



		UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL SYLLABUS				FACSO Facultad de Comunicación Social		
A: DATOS INFORMATIVOS								
Facultad:	Facultad de Comunicación				Dominio:	Cultura, Subjetividad y Participación Ciudadana		
Carrera:	Diseño Gráfico							
Asignatura:	Diseño 3D	Código:	044	UOC:	Básico		Campo Formación:	Diseño y Animación Digital 2D y 3D
Semestre:	Sexto		Paralelo:	6sA1 6sC1		Horario:	L 10:00-13:00 / V 10:00-13:00 X 18:00-21:00 / J 18:00-21:00	
PLAN DE ESTUDIOS	N° Créditos:	6	Horas componente docencia:	96	Horas componente de práctica y experimentación:	-	Horas componente trabajo autónomas:	96
Prerrequisitos:	018 - Plástica y dibujo artístico							
Período académico:	2018 – 2019						Ciclo:	I
Docente:	Lcdo. Joffre Bernardo Loor Rosales Msc.				Título de posgrado:	Magister en Diseño y gestión de marca		

Leyenda: UOC: Unidad de Organización Curricular.



B: JUSTIFICACIÓN DEL CONOCIMIENTO DEL SYLLABUS EN EL CAMPO DE FORMACIÓN

Breve justificación de los contenidos del Syllabus:

La tridimensionalidad en el Diseño Gráfico se presenta como una de las tantas posibilidades de experimentación y desarrollo creativo tanto en la vida académica como en la profesional de los diseñadores gráficos. La asignatura se basa en crear en los estudiantes la capacidad de brindar respuestas acertadas a problemas visuales de orden tridimensional; a su vez habilidades y actitudes para ubicar e identificar espacialmente un objeto e interactuar con espacios previamente creados o sean estos desarrollados integralmente desde la necesidad de los clientes.

La metodología didáctica se basa en la enseñanza proyectual y su desarrollando en el campo profesional del diseñador, mediante un proceso dinámico planteando la solución de casos reales a partir de estudio de casos. La herramienta tecnológica, será el medio por el cual es estudiante podrá plasmar sus soluciones combinándolas con otras herramientas para una mejorar la presentación de sus trabajos.

Aportes teóricos	Aportes metodológicos	Aporte a la comprensión de los problemas del campo profesional	Contextos de aplicación
<p>Acorde a la misión de la carrera de Diseño Gráfico, este profesional tendrá perspectivas técnicas y humanas en Diseño Gráfico para ser líderes creativos a partir de teorías de la percepción visual, composición tridimensional y crítica visual.</p> <p>Tendrá conocimientos para analizar y seguir el encargo solicitado por el cliente para brindar soluciones visuales tridimensionales. Se incluirá el sistema de identidad para el desarrollo de la asignatura y así fortalecer el desarrollo del diseñador.</p>	<p>El desarrollo de la asignatura se trabajará con método de la didáctica proyectual, en base a la realización de casos prácticos a partir de la construcción de conceptos gráficos de marcas reales para fusionar con entornos tridimensional. Se usará las clases virtuales para la enseñanza de la herramienta digital, para luego realizar en el laboratorio los conceptos plasmados o propuestos en las horas en el aula de clases.</p>	<p>En el desarrollo del profesional de Diseño Gráfico se hace indispensable la adquisición de conocimientos referente el desarrollo de conceptos y creación de sistemas de identidad que les permitan crear estrategias y acciones acorde a los encargos que se plantean en el campo profesional del diseñador en la publicidad.</p>	<p>El profesional de la carrera de Diseño Gráfico podrá utilizar los conocimientos adquiridos en Cátedra Llor en los diferentes escenarios donde desempeñe sus funciones, sean estos de alto nivel visual, conceptual y compositivo para ámbito universitario, empresarial y ambientes sociales, donde se demande su accionar.</p>



Propósitos y aportes al perfil de egreso

C: PROPÓSITOS Y APORTES AL PERFIL DE EGRESO				
Propósitos del aprendizaje de los syllabus relacionados con el campo de estudio y objetivos de la carrera:	Aportes al perfil de egreso: Capacidades integrales y/o competencias, logros o resultados de aprendizaje			
	Genéricas de la UG	Específicas de la carrera	Logros de aprendizaje	Ámbito
El estudiante será capaz de aplicar con criterio científico la teoría y la práctica en la investigación de mercadeo, utilizando conocimientos previos como base para el diseño de nuevos conceptos de imagen corporativa y publicidad.	- LABORAL: TRABAJO INTERDISCIPLINARIO	- LABORAL: TECNOLÓGICAS	Identificará con pertinencia problemas existentes a nivel del mercado. Aplicará correctamente la información recopilada.	Conocimientos
El estudiante será capaz de utilizar pensamiento estratégico en la toma de decisiones acertadas, pertinencia e idoneidad en la generación de proyectos que contribuyan a perfeccionar estilos de vida y a transformar la realidad en función de un auténtico buen vivir.	- INTELLECTUAL: PROCESAMIENTO DE DATOS.	- INTELLECTUAL: CIENTÍFICA	Desarrollará destrezas para identificar fuentes primarias y secundarias de información Conocerá y aplicará técnicas para recoger información científica	Habilidades
El estudiante será capaz de desarrollar una estructura de investigación ética no sesgada, con sólidos valores humanos que contribuyan a perfeccionar estilos de vida y a transformar la realidad en función de un auténtico buen vivir.	- PERSONAL: EQUILIBRIO ENTRE TRABAJO Y VIDA PERSONAL. - SOCIAL: CULTURA CORPORATIVA	- PERSONAL: COMUNICATIVA - SOCIAL: VALORATIVA	Conocerá y utilizará métodos y técnicas de investigación para el desarrollo tridimensional. Aplicará de manera eficiente las normas éticas de la profesión Sabrá organizar el equipo y distribuir funciones. Identificará y asumirá los roles de manera efectiva.	Valores y actitudes



D: UNIDADES TEMÁTICAS O DE ANÁLISIS:							
Unidad 1		Descripción: Diseño bi y tridimensional					
Objetivo: Considerar la tercera dimensión como componente del diseño							
CONTENIDOS: conocimientos a desarrollar	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje				Tiempo de aprendizaje	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje	Recursos didácticos
	Componente de docencia		Componente de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes	Componente de aprendizaje autónomo			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor	Actividades de aprendizaje colaborativo					
<p>Elementos básicos del diseño tridimensional.</p> <p>Forma y estructura.</p> <p>Planos seriados.</p> <p>Células espaciales y módulos.</p>	<p>Clase teórica Práctica sobre los fundamentos de diseño. La percepción visual. Punto. Línea. Esquemas volumétricos. Repetición y gradación Variaciones posicionales Explicación de como crear una maqueta.</p> <p>Clase práctica Posición de elementos en entorno. Edición de Render. Corrección y recepción de trabajos.</p> <p>TP1 – TP2</p>	<p>Retroalimentación</p> <p>Debate</p> <p>Taller</p> <p>Corrección de avances</p>		<p>Resolución de problemas</p> <p>Investigación</p> <p>Avances de TP</p>	24h	<p>Exposición dialogada, Debates y desarrollo de conjeturas, Interpretación de textos / artículos, Estudio de casos.</p>	<p>Pizarra Laboratorio Libros Papel Bond Lápiz</p>



D: UNIDADES TEMÁTICAS O DE ANÁLISIS:							
Unidad 2		Descripción: Construcción – Sistema de proyecciones ortogonales					
Objetivo: Desarrollar objetos tridimensionales que utilizan la gráfica (y otras imágenes) como código de comunicación principal.							
CONTENIDOS: conocimientos a desarrollar	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje			Componente de aprendizaje autónomo	Tiempo de aprendizaje	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje	Recursos didácticos
	Componente de docencia		Componente de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes				
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor	Actividades de aprendizaje colaborativo					
<p>Elementos principales de la perspectiva.</p> <p>Sistemas de proyecciones ortogonales.</p> <p>Los sistemas coordinados de representación plana.</p> <p>Escala para las perspectivas y sus usos.</p> <p>Las medidas antropométricas.</p>	<p>Clase teórica Diédricas y triédricas. Monge. Tipos de perspectivas Axonométricas. Tipos de escala. Usos de escalas. Las dimensiones humanas en espacios interiores.</p> <p>Clase práctica Corrección y recepción de trabajos</p> <p>TP3 – TP4</p>	<p>Retroalimentación</p> <p>Debate</p> <p>Taller</p> <p>Corrección de avances</p>		<p>Resolución de problemas</p> <p>Investigación</p> <p>Avances de TP</p>	<p>24h</p>	<p>Exposición dialogada, Debates y desarrollo de conjeturas, Interpretación de textos / artículos, Estudio de casos.</p>	<p>Pizarra Laboratorio Libros Papel Bond Lápiz</p>



D: UNIDADES TEMÁTICAS O DE ANÁLISIS:							
Unidad 3 Descripción: Marca y aplicaciones							
Objetivo: Corroborar la interacción de las tres dimensiones entre sí en el diseño de dispositivos publicitarios.							
CONTENIDOS: conocimientos a desarrollar	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje				Tiempo de aprendizaje	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje	Recursos didácticos
	Componente de docencia		Componente de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes	Componente de aprendizaje autónomo			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor	Actividades de aprendizaje colaborativo					
<p>Figuras retóricas.</p> <p>Tipos de signo.</p> <p>Marca.</p> <p>Posicionamiento y personalidad de marca.</p> <p>Aplicaciones.</p> <p>Arquigrafía.</p>	<p>Clase teórica Figuras básicas del discurso Icono, indicio, símbolo ¿Qué es una marca? Rediseño de marca. Copy – Slogan La aplicación de la marca a otros elementos del sistema visual. Colores y formas institucionales. El programa visual aplicado en exteriores e interiores.</p> <p>Casos de Estudio Campañas publicitarias.</p> <p>Clase práctica Corrección y recepción de trabajos</p> <p>TP5 – TP6</p>	<p>Retroalimentación</p> <p>Debate</p> <p>Taller</p> <p>Corrección de avances</p>		<p>Resolución de problemas</p> <p>Investigación</p> <p>Avances de TP</p>	24h	<p>Exposición dialogada, Debates y desarrollo de conjeturas, Interpretación de textos / artículos, Estudio de casos.</p>	<p>Pizarra Laboratorio Libros Papel Bond Lápiz</p>

D: UNIDADES TEMÁTICAS O DE ANÁLISIS:

Unidad 4 Descripción: Visual Merchandising

Objetivo: Abordar el diseño de objetos de comunicación visual, de morfologías tridimensionales, conectados con lo específico y característico de la gráfica y de las imágenes.

CONTENIDOS: conocimientos a desarrollar	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje				Tiempo de aprendizaje	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje	Recursos didácticos
	Componente de docencia		Componente de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes	Componente de aprendizaje autónomo			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor	Actividades de aprendizaje colaborativo					
Briefing creativo. Diseño efímero. Exhibición e identificación. Organización del espacio. Relaciones entre los diseños gráficos y los productos publicitados. La ubicación de la tipografía y sus condicionantes de lectura.	Clase teórica La estructura del Brief. Clases de diseño efímero. Muestra de trabajos personales. Distribución de espacio interior. Composición visual Casos de Estudio Relación diseño gráfico y producto. Clase práctica Corrección y recepción de trabajos Diseño de piezas gráficas TP7 – TPF	Retroalimentación Debate Taller Corrección de avances		Resolución de problemas Investigación Avances de TP	24h	Exposición dialogada, Debates y desarrollo de conjeturas, Interpretación de textos / artículos, Estudio de casos.	Pizarra Laboratorio Libros Papel Bond Lápiz



Evaluación de los aprendizajes de las unidades.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES		
Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:	Actividades	
Gestión formativa 25 %.	a) Trabajo participativo en clase, b) Reportes de talleres y equipos colaborativos, c) Controles de lectura, d) Otros: (Detallar) _____ e) Exposición de casos y situaciones.	<input checked="" type="checkbox"/> 12,5% <input checked="" type="checkbox"/> 12,5% <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Gestión práctica y autónoma 25 %.	a) Exposiciones individuales y grupales, b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red, c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios, d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica, e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios, f) Trabajos de Campo, g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación, h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia, i) Lectura crítica y análisis comparado de casos, j) Asistencia y reporte de Eventos académicos. k) Otros: (Detallar) _____	<input checked="" type="checkbox"/> 12,5% <input checked="" type="checkbox"/> 12,5% <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Acreditación y validación 50 %.	a) Exámenes orales y escritos teóricos, b) Exámenes orales y escritos prácticos, c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos. d) Otros: (Detallar) _____	<input checked="" type="checkbox"/> 12,5% <input checked="" type="checkbox"/> 12,5% <input checked="" type="checkbox"/> 25% <input type="checkbox"/>

F: BIBLIOGRAFÍA

F: BIBLIOGRAFÍA				
BÁSICA	Nº	Título de la obra	Existencia en biblioteca	Número de ejemplares
	1	Wong, W. (2014). Fundamentos del diseño . Barcelona: Gustavo Gili.	SI	Online
	2	Navarro, J. (2015). Taller de expresión tridimensional . Castellón de la Plana: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.	SI	Online
	3	Lupton, E. (2012). Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking (1ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.	SI	Online
	4	Wong, W. (2013). Principios del diseño en color (2ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.	SI	Online
COMPLEMENTARIA	1	Wong, W. (1991). Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional (7ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.	NO	Página Cátedra
	2	Porter, T., Greenstreet, B., & Goodman, S. (1992). Manual de técnicas gráficas para arquitectos, diseñadores y artistas . Barcelona: Gustavo Gili.	NO	Página Cátedra
	3	Panero, J., & Zelnik, M. (1996). Las dimensiones humanas en los espacios interiores: estándares antropométricos (7ª ed.). México: Gustavo Gili.	NO	Página Cátedra
	4	Morgan, T. (2016). Visual merchandising: escaparates e interiores comerciales (3ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.	SI	Online
SITIOS WEB	Nº	Dirección electrónica / URL		
	1	http://catedraloor.com/		
	2	https://www.behance.net/		
	3	https://free3d.com/		
	4			



UNIVERSIDAD GUAYAQUIL
VICERRECTORADO DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD			
Responsabilidad	Nombre del responsable	Firma	Fecha entrega
Elaborado por:	Lcdo. Joffre Bernardo Loor Rosales Msc.		
Revisado por:	Lcdo. Franklin Alume Msc.		
Aprobado por:	Lcdo. Freddy Noboa Belalcázar MSc.		
Secretaría de la carrera:	Lcda. Elizabeth Soraya Cevallos Tómalala		