



Programa de la Asignatura

I. Identificación

Área: Marketing

Asignatura: Diseño Digital para Marketing

Código: MAR312502

Horas de clase en el semestre / ciclo: 60

Nº de Créditos: 4

Prerrequisitos: Marketing

Semestre / Ciclo: Sexto

II. Fundamentación

Hoy en día los medios digitales son parte de las actividades diarias para los vendedores y anunciantes, y las habilidades necesarias para gestionar con éxito y ofrecer comunicaciones digitales son esenciales. La manera de asegurarse de que uno cuenta con los últimos conocimientos, consejos, ideas y técnicas del Marketing Digital es estudiando un curso como el de diseño digital para marketing. En este mundo globalizado el marketing se torna cada vez más digital y, por ende, se trata del futuro de la mercadotecnia.

III. Competencias generales

- Identifica, reconoce y aplica la síntesis gráfica en producción tanto conceptual como práctica de diferentes piezas gráfico-publicitarias.
- Identifica, reconoce y aplica las diferentes técnicas de creatividad y las aplica en la elaboración de un afiche publicitario
- Identifica, compone y diagrama diferentes piezas gráficas de comunicación masiva.

IV. Competencias específicas

- a. Identifica los elementos básicos del Diseño y la comunicación visual.
- b. Identifica el proceso del análisis gráfico conceptual.
- c. Identifica y utiliza con suficiencia las técnicas de creatividad.
- d. Identifica con criterio las variables técnicas involucradas en la producción de un impreso digital.

Aprobado por:	Validado por:
Fecha:	Fecha:



- e. Identifica y clasifica los componentes que intervienen en la diagramación de una pieza publicitaria impresa.

V. Contenidos

Contenido
"- Entrega y lectura del silabo. - Explicación de metodología y normas de clase. - Entrega prueba de entrada. "
"- Definiciones de Diseño. - Evolución del Diseño. - Definiciones claves: Comunicación, Concepto, Síntesis, Minimalismo. - Aplicación del programa para plasmar el concepto propuesto la clase anterior."
"- Elementos de la comunicación visual - Conceptos sobre color y composición"
- El Flyer como pieza grafica publicitaria
- Teoría y conceptos sobre marca y logotipo.
- El análisis conceptual para el desarrollo de un Logotipo.
" - La síntesis en el Diseño Gráfico -La semiótica"
-Revisión sobre propuesta de logotipo
-Revisión sobre proyecto de logotipo
-Pre entrega sobre Proyecto 1
"- La Imagen en el Diseño - Composición Visual y el retoque fotográfico "
"- La Creatividad en el diseño. "
"- Diferentes técnicas de creatividad. "
- El afiche como pieza publicitaria creativa.
- Diferentes técnicas básicas de retoque fotográfico.
" -Pre entrega sobre Proyecto 2 "
- Critica sobre el examen y proyecto 2
" - Diagramación de medios impresos "
- Características técnicas en la elaboración de una Revista
- La Revista como medio de comunicación.
- Diferentes conceptos sobre diagramación de Revistas.

VI. Orientaciones metodológicas

La orientación adoptada por el docente depende de aspectos como los recursos aprovechables, el número de alumnos y la normalidad en el desarrollo del curso académico. Desde esta configuración, para el desarrollo del programa de las asignaturas se pretende sean desarrolladas una parte teórica y otra práctica, que se complementan y se organizan. En este contexto, la participación interactiva entre docentes y estudiantes serán la principal herramienta, así mismo se emplearán, video-proyector, para la exposición de los distintos temas del programa a través de foros, videos conferencias. También se hará uso de ejercitarios, producción de monografías el

Aprobado por:	Validado por:
Fecha:	Fecha:



uso de las tutorías es de vital importancia para guiar y orientar al alumno. Para fortalecer la parte Práctica La carrera tiene una mirada a través de profesionales del sector y mediante el uso de conferencias o visitas a empresas, con el propósito que el estudiante se acerque, al escenario real en la que se desempeñara como profesional.

VII. Orientaciones para la evaluación de los aprendizajes

El esquema de evaluación se ajusta a las características de las asignaturas y al desarrollo didáctico. En todo momento, se privilegiará la evaluación continua y de avance sobre proceso del estudiante, de carácter formativo, sobre la evaluación sumativa. El docente evalúa a los estudiantes cumpliendo estrictamente el esquema de evaluación aprobado en el programa oficial vigente. De todas formas, la USIL establece un 60% para la evaluación permanente de los procesos de aprendizaje y un 40% para la evaluación final.

El esquema actual es como sigue:

60 % proceso + 40 % examen final = 100 % Total.

70 % mínimo de calificación final para aprobar la asignatura (escala de notas)

50 % mínimo de proceso para tener derecho a rendir el examen final + 70 % de asistencia mínima.

Sistema de Calificación

(según capítulo IV del Manual del Estudiante)

La escala de notas del 1 al 5 corresponde al modelo habilitado por el Gobierno Nacional del Paraguay para la educación universitaria de la siguiente manera:

Reprobado: 1 Insuficiente

Aprobado: 2 Regular, 3 Bueno, 4 Distinguido, 5 Sobresaliente

ESCALA

1-69 = 1
70-77 = 2
78-85 = 3
86-93 = 4
94-100 = 5

VIII. Bibliografía básica

Aprobado por:	Validado por:
Fecha:	Fecha:



- Baltzan, P. y Phillips, A. (2016). Business Driven Information Systems (5ta ed.).
- Bamford, C y Bruton, G. (2016). ENTREPRENEURSHIP: The Art, Science, and Process for Success (2da ed.)
- Palmer, I., Dunford, R. y Buchanan, D. (2017). Managing Organizational Change: A Multiple Perspectives Approach (3era ed.).

Aprobado por:	Validado por:
Fecha:	Fecha: