



**UNIVERSIDAD CAECE**  
**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES**

PROGRAMA DE: <b>DESARROLLO DE UN PROYECTO II</b>		
CODIGO DE LA CARRERA <b>091</b>	PLAN DE LA CARRERA <b>12D</b>	CODIGO ASIGNATURA <b>2212/12D</b>
AÑO <b>4º</b>	CUATRIMESTRE 1º <b>2º</b>	VIGENCIA <b>2012</b>
CARRERA: <b>LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL</b>		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL <b>379/03</b>		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA <b>717/02-862/04-544/11-184/13</b>

### **OBJETIVOS**

- Articular todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en un proyecto FINAL
- Evaluar, definir, profundizar, investigar y resolver un sistema complejo de comunicación visual
- Determinar un concepto que resulte irrefutable
- Confrontar diferentes proyectos para autoevaluarse

El espacio de trabajo intentará lograr el progreso de las capacidades y habilidades de cada alumno en función de sí mismo y de la interacción con los demás, de ahí la importancia de compartir la formación con otros docentes especializados que alimenten el Proyecto final tratando de entender la interdisciplinariedad como la forma actual del trabajo, permitiendo la creación de una RED de articulación de conocimientos.

### **CONTENIDOS MINIMOS**

Desarrollo secuencial de la programación. El proyecto y su vinculación a las disciplinas del mercado. Documentación y especificaciones técnicas. Desarrollo de proyecto. Presentación.

### **PROGRAMA ANALITICO**

#### **UNIDAD 1**

Secuencialidad de la programación. Partido Conceptual y gráfico. Vinculación al mercado.

#### ***Pieza simple***

- Papelería (tarjetas + sobres + hojas membrete + carpeta)
- Pieza editorial de no más de 3 páginas.
- Afiche (A3 en adelante)
- Aviso (1/2 A4 en adelante)
- Packaging (1 envase simple)

#### **UNIDAD 2**

Desarrollo y documentación

#### ***Pieza semicompleja***

- Sistema de papelería (piezas específicas, más de 8)
- Objeto de merchandising (no tradicional)
- Pieza editorial de no más de 6 páginas.
- Acción de marketing directo de no más de 3 acciones con proyección de piezas semicomplejas
- Sistema de 3 avisos publicitarios
- Campaña: 3 afiches + 3 avisos + objetos de merchandising
- Packaging (1 envase complejo)
- Señalética para un comercio de no más de 30 personas.
- Maqueta.
- Spot publicitario de menos de 20 frames (story + guión técnico + guión literario)
- Sistema interactivo (de menos 20 nodos conceptualmente distintos)
- Sistema multimedial (de menos 20 nodos conceptualmente distintos)
- Submarcas (por lo menos 2 submarcas para apreciar el sistema) Láminas: isologotipo + variaciones de marca: reducciones, blanco y negro, monotonos, aplicaciones sobre fondos posibles y no posibles, tipografía utilizada, concepto utilizado, presentación de colores pantone y demás paletas
- POP

### **UNIDAD 3**

Documentación y especificaciones técnicas.

#### ***Pieza compleja***

- Marca (Láminas: isologotipo + variaciones de marca: reducciones, blanco y negro, monotonos, aplicaciones sobre fondos posibles y no posibles, tipografía utilizada, concepto utilizado, presentación de colores pantone y demás paletas)
- Pieza editorial de más de 6 páginas.
- Sistema de piezas editoriales de más de 6 páginas
- Sistema de difusión: sistema progresivo de campañas.
- Sistema de difusión de marketing directo (6 acciones como mínimo que requieran proyección de piezas)
- Sistema de packaging o POP (3 envases o exhibidores complejos como mínimo)
- Señalética para una empresa de más de 30 personas.
- Spot publicitario (story + guión técnico + guión literario)
- Sistema interactivo (por lo menos 20 nodos conceptualmente distintos)
- Sistema multimedial (por lo menos 20 nodos conceptualmente distintos)

### **UNIDAD 4**

Programación del proyecto. Metodologías de presentación y evaluación de eficacia.

#### **FINAL Desarrollo de un proyecto**

**Entrega del desarrollo de un sistema de comunicación integral.**

### **METODOLOGÍA**

#### **Actividades Teóricas**

Se desarrollarán a partir de desarrollos teóricos determinados por el alumno a través de una investigación que servirá de refuerzo de contenidos y balance del aprendizaje.

#### **Actividades de Formación Práctica**

La materia es definida puntualmente como un estadio de formación práctica, ya que la columna vertebral de la misma tiene que ver con trabajos modelos de la profesión. Intentando en los mismos volcar casos reales que podrían tener si trabajaran en un estudio de diseño y comunicación visual.

## **EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA**

Cumplimiento del 75% de asistencia a clase.  
Deberán realizar un Trabajo Práctico final.

## **EVALUACION FINAL: REGIMEN DE APROBACION DE MATERIA**

Aprobación de la cursada y del T.P final.

El examen final consistirá en un oral con defensa de TP final.



**MARCELA VICENTE**  
Coordinadora



**MARIANA ORTEGA**  
Secretaria Académica