear una situación motivacional inicial.

Discusión guiada

Activa los conocimientos previos en la participación interactiva en un diálogo en el que estudiantes y profesor discuten acerca de un tema.

Enunciado de objetivos o intenciones

Es recomendable compartir y mejor aun, establecer con los estudiantes los objetivos del aprendizaje del tema de la lección o clase, ya que pueden actuar como elementos orientadores de los procesos de atención, para generar expectativas apropiadas, mejorar el aprendizaje intencional y orientar las actividades hacia la autonomía y auto monitoreo.

Interacción con la realidad

Se pretende que ya sea en la realidad, o mediante simulaciones y exploraciones, se interactúe con aquellos elementos y relaciones que contienen las características en estudio, por ejemplo, objetos, personas, organizaciones, instituciones.

Estrategia de solución de problemas

Se distingue un estado inicial en el que se detectan situaciones problemáticas o problematizantes que requieren solución (Realidad actual), un estado final y vías de solución (Realidad deseada).

Planteo de situaciones y problemas

Se observa una situación en el contexto real. El estudiante tiene que descubrir la problemática (Diagnostico)

Análisis del problema y razonamiento analógico

Consiste en dividir el problema en subtemas o partes que faciliten la solución del problema total. También se alienta a los estudiantes a ver el problema desde distintos puntos de vista.

Búsqueda de soluciones

Se proponen soluciones al problema mediante aproximaciones. La lluvia de ideas es una

PLAN DE ESTUDIOS 2013

estrategia útil para formular posibles soluciones.

Solución a problemas

Estrategia en la que se proponen las soluciones a un problema. Se resuelve el problema seleccionando la solución que tiene mayor probabilidad. Se generan y prueban las soluciones. Se comparan las soluciones en equipo o grupalmente y se analizan los distintos procedimientos seguidos para llegar a ellas.

Métodos de Caso y Proyectos

Basados en problemas con un sistema de instrucción personalizada. Los Métodos de caso y de proyectos permiten acercar al estudiante a una realidad concreta en un ambiente académico guiado en la realización de un proyecto de trabajo.

Estrategias para la aplicación de conceptos

Estas estrategias pretenden apoyar la permanencia de los conceptos en la memoria a largo plazo, a través de aplicaciones del concepto en estudio en diversas situaciones, tanto escolares como en la realidad en la que se originó el aprendizaje.

Estrategias estructurantes

Elaboración de cuadros sinópticos, cuadros comparativos, mapas conceptuales.

Problemas de aplicación

Se identifican campos de aplicación en la vida real, ya sea del social, artístico, cultural, geográfico, biológico, filosófico, etc. Se formulan problemas y sus soluciones utilizando el o los conceptos aprendidos, pero en contextos más complejos al que se manejó al inicio del aprendizaje del tema.

Estrategias de conservación y autoría

La memoria de proceso

Esta estrategia es altamente recomendable, ya que implica que durante el proceso se vayan recopilando, almacenando y sistematizando los productos que se van elaborando, lo que proporciona bases para la construcción del conocimiento en niveles de mayor generalidad. Se pide presentarlo en forma de libro.

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Elaboración y/o presentación de:	Periodicidad	Abarca	Ponderación
Primer parcial	De 4 a 5 semanas	Etapa de Diagnóstico	30 %
Documento Diagnóstico Estructura y precisión del contenido.....60% Diseño editorial...30% Presentación.....10%			

PLAN DE ESTUDIOS 2013

<p>Segundo parcial</p> <p>Documento pronóstico Estructura y precisión del contenido.....40% Diseño editorial...10% Pre-entrega Anteproyecto.....10% Entrega de Anteproyecto.....25% Entrega de Presentación.....15%</p>	<p>De 4 a 5 semanas</p>	<p>Etapa de Pronóstico Programa de diseño Plan de medios Hipótesis formal Plan de gestión</p>	<p>30 %</p>
<p>Tercer parcial</p> <p>Documento de evaluación.....20% Documento Memoria.....20% Pre-entrega.....10% Plan de producción y especificación.....20% Proyecto25% Presentación.....5%</p>	<p>De 4 a 5 semanas</p>	<p>Plan de evaluación Plan de ajuste Plan de producción</p>	<p>40 %</p>
<p>TOTAL</p>			<p>100%</p>

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS INFORMÁTICOS

<p>Textos básicos</p>	<p>FRASCARA, J. <i>Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio social</i>. Ediciones Infinito. 2000, Buenos Aires</p> <p>HEMBREE, R. <i>El diseñador grafico: entender el diseño grafico y la comunicacion visual</i>, Ed. Blume, 2010</p> <p>DE PIETRO, S. S.: HAMRA, P.: <i>Diseñar hoy: visión y gestión estratégica del diseño</i>, Ed. Nobuko, 2010, Argentina.</p> <p>BORJA M., Brigitte: <i>Gestión del diseño</i>, Ed. Divine EGG Pubs, 2010, España.</p> <p>MAIA, F.: <i>Diseño gráfico alrededor del mundo</i>, Ed. Index books, 2009, España</p> <p>FLOCH, J. M. <i>Semiótica, marketing y comunicación</i>. Paidós Iberica. 1993.</p> <p>RODRÍGUEZ, L. 2010. <i>Diseño: Estrategia y táctica</i>. Siglo XXI Editores.</p>
------------------------------	---

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	<p>NAVARRETE, J. 2010. <i>Estrategia de comunicación para la asociación civil: no es lo que somos, es lo que podemos hacer</i>. Rebeke K. J. Navarrete L.</p> <p>LIBAERT, T. 2008. <i>El plan de comunicación organizacional: cómo definir la estrategia de comunicación</i>. Limusa.</p> <p>GÓMEZ, G. 2001. <i>Los atisbos y retratos de la organización frente a una estrategia comunicativa : diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional de la empresa Metalsa S. de R.L G.</i> Gómez G.</p> <p>SOLER, P. 1993. <i>Estrategia de comunicación: en publicidad y relaciones públicas</i> Gestión 2000.</p> <p>PIETERSEN, W. 2011. <i>Las 4 etapas de la estrategia efectiva: aprender, enfocar, alinear y ejecutar</i>. Panorama Editorial.</p> <p>LEDEZMA, M. (2003). <i>El Diseño Gráfico una Voz Pública</i>.</p>		
<p>Textos complementarios</p>	<p>PÉNINOU, G. <i>Semiótica de la publicidad</i>. Gustavo Gili. España. 1976</p> <p>SEXE, N.: <i>Diseño.com</i>, Ed. Paidós, Chile, 2001.</p> <p>RUSELL, J. T.. <i>Kleppner Publicidad</i>. Ed. Prentice Hall, México. 2001.</p>		
<p>Sitios de Internet</p>	<p>Pasos fundamentales para una buena estrategia de comunicación online http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/pasos-fundamentales-para-una-buena-estrategia-de-comunicacion-online/</p> <p>Las diez estrategias de manipulación mediática de los medios de comunicación. http://teatrevesadespertar.wordpress.com/2011/05/03/las-diez-estrategias-de-manipulacion-mediatica-de-los-medios-de-comunicacion/</p> <p>¿Que es la estrategia de comunicación? http://www.apuntesgestion.com/que-es-la-estrategia-de-comunicacion/</p> <p>Estrategia para los medios de comunicación http://www.endvavnow.org/es/articles/1244-estrategia-para-los-medios-de-comunicacion.html</p> <p>Métodos de recopilación de datos http://www.fao.org/docrep/x5684s/x5684s04.htm</p> <p>Teoría del muestreo http://www.fao.org/docrep/005/x2465s/x2465s08.htm</p> <p>www.foroalfa.org</p>		



PLAN DE ESTUDIOS 2013

Bases de datos			