

TÍTULO

Licenciado en Gestión y Comunicación Gráfica

Años de duración

2 años (cuatro cuatrimestres)

Carga horaria

1200 horas de formación específica

Régimen de cursado

Se prevén instancias presenciales de cursado intensivo y en horarios especiales, que viabilicen el desarrollo de los espacios curriculares en cuanto a su propuesta de contenidos y actividades.

CONDICIONES DE ADMISIÓN

Se reconocerán, como antecedentes de los aspirantes, la carga horaria total, que hayan realizado para lograr su titulación de base.

Asimismo su trayectoria profesional y los estudios previos, de nivel universitario, relacionados con el área de la comunicación.

Dada la heterogeneidad, en cuanto a las cargas horarias, de las carreras de nivel superior no universitario en el país, la Facultad de Artes y Diseño ha constituido un Comité Asesor.

Su función, comprende determinar los espacios curriculares donde se completará el número de horas faltantes, a partir del análisis de los Planes de estudio de base de los aspirantes.

INSCRIPCIÓN, REQUISITOS Y MATRÍCULA

Costo de la matrícula: 26 cuotas de monto a definir.

Documentación necesaria:

Currículum Vitae

Títulos obtenidos y certificado analítico de estudios realizados

Carpeta de antecedentes y probanzas

Foto carnet

Fotocopia documento

Fotocopia partida de nacimiento

Certificado aptitud psicofísica (emitido por organismo estatal, provincial, municipal o nacional).

Lugar de inscripción e información



LICENCIATURAS
Extraordinarias



faduncu
Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Artes y Diseño

LICENCIATURA EN GESTIÓN Y COMUNICACIÓN GRÁFICA



LICENCIATURAS
Extraordinarias



faduncu
Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Artes y Diseño

PLAN DE ESTUDIOS

El Ciclo de Licenciatura en Gestión y Comunicación Gráfica se articula a partir de la definición de los siguientes ejes de formación:

Realización Gráfica

Los espacios de este eje se orientan a la gestión de sistemas comunicacionales, poniendo el acento en la planificación y programación de las acciones a realizar. Se habrá de introducir al futuro licenciado en los marcos teóricos vigentes, que dan cuenta de las problemáticas referidas al diseño y a la gestión comunicacional. Los espacios curriculares que se contemplan son:

Sistema comunicacional I:

Identidad institucional como sistema único

Sistema comunicacional II:

Señalética como sistema abierto

Sistema comunicacional III:

Publicidad y promoción como sistema múltiple.

Análisis Contextual

Estos espacios se constituyen en instancias para la apropiación de marcos teóricos-referenciales necesarios para la fundamentación y la comprensión crítica de la propia práctica dentro del campo del diseño. Está articulado por tres espacios curriculares:

Análisis epistemológico

Análisis semiológico

Análisis histórico

Composición

Desde estos espacios curriculares se aspira a analizar críticamente los conocimientos dominantes referidos a los elementos básicos de toda composición gráfica (en sus dimensiones verbal y no verbal) Se aspira a que el futuro licenciado pueda formarse criterios propios sobre el rol de la palabra en una composición gráfica.

Así mismo, se profundizará el conocimiento teórico-práctico de las técnicas que permitan la obtención de imágenes fotográficas, que intervienen en el proceso comunicacional.

Este eje está formado por los siguientes espacios curriculares:

Composición tipográfica

Composición fotográfica

Tecnología Gráfica

Este espacio se propone desarrollar competencias en la gestión de los procesos de producción gráfica integral, a través del abordaje, tanto de los aspectos previos a la impresión, como del seguimiento y evaluación del proceso total.

Asimismo el módulo propone actualizar conocimientos y prácticas en comunicación y tecnología digital.

Contempla:

Preprensa y prensa

Introducción al Multimedia

Nota:

A partir del dictado de la 3° cohorte de la Licenciatura, la Coordinación y el Comité Académico unificaron prensa y preprensa y en la carga horaria correspondiente a prensa, se dicta la materia Introducción al Multimedia.

Gestión en Diseño Gráfico

En este eje se abordarán los aspectos referidos al entorno económico, al funcionamiento de las organizaciones y a la administración de las mismas, con el objetivo de brindar un conocimiento acerca del marco socioeconómico en donde se desempeña el profesional. También se trabajarán los flujos existentes en dicho contexto, como punto de partida para conocer y tomar decisiones en los aspectos referidos a la comercialización y mercadeo de bienes y servicios, cuya circulación en el mercado se optimiza, en tanto se apoye en una gestión comunicacional pertinente.

Este eje está estructurado a partir de dos espacios curriculares:

Gestión de Diseño I

Gestión de Diseño II

Herramientas para la Investigación

Dado que el título de licenciado promueve la investigación, la carrera se propone iniciar al futuro profesional en esta actividad. Los módulos que integran este eje se ofrecen las herramientas básicas y el conocimiento de los aspectos metodológicos y técnicos necesarios para investigar:

Metodología de la investigación

Taller de tesis