

**COMUNICADOR VISUAL
DIBUJO Y PROMOCIÓN PUBLICITARIA
SEGUNDO AÑO – Vigente a partir del 2007**

1. CONTENIDOS:

Unidad I: PERCEPCIÓN

Diferencia entre campo visual y campo gráfico.

Percepción.

Contrastes. Clases de contrastes.

Campo gráfico. Principios de agrupación y segregación (semejanza, proximidad y cierre)

Elementos gráficos básicos. Leyes básicas de la gestalt. Tensión espacial. Consecuencias estéticas.

Equilibrio estático, dinámico y oculto.

Color: sistemas abstractos de organización del color. Contraste y armonía.

Unidad II: SISTEMAS BÁSICOS DE COMPOSICIÓN

Composiciones axiales: simétricas, asimétricas y oblicuas.

Composición radial.

Composición reticular.

Composición oculta.

Unidad III: SEMIÓTICA

Diferenciación y concepto de signo y símbolo.

Logotipo e isotipo. Definición y clasificación.

Diseño de isologotipo. Buena forma, representatividad y decodificación.

La imagen: criterios de clasificación (símbolo, ícono, índice)

Identidad corporativa.

Unidad IV: PROCESO DE DISEÑO

Proceso de Diseño (10 pasos).

Comunicación visual: factores.

Emisor (responsable, técnico y real).

Áreas de la práctica profesional (información, persuasión, educación, administración).

Diseño y publicidad.

Diseño de folleto.

Unidad V: DISEÑO EDITORIAL

Proceso editorial. Funcionamiento de la empresa editorial.

El libro: diseño de tapa. Partes componentes.

La revista: diseño de boceto de revista. Partes componentes.

Unidad VI: CAMPAÑA PUBLICITARIA

Identidad empresarial y publicidad.

Elección de: producto o evento de interés general. Objetivos de diseño específicos.

Estrategia comunicacional.

Selección de medios: folletos, catálogos, panfletos, displays, calcomanías, carpeta institucional, envases, etc.

2. BIBLIOGRAFÍA:

- ARNHEIM, Rudolf, ***“Arte y percepción visual”***
- KEPES, Georges, ***“El lenguaje de la visión”***
- KÜPPERS, H., ***“Fundamentos de la teoría de los colores”***
- FRASCARA, Jorge, ***“Diseño y comunicación visual”***
- GONZALEZ RUIZ, Guillermo, ***“Estudio de diseño”***
- CONWAY, Lloyd M., ***“Logos”***
- FRUTIGER, A., ***“Signos y símbolos”***
- MURPHY, J., ***“Cómo diseñar marcas y logotipos”***
- COSTA, J., ***“Identidad corporativa”***
- BILLOROU, R., ***“Introducción a la publicidad”***
- AUMONT, J., ***“La imagen”***
- SCOTT, R.G., ***“fundamentos del diseño”***
- SANTARSIERO, Hugo M., ***“la producción gráfica”***