



República Bolivariana de Venezuela
 Universidad Bicentaria de Aragua
 Vicerrectorado Académico
 Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
 Escuela de Comunicación Social



UNIDAD CURRICULAR		TRIMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	UNIDADES CRÉDITO
COMUNICACIÓN VISUAL III		V	FEB65V	FEB64V	02
DENSIDAD HORARIA					
COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE		OTROS COMPONENTES		TOTAL HORAS SEMANALES	
HORAS GUIADAS		HORAS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
04		04		08	
EJE DE FORMACIÓN DE COMPETENCIA					
COMPETENCIA GÉNERICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA BÁSICA <input checked="" type="checkbox"/>	ESPECIFICA DE EJES <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA INVESTIGACION <input type="checkbox"/>		
COMPETENCIA					
Aplica los conocimientos teóricos prácticos de las artes gráficas, mediante imágenes, tipografía, y distribución de colores para la creación publicitaria de un producto, de manera creativa e innovadora.					
UNIDADES DE COMPETENCIA		NÚCLEOS TEMATICOS		ESTRATEGIAS	
Analiza el papel que desempeña el comunicador social en los procesos de las creaciones publicitarias y su impacto social.		El comunicador social en las artes gráficas. Importancia del comunicador social en los medios impresos. Participación en los procesos de: Titulación, costos y rentabilidad. Clasificación del material de publicación. Reglamento del comunicador social en el área de las artes gráficas.		<ul style="list-style-type: none"> - Demostración - Discusión guiada - Cine foros - Iluvia de ideas - Conversatorio - Pregunta generadora - Mesa de trabajo. - Taller Didáctico - Trabajo de campo - Presentación audiovisual - Asesoría grupal e individual - Chat - Wiki - Foro interactivo - Consulta en línea - Trabajo cooperativo - Dialogo de saberes 	
Implementa las nuevas tecnologías de las artes gráficas para la construcción de un concepto publicitario propio y renovador.		Bases y fundamentos de las artes gráficas. Las nuevas tecnologías en el diseño gráfico. Métodos, técnicas y procesos para la producción de la comunicación visual, Tipo de publicación, diferencias entre edición de revistas y periódicos, costos y rentabilidad de una publicación, pauta publicitaria; distribución de color; machote.			
Diseña variedad de imágenes publicitarias de forma creativas a través de la aplicación de programas de diseño.		Diseño de imágenes como herramienta publicitaria. Composición de imágenes Diseño y maquetación de páginas Programa ADOBE: Uso y aplicación del paquete gráfico adobe free hands.			
REFERENCIAS					
Brajnovic, L. (1991) El ámbito Científico de la Información. España: Eunsa. Blackwell, L. (1999) La Tipografía del Siglo XX. Barcelona: Eunsa. Evans, H. (2013) Diseño y compaginación de la prensa diaria. México: Gill. García, M. (201) Diseño y Remodelación de periódicos. España: Eunsa. Martin E. (2012) La composición en artes gráficas. Tomo I y II .Don Bosco, España.					

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila
 Secretaria General