



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

PROGRAMA DE: <b>DISEÑO I</b>		
CODIGO DE LA CARRERA <b>091</b>	PLAN DE LA CARRERA <b>012D</b>	CODIGO ASIGNATURA <b>1557/12D</b>
AÑO <b>2º</b>	CUATRIMESTRE 1º <b>1º</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**

- Reconocer y articular los elementos visuales, valorizando el proceso de observación
- Desarrollar procesos de síntesis de un objeto.
- Introducir al alumno en los conceptos de Signo.
- Comprender el valor comunicacional de una composición.
- Explorar las múltiples posibilidades de expresión de la imagen

**CONTENIDOS MINIMOS**

Introducción a las Organizaciones. Estructura y composición. La representación como fenómeno comunicacional. Introducción a la Abstracción. Procesos de síntesis y complejización. Clasificación del signo. Evolución hacia el pictograma. Imagen y tipografía. Retórica de la imagen. Operaciones de refuerzo semántico. Partido conceptual y Partido gráfico  
Sistemas simples.

**PROGRAMA ANALITICO**

**Unidad 1.**

Estructura y composición. La representación como fenómeno comunicacional. Elementos básicos de la comunicación visual. Definiciones elementales para la síntesis de un objeto. Procesos de síntesis, abstracción, concepto y complejización. Clasificación del signo: ícono, símbolo, índice. Evolución hacia el signo. Desarrollo de pictogramas.

**Unidad 2.**

Isotipo. Logotipo. Marca. Aplicación a piezas de comunicación visual. Cómo se aplica el diseño de la información a piezas gráficas habituales. Composición morfológica y tipográfica pensando en la función. Semantización tipográfica. Operaciones tipográficas. Concepto de branding.

### **Unidad 3.**

Puesta en página. Grilla, aspectos básicos. Partido conceptual y Partido gráfico (materialización gráfica de conceptos).

### **Unidad 4.**

Planificación de una campaña de comunicación virtual a través de redes sociales. Concepto de un plan de social media. Acciones y proyectos, ejemplos.

### **Unidad 5.**

Retórica de la imagen. Publicidad. Sistemas simples e imagen corporativa. Funciones retóricas. Ejemplificaciones. Campañas publicitarias, de información, de concientización. Del problema a la solución. Estrategias de comunicación. Marketing directo aplicado en una campaña.

### **Unidad 6.**

Aplicaciones multimediales, conceptos básicos. Desarrollo y planificación de un sitio web. Similitudes entre el diseño web y el editorial. Planteo de un sitio web desde la mirada conceptual gráfica y visual.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Dondis, Dona A. / *La sintaxis de la imagen* Editorial Gustavo Gili / Barcelona.

Frutiger, Adrian / *Signos, símbolos, marcas, señales* Editorial Gustavo Gili / 1995.

Frascara, Jorge / *¿Qué es el diseño de la información?* Ediciones Infinito / Buenos Aires, 2011.

Frascara, Jorge / *Diseño gráfico para la gente* Ediciones Infinito / Buenos Aires, 1997.

Ruder, Emil *Manual de diseño tipográfico* Ed. GG/México. Año 1992.

Meggs, Philip *Historia del diseño gráfico*. Editorial Trillas. Año 2000.

Moles, Abraham y Costa, Joan. *Publicidad y diseño* Ed. Infinito. Año 2005.

## **METODOLOGÍA**

Las clases impartidas constan de dos partes una teórica y otra parte práctica.

### **Actividades Teóricas**

En la parte teórica se realizan exposiciones del docente orientadas a que el estudiante participe activamente y desarrolle habilidades para permitir una mejor comprensión en aquellos conceptos esenciales de la materia.

### **Actividades de Formación Práctica**

Esta actividad pretende, que en cada unidad el alumno ejercite y desarrolle habilidades en el desarrollo práctico, para una mejor comprensión de lo visto en la teoría.

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

- Cumplimiento del 75% de asistencia a clase y de las normativas vigentes en los reglamentos de la universidad
- Aprobación de evaluaciones parciales según lo especificado en la Planificación de la materia.

### **EVALUACIÓN FINAL: REGIMEN DE APROBACION DE LA MATERIA**

- Examen final escrito y/o oral individual, sobre todo el contenido de la materia.



**MARCELA VICENTE**  
Coordinadora



**MARIANA ORTEGA**  
Secretaria Académica