



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Taller X - Proyecto de Comunicación Integral
CÓDIGO	:	DG154
CICLO	:	201602
CUERPO ACADÉMICO	:	De Las Casas Diez Canseco, Janina Maria Zegovia Minchan, Franco René
CRÉDITOS	:	6
SEMANAS	:	16
HORAS	:	6 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Diseño Profesional Grafico

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Curso de especialidad en la carrera de Diseño Profesional Gráfico, de carácter práctico dirigido a los estudiantes del X ciclo, que busca desarrollar las competencias generales de pensamiento crítico y manejo de información, y la competencia específica de emprendimiento.

Contar con un espacio propicio de exploración e innovación donde el alumno pueda desarrollar proyectos de comunicación visual de los diferentes ámbitos del diseño como la identidad corporativa, el diseño digital, el diseño editorial, el diseño publicitario y propuestas inter-disciplinarias permite su aproximación a un entorno real de su propia profesión y refuerza su línea de investigación de interés personal.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso el estudiante diseña, de manera innovadora, un proyecto gráfico de comunicación visual congruente al tema de investigación de su propuesta de Tesis.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 Propuesta de proyecto
LOGRO Al finalizar la unidad 1 el estudiante propone el tipo de proyecto desarrollará, el cual estará alineado el tema de interés de la Tesis.
TEMARIO Investigación de referencias visuales (mood board) y temáticas (fuentes) / Defición de proyecto/ Presentación preliminar del proyecto.

HORA(S) / SEMANA(S)

12h. / Semana 1 y 2

UNIDAD N°: 2 Cronología del desarrollo de proyecto**LOGRO**

Al finalizar la unidad 2 el estudiante propone una línea del tiempo a partir de un Diagrama de Gantt acorde a magnitud de su proyecto.

TEMARIO

Cronología del proyecto / Desarrollo de un Diagrama de Gantt / Validación de contenidos

HORA(S) / SEMANA(S)

6h / Semana 3

UNIDAD N°: 3 evaluación de propuesta**LOGRO**

Al finalizar la unidad 3 el estudiante evalúa la hipótesis de su tema de Tesis contrastándola con los avances de su proyecto gráfico propuesto en el curso.

TEMARIO

Desarrollo de proyecto

HORA(S) / SEMANA(S)

30h / Semana 4, 5, 6, 7 y 8

UNIDAD N°: 4 Argumentación de proyecto**LOGRO**

Al finalizar la unidad 4 el estudiante elabora una propuesta argumentativa a través de una exposición preliminar.

TEMARIO

sustentación de proyecto

HORA(S) / SEMANA(S)

48h / Semana 9,10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16

VI. METODOLOGÍA

Se trata de un curso de carácter práctico en el que el estudiante desarrolla su proyecto gráfico a través de un permanente análisis temático derivado de su propuesta de tesis. El curso debe ofrecer al estudiante la orientación y guía de los expertos a su proyecto. Proyecto de Comunicación Integral busca incentivar la organización, orientación al logro y excelencia académica.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

10% (TB1) + 30% (TP1) + 10% (TB2) + 50% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	10
TP - TRABAJO PARCIAL	30
TB - TRABAJO	10
TF - TRABAJO FINAL	50

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1			NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1			NO
TB	TRABAJO	2			NO
TF	TRABAJO FINAL	1			NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

CLOW, Kenneth E. Baack, Donald (2010) Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing. México, D.F. : Pearson Educación.

(659.1 CLOW/P)

TREVIÑO MARTÍNEZ, Rubén (2010) Publicidad comunicación integral en marketing. México, D.F. : McGraw-Hill.

(659.1 TREV 2010)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

MOOIJ, Marieke K. de, (2014) Global marketing and advertising : understanding cultural paradoxes. Los Angeles : SAGE Publications, Inc.

(658.8 MOOI 2014)