



de Cultura y Educación

660

Expediente Nº 18263/92



BUENOS AIRES, 1 ABR 1993

VISTO las presentes actuaciones por las que las autoridades del "INSTITUTO DE ENSEÑANZA SUPERIOR" -I.E.S.- (CH-307), de CORDOBA, Provincia de CORDOBA, solicitan la aprobación, con carácter experimental, del plan de estudios de nivel terciario técnico para la carrera de "DISEÑO GRAFICO Y PUBLICITARIO, a partir del ciclo lectivo 1993, y

CONSIDERANDO:

Que el proyecto presentado permitirá cubrir un área con gran demanda de personal especializado como es en la actualidad la del DISEÑO.

Que permite incrementar las opciones que ofrece el sistema educativo nacional en el nivel terciario técnico.

Que el plan de estudios presentado se ajusta a lo prescripto por el Decreto Nº 940/72.

Que la Superintendencia Nacional de la Enseñanza Privada aconseja se haga lugar a la aprobación del Plan con carácter experimental.

Por ello,

EL MINISTRO DE CULTURA Y EDUCACION

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Aprobar, con carácter experimental, el plan "FORMACION DE TECNICOS DE DISEÑO GRAFICO Y PUBLICITARIO" que como ANEXO forma parte de la presente Resolución, a partir del ciclo lectivo 1993.

ARTICULO 2º.- Autorizar su aplicación en el Instituto Privado

la
EJM
2



660



Ministerio de Cultura y Educación

Incorporado a la Enseñanza Oficial "INSTITUTO DE ENSEÑANZA SUPERIOR" -I.E.S.- (CH-307) de CORDOBA, Provincia de CORDOBA.

ARTICULO 3º.- Hacer constar que lo resuelto en el artículo precedente no lleva implícito el derecho a percibir aporte estatal.

ARTICULO 4º.- Encomendar a la SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LA ENSEÑANZA PRIVADA el seguimiento, orientación y evaluación de la experiencia para proceder a los ajustes que pudieran corresponder.

ARTICULO 5º.- Regístrese y pase a la SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LA ENSEÑANZA PRIVADA a efecto de posteriores trámites.-

ING. Agr. JORGE ALBERTO RODRIGUEZ
MINISTRO DE CULTURA Y EDUCACION



ANEXO

1. IDENTIFICACION DEL PROYECTO

1.1. Denominación: Formación de Técnicos en Diseño Gráfico y Publicitario.

1.2. Nivel: Terciario.

1.3. Modalidad: Técnica.

1.4. Especialidad: Diseñador Gráfico y Publicitario.

1.5. Duración del Plan de Estudios:

6 Cuatrimestres (3 años).

1.6. Títulos o certificados que otorga:

Al cabo del sexto cuatrimestre

DISEÑADOR GRAFICO Y PUBLICITARIO

1.7. Condiciones de ingreso:

1.7.1. Estudios secundarios completos.

1.7.2. Aprobar el curso de ingreso de 22 horas compuesto por:

INTRODUCCION AL DISEÑO - 10 HORAS

METODOLOGIA DE ESTUDIO -12 HORAS

1.7.3. Pueden ingresar sin cumplir el punto 1.7.2, los egresados terciarios universitarios y no universitarios, o los estudiantes terciarios que hayan cursado el 25% de una carrera afín.

LA
CAS



1.8. Responsables directos del ensayo:

INSTITUTO:

I.E.S. "INSTITUTO DE ENSEÑANZA SUPERIOR"

CH 307 - CORDOBA -

2. CARACTERISTICAS DEL PROYECTO

2.1. Fundamentación filosófica:

El mundo contemporáneo ofrece al menos, dos modos esenciales en los cuales los seres humanos pueden realizar su existencia :

Primero - El mundo técnico, en tanto que es el mundo que determina las condiciones de los objetos "no naturales" que rodean la vida.

Segundo - El mundo de las comunicaciones visuales que conforman y estructuran la sensibilidad y con ello la representación posible del mundo para el hombre.

El componente esencial de estos dos mundos es su "artificialidad", esto es el carácter no primario que ambos poseen.

lmz
CAS



Por otra parte, el hecho de ser artificiales los relaciona con las capacidades humanas de las cuales dependen y en este sentido, ambos participan más de las formas de creación espacio-temporales que de cualquier otra forma de creación abstracta.

A su vez, estas formas de creación están condicionadas por los modos de sensibilidad que las anteceden y por los esquemas espacio temporales propios de una determinada situación histórica y cultural.

Por donde quiera que se mire entonces, el hombre contemporáneo depende de las formas espaciales de los objetos tecnológicos y de la estructura de la comunicación visual. Ambas a su vez, están determinadas por el diseño, que es la disciplina que les da su forma de concreción.

Esto quiere decir que el diseño apareciendo a simple vista como un producto secundario de la actividad humana es en realidad una actividad determinante puesto que es característica esencial de la técnica y de la

La
CAS



comunicación visual que son a su vez ámbito privilegiado para la realización de la existencia.

Estas afirmaciones que podrían interpretarse en un sentido reduccionista, son sin embargo una aproximación fenomenológica al hecho del diseño. En este sentido entonces, el diseño y los problemas que le son propios deben abordarse desde su implicación en las formas de humanidad posibles.

La perspectiva "artística" es un punto de vista ideal para este enfoque en tanto tengamos en cuenta que lo bello y la belleza están indisolublemente unidos a las formas superiores del espíritu en sus realizaciones concretas .

Pero por otra parte, en tanto la contemporaneidad también se define como la voluntad de dominio de lo natural por medio de la técnica habrá que analizar y explicitar las relaciones entre diseño y tecnología.

Este conjunto de relaciones fundamentan la posibilidad de abordar el estudio del diseño como parte integrante de los

La
CAS



desarrollos informáticos y de análisis del mercado puesto que una y otra perspectiva abordan el papel de la técnica y de las necesidades humanas tal como aparecen en la fenomenología del diseño, desde el punto de vista del ser del hombre como inserto en el mundo técnico, en la dimensión tecnológica de la necesidad, de su satisfacción y del modo de mostrarla y de comunicarla.

2.2. Fundamentación Psicológica:

El alumnado que puede incorporarse a este plan de estudios, se puede ubicar genéricamente en edades comprendidas entre los 18 y 25 años, es decir se trata de adolescentes y jóvenes.

Desde el punto de vista psicológico, debe suponerse que contará con las bases necesarias para encarar con éxito los estudios propuestos.

Si a esto se añaden las motivaciones sociales que pueden traer al encarar una carrera que está directamente orientada a la creación gráfica en tanto ésta puede

haz
CAS



contribuir al mejoramiento de la calidad de vida se puede afirmar que deberán tener posibilidades para :

-Desarrollar un pensamiento crítico, interesado por la comunicación y el diseño como formas de desarrollo personal.

-Expresar gráficamente pensamientos, emociones y mensajes.

-Comunicar a otros sus deseos y necesidades de modo visual.

-Integrar grupos de trabajo pudiendo adoptar diversos roles de modo alternativo.

-Encarar el proceso de su propio aprendizaje con responsabilidad, organizándolo de manera personal.

-Afianzar el desarrollo integral y armonioso de su persona, ejercitando nuevas conductas que intelectual y afectivamente muestren su adaptación individual y social.

Todo esto hace posible estructurar la propuesta de aprendizaje, como

la
CAS



una propuesta de estudio, investigación y creación gráficas que potencien su responsabilidad y autonomía en el ejercicio de sus habilidades y conocimientos.

2.3. Fundamentación Pedagógica:

La propuesta pedagógica del ensayo, se basa en tres principios fundamentales:

- 2.3.1. Toda persona puede aprender y lograr objetivos educacionales, si se ponen a su disposición los medios y situaciones para que se dé tal aprendizaje.
- 2.3.2. El proceso de enseñanza - aprendizaje constituye un sistema y no un conjunto de partes sin relación entre sí.
- 2.3.3. La formación integral de las personas debe asegurar tanto los medios para el perfeccionamiento propio, como los medios para la incorporación al mundo del trabajo.

De estos principios podemos deducir que:

- * El proceso de enseñanza - aprendizaje

62

CAS



deberá planificarse, al efecto de introducir la mejor racionalidad en las decisiones que implique, obteniendo así acciones orientadas al logro de los objetivos propuestos.

* El aprendizaje debe ser planeado y organizado a partir del alumno, teniendo en cuenta que debemos tender a que cada uno desarrolle al máximo sus capacidades, de modo tal que le permitan integrarse al medio, disfrutando de su trabajo.

* El diseño de los contenidos y del plan debe ajustarse con la frecuencia necesaria para asegurar que se atiende a los requerimientos del mercado laboral y al "estado del arte" de las disciplinas que lo componen.

* Debe estructurarse en un todo, de modo interdisciplinario preservando en todo caso el objetivo final del sistema, esto es, la formación integral.

* Deberá otorgar a la evaluación, un papel

Handwritten signature and initials
CAS



especial, en tanto no sólo deberá comprenderse como un control de calidad del proceso sino también como fuente de información adecuada en relación con los progresos personales e institucionales en el logro de los objetivos.

* Deberá asegurar la formación integral de la "persona" en cuanto sólo dicha formación posibilita la concreción de una existencia individual y profesional fundada en valores trascendentes.

3. JUSTIFICACION DEL ENSAYO

3.1. Justificación General

Política educativa vigente: El decreto 940/72 posibilitó la formulación y concreción de nuevos proyectos que amplíen y mejoren la política educativa, controlando a su vez, la incidencia sobre la totalidad del sistema.

Dicho decreto señala al respecto:

"De adaptar las estructuras educativas a las necesidades actuales del país y a la dinámica natural de los procesos de cambios..." y agrega

42
CAS



"decidir sobre la prosecución, ampliación, modificaciones y aportes y en definitiva, la adopción e institucionalización de aquéllos que hayan demostrado fehacientemente su eficacia..."

El ensayo propuesto parte de la existencia de necesidades directamente relacionadas con la oferta educativa, y que tienden a ser prioritarios en una situación como la actual de cambios estructurales profundos tanto en las formas de creación como de asimilación gráfica, cambios éstos que exigen la creación de planes de estudios que completen la oferta existente ampliándola con los desarrollos tecnológicos que la misma no ofrece. Por otra parte es fundamental que en una área sujeta a tantos cambios como la de la tecnología gráfica se instrumenten adaptaciones que puedan mejorar cualitativamente la oferta existente.

Ambos aspectos son precisamente los que contempla el decreto 940/72 en los párrafos que citábamos al comienzo.

Por otra parte, al proponer una carrera de

luz
CAS



Diseñador Gráfico y Publicitario, a cursarse en tres años, con un título técnico se trata de satisfacer no sólo una necesidad epistemológica, sino una demanda en ciertos aspectos no satisfecha.

3.2. JUSTIFICACION ESPECIFICA

3.2.1. Diagnóstico Retrospectivo

El estudio realizado por la institución responsable del ensayo, de su respectiva zona de influencia, indica que no existe en dicha zona ninguna oferta educativa terciaria que cubra el área específica de "Diseño Gráfico y Publicitario".

Siendo ésta un área del hacer imprescindible para cubrir necesidades concretas que surgen de las nuevas modalidades de tecnología y de comunicación audiovisual, habida cuenta de las transformaciones estructurales, tanto nacionales como internacionales que redefinen las reglas de juego y los roles de los protagonistas del proceso de comunicación visual.

CAS



Una sociedad abierta a estas transformaciones, sólo está en condiciones de afrontarlas con éxito si dispone de profesionales formados especialmente para comprender los fenómenos que implican dichas transformaciones.

Por otra parte las condiciones de la producción gráfica, plantean cuestiones inéditas, en tanto involucran todos los componentes sociales y psicosociales propios del llamado post-modernismo con todas sus connotaciones en la reformulación mundial de los factores tradicionales con que estaban organizados los procesos de comunicación visual.

Nuestra comunidad no puede permanecer al margen de dichos cambios, y el único modo de asumirlos es desde la inteligencia, es decir, a partir de profesionales especialmente formados para entender los fenómenos y abordarlos con respuestas nuevas y adecuadas.

El cambio en la forma de

Luz
CAS



sensibilidad de las personas debe ir acompañado de nuevos modos de analizar las condiciones y características de dicho cambio, para posibilitar su integración activa en los desarrollos sociales e individuales.

3.2.2. Diagnóstico Prospectivo

Desde el punto de vista cultural el proyecto tiende a consolidar pautas culturales que estimulen la comunicación visual como modo de perfeccionamiento de las personas y de sus modos de vida .

Desde el punto de vista técnico, el proyecto pretende que las personas formadas estén en condiciones de reconocer los aspectos humanos incluidos en la creación y producción de la comunicación visual integrándolos dentro del resto de las creaciones del espíritu humano, utilizando de un modo provechoso, creativo y éticamente válido la tecnología disponible.

Desde el punto de vista Socioeconómico el proyecto pretende que la

la
CAS



creación gráfica y publicitaria, como ámbito ocupacional distinto y distintivo, produzca servicios que se integren al circuito económico y al ámbito social.

Desde el punto de vista ocupacional, el proyecto atiende un conjunto de ámbitos de trabajo articulados alrededor de la producción gráfica y del impacto que las nuevas tecnologías vienen produciendo en esta, que exigen una adaptación permanente de los profesionales a estos condicionamientos.

3.2.3 Objetivos del Ensayo

En función de los diagnósticos retrospectivos y prospectivos el ensayo tiende a cumplir los siguientes objetivos: En relación con los alumnos, otorgarles una formación teórico-práctica que posibilite su inserción en el mercado laboral de modo eficiente y exitoso, permitiéndoles y estimulándoles a la capacitación permanente. Todo esto dentro de pautas éticas y deontológicas.

LA
CAS



lógicas que aseguren la inserción de los egresados en el marco social que les toca vivir.

En lo que hace al sistema educativo: el proyecto está estructurado en función de constituir una oferta educativa que, preservando los contenidos permanentes del diseño gráfico y publicitario, incorpore los desarrollos tecnológicos existentes y los avances teóricos que se vayan produciendo en dicho campo. Todo esto desde la perspectiva institucional que proporciona al plan propuesto el aporte de las carreras de Publicidad e Informática que actualmente se dictan.

4. BIBLIOGRAFIA DE BASE

4.1. PEDAGOGICA

- TABA, H.: "Elaboración del curriculum" Troquel Buenos Aires, 1974.
- CHARDWICK, C.: "Tecnología educativa" Paidós, Buenos Aires, 1977.
- DAVIS YELON Y ALEXANDER: "Diseño de sistemas de

la
CAS



- aprendizaje", Trillas,
México, 1983.
- CASTANEDA YANEZ: "Los medios de la educación y la
tecnología educativa" Trillas,
México, 1979.
- DOLL, D: "El mejoramiento del curriculum" Buenos
Aires, Ateneo, 1977.
- SAYLOR Y ALEXANDER: "Planeamiento del curriculum
en la escuela moderna" Tro-
quel, Buenos Aires, 1978.
- WEISS, L: "Investigación evolutiva" Trillas, México,
1975.
- STONES, E: "Aprendizaje y enseñanza" México, 1979.
- LEYTON SOTO: "Planeamiento educacional" Ed. Univer-
sitaria, Chile, 1975.
- LAFOURCADE, P.: "Planeamiento, conducción y evalua-
ción de la enseñanza Superior"
Kapeluz, Buenos Aires.
- KAUFFMAN, R.: "Planificación de la enseñanza" Tri-
lla México, 1973.
- GAGNE Y BRIGGS: "Planificación de sistemas educa-
tivos" Trillas México 1973.

Laz
CAS



- COBO SUCRO, J.M.: "La enseñanza superior en el mundo" Narcea, Madrid, 1979.
- HEINICH, R.: "Tecnología y administración de la enseñanza" Trillas, México, 1975.
- AGUILAR J, A Y BLOCK, A: "Planeación escolar y formulación de proyectos" Trillas, México, 1977.

4.2. ESPECIALIZADA

- ALAN SWAN: "Bases del Diseño Gráfico", Ed. Gustavo Gilli. España 1991
- WUCIUS WONG: "Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional", Ed. Gustavo Gilli. España 1989
- RICHARD EMERY: "Type in Place", Rockport Publishers. Usa 1992.
- WUCIUS WONG: "Principios del Diseño en Color", Ed. Gustavo Gilli. España 1990.
- JOHANNES ITTEN: "El Arte del Color", Ed. Limusa para Grupo Noriega. México 1989.
- MARIA TERMINI: "Serigrafía", Editorial Técnico. Argentina 1990.
- JOHN LAING: "Haga Usted Mismo su Diseño Gráfico"

LRE
CAS





- co", Ed. Hermann Blume. México 1991.
- ALFRED HICKETHEIR: "El Cubo de los Colores", Ed. Limusa para Grupo Noriega. México 1991.
- DICK POWELL: "Técnicas de Presentación (Guía de dibujo y presentación de proyectos y diseño)", Ed. Celeste. México 1990.
- ROBERT GILLAM SCOTT: "Fundamentos del Diseño", Editorial Limusa. Argentina 1990.
- DE NAPOLI: "Diseño de Letras", Editorial Albatros. Argentina 1991.
- JOSE PARRAMON: "Así se Dibujan Letras - Rótulos y Logotipos", Parramon Ediciones. España 1989.
- ALAN PIPES: "El diseño Tridimensional" - (del boceto a la pantalla)", Ed. Gustavo Gilli. España 1990.
- MITZI SIMS: "Gráfica del Entorno (Signos, señales y rótulos - Técnicas y Materiales)", Ed. Gustavo Gilli. España 1991.
- D.A. DONIS: "La Sintaxis de la Imagen (Introducción a la imagen visual)", Ed. Gustavo

hac
CAS





Gilli. Argentina 1990.

-JOHN C. JONES: "Método de Diseño", Ed. Gustavo

Gilli. España 1989.

-JIM MORGAN: "Marketing para la Pequeña Empresa de Diseño", Editorial Limusa. Argentina 1991.

-N. SANDERS/W. BEVINGTON: "Manual de Producción del Diseñador Gráfico", Ed. Gustavo Gilli. España 1990.

-ADRIAN FRUTIGER: "Signos, Símbolos, Marcas, Señales (Elementos, Morfolgía, Representación, Significación), Ed. Gustavo Gilli. España 1990.

5. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

5.1. Caracterización del egresado

El Diseñador Gráfico y Publicitario es un profesional habilitado para:

a) Analizar problemas de Diseño Gráfico y Publicitario.

W
Luz
CAS



- b) Formular correctamente los requerimientos y especificaciones del Diseño.
- c) Realizar Diseño Gráfico y, o, Publicitario en función de requerimientos técnicos.
- d) Intervenir en la evaluación, dirección y asesoramiento de tareas de Diseño Gráfico y, o, Publicitario.
- e) Utilizar medios electrónicos para el estudio y concreción de diseños.

5.2. Tareas específicas

El Diseñador Gráfico y Publicitario puede realizar las siguientes tareas:

- * Definir conceptualmente las condiciones del diseño.
- * Efectuar análisis de los problemas del diseño.
- * Elaborar requerimientos, condiciones y requisitos de problemas de diseño.
- * Concretar diseños gráficos y, o, publicitarios.
- * Intervenir en la selección y evaluación de diseños.
- * Intervenir en la creación de diseños.

la
CAS





- * Intervenir en el seguimiento de campañas que impliquen diseños.

6. COMPETENCIA DEL TITULO

El Título de "Diseñador Gráfico y Publicitario" habilita al egresado para:

- * Desempeñarse en oficinas de Publicidad y de Diseño Gráfico en empresas de todo tipo.
- * Desempeñarse como Diseñador Gráfico o Publicitario de modo independiente.
- * Desempeñarse como Consultor de Diseño en áreas de Publicidad y Comercialización.

7. CURRICULO

7.1. Objetivos terminales del plan de estudios.

Al concluir la Carrera, el egresado será capaz de:

- a) Reconocer que la tecnología, sólo adquiere dimensión humana en la medida en que está subordinada a valores trascendentes.
- b) Asumir como tarea vital la realización de su actividad profesional en el marco de los princi-

hca
CAS



pios éticos y morales.

c) Desempeñar su profesión con idoneidad y eficiencia, colaborando así con el proyecto comunitario.

d) Desarrollar nuevas formas de creatividad que sirvan para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

7.2. Estructura del plan de estudios y asignaciones horarias.

7.2.1. Areas que componen el plan

7.2.1.1. Area Conocimientos Formales

El objetivo del área, es proporcionar al alumno conocimientos teórico-prácticos, acerca de distintos temas formales de diseño y comprende las siguientes asignaturas:

- 1 Elementos de Diseño I.
- 2 Comunicación Visual.
- 3 Elementos de Diseño II.
- 4 Producción Gráfica.
- 5 Técnicas de Dibujo.

hs
la
CAS



- 6 Seminario de Producción Gráfica.
- 7 Seminario de Diseño Publicitario.
- 8 Tecnología de Impresión.

7.2.1.2. Area Conocimientos Instrumentales

Comprende todas las asignaturas que proporcionan al alumno conocimientos acerca de las formas instrumentales de la creación gráfica.

El objetivo del área es otorgar al alumno los conocimientos requeridos para identificar y actuar sobre los factores del Diseño, y comprende las siguientes asignaturas:

- 1 Diseñomática I.
- 2 Técnicas Expresivas.
- 3 Diseñomática II.
- 4 Diseñomática III.
- 5 Diseño y Comunicación.
- 6 Diseñomática IV.
- 7 Tecnología y Diseño.

7.2.1.3. Area de Conocimientos Básicos

El objetivo del área es proporcionar al alumno un conjunto de sabe-

h2
CAS



res y hábitos que le faciliten la comprensión y creación gráfica y publicitaria; comprende las siguientes asignaturas:

- 1 Historia del Diseño.
- 2 Introducción a la Publicidad.
- 3 Creación Publicitaria.
- 4 Comportamiento del Consumidor.
- 5 Semiótica.
- 6 Mercadotecnia.
- 7 Campañas Publicitarias y Diseño.
- 8 Estética.
- 9 Ética y Deontología Profesional.

7.2.2. Plan de Estudios.

PRIMER AÑO

Primer cuatrimestre	Horas semanales
1.A. Historia del Diseño.	4
1.B. Introducción a la Publicidad.	6
1.C. Elementos de Diseño I.	4
1.D. Comunicación Visual.	6
	TOTAL 20 HORAS

Segundo cuatrimestre	Horas semanales
2.A. Diseño y Comunicación.	6

Lae
CAS





2.B. Diseñomática I.	6
2.C. Elementos de Diseño II.	4
2.D. Técnicas de Dibujo.	4

TOTAL 20 HORAS

SEGUNDO AÑO

Tercer cuatrimestre	Horas semanales
3.A. Estética.	4
3.B. Comportamiento del Consumidor.	4
3.C. Diseñomática II.	6
3.D. Técnicas expresivas.	6

TOTAL 20 HORAS

Cuarto cuatrimestre	Horas semanales
4.A. Producción Gráfica.	4
4.B. Diseñomática III.	6
4.C. Semiótica.	4
4.D. Taller de Diseño Gráfico.	6

TOTAL 20 HORAS

TERCER AÑO

Quinto cuatrimestre	Horas semanales
5.A. Taller de Diseño Publicitario.	4
5.B. Creación Publicitaria.	6
5.C. Diseñomática IV.	6
5.D. Ética y Deontología Profesional.	4

TOTAL 20 HORAS

Sexto cuatrimestre	Horas semanales
6.A. Tecnología de Impresión.	4
6.B. Mercadotecnia.	4

haz
CAS



6.C. Campañas Publicitarias y Diseño. 6
6.D. Tecnología y diseño. 6

TOTAL 20 HORAS

8. ORGANIZACION PEDAGOGICA

8.1. Régimen de asistencia

8.1.1. La asistencia a clases es obligatoria para todas las asignaturas de la Carrera.

8.1.2. El porcentaje de asistencia deberá ser no menor al 75% del total de horas de cada asignatura.

8.2. Régimen de evaluación

8.2.1. Fijase una escala de evaluación de cero (0) a diez (10) para todas las asignaturas del plan.

8.2.2. Para obtener la regularidad, en las respectivas asignaturas los alumnos deberán aprobar cada uno de los exámenes parciales, (o su recuperatorio integrador) con cinco (5) puntos además de contar con la asistencia de acuerdo a lo indicado en el punto 8.1.

8.2.3. Los exámenes finales de cada asignatura se

La
CAS





aprobarán con un mínimo de cuatro (4) puntos.

8.3. Régimen de Recuperatorios

Todo parcial no aprobado puede ser recuperado una (1) sola vez. El Rector establecerá el procedimiento de dicha recuperación

8.4. Régimen de promoción

Para ingresar en el año inmediato superior, es necesario tener aprobado el 50% de las asignaturas del año inmediato anterior y el 100% de las del año que precede a éste.

8.5. Régimen de correlatividades

PARA RENDIR	DEBE TENER APROBADAS
Elementos de Diseño II	Elementos de Diseño I
Taller de Producción Gráfica	Producción Gráfica
Diseñomática II	Diseñomática I
Diseñomática III	Diseñomática II
Diseñomática IV	Diseñomática III

9. PROGRAMAS DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL PLAN DE ESTUDIO

9.1. Historia del Diseño I (1.A.)

hac
CAS





660



Ministerio de Cultura y Educación

Finalidad de la asignatura

- Reconocer el desarrollo del Diseño, en función de distintas épocas y culturas.
- Distinguir las diversas formas de tecnología históricamente utilizadas en relación al diseño.
- Relacionar las formas históricas de comunicación con la comunicación visual.

Contenidos mínimos

- * Prehistoria. Orígenes de la comunicación visual. La simbología mágica.
- * Edad Antigua. Nacimiento de la escritura. Sistemas de signos análogos. Nuestro alfabeto latino.
- * Edad Media. Los monjes y las producciones escritóreas. Antecedentes tempranos de identidad corporativa.
- * Renacimiento. La imprenta y sus orígenes. Escritura humanista y su estudio geométrico. Tipógrafos de corte e independientes. El grabado alemán.
- * Barroco y Rococó. Racionalización del diseño tipográfico. Escritura comercial. Primeras marcas comerciales.

h2
CAS





* Era Pre-industrial. Geometrización del diseño tipográfico. Sistemas de medición tipográfico. La litografía.

* Era industrial. Diseño comercial. De Inglaterra a Europa. Primeros afichistas. Nueva tecnología en la reproducción gráfica. Contratecnología. Arts & Crafts. Art Nouveau.

9.2. Introducción a la Publicidad (1.B.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer qué es la Publicidad y cómo se ubica la actividad profesional dentro del proceso de diseño y del contexto social e institucional.

Contenidos mínimos

* Comunicaciones comerciales e institucionales.

* Publicidad y comunicación.

* Publicidad y Diseño.

* Ambito de la Publicidad.

* La profesión publicitaria.

* El negocio publicitario.

* Pasado, presente y futuro de la Publicidad.

* La tarea publicitaria. Las investigaciones publicitarias.

* Los efectos de la Publicidad.

MS
CAS



9.3. Elementos de Diseño I (1.C.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer los elementos básicos que intervienen en el Diseño Gráfico.
- Adquirir habilidad para distinguir las distintas funciones de los elementos del diseño.

Contenidos mínimos

- * Elementos básicos del lenguaje formal: punto, línea, plano-forma, volumen-espacio.
- * Conceptos básicos y elementales de la forma, leyes internas y asociativas.
- * Las formas básicas y sus leyes internas: cuadrado, triángulo, círculo.
- * Las tramas, partición del plano, diagramación.
- * El mensaje, la crítica, valorización de la idea.
- * Aplicación y síntesis de conocimiento.
- * Elementos básicos del proceso de diseño, la creatividad.
- * Proceso metodológico de creación visual, acciones elementales y relaciones.
- * Expresión gráfica: intuitiva, intelectual, propuesta y diseño.

W
CAS





9.4. Comunicación Visual (1.D.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer el papel esencial de la forma en el Diseño Gráfico.
- Relacionar y utilizar distintas formas en la concreción de Diseños.
- Distinguir las distintas etapas del Diseño y adquirir habilidad para organizarlas.

Contenidos mínimos

- * Concepto y diferencias de línea, trazo, mancha.
- * Concepto y diferencias de grafito, carbón, pastel.
- * Posibilidades expresivas. Combinaciones.
- * Metodología del dibujo.
- * Observación, percepción.
- * Concepto de boceto y de croquis.
- * Nociones de composición y valor.
- * Conceptos de grafismo, trama y estructura.
- * Posibilidades expresivas.
- * Rigurosidad técnica. Combinaciones.

9.5. Diseño y Comunicación (2.A.)

CAS





Finalidad de la asignatura

- Adquirir habilidad para aplicar los conceptos de Diseño a la concreción de proyectos especiales.

Contenidos mínimos

* La imagen corporativa. Estudio de Mercado. Investigación social. Estudio de las necesidades del Emisor. Estudio de las necesidades del Receptor. Análisis de la gráfica existente. Visión comparativa.

* Elaboración de una propuesta a partir de los datos obtenidos.

* Arquigráfica. Definición de una estrategia comunicativa. Investigación social. Estudio de las necesidades del Emisor. Estudio de las necesidades del Receptor. Análisis de la gráfica existente. Estudio del emplazamiento de la gráfica sobre espacios cóncavos o convexos.

* Relación entre distancias de observación y tamaños de íconos. Macro-comunicación de un mensaje.

luz
CAS



- * Pictogramática. Definición de una estrategia comunicativa.
- * Signo, símbolo y señal.
- * Familia de signos. Fregnancia y poder comunicativo. Análisis de la gráfica existente.
- * Señalética. La señal como organizadora del espacio. La representación arquitectónica en el proceso de señalética.
- * Tipos de señales, su función. Niveles de información. Características de emplazamiento, tecnologías posibles. La tipografía.
- * Elementos que componen un Sistema de Señalética: Placas - Distribuidores - etc.
- * La Ergonomía en el proceso de Señalética.

9.6. Diseñomática I (2.B.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer los componentes esenciales del ordenador y las funciones que desempeñan.
- Adquirir habilidad para operar con autonomía un ordenador en un ámbito de Interfase Gráfico con el usuario .

La
CAS



Contenidos mínimos

- * Partes, componentes y organización de un ordenador.
- * Uso del ordenador bajo distintos ámbitos.
- * Posibilidades de los utilitarios en el Diseño Gráfico.
- * Uso y administración de archivos.
- * Uso de Impresoras, Impresoras especiales.
- * Uso de otros periféricos (SCANNER).
- * Interfases Audiovisuales.

9.7. Elementos de Diseño II (2.C.)

Finalidad de la asignatura

- Distinguir las etapas y requerimientos de la Producción Gráfica.
- Adquirir habilidad para combinar elementos formales, organizándolos en la Creación Gráfica.

Contenidos mínimos

- * Módulo y supermódulo.
- * Conformación de elementos geométricos.
- * Elementos de diseño. La Forma. Interrelación de formas.

CAS



- * Construcción de módulo unitario. Submódulo y supermódulos. Repetición de módulos. Tipos y variaciones.
- * Teoría del color.
- * Círculo cromático.
- * Escalas de valores.
- * Relación entre tinte, valor y saturación.
- * Aplicación del color al supermódulo.

9.8. Técnicas de Dibujo (2.D.)

Finalidad de la asignatura

- Distinguir los diversos componentes técnicos del dibujo integrándolos en la consecución de ellos.
- Adquirir habilidad para realizar dibujos utilizando las técnicas aprendidas.

Contenidos mínimos

- * Conocimientos básicos de croquis por proporciones.
- * Técnicas: Collage, lápiz, marcador.
- * Método Monge.
- * Manejo de instrumental técnico.
- * Técnicas: Collage, tinta.

CAS



* Axometría. Grafismos.

* Técnicas: Lápiz, tinta.

9.9. Estética (3.A.)

Finalidad de la asignatura

- Distinguir las distintas teorías estéticas y su relación con la comunicación visual.

- Reconocer los componentes esenciales de la estética como teoría del arte.

Contenidos mínimos

* Introducción a la estética:

La filosofía. La lógica. La ética. La estética.

* El pensamiento:

El pensamiento mágico. El mito. El pensamiento científico. El inconsciente.

* La definición del arte:

El concepto del arte. Arte figurativo y no figurativo. Arte y necesidades.

* Las dos vertientes del Arte:

Dicotomías dialécticas (lo objetivo y lo subjetivo).

Dialéctica de la historia del Arte.

W
 W
 CAS
 W



* La ética y la estética:

La Ley y la transgresión.

* Forma y contenido:

Esencia y apariencia. Las tipologías. Composición, estilo y técnica.

La estructura inducida.

9.10. Comportamiento del Consumidor (3.P.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer las relaciones psico-sociales que determinan la conducta del consumidor.
- Reconocer las relaciones de las motivaciones del consumidor con el contexto político, económico y social.
- Distinguir las respuestas del consumidor a los estímulos de la oferta.

Contenidos mínimos

- * El consumidor como sujeto, sus motivaciones y proyecciones.
- * Las estructuras lingüísticas y los símbolos en el comportamiento del consumidor.
- * El consumidor y su respuesta al estímulo de la oferta, aspecto histórico y educación como deter-

CAS



minantes.

- * La relación entre las motivaciones del consumidor, el status y los roles sociales.
- * Los grupos sociales y su actitud frente al consumo.
- * Las técnicas publicitarias.

9.11. Diseñomática II (3.C.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer las diversas funciones de los utilitarios específicos para Diseño.
- Adquirir habilidad para efectuar diseños mediante el uso de aplicaciones del ordenador.

Contenidos mínimos

- * Programas pixelares y vectoriales.
- * Conceptos acerca de los utilitarios de dibujo.
- * Utilización de las herramientas de dibujo, la línea, el círculo y la figura.
- * Utilización de la Paleta de colores y grafismos.
- * Concepto de figura y fondo.
- * Almacenamiento de porciones de dibujo.
- * Comandos de edición.

lq
CAS



- * Leyes de geometría, repetición, simetría.
- * Recortado y pegado de elementos transparentes y opacos, el Collage.

9.12. Técnicas Expresivas (3.D.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer el papel del color y la textura en el Diseño Gráfico.
- Adquirir habilidad para el uso del color en el Diseño Gráfico.

Contenidos mínimos

- * Técnicas húmedas: témpera y acuarela.
- * Color: conceptos básicos.
- * Círculo cromático.
- * Valor: claves de valor, escala, pasaje, contraste.
- * Fondo, figura.
- * Superposición.
- * Transparencias.
- * Papel: plegado, corte, tajo.
- * El papel como soporte y como herramienta.
- * Precisión.

LA
CAS

**9.14. Diseñomática III (4.B.)**

Finalidad de la asignatura

- Reconocer las posibilidades y facilidades del Diseño Mediación Gráfica asistida por computadora.
- Adquirir habilidad para efectuar Diseños y Edición con utilitarios especializados.

Contenidos mínimos

- * Conceptos acerca de los programas de CAD y otros Utilitarios específicos de Diseño.
- * Propiedades de los objetos.
- * El dibujo por niveles. Estratificación de la información.
- * Impresión de archivos gráficos.
- * Biblioteca computarizada de símbolos.
- * Utilización de las herramientas de dibujo.
- * Utilización de la paleta de colores y grafismos.

9.15. Semiótica (4.C.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer las categorías básicas de la Semiótica.

MS
h
CAS
[Signature]



* Collage.

* Textura.

9.13. Producción Gráfica (4.A.)

Finalidad de la asignatura

- Distinguir las distintas formas de Producción Gráfica y sus condiciones.
- Adquirir habilidad para efectuar diversos trabajos de Diseño Gráfico.

Contenidos mínimos

- * El afiche. Condiciones semióticas y espaciales.
- * Creación de afiches, la comunicación visual por medio de afiches.
- * Características del aviso.
- * Mensaje Publicitario y texto Publicitario. Su inserción en el aviso.
- * Espacialidad, semiótica y semántica del aviso.
- * Folletos, su definición gráfica.
- * Mensaje y organización del Folleto.
- * Formas posibles de folletos.
- * Diseño y producción de carátulas.
- * Diseño y producción de papelería administrativa y comercial.

CAS



- Relacionar la teoría semiótica con lo visual de la comunicación.

Contenidos mínimos

- * La lingüística: Historia. Campo de estudio.
- * El método estructural.
- * Lengua y lenguaje.
- * Elementos de lingüística.
- * El signo.
- * Semántica: Campo de estudio.
- * Diacronía y sincronía.
- * Teoría de la comunicación.
- * Código, mensaje, intérprete.
- * Semiótica y Estética: El mensaje en el Arte.
- * Códigos estéticos.
- * Relación semiótica - estética.
- * Contenido y expresión, forma y substancia.
- * Los códigos visuales: Iconos, símbolos, índices.
- * Articulación de códigos visuales.
- * La pintura y el Diseño Gráfico.
- * La Retórica. Los mensajes persuasivos.
- * La Publicidad.

9.16. Taller de Diseño gráfico (4.D.)

La
CAS



Finalidad de la asignatura

- Adquirir habilidad para plantear y lograr un Diseño Específico.

Contenidos mínimos

- * Investigación e informe sobre impresos técnicos y sus comunicaciones gráficas.
- * Diseño de un afiche de dicho impreso técnico.
- * Diseño de un folleto para presentar el impreso técnico.
- * Diseño de un aviso para la Prensa. - Promoción de dicho impreso técnico.

9.17. Taller de Diseño Publicitario (5.A.)

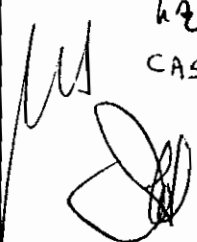
Finalidad de la asignatura

- Adquirir habilidad para crear, concretar y evaluar avisos.

Contenidos mínimos

- * Necesidades e intenciones del anunciante (Brief)
- * Análisis del Brief.
- * Elaboración de opciones.
- * Elaboración y aprobación del boceto.
- * Aprobación del Boceto.

h2
CAS





* Elaboración de originales. Requisitos de impresión.

9.18. Creación Publicitaria (S.B.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer fundamentos teóricos conceptuales que posibilitan la Creación Publicitaria.
- Adquirir habilidad para realizar prácticas de la metodología que se emplea en el proceso creativo.

Contenidos mínimos

- * El equipo creativo.
- * El objetivo publicitario.
- * La creación y la propuesta.
- * Aviso. - Campaña.
- * Publicidad Institucional.
- * Publicidad de productos.
- * Contenido de la publicidad.
- * Métodos creativos.
- * Publicidad gráfica.
- * Publicidad de vía pública.
- * Publicidad de radio, cine y televisión.
- * Algunas formas de Publicidad. Otras formas de comunicación.

CAS



9.19. Diseñomática IV (5.C.)

Finalidad de la asignatura

- Distinguir las diversas posibilidades que la animación de imágenes proporciona al Diseño Visual.
- Adquirir habilidad para usar Utilitarios que posibiliten la animación.

Contenidos mínimos

- * Imagen y animación.
- * Conocimiento y manejo básico del utilitario específico.
- * Herramientas de dibujos y efectos.
- * Movimiento simple de objetos.
- * Construcción y deconstrucción.
- * Movimientos al azar y movimientos controlados.
- * Efectos especiales con colores.
- * Iluminación y giro de cámaras.
- * Grabación en cinta de video.

9.20. Etica y Deontología Profesional (5.D.)

Finalidad de la asignatura

MS
LH
CAS



- Discriminar las condiciones y fundamentos de juicio ético, a partir de la fenomenología existencial.
- Distinguir las distintas teorías éticas como fundamento posible de la acción.
- Reconocer las relaciones entre ética, conducta y comportamiento social.
- Reconocer los deberes y obligaciones que la ética impone en la relación con el ejercicio profesional.

Contenidos mínimos

- * Ética y existencia.
- * La conciencia ética, actos calificables de buenos y malos.
- * Ética natural y naturaleza del hombre.
- * Universalidad de la ley ética, progreso moral.
- * Ética y libertad. Moral y ética.
- * Ética y determinismo.
- * La ética y la obligación moral.
- * Ética y virtudes morales.
- * Ética, enfermedad psicológica, conductas no libres.
- * Ética profesional, deberes y obligaciones indi-

[Firma]
CAS



viduales.

- * Etica y sociedad, deberes y obligaciones comunitarios.
- * Creación y Etica.

9.21. Tecnología de Impresión (6.A.)

Finalidad de la asignatura

- Distinguir los distintos tipos de impresión y su aplicación en Diseño.

Contenidos mínimos

- * Sistemas de impresión en Relieve. Antecedentes históricos.
- * Funcionamiento, posibilidades, ventajas, desventajas.
- * Soportes para la impresión en relieve. Impresión blanco y negro, color.
- * Sistema tipográfico.
- * Flexografía.
- * Sistemas de impresión en Superficie. Antecedentes históricos. Funcionamiento, posibilidades, ventajas, desventajas.
- * Soportes para la impresión en superficie. Impre-

L₂
CAS



sión blanco y negro, color.

* Sistema Offset.

* Sistemas de impresión en Profundidad. Antecedentes históricos. Funcionamiento, posibilidades, ventajas, desventajas.

* Soportes para la impresión en profundidad. Impresión blanco y negro, color.

* Hecograbado.

* Sistemas de impresión Híbridos. Antecedentes históricos. Funcionamiento, posibilidades, ventajas, desventajas.

* Soportes para la impresión Híbrida. Impresión blanco y negro, color.

9.22. Mercadotecnia (6.E.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer los distintos tipos de mercado distinguiendo su funcionamiento.
- Distinguir las formas de comercialización, inherentes a los distintos tipos de mercado.
- Adquirir habilidad para formular simulaciones en relación a los distintos tipos de mercado.

Contenidos mínimos

ha
CAS



- * Definición y Clasificaciones.
- * Mercado de competencia perfecta. Competencia imperfecta.
- * Monopolios. Duopolio, oligopolio.
- * Duopsonio, monopsonio, oligopsonio.
- * Monopolio y oligopolio bilateral.
- * Mercados y teoría de los juegos.
- * Tipos de mercados. (Abiertos y cerrados).
- * Prueba del Mercado.
- * Investigaciones económicas, comerciales, publicitarias, del mercado y del consumidor.
- * Campos de la investigación en mercadotecnia.
- * Estrategias de segmentación del mercado.
- * Diseño de la investigación.

9.23. Campañas Publicitarias (6.C.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer los distintos aspectos que involucra una campaña publicitaria.
- Distinguir la misión específica del Diseño Publicitario dentro de las campañas Publicitarias.

Contenidos mínimos

W
CAS



- * Diseño y evaluación de campañas publicitarias.
- * Análisis de los medios involucrados en una campaña publicitaria.
- * Funcionalidad y equilibrio en el uso de medios.
- * Factores psicológicos, económicos y comerciales en la asignación de medios.
- * Papel del Diseño Gráfico en los medios.
- * El Medio Gráfico como medio específico.
- * La comunicación gráfica como herramienta para evaluar campañas.

9.24. Tecnología del Diseño (6.D.)

Finalidad de la asignatura

- Reconocer los modos en que las diversas tecnologías influyen en el diseño gráfico.
- Adquirir habilidad para seleccionar y evaluar tecnologías para la Producción Gráfica.

Contenidos mínimos

- * La herramienta informática y el diseño.
- * Las nuevas tecnologías de impresión y la producción gráfica.
- * Los nuevos medios audiovisuales y la comunicación gráfica.

ha
CAS



- * La Producción Gráfica y su relación con tecnologías no excluyentemente visuales (nuevos materiales, Diseño Industrial, etc.)
- * Diseño Gráfico y las nuevas formas de equilibrio ecológico.

10. CALENDARIO OPERATIVO DEL ENSAYO

10.1. Etapas Principales del Ensayo

- . Abril de 1993: Iniciación del primer curso del ensayo.
- . Julio de 1993:
 - Reunión de Profesores.
 - Revisión de la marcha de las planificaciones.
 - Reajuste de las unidades al cuatrimestre.
- . Agosto de 1993: Iniciación del primero y segundo curso del ensayo.
- . Septiembre de 1993:
 - Reunión de Profesores.
 - Evaluación de concepto de alumnos.
 - Reajuste de unidades al cuatrimestre.
 - Exámenes.
 - Evaluación total de la primera etapa del Plan de Estudios. (Primer Año).

CAS



- . Abril de 1994: Iniciación del segundo y tercer curso del ensayo.
- . Julio de 1994:
 - Reunión de Profesores.
 - Revisión de la marcha de las planificaciones.
 - Reajuste de las unidades al cuatrimestre.
- . Agosto de 1994: Iniciación del tercero y cuarto curso del ensayo
- . Septiembre de 1994:
 - Reunión de Profesores.
 - Revisión de la marcha del Plan de Estudios.(Evaluación parcial).
- . Diciembre de 1994:
 - Reunión de Profesores.
 - Evaluación de concepto de alumnos.
 - Reajuste de las unidades al cuatrimestre.
 - Exámenes.
 - Segunda evaluación del ensayo en forma total.
- . Abril de 1995: Iniciación del cuarto y quinto curso del ensayo.
- . Julio de 1995:
 - Reunión de Profesores.
 - Revisión de la marcha de las planificaciones.

CS
ha
CAS



- Reajuste de las unidades al cuatrimestre.
- . Agosto de 1995: Iniciación del quinto y sexto curso del ensayo
- . Diciembre de 1995:
 - Finalización de la carrera.
 - Exámenes.
 - Reunión plenaria de profesores.
 - Evaluación de concepto de los alumnos.
 - Evaluación final del ensayo.

10.2. Plazos de Cumplimiento

- Desde Abril de 1993 en que se inicia el ensayo, hasta Diciembre de 1995, en que finaliza la carrera, para evaluar el desarrollo integral del plan.
- Hasta Agosto de 1996 para la presentación del plan definitivo.

10.3. Indicadores que se tendrán en cuenta para evaluar el cumplimiento del ensayo.

10.3.1. Variable Alumnos

- a) Indicadores cuantitativos
 - Número de alumnos al comenzar el curso.
 - Número de asignaturas aprobadas por año.
 - Número de egresados en relación con la

MS
CAS
[Firma]



11. DISEÑO DEL ESQUEMA DE EVALUACION DEL ENSAYO

11.1. Objetivos del ensayo

Los expuestos en el punto 3.2.

11.2. Procedimientos o medios

Derivados de la caracterización del egresado.

11.3. Indicadores

Los señalados en el ítem 10.3.

11.4. Instrumentos para la recopilación acerca de la marcha del ensayo.

11.4.1. Los alumnos: Entrevistas, encuestas, y otros que surjan de las reuniones de profesores.

11.4.2. Los docentes: Actas de reuniones, encuestas, entrevistas con el Rector y el Coordinador de la Carrera.

11.4.3. La comunidad: Entrevistas a especialistas en el área.

11.4.4. Los egresados: Fichas de seguimiento del desempeño en el campo laboral.

12. REQUERIMIENTOS PERSONALES DEL ENSAYO

12.1. Asistencia técnica de organismos especializados.

-En diseño gráfico y publicitario

LA
CAS



inscripción.

b) Indicadores cualitativos

- Aptitudes requeridas en las asignaturas troncales de la carrera.
- Aptitudes detectadas en las asignaturas troncales de la carrera.
- Rendimiento en las asignaturas específicas

10.3.2. Variable Profesores

- Título de los profesores y auxiliares docentes.
- Aptitudes
- Experiencia profesional.

10.3.3. Variable Organización Académica

- Estructura académica
- Estructura operativa

10.3.4. Variable Egresados

- Aptitudes requeridas
- Aptitudes detectadas.
- Seguimiento.
- Absorción por el mercado laboral.

Handwritten initials and signature, including the text "CAS".



12.2. Contratación de personal experto que asesore permanentemente y de un director de escuela que tendrá a su cargo la concreción, supervisión y evaluación del proyecto.

12.3. Un equipo de trabajo constituido por el Rector, Vicerrector y secretaria que orientará y evaluará la concreción del proyecto

12.4. Personal Docente constituido por profesores especializados en las asignaturas y, para aquellos casos en que éstos no existan, por personal idóneo reclutado por concurso de oposición y antecedentes en el ámbito de la producción gráfica y publicitaria.

13. REQUERIMIENTOS MATERIALES DEL ENSAYO

13.1. Locales

Se utilizarán las instalaciones del I.E.S. CH 307 sito en Rondeau 165, Ituzaingó 558 y Buenos Aires 563 de la Ciudad de Córdoba.

13.2. Mobiliario

El existente en la institución más su renovación periódica.

ha
CAS



13.3. Material Didáctico y Tecnológico

El existente actualmente en la institución más la incorporación de un laboratorio de computación especialmente instalado con equipos APPLE MACINTOSH para diseño gráfico con todos los accesorios y periféricos requeridos.

13.4. Biblioteca

Se utilizará la existente en el instituto, a la que se le agregará la bibliografía requerida por el plan de estudio.

Handwritten signature and initials
CAS



14. CALENDARIO OPERATIVO DE LA APLICACION DEL ENSAYO

14.1 Etapas Principales del Ensayo.

FECHA	MATERIAS A DICTARSE	
1ER. CUATR. 1993	HISTORIA DEL DISEÑO INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD ELEMENTOS DE DISEÑO I COMUNICACION VISUAL	
2DO. CUATR. 1993	DISEÑO Y COMUNICACION DISEÑOMATICA I ELEMENTOS DE DISEÑO II TECNICAS DE DIBUJO	HISTORIA DE DISEÑO INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD ELEMENTOS DE DISEÑO I COMUNICACION VISUAL
1ER. CUATR. 1994	ESTETICA COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DISEÑOMATICA II TECNICAS EXPRESIVAS	HISTORIA DEL DISEÑO INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD ELEMENTOS DE DISEÑO I COMUNICACION VISUAL DISEÑO Y COMUNICACION DISEÑOMATICA I ELEMENTOS DE DISEÑO II TECNICAS DE DIBUJO
2DO. CUATR. 1994	PRODUCCION GRAFICA DISEÑOMATICA III SEMIOTICA TALLER DE DISEÑO GRAFICO	HISTORIA DEL DISEÑO INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD ELEMENTOS DE DISEÑO COMUNICACION VISUAL DISEÑO Y COMUNICACION DISEÑOMATICA I ELEMENTOS DE DISEÑO II TECNICO DE DIBUJO ESTETICA COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DISEÑOMATICA II TECNICAS EXPRESIVAS
1ER. CUATR. 1995	TALLER DE DISEÑO PUBLICITARIO CREACION PUBLICITARIA DISEÑOMATICA IV ETICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL	HISTORIA DEL DISEÑO INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD ELEMENTOS DE DISEÑO I COMUNICACION VISUAL DISEÑO Y COMUNICACION DISEÑOMATICA I ELEMENTOS DE DISEÑO II

LA
CAS



FECHA	MATERIAS A DICTARSE	
		TECNICAS DE DIBUJO ESTETICA COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DISEÑOMATICA II TECNICAS EXPRESIVAS PRODUCCION GRAFICA DISEÑOMATICA III SEMIOTICA TALLER DE DISEÑO GRAFICO
2DO. CUATR. 1995	TECNOLOGIA DE IMPRESION MERCADOTECNIA CAMPANAS PUBLICITARIAS Y DISEÑO TECNOLOGIA Y DISEÑO	HISTORIA DEL DISEÑO INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD ELEMENTOS DE DISEÑO I COMUNICACION VISUAL DISEÑO Y COMUNICACION DISEÑOMATICA I ELEMENTOS DE DISEÑO II TECNICAS DE DIBUJO ESTETICA COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DISEÑOMATICA II TECNICAS EXPRESIVAS PRODUCCION GRAFICA DISEÑOMATICA III SEMIOTICA TALLER DE DISEÑO GRAFICO CREACION PUBLICITARIA DISEÑO Y COMUNICACION DISEÑOMATICA IV ETICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL

CAS