

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

**DISEÑO CURRICULAR  
 DISEÑO GRAFICO V**

<b>CÓDIGO DE LA ESCUELA:</b> 15-17247		<b>PENSUM:</b> Abril 1997
<b>ASIGNATURA:</b> Diseño Gráfico V		<b>CÓDIGO DE ASIGNATURA:</b> 15-0255
<b>SEMESTRE:</b> 5	<b>UNIDADES CREDITOS:</b> 2	<b>TOTAL HORAS/SEMESTRE:</b> 64

<b>PRELACIÓN</b>	<b>ELABORACIÓN</b>	<b>REVISADO POR</b>
15-0254	Prof. Ybsul Freites	Prof. Carolina Díaz
-	Fecha: Enero 2004	Fecha: Enero 2004

**OBJETIVO GENERAL**

Al término del curso los estudiantes identificarán los diferentes tipos de impresos promocionales para exteriores y los factores necesarios para adaptarlos a una imagen corporativa específica y a las nuevas tendencias de impresión y tecnología.

**UNIDAD I: CARTELES**

1. Objetivo Terminal:

Se establecerá la importancia de los diferentes medios de promoción tales como carteles, Vallas, pendones, publicidad humana, etc como herramientas de promoción y proyección de marca, producto y servicio.

1.1. Objetivos Específicos:

1.1.1. Definir afiches, vallas, pancartas, pendones, etc., como medio de publicación y promoción empresarial.

1.1.2. Historia de los carteles y de las tendencias de publicaciones para exteriores.

1.1.3. Analizar el anuncio para exteriores como composición, captación de público y trayectoria del mensaje.

1.1.4. El color, diagramación, fotografía como elementos que conforman un anuncio. El mensaje.

1.1.5. Establecer el alcance o medida de captación y percepción del cliente según el formato de impresión que se utilice.

1.1.6. Factores de investigación del mercado y del cliente.

2. Contenidos:

2.1. Definiciones afiches, vallas, pancartas, pendones y el que la conforman, tales como: color, tipografía, lectura visual, imagen, diagramación; Funcionabilidad.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Exposiciones Y Proyecto prácticos

## UNIDAD II: ESPECIFICACIONES DE TÉCNICAS

1. Objetivo Terminal:  
Se definirá, analizará los diferentes métodos y formatos para general archivos digitales de alta resolución para salida a impresión.
  - 1.1. Objetivos Específicos
    - 1.1.1. Definición de términos o extensión de documentos,
    - 1.1.2. Diferenciación entre ellos y cuadro comparativo
    - 1.1.3. Sistemas de impresión, y adaptación de los archivo según el material a imprimir,
    - 1.1.4. Resolución de imagen,
2. Contenidos:
  - 2.1. Definición e introducción al lenguaje digital tomando en cuenta que esté formará parte del procedimiento para la elaboración de anuncio para exteriores, sistemas de impresión, soluciones creativas para conceptualizar la idea.
3. Estrategias Metodológicas:
  - 3.1. Talleres, Investigaciones.

## UNIDAD III: CALENDARIOS

1. Objetivo Terminal  
Dados los contenidos anteriores los estudiantes estarán en capacidad de diseñar un calendario siguiendo las pautas de legibilidad, funcionabilidad y creatividad como impresos para exteriores.
  - 1.1. Objetivos Específicos
    - 1.1.1. Definir calendario
    - 1.1.2. Estudiar el calendario a través de la historia.
    - 1.1.3. Analizar ejemplo de calendario
    - 1.1.4. Definir necesidades del cliente para la creación de un calendario
    - 1.1.5. Analizar el diferente tipo de usuario
    - 1.1.6. Proponer ideas y conceptos de para la realizar un calendario.
    - 1.1.7. Establecer la importancia de los elementos que lo conformen y que formen parte de la imagen
2. Contenidos:
  - 2.1. El calendario, historia, estructura, tipos, el usuario, el cliente, solucione, funcionamiento estética, originabilidad, sistema de impresión.
3. Estrategias Metodológicas:
  - 3.1. Prácticas y Elaboración de Proyecto

**BIBLIOGRAFÍAS:**

**ARMAS Alfredo**, Diseño Gráfico en Venezuela. Maraven - Caracas

**DALLEY, Terence**, Ilustración y Diseño. Editorial. Blume, Madrid

**HURLBURT, Allen**: Diseño Fotográfico. Editorial Gustavo Gili Barcelona

**TUBAU, IVAN**: Dibujando Carteles. Caec. Edic. Barcelona

**GEORGE E. BELCH Y MICHAEL A. BELCH**, Advertising and Promotion. Mc Graw-Hill Irwin