

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO METROPOLITANO
ESCUELA DE GERENCIA
BBA – DESARROLLO EMPRESARIAL Y GERENCIAL**

P R O N T U A R I O

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Curso : Arte Gráfico en Mercadeo
Código y Número : MKTG 3241
Créditos : 3
Término Académico :
Profesor :
Horas de Oficina :
Teléfono de Oficina :
Correo Electrónico :

II. DESCRIPCIÓN

Procesos básicos de diseño gráfico. Las artes gráficas utilizadas en productos y servicios ofrecidos en la industria. Los aspectos tecnológicos del diseño gráfico. Requiere 30 horas de conferencia y 30 horas de laboratorio.

III. OBJETIVOS

Se espera que al finalizar el curso, el estudiante pueda:

1. Entender el propósito del diseño gráfico en mercadeo y familiarizarse con el trabajo del diseñador gráfico.
2. Comprender los fundamentos del diseño gráfico.
3. Aprender el programa de diseño “Adobe Photoshop Elements” y utilizar el mismo para desarrollar las actividades solicitadas.
4. Aplicar conocimientos del color, las herramientas de ajuste tal como “hue”, saturación, tono, efectos, filtros y otras herramientas que ayudan a mejorar la calidad visual del diseño.
5. Desarrollar destrezas de pensamiento empresarial estratégico y creatividad artística, mercadeo y elementos éticos y morales para la concepción de soluciones de arte gráfico para la industria.
6. Construir un portafolio profesional con artes desarrollados en el curso.

IV. CONTENIDO TEMÁTICO

- A. Introducción al Curso
 - 1. Definición de arte
 - 2. Elementos del arte
 - 3. Fundamentos básicos de mercadeo

- B. Fundamentos de Diseño Gráfico
 - 1. Definición de diseño gráfico
 - 2. El diseñador gráfico (responsabilidades y tareas)
 - 3. Elementos del diseño visual
 - 4. Principios de diseño que afectan la estructura del arte final
 - 5. Fundamentos de la teoría clásica del diseño
 - 6. El proceso de diseño creativo
 - 7. Lista de términos relacionados al arte y el diseño comercial con sus definiciones

- C. Conocer el programa “Photoshop Elements”
 - 1. Identificar el funcionamiento de las herramientas de dibujo
 - 2. Trabajar con filtros, efectos y otros mecanismos para la manipulación de fotos
 - 3. Uso de las escamas (layers) del programa
 - 4. Consejos para combinar herramientas para facilitar el desarrollo de artes
 - 5. Diseño de artes

- D. Elementos de color y herramientas de apoyo
 - 1. Procesos para el desarrollo de un boceto (“layout”)
 - 2. Tipografía: (Anatomía de la letra y técnicas para enfatizar textos)
 - 3. Selección de colores y racional para la utilización de los mismos
 - 4. Herramientas de ajuste tal como hue, saturación y tono

- E. Proceso estratégico, creativo, de diseño, pensamiento empresarial y producción de artes
 - 1. Estrategia de mercadeo aplicada al arte gráfico
 - 2. Pensamiento empresarial en el ambiente creativo
 - 3. Talleres para el uso del programa para diseño y manipulación de imágenes “Adobe Photoshop Elements”

4. Concepto, diseño y creación de logo corporativo
 5. Diseño, boceto y artes finales para tarjeta de presentación, hoja suelta, rótulo, anuncio de prensa, “mock-up” (diseño de etiqueta y empaque)
- F. Desarrollo de “Mock-up” y Portafolio
1. Presentación sobre la importancia de la etiqueta para atraer la atención del consumidor, ofrecer toda la información y el diseño del empaque visto desde el punto de vista de conveniencia.
 2. Diseño de etiqueta y empaque
 3. Diseño (identidad visual) y arte final de una etiqueta para un producto
 4. Desarrollo de un “mock-up” (representación real del empaque y la etiqueta como si fuera el producto final)
 5. Compilación del Portafolio
 6. Presentación de Agencias (Portafolios)

V. ACTIVIDADES

Se recomiendan las siguientes actividades para el desarrollo del curso:

- A. Conferencias por el profesor
- B. Trabajo en equipo
- C. Presentaciones en “Power Point” del profesor y los estudiantes
- D. Asignaciones
- E. Búsqueda en Internet, películas y vídeos
- F. Análisis de artes
- G. Trabajos de diseño en programa “Photoshop Elements”
- J. Enseñanza individualizada

VI. EVALUACIÓN

Se recomiendan los siguientes criterios. Estos pueden cambiar según el profesor.

| | Puntuación | % de la Nota Final |
|--|------------|--------------------|
| Evaluación Final (Incluye: Animación a mano o diseño de etiqueta, “mock-up” empaque y artes en un CDROM) | 100 | 25 |
| Diseño y producción del arte para un (1) anuncio de prensa, y un (1) rótulo (Billboard) | 100 | 25 |
| Diseño y producción del arte para un (1) logo, tarjeta de presentación y hoja suelta | 100 | 25 |
| Prueba conceptos y fundamentos de mercadeo y arte gráfico | <u>100</u> | <u>25</u> |
| TOTAL | 400 | 100 |

VII. NOTAS ESPECIALES

A. Servicios auxiliares o necesidades especiales

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita, a través del registro correspondiente, en _____.

B. Honradez, fraude y plagio

La falta de honradez, el fraude, el plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento General de Estudiantes, pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad por tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

C. Uso de dispositivos electrónicos

Se desactivarán los teléfonos celulares y cualquier otro dispositivo electrónico que pudiese interrumpir los procesos de enseñanza y aprendizaje o alterar el ambiente conducente a la excelencia académica. Las situaciones apremiantes serán atendidas, según corresponda. Se prohíbe el manejo de dispositivos electrónicos que permitan acceder, almacenar o enviar datos durante evaluaciones o exámenes.

VIII. RECURSOS EDUCATIVOS

Libro(s) de texto sugerido(s):

Dabner, David, & Stewart, Sandra (2013). *Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design*, 5th Edition, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Publisher

ISBN-10: 1118134419

ISBN-13: 978-1118134412

Lecturas Suplementarias:

1. Periódicos y revistas de diseño tal como Macworld

Recursos Audiovisuales:

1. Presentaciones “Power Points”
 - a. Introducción al Mercadeo
 - b. Introducción al arte y sus componentes
 - c. Glosario de Términos
 - d. Ejemplos de diseño y artes

Recursos Electrónicos:

1. <http://www.inter.edu/>
2. <https://www.fiverr.com/categories/graphics-design/social-media-design>
3. http://en.wikipedia.org/wiki/graphic_design
4. <http://www.graphicdesign.about.com>
5. <http://www.adobe.com>

IX. BIBLIOGRAFÍA

Duckett, George. (2015). Graphic Design: Questions and Answers (Kindle Edition),

Keila, Amir (2015). Fake it Make it: How to Make an App Prototype in 3 Hours (Kindle Edition).

Kelby, Scott, & Kloskowski, Matt. (2015). The Photoshop Elements 13 Book for Digital Photographers (Voices that matter), 1st Edition, New Riders.