

Objetivos de Aprendizaje

Introducción a los fundamentos de diseño de páginas web, el concepto de la información a través de la pantalla.

Esquemas informativos, y persuasivos de la red. Estructura de navegación. Diseño de las interfaces. Estrategias comunicacionales en la red. Sistemas de interactividad.

Contenidos

Detección de la realidad de diseño en el entorno. De las redes de comunicación. Análisis y clasificación de la producción de comunicación diseñada y no diseñada.

El proceso de diseño. Metodología. Procesos de investigación, relevamiento y toma de decisiones. Estrategias de intervención. Planes de actuación. Sistemas de verificación de la eficacia comunicacional, la imagen cinética, el vídeo, la televisión. La tecno-cultura de la imagen. Diseño de programas. El concepto de diseño interactivo, el CD, la página web, la televisión interactiva.

La imagen: análisis de las estructuras morfológicas, comunicacionales, históricas y tecnológicas, su interrelación con los productos de diseño vinculados al contexto socio-cultural.

La representación como fenómeno comunicacional: códigos y lenguajes, la tipografía como código y lenguaje de comunicación.

Sistemas cinéticos y pseudo cinéticos, participación del audio en el proyecto.

La web para las empresas, esquemas institucionales y comerciales. El marketing en la red.

Futuros próximos.

Bibliografía

Apuntes de cátedra

Roland Barthes, Lo obvio y lo obtuso

Luis Bonsiepe, Las siete columnas del diseño

Norberto Chaves, La imagen corporativa

Jorge Frascara, Diseño gráfico y comunicación

Jorge Frascara, Diseño para la gente

Jordi Llovet, Ideología y metodología del diseño

Revistas

Tipográfica

Print

Graphis

Communication arts

Step by step

web sites para visitar

www.killersites.com

www.highfive.com

www.gabocorp.com

www.eye4u.com