

**UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE DISEÑO**

**DISEÑO CURRICULAR
 DISEÑO GRAFICO IV**

CÓDIGO DE LA ESCUELA: 15-17247		PENSUM: Abril 1997
ASIGNATURA: Diseño Gráfico IV		CÓDIGO DE ASIGNATURA: 15-0254
SEMESTRE: 4	UNIDADES CREDITOS: 2	TOTAL HORAS/SEMESTRE: 64

PRELACIÓN	ELABORACIÓN	REVISADO POR
15-0153	Prof. Giuseppe Nappo	Prof. Carolina Díaz
-	Fecha: Enero 2004	Fecha: Enero 2004

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso los participantes serán capaces de: Crear un manual de identidad visual corporativa de una empresa.

UNIDAD I: SIGNOS DE IDENTIFICACIÓN BÁSICOS, SOPORTES GRÁFICOS

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Diseñar el logotipo de una empresa y la papelería de una empresa utilizando el logo o emblema que la identifica.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Realizar un análisis de la empresa y sus necesidades.

1.2.2. Proponer en base al análisis bocetos varios y materiales para la papelería de la empresa y elegir una solución.

1.2.3. Realizar boceto final y arte final de la papelería.

2. Contenidos:

2.1. Necesidades y características de la empresa.

2.2. Materiales disponibles en el mercado.

2.3. Formatos.

2.4. El color y la imagen de la empresa.

2.5. Papel de carte.

2.6. Sobres.

2.7. Tarjetera.

2.8. Artes finales.

2.9. Sistemas de impresión.

2.10. Separación de colores.

2.11. Montaje de bocetos.

3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Taller.
 - 3.2. Exposición del Facilitador.

UNIDAD II: IMPRESOS PROMOCIONALES E INFORMATIVOS (TRIPTICOS, DIPTICOS, FOLLETOS, CATALOGOS, VOLANTES)

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: diseñar impresos promocionales o informativos de una empresa.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Conocer los diversos puntos de impresos provisionales e informativos para elegir el adecuado a las necesidades de la empresa.
 - 1.2.2. Determinar su impacto en el público.
 - 1.2.3. Establecer las funciones de cada uno de los tipos de impresos provisionales o informativos y pautas para su elección.
 - 1.2.4. Proponer varios bocetos del formato elegido y escoger el adecuado.
 - 1.2.5. Realizar boceto final y arte final del formato.
2. Contenidos:
 - 2.1. Trípticos, dípticos, folletos, catálogos, volantes.
 - 2.2. Materiales y formatos standard. Artes finales. Presentación de bocetos. Maquetación.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Taller.
 - 3.2. Exposición del facilitador.

UNIDAD III: IDENTIFICACIÓN

1. Objetivo de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: realizar la identificación de las diferentes áreas físicas y funciones de la empresa.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Definir y diseñar la identificación de la infraestructura arquitectónica de la empresa. (Ubicación del nombre de la empresa de cada uno de los departamentos y la señalización).
 - 1.2.2. Definir y diseñar la identificación individual del personal de la empresa (carnets, uniformes y distintivos).
 - 1.2.3. Definir y diseñar la identificación del parque móvil de la empresa (automóviles, camiones, helicópteros, aviones)
 - 1.2.4. Establecer las funciones de cada uno de las identificaciones y su influencia sobre el público.

2. Contenidos:
 - 2.1. Identificación individual.
 - 2.2. Arquitectónica y del Parque Móvil. Materiales.
 - 2.3. Colores.
 - 2.4. Texturas.
 - 2.5. Funciones.
 - 2.6. Escala.
 - 2.7. Visualización y Lectura.

3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Taller.
 - 3.2. Exposición del facilitado.

4. Evaluación:

El profesor de la signatura determinará en el plan cronograma, las fechas y el tipo de evaluación que ha de realizar. Adoptará en las pruebas las normas establecidas en el reglamento de Evaluación de la Universidad Nueva Esparta y el uso vigente.

BIBLIOGRAFÍA:

CHAVEZ Norberto: La imagen corporativa. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

DONDIS Donis: La sintaxis de la imagen. Gustavo Gili. Barcelona.

HENDY William: Introducción a las artes plásticas. Mc.Graw Hill. México.

KINNER Jock: El diseño gráfico en la arquitectura. Editorial Gustavo Gili. Barcelona

SANDERS Norman: Manual de producción del diseñador gráfico. Editorial Gustavo Gili. Barcelona-