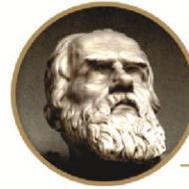




Facultad de Ciencias
de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

UNIVERSIDAD GALILEO FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de catálogos digitales para dar a conocer trabajos y proyectos realizados por estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM- en el Portal de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2013.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Kareen Ivette Archila López
08000133

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 05 de junio del 2013

**UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Diseño de catálogo digital de los cursos para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM- en el Portal de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2013.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Kareen Ivette Archila López
08000133

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 05 de junio del 2013

Guatemala 05 de junio de 2012

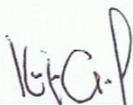
Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

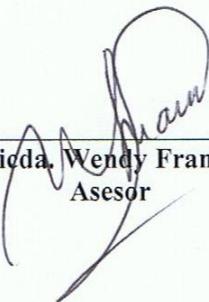
Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:

DISEÑO DE CATÁLOGOS DIGITALES PARA DAR A CONOCER TRABAJOS Y PROYECTOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -FACOM- EN EL PORTAL DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013. Así mismo solicito que la Licenciada Wendy Franco sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Kareen Ivette Archila López
08000133



Licda. Wendy Franco
Asesor



Guatemala 09 de julio de 2012

**Señorita
Kareen Ivette Archila López
Presente**

Estimada Señorita Archila:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGOS DIGITALES PARA DAR A CONOCER TRABAJOS Y PROYECTOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -FACOM- EN EL PORTAL DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013.** Asimismo, se aprueba a la Licda. Wendy Franco como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 02 de enero de 2013

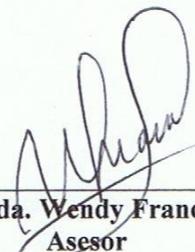
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGOS DIGITALES PARA DAR A CONOCER TRABAJOS Y PROYECTOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN –FACOM- EN EL PORTAL DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013.** Presentada por la estudiante: Karen Ivette Archila López, con número de carné 08000133, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Wendy Franco
Asesor



Guatemala, 21 de marzo de 2013

Señorita:
Kareen Ivette Archila López
Presente

Estimada Señorita Archila:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad, Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 2 de julio de 2013.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

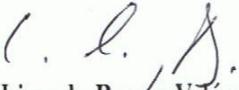
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE CATÁLOGOS DIGITALES PARA DAR A CONOCER TRABAJOS Y PROYECTOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -FACOM- EN EL PORTAL DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013***, de la estudiante Kareen Ivette Archila López, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.


Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Guatemala, 05 de julio de 2013

Señorita:
Kareen Ivette Archila López
Presente

Estimada Señorita Archila:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGOS DIGITALES PARA DAR A CONOCER TRABAJOS Y PROYECTOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN –FACOM- EN EL PORTAL DE UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013.** Presentado por la estudiante: **Kareen Ivette Archila López**, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Secretario General

Lic. Josué Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto

Dedicado a:

Dios

Mi familia:

Gustavo Archila Gómez

Sara de Archila López

Lesslie Archila López

Steffi Archila López

Sara Judith de Archila y familia

Sara de Menéndez y familia

Isabel de Toc y familia

Mis amigos:

Han sido luz y alegría, gracias por apoyarme en este camino.

"To design is to communicate clearly by whatever means you can control or master"

Sinopsis

La Facultad de Ciencias de la Comunicación no cuenta con una sección en donde se puedan presentar los diferentes trabajos y proyectos realizados por estudiantes que cursan actualmente las diferentes clases de la maya curricular de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño.

Por lo que se plantea el objetivo de: Diseñar catálogos digitales de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- en el Portal de Universidad Galileo.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por hombres y mujeres que se encuentran en la edad de 18 a 27 años, habitantes del departamento de Guatemala y algunos departamentos aledaños, personas recién graduados de bachillerato o estudios universitarios intermedio. Está caracterizado por el nivel C-, entre otros y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñaron los catálogos digitales de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- en el Portal de Universidad Galileo y se recomendó diseñar catálogos digitales de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

Informe Final

- I. Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM)
- II. Carta de aprobación de tema y asesor (a) (FACOM a estudiante)
- III. Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto
- IV. Carta de información de examen privado
- V. Carta de corrector de estilo
- VI. Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante)
- VII. Autoridades de la Universidad
- VIII. Dedicatoria
- IX. Sinopsis
- X. Hoja de autoría

Índice

Capítulo I

- 1.1. Introducción 1

Capítulo II: Problemática

- 2.1 Contexto 2
- 2.2 Requerimiento de comunicación y diseño 2
- 2.3 Justificación 2
- 2.3.1. Magnitud 3
- 2.3.2. Vulnerabilidad 4
- 2.3.3. Trascendencia 4
- 2.3.4. Factibilidad 5
- 2.3.4.1 Recursos humanos 5
- 2.3.4.2 Recursos organizacionales 5
- 2.3.4.3 Recursos económicos 6
- 2.3.4.4 Recursos tecnológicos 6

Capítulo III: Objetivos de diseño

- 3.1. Objetivo general 7
- 3.2. Objetivos específicos 7

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente	8
4.2 Misión	8
4.3 Visión	8
4.4 Organigrama	9
4.5 FODA	10

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico	11
5.2 Perfil demográfico	11
5.3 Perfil psicográfico	11
5.4 Perfil conductual	12

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	
6.1.1 Educación	13
6.1.2 Universidad	13
6.1.3 Universidad en Guatemala	13
6.1.4 Universidad Privada	13
6.1.5 Universidad Pública	14
6.1.6 Universidad Galileo	14
6.1.7 Galileo Galilei	14
6.1.8 Dr. Eduardo Suger	15
6.1.9 Rector	15
6.1.10 Decano	16
6.1.11 Coordinador	16
6.1.12 Docente	16
6.1.13 Profesional	16
6.1.14 Estudiante	16
6.1.15 Trabajos	17

6.1.16 Proyecto	17
6.1.17 Estudiante Prospecto	17
6.1.18 Facultades	17
6.1.19 Facultades de Ciencias de la Comunicación	18
6.1.20 Ciencias de la Comunicación	18
6.1.21 Licenciatura	18
6.1.22 Licenciatura en Comunicación y Diseño	19
6.1.23 Diseño	19
6.1.24 Creatividad	19
6.1.25 Comunicador	20
6.1.26 Metodología andragógica	20
6.1.27 Pénsum	20
6.1.28 Técnico	20
6.1.29 Curso	21
6.1.30 Portal de Universidad Galileo	21
6.1.31 Medio de comunicación	21
6.1.32 Tecnología	21
6.1.33 Internet	22
6.1.34 Sitio Web (portal web)	22
6.1.35 Diseño Web 2.0	22
6.1.36 Herramientas Web 2.0	22
6.1.37 ISSUU	23
6.1.38 Catálogos digitales	23
6.1.39 Edición	24
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	
6.2.1.1 Comunicación	25
6.2.1.2 Elementos de Comunicación	25
6.2.1.3 Comunicación externa	27
6.2.1.4 Comunicación interna	27
6.2.2.5 Procesos	27

6.2.2.6 Comunicación lingüística escrita	28
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	
6.2.2.1 Diseño	29
6.2.2.2 Frases del proceso de diseño	29
6.2.2.3 Elementos de relación	30
6.2.2.4 Elementos prácticos	32
6.2.2.5 Elementos conceptuales	33
6.2.2.6 Elementos gráficos	34
6.2.2.7 Imagen corporativa	35
6.2.2.8 Formato PNG	36
6.2.2.9 Formato JPG	36
6.2.2.10 Tipografía	36
6.2.2.11 San-serif	37
6.2.2.12 Elementos del diseño web	37
6.2.2.13 Balance	37
6.2.2.14 Balance simétrico	37
6.2.2.15 Simetrías vertical y horizontal combinadas	38
6.2.2.16 Balance asimétrico	38
6.2.2.17 Fuera de balance	39
6.2.2.18 Contraste	39
6.2.2.19 Contraste de tono	39
6.2.2.20 Contraste de color	40
6.2.2.21 Contraste de contorno	41
6.2.2.22 Énfasis	41
6.2.2.23 Repetición o ritmo	42
6.2.2.24 Proximidad o unidad	42
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias	
6.3.1 Semiología	43
6.3.2 Semiótica	43
6.3.3 Psicología	43
6.3.4 Psicología de la GESTALT	43

6.3.5 Psicología del color	44
6.3.6 Andragogía	44
6.3.7 Índice	44
6.3.8 Íconos	45
6.3.9 Color	45
6.3.10 Color RGB	45
6.3.11 Teoría del diseño	46
6.3.12 Minimalismo	46
6.3.13 Conceptualismo	47

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico

7.1.1 Comunicación	48
7.1.2 Elementos de Comunicación	48
7.1.3 Emisor	48
7.1.4 Receptor	48
7.1.5 Código no lingüístico visual	48
7.1.6 Canal de transmisión	49
7.1.7 Mensaje	49
7.1.8 Ruido	49
7.1.9 Comunicación externa	49
7.1.10 Comunicación interna	49
7.1.11 Procesos	50
7.1.12 Desarrollo de una idea	50
7.1.13 Decodificación	50
7.1.14 Aceptación	50
7.1.15 Uso	50
7.1.16 Comunicación lingüística escrita	51
7.1.17 Diseño	51
7.1.18 Facetas del proceso de diseño	51
7.1.19 Análisis de la situación	51

7.1.20 Transformación de la información en ideas	52
7.1.21 Diseño del producto	52
7.1.22 Pruebas y evaluación	52
7.2.23 Elementos de relación	52
7.2.24 Dirección	52
7.1.25 Posición	52
7.1.26 Espacio	53
7.1.27 Gravedad	53
7.1.28 Escala	53
7.1.29 Elementos prácticos	53
7.1.30 Función	53
7.1.31 Significado	54
7.1.32 Elementos conceptuales	54
7.1.33 Punto	54
7.1.34 Línea	54
7.1.35 Plano	54
7.1.36 Forma	54
7.1.37 Imagen	55
7.1.38 Imagen corporativa	55
7.1.39 Formato PNG	55
7.1.40 Formato JPG	55
7.1.41 Tipografía	55
7.1.42 Sans-Serif	56
7.1.43 Elementos del diseño web	56
7.1.44 Balance	56
7.1.45 Balance simétrico	56
7.1.46 Simetrías vertical y horizontal combinadas	56
7.1.47 Balance asimétrico	56
7.1.48 Fuera de balance	57
7.1.49 Contraste	57
7.1.50 Contraste de tono	57

7.1.51 Contraste de color	57
7.1.52 Contraste de contorno	57
7.1.53 Énfasis	58
7.1.54 Repetición o ritmo	58
7.1.55 Proximidad o unidad	58
7.1.56 Semiología	58
7.1.57 Semiótica	58
7.1.58 Índice	58
7.1.59 Íconos	59
7.1.60 Andragogía	59
7.1.61 Color	59
7.1.62 Color RGB	59
7.1.63 Teoría el diseño	59
7.1.64 Minimalismo	60
7.1.65 Conceptualización	60
7.1.66 Psicología	60
7.1.67 Psicología GESTALT	60
7.1.68 Psicología del color	60
7.2 Conceptualización	61
7.2.1 Método	61
7.2.2 Definición del concepto	62
7.3 Bocetaje	63
7.3.1 Fundamentación de Catálogo digital, del curso “Comunicación”	64-78
7.3.2 Fundamentación de catálogo digital del curso “Historia del arte y el diseño”	79-94
7.3.3 Fundamentación del catálogo digital “Historia del diseño gráfico”	95-111
7.3.4 Fundamentación del catálogo digital “Prácticas supervisadas (EPS)”	112-127
7.3.5 Fundamentación del catálogo digital “Relaciones públicas y diplomáticas”	128-142
7.3.6 Tabla de requisitos	143
7.4 Propuesta preliminar	144-159

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo	160
8.2 Método e Instrumentos	161-164
8.3 Resultados e Interpretación de resultados	165-189
8.4 Cambios en base a los resultados	189-200

Capítulo IX: Propuesta gráfica final 201-214**Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

10.1 Plan de costos de elaboración	215-216
10.2 Plan de costos de producción	216-217
10.3 Plan de costos de reproducción	217
10.4 Plan de costos de distribución	217
10.5 Cuadro resumen	218

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones	219
11.2 Recomendaciones	220

Capítulo XII: Conocimiento general 221-222**Capítulo XIII: Referencias** 223-227**Capítulo XIV: Anexos** 228-248

CAPÍTULO I

Introducción

1.1 Introducción

En Guatemala actualmente se encuentran aprobadas trece universidades en las que las carreras de Licenciatura en Comunicación o Diseño, carecen de un apartado para dar a conocer los trabajos y proyectos que se han realizado por parte de los estudiantes. Por lo anterior, la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Universidad Galileo, siempre a la vanguardia educativa, decidió crear una sección para dar a conocer los trabajos y proyectos de sus estudiantes.

El presente proyecto de graduación pretende dar respuesta a la problemática subyacente dentro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Universidad Galileo. En el transcurso de la investigación se recopiló la información de la facultad, para conocer los antecedentes de nuestro cliente.

Para el desarrollo de los diseños, se trabajó el método de investigación cuantitativa, desarrollando como primer paso la elaboración de un mapa conceptual y de esta manera generar la idea central que fuera la guía para la creación de los diferentes bocetos y diseños digitales; el concepto creativo responde a los objetivos definido como “Catálogos digitales: Realismo y unión tecnológica”.

Se logró destacar en cada uno de los catálogos el concepto creativo, para ello se realizó la evaluación en donde se analizó la aceptación de los mismos en tres secciones; objetivas, semiológicas y operativas; la diagramación y facilidad de uso, para satisfacer la necesidad del grupo objetivo, con el proceso y los resultados. Se mejoraron algunos aspectos de los catálogos digitales.

Este proyecto impulsa el apoyo a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, así como a los estudiantes quienes tendrán un panorama amplio sobre los resultados finales y que aprendan a realizar proyectos y trabajos similares. Es imperativo destacar que es la primera universidad y facultad en ser agente generador de cambio al crear proyectos de investigación de esta índole.

CAPÍTULO II

Problemática

2. Problemática

Se observó en la página web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación del Portal de Universidad Galileo, que carece de una sección en donde se puedan presentar los trabajos realizados por los estudiantes. Por lo tanto, se trabajará los catálogos virtuales de proyectos de estudiantes realizados durante la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño, los que se publicarán internamente en la sección “Trabajos de Estudiantes”, dentro de la página de la Facultad de Ciencias de la Comunicación del Portal de Universidad Galileo.

2.1 Contexto

Se efectuó una investigación en las diferentes universidades de Guatemala, con el objetivo de evaluar si internamente en sus páginas web cuentan con una sección en donde se puedan ver los trabajos y proyectos realizados por estudiantes de las carreras de Licenciatura en Comunicación, Licenciatura en Diseño o Licenciatura en Comunicación y Diseño.

Solo se encontró en la página web de Universidad Landívar, que cuentan con una sección de Tesis, pero no hay una sección específica para trabajos y proyectos de estudiantes o alguna sección similar en su página web o en la de las otras universidades.

2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Facultad de Ciencias de la Comunicación **no cuenta** con una sección en donde se puedan presentar los diferentes trabajos y proyectos realizados por estudiantes que cursan actualmente las diferentes clases de la maya curricular de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño. **Ver anexo “A” para completar la información.*

2.3. Justificación

Para validar la importancia que tiene la creación de diseños de catálogos digitales, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1. Magnitud

La proyección de población 2011 de la República de Guatemala es de catorce millones setecientos trece mil setecientos sesenta y tres (14,713,763). Según el sitio web del Instituto Nacional de Estadística (www.ine.gob.gt/np/poblacion/index.htm), el departamento de Guatemala cuenta con una proyección de población del 2011 de dos millones quinientos cuarenta y un mil quinientos ochenta y uno (2,541,581) según el sitio web del Instituto Nacional de Estadística (www.ine.gob.gt/np/poblacion/index.htm).

Dentro de la Ciudad de Guatemala se encuentran 13 universidades según el sitio web de universidadesGT.com (www.universidadesgt.com/universidades) de las que seis poseen la carrera de comunicación o diseño gráfico.

Dentro de Universidad Galileo hay una proyección de estudiantes en el 2012 de dieciocho mil ochocientos noventa y tres (18,893) según el Departamento Galileo Educational and System –GES- y es una de las universidades en Guatemala que posee la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño, la que pertenece a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, en ella existe una proyección de estudiantes en el 2012 de setecientos (700), según el Lic. Leizer Kachler, decano de la facultad.

Se presenta la ilustración 2.3.1 en donde se presenta la magnitud en cifras.



2.3.2. Vulnerabilidad

Dentro de la Facultad de Comunicación y Diseño, se encuentran estudiantes con alto potencial y destreza de comunicación y diseño, que expresan por medio de sus proyectos y trabajos. Estos no se pueden dar a conocer debido a que no hay un área específica en donde se puedan publicar y así los estudiantes prospectos y estudiantes universitarios puedan conocer los proyectos y trabajos de graduación de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño.

2.3.3. Trascendencia

La intervención de la comunicación web y el diseño digital, serán las herramientas necesarias para que se puedan diseñar los diferentes catálogos digitales de los cursos de Licenciatura en Comunicación y Diseño, los que se publicarán dentro de la plataforma ISSUU y luego en la sección de “Trabajos de Estudiantes”, que podría

tener un alcance de setecientos treinta y seis mil doscientas (736,200) visitas por trimestre, esta cantidad puede variar conforme las fechas y actividades en el portal de la universidad, dependiendo las estadísticas de Google Analytic, enero - marzo 2012, dentro de la página de la Facultad de Ciencias de la Comunicación del Portal de Universidad Galileo.

El Portal de Universidad Galileo, cuenta con una estadística de más de setecientos treinta y seis mil doscientas (736,200) visitas por trimestre, según Google Analytic enero – marzo 2012 y la Facultad de Ciencias de la Comunicación se encuentra entre las veinte páginas más visitadas mensualmente dentro del portal. Por lo tanto, sin una sección en donde se consiga dar a conocer los trabajos y proyectos de estudiantes, no se logrará llegar a comunicar de manera accesible como la web las destrezas y desarrollo de actividades que los estudiantes realizan durante la carrera.

2.3.4. Factibilidad

El proyecto sí es factible, debido a que la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM- de Universidad Galileo cuenta con los diferentes recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos para la gestión del tema, cuya factibilidad se demuestre, de la siguiente manera:

2.3.4.1 Los recursos humanos son necesarios para obtener los diferentes proyectos realizados por estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño, contando con los documentos digitales e impresos que recopiló la Licenciada Wendy Franco.

2.3.4.2 Los recursos organizacionales son viables por parte de los catedráticos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM-, para compartir los diferentes trabajos y proyectos realizados por los estudiantes en sus cursos, colaborando con el material digital o que publicó en la plataforma -GES-.

2.3.4.3 Los recursos económicos son factibles debido a que los catálogos se compartirán dentro del Portal de Universidad Galileo, que no produce ningún costo para la entidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

2.3.4.4 Los recursos tecnológicos, son posibles, ya que cuenta con el apoyo del Área de Gestión de Información, AGI del Departamento Galileo Educational and System -GES-, para la publicación de los catálogos digitales dentro de la sección de Trabajos de Estudiantes.

Otros de los recursos tecnológicos son los diferentes software a utilizar como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesing, herramientas que servirán para el diseño y maquetación de los diferentes catálogos. Otro recurso factible será ISSUU, una herramienta web 2.0 gratuita que servirá para publicar los catálogos de forma animada.

CAPÍTULO III

Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar catálogos digitales de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- en el Portal de Universidad Galileo.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Investigar diferentes conceptos de diseño y tendencias de colores a través de sitios web 2.0, para crear un concepto visual que se implementará a los catálogos digitales para la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

3.2.2 Recopilar la información de los cursos, a través de los proyectos proporcionados por los catedráticos para realizar los catálogos que se podrán publicar dentro de la sección de Trabajos de Estudiantes de FACOM.

3.2.3 Diagramar los catálogos a través de programas de Adobe y herramientas web 2.0 para publicar en formato digital que podrán visualizar los estudiantes dentro del Portal de Universidad Galileo.

3.2.4 Convertir los catálogos .pdf a catálogos digitales a través de la herramientas virtuales, para publicarlos en formato flash y navegar por las páginas, para que estudiantes de FACOM y estudiantes prospecto puedan verlos.

3.2.5 Incluir los catálogos digitales dentro de la sección de Trabajo de Estudiantes, para ver y conocer los trabajos que los futuros estudiantes podrán realizar.

**Ver anexo "B", para completar la información.*

CAPÍTULO IV

Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

La Facultad de Ciencias de la Comunicación inició su programa en el 2002 con el Técnico en Comunicación y Diseño en Universidad Galileo. El cuatro de enero de 2006, ante la solicitud del Dr. Eduardo Suger, Rector de Universidad Galileo, se creó la Facultad de Ciencias de la Comunicación y se integra el Técnico y la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, hoy denominada Licenciatura en Comunicación y Diseño.

Su delimitación geográfica se encuentra dentro del departamento de Guatemala, con una proyección de población del 2011 de dos millones quinientos cuarenta y un mil quinientos ochenta y uno (2, 541,581), según el Instituto Nacional de Estadísticas. Dentro del grupo objetivo se podrá clasificar como nivel C-, se tienen presente que el beneficio para el grupo objetivo será comunicar los diferentes trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño, siendo la primera universidad a nivel nacional de presentar esta sección dentro del Portal de Universidad Galileo. **Ver anexo "C", para completar la información.*

4.2. Misión

Somos una entidad académica dedicada a la formación de comunicadores con énfasis en diseño gráfico y creatividad en los niveles de técnico y licenciatura, para su desarrollo integral y actualización continua. De esta manera los estudiantes serán orientados para que se desarrollen personal y profesionalmente con responsabilidad social, al estimular la creación de productos de comunicación significativa entre las personas.

Inculcamos valores fundamentados en la libertad de investigación y expresión, al motivar el uso de las tecnologías y los medios de comunicación, para la creación de contenidos y competencias con una actitud de superación crítica, reflexiva y ética. En este contexto contribuimos al desarrollo nacional en el marco de la globalización.

4.3. Visión

Esta facultad lidera la generación de profesionales que crean materiales de comunicación y diseño, apoyados en la tecnología más avanzada y marca la pauta acerca de la tendencia educativa universitaria, nacional e internacional, en materia de nuevas formas y medios de

comunicación. Utiliza la educación con el método andragógico a través de un cuerpo docente experimentado, efectivo y motivado.

La estructura organizacional de esta unidad educativa cumple con los más altos estándares y eficientes prácticas, apegados a los objetivos de la Universidad Galileo y a las aspiraciones de nuestra población estudiantil. Nos consolidamos como la Facultad que integra la comunicación y el diseño como el eje fundamental de la formación profesional.

4.4. Organigrama

Se presenta la ilustración 4.4 en donde se visualiza el Organigrama de FACOM.



4.5. FODA

Se presenta la ilustración 4.5 en donde se visualiza el FODA de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM-.



CAPÍTULO V

Definición del grupo objetivo

La sección de catálogos virtuales en “Trabajos de Estudiantes” va dirigido al grupo objetivo que está caracterizado por el nivel C-, hombres y mujeres de 18 a 27 años. Su educación es media completa debido a que se encuentra cerrando pensum de bachillerato, perito o carrera a fin o están cursando una carrera universitaria. El desempeño es comerciante o dependiente, en donde los ingresos son de ocho mil quetzales (Q8,000.00).

5.1. Perfil geográfico

Va dirigido a los habitantes del departamento de Guatemala y algunos departamentos aledaños, que tiene proyección de población del 2011 de dos millones quinientos cuarenta y un mil quinientos ochenta y uno (2,541,581) según el sitio web del Instituto Nacional de Estadística (www.ine.gob.gt/np/poblacion/index.htm).

5.2. Perfil demográfico

Según la Tabla de Niveles Socio Económicos 2009 proporcionada por Multivex, nuestro perfil demográfico está caracterizado por el nivel C-, hombres y mujeres que se encuentran en la edad de 18 a 27 años, en donde la educación es media completa, con deseos de mejorar académicamente en sus estudios y llegar a tener interés por ingresar a la universidad. Su desempeño es dependiente de los padres o tutor, también se destaca una parte del grupo objetivos por ser trabajadores con un ingreso de Q8,000.00 para abajo. Entre las posesiones se considera un carro de 8 a 10 años sin seguro.

5.3. Perfil psicográfico

Nuestro grupo objetivo son jóvenes, recién graduados de bachillerato o estudios universitarios intermedio, de clase C-, que se destacan por tener diferentes hobbies como escuchar música, navegar por internet en redes sociales, leer, dibujar o diseñar. Por ser jóvenes se resalta que entre las actividades de mayor interés que les gusta es apoyar en un voluntariado, caminar al aire libre, les gusta elaborar salidas sociales, tomar fotografías, ir al gimnasio y hacer algún tipo de deporte extremo. Son jóvenes que practican y les gustan las tradiciones guatemaltecas y sus costumbres, las que las desarrollan con sus familiares y seres queridos.

5.4. Perfil conductual

Se destacan por ser jóvenes que les gusta mantenerse en sitios web, con intereses de estar navegando en redes sociales, jugar en red, ver películas en línea, buscar tutoriales o temas de interés para sus estudios o trabajo. Frecuentemente ingresan a ver videos, bajar música, o descargar programas en línea. Entre otras actividades y la más usual es chatear con sus amigos y seres queridos, la mayoría se mantiene de 3 a 9 horas navegando en la web.

**Ver anexo "D", para visualizar la encuesta que se llevó a cabo con el fin de obtener estos resultados.*

CAPÍTULO VI

Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Educación

Según Muralles Alejandro (Ed.). (2010), “Enlaces Ciencias Sociales 11”. Guatemala: Editorial Santillana, S.A. define educación como: Proceso comunicativo y dinámico de enseñanza-aprendizaje a través del cual el individuo desarrolla destrezas habilidades y competencias que le serán útiles para desempeñarse en la vida cotidiana.

6.1.2 Universidad

El sitio web de la Real Academia Española www.lemma.rae.es/drae/?val=universidad define la palabra universidad como: Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes. Según las épocas y países puede comprender colegios, institutos, departamentos, centros de investigación, escuelas profesionales, etc.

6.1.3 Universidades en Guatemala

La página de UniversidadesGT.com www.universidadesgt.com/universidades.php, indica que: Dentro del territorio de la República de Guatemala existen 13 universidades de las que doce son privadas y de parte del Estado se cuenta con una universidad pública.

6.1.4 Universidad privada

Según www.tareasdeuniversidad.com/tag/definicion-de-universidad-privada expresa que: Son las que no están operadas ni reciben intervención en su organización por parte del gobierno, solo en algunos casos especiales pueden recibir fondos monetarios por parte de este. Según cada región en la que se ubiquen, las universidades privadas pueden estar sujetas a una reglamentación gubernamental, también son muy comunes en algunos países y curiosamente hay países en los que ni siquiera existen.

6.1.5 Universidad pública

La página de la Universidad de Chile www.facso.uchile.cl/noticias/67245/que-es-una-universidad-publica comparte que: Es una universidad que no tiene un dueño con intereses ni concepciones religiosas, doctrinas o ideologías particulares. La universidad pública es la universidad que es de todos; es estatal porque el Estado es la expresión de la voluntad del todo nacional.

6.1.6 Universidad Galileo

El sitio web de la sección de acerca de la U del Portal de Universidad Galileo www.galileo.edu/acerca-de-galileo/datos-de-universidad-galileo indica que: Es una entidad educativa superior, producto de 37 años de labor y esfuerzo constante de un selecto grupo de profesionales encabezado por el Doctor Eduardo Suger Cofiño, Ph.D., fundador y Rector, quien ha logrado conformar una propuesta educativa completamente diferente a la tradicional y que es impulsadora por un lema muy claro: “Educar es cambiar visiones y transformar vidas.”

6.1.7 Galileo Galilei

En la sección de Mentas Brillantes del Portal de Universidad Galileo www.galileo.edu/mentas-brillantes/galileo-galilei/ comparte que: Galileo Galilei fue un astrónomo, filósofo, matemático y físico italiano que estuvo relacionado estrechamente con la revolución científica.

Fue el primogénito del Florentino Vincenzo Galilei, músico por vocación aunque obligado a dedicarse al comercio para sobrevivir. En 1574 la familia se trasladó a Florencia, y Galileo fue enviado un tiempo –quizá como novicio– al monasterio de Santa Maria di Vallombrosa, hasta que, en 1581, su padre lo matriculó como estudiante de medicina en la Universidad de Pisa.

Pero en 1585, tras haberse iniciado en las matemáticas fuera de las aulas, abandonó los estudios universitarios sin obtener ningún título, aunque sí había adquirido gusto por la filosofía y la literatura.

6.1.8 Dr. Eduardo Suger

Según la sección de Dr. Eduardo Suger del Portal de Universidad Galileo www.galileo.edu/dr-suger/ indica que: El Dr. Suger ha escrito 3 libros de texto y 22 trabajos de investigación originales publicados en EUA, Suiza, Suecia e India, y fue fundador y Decano de FISICC y Director General de IDEA. En la actualidad es Rector de Universidad Galileo, de la cual es fundador.

Eduardo Suger nació el 29 de noviembre de 1938. Suizo de nacionalidad, pero guatemalteco de corazón, ha demostrado desde su inicio como estudiante que llegaría a ser mucho más que un simple ciudadano. Esposo ejemplar, padre y abuelo abnegado, ha manifestado, que la simplicidad es una palabra inexistente en su diccionario personal. Se graduó como Licenciado en Física del Instituto Tecnológico Federal de Zurich, Suiza, y posee el Doctorado en Física Molecular, de la Universidad de Austin, Texas.

Su trayectoria profesional y gran apego a las ciencias lo llevaron a desempeñar funciones como investigador en el Centro de Investigaciones de IBM, en Suiza, y a ser profesor de Física y Matemática, en los Institutos Minerva y Freudenberg, en Zurich, Suiza.

6.1.9 Rector

Grupo Editorial Norma (2000) “Diccionario de la Lengua Española”. Santa Fe de Bogotá: Editora Géminis, define la palabra rector como: Persona que gobierna un colegio, hospital, especialmente de una universidad o centro de estudios superiores, siendo la autoridad máxima, que rige o gobierna.

6.1.10 Decano

En la página web www.definicion.org/decano concreta que: El decano es el miembro más antiguo de una comunidad, junta, etc. Persona que con título preside una facultad universitaria o corporación aunque no sea el más antiguo.

6.1.11 Coordinador

El sitio web www.wordreference.com/definicion/coordinador puntualiza que: Persona que coordina un grupo de personas, conjunto de personas elegidas para dirigir y organizar algo.

6.1.12 Docente

Grupo Editorial Norma (2000) “Diccionario de la Lengua Española”. Santa Fe de Bogotá: Editora Géminis, define la palabra docente como: relativo a la enseñanza. Persona que se dedica a la enseñanza.

Según el sitio web <http://definicion.de/docente/> aclara que: Un docente es aquel individuo que se dedica a enseñar o que realiza acciones referentes a la enseñanza. La palabra deriva del término latino *docens*, que a su vez procede de *docēre* (traducido al español como “enseñar”).

6.1.13 Profesional

Según Larousse el “Diccionario Manual de la Lengua Española Vox”. © (2007) Larousse Editorial, S.L comparte que: El término profesional se aplica a la persona que realiza una actividad que constituye su profesión o medio de ganarse la vida. También se puede decir que es una persona que realiza su trabajo con aplicación, seriedad, honradez y eficacia.

6.1.14 Estudiante

El diccionario de la Lengua Española, Grupo Editorial NORMA, define la palabra estudiante como: persona que estudia y especialmente el que cursa estudios de grado medio o superior.

En la página <http://www.definicionabc.com/general/estudiante.php> se indica estudiante como: Individuo que se encuentra realizando estudios de nivel medio o superior en una institución académica. Se caracteriza por su vinculación con el aprendizaje y por la búsqueda de nuevos conocimientos sobre la materia que cursa o que resulta ser de su interés.

6.1.15 Trabajos

En el sitio web <http://definicion.de/trabajo/> comparte que: Es la valoración del esfuerzo realizado por un ser humano. Sin embargo, desde la perspectiva neoclásica de la economía, por citar otro caso a modo de ejemplo, el trabajo consiste en uno de los tres elementos que determinan toda producción, como sucede con la tierra y el dinero.

6.1.16 Proyecto

Project Management Institute (2005) “Guía de los Fundamentos de la Dirección de Proyectos” (3ra. Edición). Project Management Institute define que: Un proyecto es un esfuerzo temporal emprendido para crear un producto o un servicio único. Así, el resultado final buscado puede diferir con la misión de la organización que la emprende, ya que el proyecto tiene determinado específicamente un plazo y el esfuerzo es temporal.

6.1.17 Estudiante prospecto

Según Charisse Esmeralde Editora de “eHow Contributor” indica que: Es llamado también estudiante potencial es una persona que aún no ha comprometido a asistir a una universidad específica. El estudiante potencial puede ser entrantes de primer año de pregrado, postgrado, la transferencia o el estudiante internacional.

6.1.18 Facultades

El sitio web <http://definicion.de/facultad/> explica que: Es una subdivisión de una universidad que corresponde a una cierta rama del saber. En la facultad se enseña una carrera determinada o varias carreras afines. El conjunto de facultades forman el total de la universidad.

El modelo de facultades surgió a partir de la antigua Universidad de París, que contaba con cuatro facultades: Medicina, Leyes, Teología y Artes. En la actualidad, los estudiantes pueden egresar de una facultad con título de Ingeniero, Licenciado o Doctor.

6.1.19 Facultad de Ciencias de la Comunicación

Según la página www.galileo.edu/facom/acerca-de/acerca-de-la-carrera puntualiza que: La Facultad de Ciencias de la Comunicación, es un programa desde el 2002 con el Técnico en Comunicación y Diseño en Universidad Galileo. El cuatro de enero de 2006, ante la solicitud del Dr. Eduardo Suger, Rector de Universidad Galileo, se creó la Facultad de Ciencias de la Comunicación y se integra al Técnico y la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, hoy denominada Licenciatura en Comunicación y Diseño.

6.1.20 Ciencias de la comunicación

Wood, J. (2004). *Communication Theories in Action*. Belmont: Wadsworth comparte que: Son aquellas disciplinas de las ciencias sociales que se encargan de estudiar la esencia de los procesos de comunicación como fenómenos en sí mismos, los medios que se emplean y el conjunto semiótico que construyen, generando sus propios métodos de estudio y herramientas analíticas.

Las ciencias de la comunicación son una herramienta básica para comprender la naturaleza de las sociedades, así como la comunicación diaria entre personas o entre grupos de personas, ya sea en su dimensión institucional o en la comunitaria.

6.1.21 Licenciatura

El sitio web www.es.thefreedictionary.com/licenciatura define licenciatura como: Grado de licenciado o título académico que se obtiene al acabar una carrera universitaria de más de tres años.

6.1.22 Licenciatura en Comunicación y Diseño

En la página web www.galileo.edu/facom/acerca-de/acerca-de-la-carrera determina que: Es un programa innovador en el área de la Comunicación y el Diseño que permite a los estudiantes adquirir los conocimientos, las habilidades y las actitudes propias de un profesional de la comunicación. Los profesionales de la comunicación y el diseño están preparados en procesos conceptuales y teorías cognitivas que dan forma comprensible a la comunicación en cualquier medio, sea este impreso o virtual.

6.1.23 Diseño

El diccionario de la Lengua Española, Grupo Editorial NORMA, define la palabra diseño como: taza, delineación de un edificio, figura, etc. Descripción o bosquejo de alguna cosa.

Frascara (2000) dice que el diseño es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, en definitiva, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones de conocimientos, adquisición de nuevos conocimientos, uso de intuiciones educadas y toma de decisiones.

International Council of Societies of Industrial Design –CSID– (www.icsid.org) explica que el diseño es una actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios en su ciclo completo de vida. Por lo tanto, el diseño es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías y el factor crítico del intercambio cultural y económico.

6.1.24 Creatividad

Según el sitio web www.petra.upeu.edu.pe/creatividad/creatividad.htm define que: Es el proceso de presentar un problema a la mente con claridad y luego originar o inventar una idea, concepto, noción o esquema según líneas nuevas o no convencionales. Supone estudio y reflexión más que acción.

Creatividad es la capacidad de ver nuevas posibilidades y hacer algo al respecto. Cuando una persona va más allá del análisis de un problema e intenta poner en práctica una solución se produce un cambio. Esto se llama creatividad: ver un problema, tener una idea, hacer algo sobre ella, tener resultados positivos.

6.1.25 Comunicador

Según Verderber Rudolph (1999). “Comunicate” (9na. edición). México: International Thomson Editores, S.A. de C.V. nos comparte que es la persona que transmite una señal mediante un código común al emisor y al receptor.

Debe manejar la forma o capacidad de hacerse entender bien (idioma, signos, símbolos, etc.) además, debe estar preparada de un contenido para poder compartir un tema de conversación, que tenga autoridad intelectual, para que pueda hacerse entender.

6.1.26 Metodología andragógica

Knowles, Malcom (1972), indica que la andragogía es el arte y ciencia de ayudar a aprender a los adultos, basándose en suposiciones acerca de las diferencias entre niños y adultos. El objeto de estudio de la Andragogía es el adulto; es decir, las personas a partir de los dieciocho (18) años de edad.

6.1.27 Pénsun

La página www.fundeu.es/consultas-P-pensum-4675.html determina que: Procede del latín *pensum*, participio del verbo *pendere*, este verbo tiene numerosas acepciones entre ellas 'examinar, evaluar' el plan de estudios. En español se debe tildar “pénsun”.

6.1.28 Técnico

Según el sitio web www.definicion.de/tecnico/ explica técnico como: Concepto de técnico que está vinculado al griego *téchne*, que puede traducirse como “ciencia” o “arte”. Es una persona que domina una técnica, puede tratarse de un grado o calificación al que se accede a partir de la educación formal

6.1.29 Curso

El sitio web www.definicion.de/curso/ define que: Curso procede del latín *cursus*, que puede traducirse como “carrera”. Se trata del tiempo estipulado en cada año para asistir a clases en un centro de enseñanza.

6.1.30 Portal de Universidad Galileo

La Licda. Sonia García, diseñadora del Departamento GES explica que: Es un sitio web, en el que se encuentran diferentes secciones de noticias, eventos, multimedia, calendario, directorio, búsqueda de carreras. Allí mismo se encuentran todas las facultades, escuelas e institutos en los cuales presentan sus carreras e información de las mismas.

6.1.31 Medio de comunicación

Fischer Laura y Espejo Jorge (2004) “Mercadotecnia”, (Tercera Edición). México, Mc Graw Hill, Págs. 360 al 376, puntualiza que: Los medios de comunicación son el canal que mercadólogos y publicistas utilizan para transmitir un determinado mensaje a su mercado meta, por tanto, la elección del o los medios a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión de suma importancia porque repercute directamente en los resultados que se obtienen con ella.

6.1.32 Tecnología

Scripta Nova (2001) Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales (Edición No.80). Universidad de Barcelona determina que: Es el conjunto de herramientas hechas por el hombre, como los medios eficientes para un fin, o como el conjunto de artefactos materiales, también contiene prácticas instrumentales, como la creación, fabricación y uso de los medios y las máquinas; incluye el conjunto material y no-material de hechos técnicos

6.1.33 Internet

Según <http://definicion.de/internet/> puntualiza que: Internet es una red de redes que permite la interconexión descentralizada de computadoras a través de un conjunto de protocolos denominado TCP/IP.

6.1.34 Sitio Web (portal web)

Según el sitio web www.innovacionate.com/sabias-que/54-significado-de-sitio-web.html explica sitio web como: Un conjunto de páginas web, típicamente comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet. Una página web es un documento HTML/XHTML accesible generalmente mediante el protocolo HTTP de Internet. Todos los sitios web públicamente accesibles constituyen una gigantesca "World Wide Web" de información.

6.1.35 Diseño Web 2.0

La página web

www.tendenciaseducativas.es/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=88 define diseño web 2.0 como: El nombre que se le ha asignado al conjunto de herramientas que se encuentran disponibles en la web actual: interactiva y colaborativa. Estas herramientas se caracterizan por las posibilidades que ofrecen a los usuarios de tener un doble rol: ser protagonistas y público de la información que circula por la web. En este apartado se destacan algunas de ellas, enfocadas desde la perspectiva pedagógica.

Se pretende que los usuarios del centro del conocimiento encuentren una referencia para la iniciación en la selección y uso de dichas herramientas, tanto en el ámbito docente como el personal o social en general.

6.1.36 Herramientas Web 2.0

La página www.odmstudio.com.mx/ws/dossier/articulos-de-interes/que-es-el-diseno-web-2.0.htm comparte que: Se refiere a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, que fomentan la

colaboración y el intercambio ágil y eficaz de información entre los usuarios de una comunidad o red social.

6.1.37 ISSUU

Según el sitio web www.sites.google.com/site/recursosdweb20idiomas/creacion-de-actividades-on-line/publicar-documentos-con-issu indica que: Es una herramienta muy sencilla que convierte nuestros archivos en PDF* (limitados a 100 MB/500 páginas como máximo por archivo) en formato flash, con toda fidelidad al documento original, pero permitiéndonos navegar por sus páginas como si estuviésemos leyendo una revista, con opción de realizar zoom y pasar páginas de una manera sencilla, incluido el modo a pantalla completa.

Como suele ser habitual en este tipo de herramientas sociales, nos da la posibilidad de dejar nuestros comentarios en cada perfil de usuario y en cada documento, marcarlos como favoritos, compartirlos mediante enlace o código HTML personalizado para cualquier otro sitio web, dejar post-its virtuales para algunos de nuestros amigos, etc.

6.1.38 Catálogos digitales

Según www.catalogue-designers.com/Catalogo-Electronico.aspx comunica que: También conocidos como catálogos electrónicos, es un tipo de publicación online, es decir, una interfaz gráfica -generalmente una página html en la que se muestran los productos y servicios ofrecidos por una empresa. Los catálogos electrónicos presentan múltiples ventajas para las diferentes compañías: costos reducidos, ampliación del mercado, interacción, información múltiples para los clientes, actualización constante.

Los catálogos electrónicos tienen como objetivo la publicidad, venta y distribución, como así también la atención al cliente, son la representación digital de una compañía y una forma poderosa de comercio.

6.1.39 Edición

El sitio web www.definicion.de/edicion/ define edición como: La producción de ejemplares de una obra artística o científica o de un documento visual. El verbo editar indica la acción de publicar una pieza a través de su plasmación en un soporte físico o digital. Edición viene del latín *editio*.

*Ver anexo “E”, para visualizar el diagrama de conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación

Según Verderber Rudolph (1999). “Comunícate” (9na. edición). México. International Thomson Editores, S.A. de C.V. define comunicación como: Un proceso de compartir el significado, ya sea que el contexto se presente como una conversación informal, interacción de grupo o discurso en público. Cuando se habla de compartir significados al mismo tiempo se habla de transmitir signos a través de diversas construcciones semánticas.

6.2.1.2 Elementos de Comunicación

Verderber Rudolph (1999). “Comunícate” (9na. edición). México: International Thomson Editores, S.A. de C.V. comparte que: Es un proceso de comunicativo, que se puede describir a través de un modelo, cuyos elementos más importantes son el emisor y el receptor, entre los que median componentes, tales como el canal de transmisión, el ruido y la relación entre estos componentes está determinada por el mensaje, procesos de codificación y de decodificación y por la retroalimentación o feedback.

- **Emisor**

José Hernández "Elementos del proceso comunicativo, apuntes de Lengua" Madrid, España define que: El emisor produce o codifica el mensaje y lo difunde con la intención de comunicar algo. En la comunicación humana el emisor puede ser un individuo, un grupo de personas o una institución.

- **Receptor**

Según

www.oficinappc.ucr.ac.cr/HA2073/Modelos_Comunicacin_Humana.pdf

Comparte que: Es el técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y vehiculado por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor, que es llamado destinatario.

- **Código no lingüístico visual**

La página www.salohogar.net/Sagrado_contenido/El_codigo.htm define que: Este código se transmite a través de la vista. Para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. No debemos confundir ver con leer.

- **Canal de transmisión**

Según Verderber Rudolph (1999). “Comunícate” (9na. edición). México. International Thomson Editores, S.A. de C.V. comunica que: Canal es, tanto la ruta recorrida por el mensaje como el medio de transportación. Los canales básicos que se presentan en cualquier proceso comunicativo son el sonido y la luz, respectivamente relacionados con la palabra y la imagen.

- **Mensaje**

Según Verderber Rudolph (1999). “Comunícate” (9na. edición). México. International Thomson Editores, S.A. de C.V. indica que: Son ideas y sentimientos presentados al público a través de palabras, sonidos y símbolos de acciones que el orador selecciona y organiza y que el público interpreta.

El mensaje es la razón de ser de los intercambios comunicativos, es un elemento que se puede describir como intención expresada a través de signos y símbolos que surgen de un proceso de codificación y que adquieren su valor real de significación en el momento en el que son decodificados por el receptor.

- **Ruido**

Según Verderber Rudolph (2,000). “Comunicación oral efectiva” (1va. Edición). México. International Thomson Editores, S.A. de C.V aclara que ruido es: Cualquier estímulo que obstaculiza el significado compartido, también es ruido la distorsión de la imagen, la alteración de la escritura

lugar o tema, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa.

Para evitar o paliar la inevitable presencia del ruido en la comunicación es habitual introducir cierta proporción de redundancia en la codificación del mensaje.

6.2.1.3 Comunicación externa

El sitio web www.eumed.net/libros/2007c/333/comunicacion%20externa.htm puntualiza que: Es la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto. Para la organización que tiene su atención centrada en sus clientes, es fundamental mantener un doble flujo de comunicación.

Recibir información sobre las variaciones en la dinámica del contexto socio-político y económico en que desarrolla su labor, para definir su estrategia y sus políticas; y proyectar sobre el ámbito social una imagen de empresa fundada en información sobre su dinámica interna y su acción objetiva sobre el medio social. Los interlocutores privilegiados de esa comunicación son los clientes, los proveedores, la opinión pública y el gobierno.

6.2.1.4 Comunicación interna

Según Berlo, David K. “El proceso de comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica”. Buenos Aires. Editorial Ateneo define que: Es una actividad muy antigua, cuyo surgimiento está vinculado con la aparición y evolución del hombre como ser social, al tomar conciencia de la necesidad de relacionarse con los individuos circundantes. Como proceso presente en toda práctica humana, constituye uno de los principales pilares de la interacción social.

6.2.1.5 Procesos

El sitio web www.ebookbrowse.com/decargar-elementos-del-proceso-de-comunicacion-pdf-d309411198 comparte que: El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un

receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación.

- **Desarrollo de una idea**

Según www.elergonomista.com/comunicacionproceso.html determina que: Le da el sentido al proceso de comunicación, ya que primero se debe reflexionar y desarrollar la idea que se desea transmitir con determinada intención, si esto no existiera la comunicación no tendría caso.

- **Decodificación**

El sitio www.promocionyturismo.galeon.com/productos2058802.html indica que: Es el proceso por medio del que el receptor asigna un significado a los símbolos codificados por el transmisor, un consumidor observa el anuncio e interpreta las palabras y las ilustraciones que este contiene.

- **Aceptación**

Según www.elergonomista.com/comunicacionproceso.html aclara aceptación como: La aceptación en el proceso la oportunidad de aceptarlo o rechazarlo, es una decisión personal que admite grados y depende de la forma en que fue percibido el mensaje, la apreciación que se hace de su exactitud, la opinión previa o prejuicio que se tenga sobre el mismo, la autoridad del emisor y las propias creencias y valores del receptor.

6.2.1.6 Comunicación lingüística escrita

El sitio web www.salohogar.net/Sagrado_contenido/El_codigo.htm define que: La comunicación lingüística escrita es cuando el código empleado es lingüístico escrito.

*Ver anexo “F”, para visualizar el diagrama de conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

Frascara, Jorge (1998). "Diseño Gráfico y Comunicación". Buenos Aires, Argentina. Editorial Ediciones Infinito, dice que: Es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, en definitiva, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones de conocimientos, adquisición de nuevos conocimientos, uso de intuiciones educadas y toma de decisiones.

6.2.2.2 Fases del proceso de diseño

Según el sitio web www.emagister.com/curso-metodologia-diseno/fases-proceso-diseno comparte que: Este proceso conlleva la realización de un conjunto complejo de actividades, en las que deben intervenir la mayoría de las áreas funcionales del diseño. Generalmente este proceso de desarrollo se suele dividir en cinco fases o etapas: Identificación de oportunidades, evaluación/selección, desarrollo e ingeniería del producto y del proceso, pruebas/evaluación y comienzo de la producción.

- **Análisis de la situación**

La página web

www.formaciononline.us.es/asignaturas/asigntae/apartados/tema6/baleares/pdf/etapas.pdf define que: Delimitación de los destinatarios potenciales. Se trata de señalar a qué tipo de estudiantes se dirige el material, qué conocimientos poseen con respecto a los contenidos. Se trata de definir: el nivel intelectual y las destrezas o habilidades requeridas.

- **Transformación de la información en ideas**

El sitio web www.distintiva.com/lab/los-pasos-del-proceso-creativo indica que: Es convertir toda información coleccionada en nuevas ideas. Organiza todo lo que has coleccionado y extrae los elementos esenciales. Es la

vinculación cruzada de todos estos datos con tu objetivo la inspiración que necesitas. Estas asociaciones producirán lo que conocemos como “elementos disparadores” (la manzana de Newton).

- **Diseño del producto**

Según www.inti.gov.ar/prodiseno/pdf/n141_proceso.pdf Determina que: Análisis y creatividad para dar forma a la idea de producto, de manera tal que pueda ser entendida por terceros. Marca el rumbo a seguir a partir de una conceptualización clara del producto.

- **Pruebas y evaluación**

La página

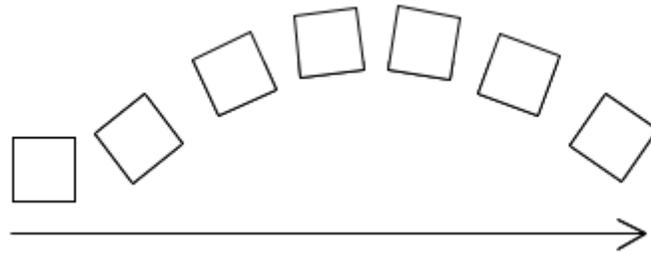
www.formaciononline.us.es/asignaturas/asigntae/apartados/tema6/baleares/pdf/etapas.pdf La puesta en marcha del programa no supone el final del proceso, sino que la utilización 'real' por los estudiantes y profesores debe proporcionar al diseñador la oportunidad de realizar nuevas y sucesivas evaluaciones del material.

6.2.2.3 Elementos de relación

Scott, Robert Gillam (1977) "Fundamentos del diseño". Buenos Aires. Editorial Víctor Leru, determina que: Esta clasificación gobierna la ubicación y la interacción de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos como la posición y la dirección; otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

- **Dirección**

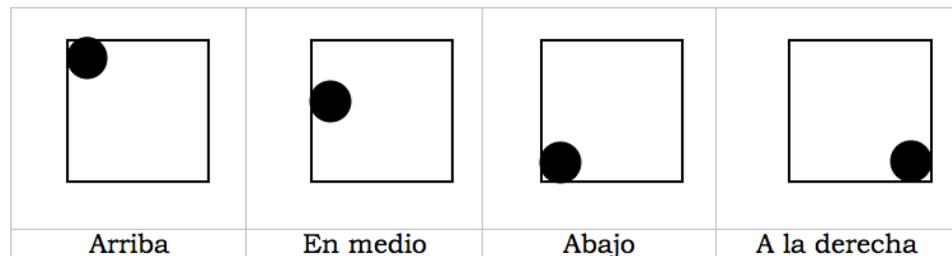
Según www.elrehilete.wordpress.com/tag/elementos-de-relacion/ comparte que: La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas más cercanas.



www.elrehilete.files.wordpress.com/2008/12/imagen-1.png

- **Posición**

Wong, Wucius (1989). "Fundamentos del diseño bi y tridimensional". Barcelona: Gustavo Gili, especifica que: La posición se relaciona respecto a un cuadro o estructura del diseño.



www.elrehilete.files.wordpress.com/2008/12/imagen-2.png

- **Espacio**

El sitio web www.cristalab.com/tutoriales/fundamentos-del-diseno-grafico-c126/ indica espacio como: Todas las formas por más pequeñas que sean ocupan un espacio, el espacio así mismo puede ser visible o ilusorio (para dar una sensación de profundidad).



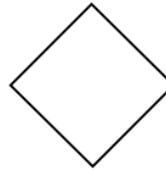
www.slideshare.net/contactofaum/elementos-de-diseo

- **Gravedad**

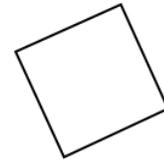
Según Ching, Frank (1989) "Arquitectura: forma, espacio y orden". México D.F. Editorial Gustavo Gilli, define gravedad como: La sensación de gravedad no es visual sino psicológica, ya que tenemos tendencias a atribuir pesantez o pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad a formas o a grupos de formas.



Estable



más inestable



menos inestable

www.elrehilete.files.wordpress.com/2008/12/imagen-3.png

- **Escala**

El sitio web www.mimente.com.mx/blog/?cat=3 comparte que: También llamado tamaño de una figura respecto a la cercanía o lejanía de nosotros nos da la sensación de espacio pictórico, y esa variación de tamaño de una figura u objeto, cualquiera indica la espacialidad percibida.



Figura escala

6.2.2.4 Elementos prácticos

La página web www.elrehilete.wordpress.com/tag/elementos-de-relacion/ específica que: Se encuentran clasificados la representación, el significado y la función. Son los elementos que subyacen el contenido y el alcance de un diseño.

- **Función**

El sitio www.tintalatina.com/disenio/fundamentos-del-diseno-iii-diseno-bi-y-tri-dimensional indica función como: La función se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

- **Significado**

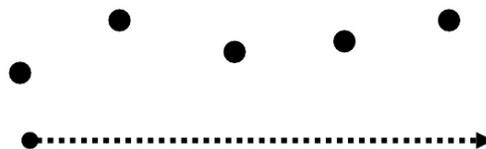
Wong, Wucius (1989). "Fundamentos del diseño bi y tridimensional". Barcelona: Gustavo Gili, define que: El significado se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.

6.2.2.5 Elementos conceptuales

La página www.cristalab.com/tutoriales/fundamentos-del-diseno-grafico-c126/ comparte que: Los elementos conceptuales son aquellos que están presentes en el diseño, pero que no son visibles a la vista. Se dividen en 4 elementos.

- **Punto**

Según Dondis, Donis A. (1992) “La sintaxis de la Imagen, introducción al alfabeto visual” (10° edición) Editorial Gustavo Gili, determina que: Es la unidad más simple irreductiblemente mínima de comunicación visual, es la naturaleza, la redondez es la formulación más corriente.

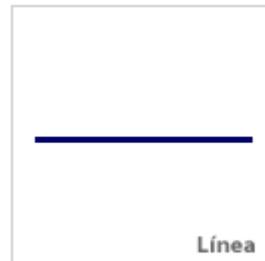


www.slideshare.net/contactofaum/elementos-de-diseo (Pág. 4)

- **Línea**

Dondis, Donis A. (1992) “La sintaxis de la Imagen, introducción al alfabeto visual” (10° edición) Editorial Gustavo Gili, aclara línea como: Cuando los puntos están tan próximos entre sí que no pueden reconocerse individualmente, aumenta la sensación de direccionalidad y la cadena de

puntos se convierte en otro elemento visual; Puede definirse también como un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto.



www.cristalab.com/tutoriales/fundamentos-del-diseno-grafico-c1261/

- **Plano**

Arq. Lobato Valdespino, Juan Carlos (2008) "Elementos de diseño, material didáctico para curso de inducción" define plano como: El recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en plano, un plano tiene largo y ancho pero no grosor, mantiene una posición y dirección el cual esta limitado por líneas. También el plano define los límites extremos de un volumen.



www.slideshare.net/contactofaum/elementos-de-diseno

6.2.2.6 Elementos gráficos

- **Forma**

La página www.apocalipticos-td.blogspot.com/2010/02/elementos-conceptuales-del-diseno.html Determina que: Es todo lo que se puede ver todo lo que tiene contorno, tamaño, color y textura-, ocupa espacio, señala una posición e indica una dirección. Una forma creada, puede basarse en la realidad -reconocible- o ser abstracta -irreconocible-. Una forma puede

haberse creado para transmitir un significado o mensaje, o bien puede ser meramente decorativa. Puede ser simple o compleja, armónica o discordante.



www.slideshare.net/contactofaum/elementos-de-diseo

La forma es empleada en muchas ocasiones como método de lograr una comunicación sencilla y de fácil interpretación. En el diseño web muchas veces es necesario transmitir mensajes en forma rápida, para lograr atraer la atención del usuario hacia ciertos puntos o darle a entender donde se encuentran determinados objetos con facilidad.

- **Imagen**

Costa, Joan. “Imagen global, Enciclopedia del Diseño”, (pp. 191-192). España. Editorial Grafos, comparte que: Es el resultado de unos determinados mensajes y actos de comunicación que, acumulados en la memoria social, configuran una globalidad significativa capaz de determinar ciertas conductas relativas directa o indirectamente a la empresa.

La imagen no sólo es fruto de la comunicación, sino también de la gestión de la empresa (cualquier comportamiento de la empresa puede evaluarse en términos de imagen)”.

6.2.2.7 Imagen corporativa

Según Dowling, Grahame (1994) “Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand”. London. Kogan Page, define imagen corporativa como: La impresión total (creencias y sentimientos) que una organización genera en la mente de los públicos. En realidad no podemos hablar estrictamente de imagen

corporativa, sino más bien de imágenes corporativas, ya que están conformadas por las percepciones, impresiones y experiencias de un conjunto muy variado de personas.

No resulta difícil entender, por tanto, que el manejo y análisis de la imagen corporativa pueda convertirse en algo enormemente complicado, pues además de estos componentes afectivos o emocionales tan intangibles, hemos de tener presente en muchas ocasiones una heterogeneidad constituida por elementos casi irreconciliables.

6.2.2.8 Formato PNG

Según Roelofs, Greg (1999). “PNG: The Definitive Guide”. (1ra. Edición). Estados Unidos. O'Reilly & Associates, Inc. Indica que: Es un formato gráfico basado en un algoritmo de compresión sin pérdida para bitmaps no sujeto a patentes. Este formato fue desarrollado en buena parte para solventar las deficiencias del formato GIF y permite almacenar imágenes con una mayor profundidad de contraste y otros importantes datos.

6.2.2.9 Formato JPG

El sitio web www.masadelante.com/faqs/jpg comparte que: Son las siglas de Joint Photographic Experts Group, el nombre del grupo que creó este formato .jpg es un formato de compresión de imágenes, tanto en color como en escala de grises, con alta calidad (a todo color). Se considera que el formato .jpg es mejor para fotografía digital mientras que los formatos .gif y .png son mejor para imágenes gráficas.

6.2.2.10 Tipografía

Philip B. Meggs (1991). “Historia del Diseño Gráfico”. México. Editorial Trillas, aclara que: Es el término para impresión mediante el uso de piezas de metal independiente, móviles y reutilizables, cada una de las que tiene la forma de una letra realzada en la parte superior.

6.2.2.11 Sans-serif

Según Tschichold, Jan.(1967). "Asymmetric Typography" Nueva York, Estados Unidos. Reinhold, English ed, define que: Es una gama de pesos (luminoso, medio, negrita, negrita extra, cursiva) y tamaños (condensada, normal, seminegra, negra, extendida), fueron declaradas como el tipo moderno. Su amplia gama de colores en la escala blanco y negro dio lugar a la imagen abstracta, expresiva, buscada por el diseño moderno.

6.2.2.12 Elementos del diseño web

La página web

www.un.org/spanish/Depts/dpi/seminario/pdf/principiosfireworks.pdf aclara que: Es la composición de la página, esta consiste en una organización balanceada, clara y concisa de la información usando las herramientas básicas de diseño: formato editorial, tipografía, color y uso de gráficas.

6.2.2.13 Balance

Según www.lawebera.es/disenoweb/principios-diseno-web.php comenta que: Es el equilibrio que debe existir entre los diferentes elementos que componen la página. Imágenes y texto, elementos grandes y pequeños, zonas oscuras y claras, etc., deben estar balanceadas de forma tal que la página no solo resulte atractiva, sino que además logre enfocar la atención del usuario sobre aquellos elementos que nos interesa que lo haga.

6.2.2.14 Balance simétrico

El sitio web www.slideshare.net/alexei.hidalgo/principios-del-diseo determina que: Este tipo de balance se ve en los casos en que los diferentes componentes de la página web se encuentran dispuestos de acuerdo a alguna de las clases de simetría, es decir, el balance simétrico se refiere a la manera de combinar los elementos para añadir la sensación de equilibrio o estabilidad a un trabajo donde se aprecian dos mitades idénticas.

6.2.2.15 Simetrías vertical y horizontal combinadas

La página www.lawebera.es/disenio-web/principios-diseno-web.php Aclara que: Son diseños web hechos combinando las simetrías horizontal y vertical, siendo ésta la más común de las simetrías. Un ejemplo donde el empleo de la combinación de la simetría vertical y la horizontal se ve muy claramente lo tenemos en la siguiente imagen.



www.tuscany.cssmastery.com/

6.2.2.16 Balance asimétrico

El sitio web www.lawebera.es/disenio-web/principios-diseno-web.php Comparte que: Es el tipo de balance en el que los diferentes elementos que componen una página web se encuentran equilibrados o balanceados pero sin seguir un patrón simétrico. Este tipo de balance es uno de los preferidos en la actualidad, ya que otorga gran libertad de creación. Equilibrar elementos sin compensación simétrica es más difícil al no contar con el apoyo de elementos que balanceen el diseño por contraposición.



www.twylah.com/oscarramirez/tweets/127791383732957184

6.2.2.17 Fuera de balance

La página www.publicidadypaginasweb.com/disenio-web/articulos/152-el-equilibrio-en-el-disenio-de-paginas-web.html Aclara que: En los diseños fuera de balance se busca un rompimiento de ritmo visual de forma deliberada para lograr un mayor impacto. De todos los tipos de balance es el más complicado de programar, ya que para desarrollarlo se requiere de una mayor experiencia por parte del diseñador.



<http://ryankeiser.net/>

6.2.2.18 Contraste

Según el sitio web www.lawebera.es/disenio-web/principios-disenio-web.php Define que: El contraste es una forma de distinguir los elementos que deseamos resaltar. Diferencias en la tipografía, diferencias en las formas (círculos, cuadrados, rectángulos, etc.), diferencias de tamaño (una imagen más grande con otras más pequeñas, por ejemplo), texturas y fondos diferentes, etc., son algunos de los contrastes que pueden emplearse para enfocar la atención del usuario sobre los elementos más importantes de la página

6.2.2.19 Contraste de tono

Según la página web www.fotonostra.com/grafico/contrastestono.htm Comenta que: El contraste de tono se basa en la utilización de tonos muy contrastados, la combinación de claro-oscuro, el mayor peso lo tendrá el elemento con mayor oscuridad. Para que este perdiera protagonismo en el diseño, tendríamos que disminuir la intensidad del tono y redimensionarlo, después, para que no perdiese

equilibrio en la composición. Este tipo de contraste es uno de los más utilizados en composiciones gráficas.



<http://cdr.com.co/>

6.2.2.20 Contraste del color

El sitio web www.desarrolloweb.com/articulos/1509.php Determina que: Cuando dos colores diferentes entran en contraste directo, el contraste intensifica las diferencias entre ambos. El contraste aumenta cuanto mayor sea el grado de diferencia y mayor sea el grado de contacto, llegando a su máximo contraste cuando un color está rodeado por otro. El efecto de contraste es recíproco, ya que afecta a los dos colores que intervienen. Todos los colores de una composición sufren la influencia de los colores con los que entran en contacto.



<http://www.lawebera.es/disenio-web/contraste-diseno-web.php>

6.2.2.21 Contraste de contorno

La página www.lawebera.es/disenio-web/principios-diseno-web.php Comparte que: Una forma sencilla de destacar los elementos entre sí, es el empleo de variaciones en el contorno. Las formas irregulares o abstractas atraen más la atención visual que las figuras sencillas y geométricas.

Si colocáramos algunas imágenes con un contorno geométrico (cuadrado, círculo, rectángulo, etc.) junto a una imagen cuyo contorno es irregular y sin otro tipo de diferencias entre ellas, lograremos que la vista de quien observe el conjunto se pose en primer lugar en el elemento irregular.



www.sietedefebrero.com/

6.2.2.22 Énfasis

Según www.lawebera.es/disenio-web/principios-diseno-web.php puntualiza énfasis como: Es una forma de distinguir algo dentro de un elemento. Un ejemplo de esto es lo que sucede con este texto, donde los títulos se encuentran resaltados, así como algunas palabras o frases, de forma que facilita la comprensión de lo que se quiere transmitir.

De acuerdo al énfasis que el diseñador emplee en los diferentes elementos que componen una página, éstos se pueden clasificar en tres grupos:

- Elementos dominantes
- Elementos sub-dominantes
- Elementos subordinados

6.2.2.23 Repetición o ritmo

El sitio web

www.hezkuntza.ejgv.euskadi.net/r43573/es/contenidos/informacion/dia6_sigma/es_sigma/adjuntos/sigma_21/8_las_formas_en_el_plano.pdf Explica que:

El ritmo o repetición es una forma de establecer patrones con los que se ordenan los elementos de la página. Si los elementos de una página web siguen un patrón determinado, es mucho más sencillo para las personas comprender el contenido y acceder a la mayor parte del mismo en poco tiempo. Este punto es clave para mantener la usabilidad del sitio.

Existen tres tipos de repeticiones o ritmos, clasificados de acuerdo a la regularidad con que se producen:

- Repetición o ritmo regular
- Repetición o ritmo sincopado
- Repetición o ritmo no armónico

6.2.2.24 Proximidad o unidad

La página www.lawebera.es/disenio-web/principio-proximidad-diseno-web.php

Define proximidad o unidad como:

Este concepto se refiere a colocar juntos o próximos los elementos que estén relacionados, formando unidades visuales que brindan coherencia al contenido de la página. Existen varios tipos de proximidad que pueden ser empleados de acuerdo con el diseño que se esté llevando a cabo:

- Proximidad por menor distancia
- Proximidad por contacto
- Proximidad por superposición

*Ver anexo “G”, para visualizar el diagrama de conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias

6.3.1. Semiología

Ferdinand de Saussure comenta que la semiología “es la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Según J.M Pérez Toner (1982). “Semiótica de la publicidad, análisis del lenguaje publicitario”. Barcelona. Editorial Miltre. Esto significa que estudia fenómenos significantes, objetos de sentidos, sistemas de significación, lenguajes, discursos y los procesos a ellos asociados: la producción e interpretación. Toda producción e interpretación del sentido constituye una práctica significativa, un proceso de semiosis que se vehiculiza mediante signos y se materializa en textos.

6.3.2 Semiótica

Peirce (considerado el creador de la semiótica) concibe igualmente una teoría general de los signos que llama semiótica. Ambos nombres basados en el griego "Semenion" (significa signo) se emplean hoy como prácticamente sinónimos.

6.3.3 Psicología

La página web www.definicion.de/psicologia/ Define que: Es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: psico- (actividad mental o alma) y -logía (estudio). Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conductual.

6.3.4 Psicología de la GESTALT

El sitio web <http://psicologia.laguia2000.com/general/la-psicologia-de-la-gestalt> Determina que: El término Gestalt significa forma, configuración, patrón, con un énfasis especial en el todo, relacionando esta idea, sobre todo, con la percepción visual. Según los Psicólogos de la Gestalt, la mente es activa ya que no acepta pasivamente lo que percibe, sino que busca significados constantemente frente a los estímulos externos.

Max Wertheimer (1880-1943) fundó la Psicología de la Gestalt en 1912, con su estudio sobre la ilusión de movimiento aparente, cuando se ven imágenes separadas que cambian con rapidez. Esta percepción constituye la base del cine, que proyecta imágenes, a una velocidad capaz de representar el movimiento como en la realidad.

6.3.5 Psicología del color

Según Aguilar Raquel. “El color, material de apoyo para la materia de Diseño Gráfico del área de CICOM” (www.slideshare.net/rakelaguilar/psicologia-del-color) define que: Todo color desprende diferentes expresiones del ambiente, que pueden transmitirnos la sensación de calma, plenitud, alegría, violencia, maldad. etc.

6.3.6 Andragogía

Según Alcalá, Adolfo. (1999). “Andragogía, Libro Guía de Estudio”. Postgrado U.N.A. Caracas, Venezuela, comenta que: Es la ciencia y el arte que siendo parte de la Antropología y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de Participación y Horizontalidad; cuyo proceso, al ser orientado con características sinérgicas por el Facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle oportunidad para que logre su autorealización.

6.3.7 Índice

Lillian von der Walde Moheno (1,990). “Aproximación a la semiótica de Charles S. Peirce”. Iztapalapa, México. Universidad Autónoma Metropolitana, precisa que: Índices es llamada por Peirce “conexión dinámica” entre signo y objeto. Son signos que tienen conexión física real con el referente, es decir, con el objeto al que remiten; la conexión puede consistir en la proximidad, la relación causa efecto o en cualquier tipo o conexión.

Son índices los signos que señalan un objeto presente o la dirección en que se encuentran (una flecha indicativa); los signos que rotulan a los objetos designado en otro código (el título escrito debajo de un cuadro, un pie de foto, etc).

6.3.8 Íconos

Según el sitio web www.desarrolloweb.com/articulos/2085.php indica íconos como: Los iconos (del griego eikon-onos, imagen) son uno de los elementos gráficos más usados, no sólo en esta nuestra época digital, sino que desde la más remota antigüedad han servido como puntos clave de información variada, existiendo extensos estudios sobre la importancia de la iconografía en las diferentes civilizaciones humanas.

6.3.9 Color

Rubio, Aurora (1992). "El color". México: Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco define que: Es una fuente de comunicación, ya que siempre lo asociamos con diferentes sentimientos y emociones; reflejando cosas, objetos o bien hasta situaciones, también se puede decir que puede reforzar la información visual llamando la atención del receptor. El color tiene el poder de atracción y de memorización visual.

El color juega un papel importante por los efectos psicológicos que puede causar en el hombre; llamada la atención, visualmente se memoriza fácilmente, crea ilusiones ópticas de tamaño, peso, temperatura, etc. establece asociaciones positivas y negativas, despierta emociones y persuade al observador.

6.3.10 Color RGB

Según Calvo, Ingrid "Modelo RGB" autor del blog www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/modelos-de-color/modelo-rgb/ indica que: Es el modelo de síntesis aditiva del color, o color luz. Este es el modelo de definición de color en pantalla usado para trabajos digitales.

En la pantalla hay una serie de puntos minúsculos llamados píxeles. Cada punto de la pantalla es un píxel y cada píxel es, en realidad, un conjunto de tres subpíxeles; uno rojo, uno verde y uno azul, cada uno de los cuales brilla con una determinada intensidad. El monitor produce entonces los puntos de luz partiendo de tres tubos de rayos catódicos, uno rojo R (Red), otro verde G (Green) y otro azul B (Blue).

6.3.11 Teoría del diseño

El sitio web www2.uiah.fi/projects/metodi/223.htm aclara que: Es una denominación colectiva para todo el conocimiento permanente que se piensa asistir al diseño de varios productos nuevos. Esta información ha sido reunida en su mayor parte por un gran número de proyectos de investigación. La teoría del diseño marca las pautas y las bases del diseño gráfico. Tener unos conocimientos sólidos sobre todos los aspectos relacionados con el diseño gráfico determinará, junto con la creatividad del diseñador, la calidad de los diseños realizados por él mismo.

6.3.12 Minimalismo

Según www.colorinteractivo.com/disenio-minimalista-y-algunos-ejemplos/ comenta que: Es una corriente estética derivada de la reacción al pop art. Frente al colorismo, a la importancia de los medios de comunicación de masas, frente al fenómeno de lo comercial y de un arte que se basaba en la apariencia, el minimalismo barajó conceptos diametralmente opuestos. El sentido de la individualidad de la obra de arte, la privacidad, una conversación conceptual entre el artista, el espacio circundante y el espectador. Así como la importancia del entorno como algo esencial para la comprensión y la vida de la obra.

Los creadores minimalistas reducen al máximo los elementos propios del arte, los volúmenes y formas en escultura. De forma análoga proceden en la arquitectura o en la pintura. Intentan condensar en escasos elementos sus principios artísticos y reflexiones.

6.3.13 Conceptualismo

El sitio web www.dragonescomandoaguilafruc.blogspot.com/2008/09/teoria-del-diseo-minimalismo.html indica conceptualismo como: La teoría que se encuentra a medio camino entre el nominalismo y el denominado realismo medieval o lógico. El conceptualismo mantiene que aunque los universales (abstracciones o ideas abstractas) no tienen existencia en el mundo externo, existen sin embargo como ideas o conceptos en la mente y que ahí implican algo más que meras palabras. Esta teoría está en abierta oposición al nominalismo que defiende que las abstracciones universales son simples ruidos guturales sin ninguna materialidad y que sólo los objetos individuales y concretos tienen existencia real.

*Ver anexo “H”, para visualizar el diagrama de conceptos fundamentales relacionados con las ciencias auxiliares, teorías y tendencias.

CAPÍTULO VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1 Comunicación

Se incluirá comunicación visual con el fin de presentar los diferentes trabajos y proyectos dentro de los catálogos digitales, los que contendrán material escrito y material gráfico.

7.1.2 Elementos de comunicación

Los catálogos digitales se trabajarán con todos los elementos de comunicación visual, debido a que serán diferentes cursos con diferentes objetivos. Es importante comunicar de una forma agradable el concepto del curso y recibir aceptación y retroalimentación de parte del grupo objetivo al que van dirigidos los catálogos, con el fin de obtener resultados positivos y enseñar qué hacen los estudiantes de la Facultades de Ciencias de la Comunicación.

7.1.3 Emisor

Para el desarrollo de los catálogos digitales, el emisor será el Portal de Universidad Galileo, en donde se presentarán los diferentes trabajos y proyectos realizados por los estudiantes, dentro de una sección nombrada “Trabajo de Estudiantes”.

7.1.4 Receptor

El receptor es nuestro objetivo final por el que se han creado los diferentes catálogos digitales, que tendrán acceso mediante el elemento de comunicación alternativa que es la internet. En la web se presentarán los diferentes trabajos y proyectos realizados por estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, los que tendrán acceso de ver todas las veces que deseen para analizar qué hacen y con qué herramientas se apoyan los estudiantes de comunicación y diseño.

7.1.5 Código no lingüístico visual

Para el desarrollo de los catálogos digitales, se utilizará el código no lingüístico visual, debido a que la mayoría de los catálogos presentan más elementos como fotografías, ilustraciones entre otros elementos gráficos, a diferencia de presentación

con contenido para leer. Por lo tanto, es importante que cada diseño del curso sea innovador, minimalista y creativo, ya que se va a transmitir por medio de la vista.

7.1.6 Canal de transmisión

Para la transmisión de catálogos se utilizará un canal de comunicación digital, esto debido a que se presentarán por medio de catálogos digitales con animación en flash los diferentes cursos. Este canal tiene como beneficio la visualización del catálogo con zoom, fácil de navegar y ver en la web.

7.1.7 Mensaje

El mensaje son ideas y sentimientos presentados al público a través de diferentes formas. Para los catálogos digitales se expresarán a través de signos y símbolos creando un contexto de codificación con el fin de que al receptor pueda decodificar el mensaje.

7.1.8 Ruido

Esto es un estímulo que obstaculiza en el significado del mensaje, por lo tanto hay que tener en cuenta el ruido y evitarlo en la comunicación, para eso se trabajará una máxima resolución en los formatos .jpg o .png, con el fin de evitar distorsión de las imágenes, vectores, entre otros.

7.1.9 Comunicación externa

Para la presentación de los catálogos digitales, se mantendrá una sección dentro del diseño que comunique la línea gráfica institucional de Universidad Galileo, esto para diferenciarse de otros catálogos y mantener referencia del origen de los mismos. Parte de la comunicación externa que se llevará a los interlocutores es presentar los catálogos digitales dentro del Portal de Universidad Galileo.

7.1.10 Comunicación interna

Dentro del proceso de comunicación se presentará a la institución los proyectos y trabajos realizados por los estudiantes, por medio del diseño de catálogos digitales,

estos estarán visibles para cualquier personal interno de la institución y así estar informado acerca de la carrera y elementos a desarrollar.

7.1.11 Procesos

Los procesos de comunicación que se utilizarán serán de apoyo y complemento a los elementos de comunicación mencionados anteriormente. Esto para darle mejor funcionamiento de comunicación al diseño y desarrollo de los catálogos digitales.

7.1.12 Desarrollo de una idea

Para el desarrollo de una idea, se iniciará con los elementos que identifican y comunican los objetivos de cada curso a desarrollar, esto con el fin de que la comunicación no lingüística visual pueda cumplir su objetivo de decodificación. Los catálogos digitales tienen que ser diseños minimalistas y se podrán subir a la herramienta ISSUU, con el fin de navegar en ellos de una forma animada en flash.

7.1.13 Decodificación

Es importante que nuestro grupo objetivo pueda descifrar el mensaje, por lo tanto hay que tener presente que la decodificación del mensaje será el resultado final de la interpretación de los catálogos digitales, eso se podrá ver en la presentación de la idea que se transmitirá al receptor.

7.1.14 Aceptación

Para los catálogos digitales se desea crear la aceptación de los mismos, por medio de la correcta comunicación y el complemento del diseño, llegará al receptor creando la aceptación o rechazo. Se tiene claro que es necesario que el mensaje sea aceptado, para lograr entonces el efecto deseado y el verdadero establecimiento de la comunicación.

7.1.15 Uso

El uso que el receptor le dé a los catálogos digitales esperado a la interpretación y comprensión acerca de los trabajos y proyectos que se realizan, eso para que el estudiante prospecto tenga como uso la inscripción a la carrera, compartir los

proyectos o información de los trabajos que se pueden llegar a realizar dentro de la carrera, o bien el uso que se le dará por parte de estudiantes que puede llegar a ser complemento de referencia de los proyectos que ha trabajado dentro de los cursos.

7.1.16 Comunicación lingüística escrita

Se implementará en los catálogos digitales donde se trabajarán proyectos en .pdf, esto con el fin de desarrollar el catálogo con los enlaces de los .pdf, que son parte de los materiales a publicar y parte de los catálogos.

7.1.17 Diseño

Se utilizará el diseño para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de –FACOM- de forma creativa, dando a conocer las cualidades multifacéticas de los catálogos. Para esto se utilizará los procesos de diseño, sus elementos de relación, conceptuales, prácticos y gráficos, de este modo los diseños responderán a la demanda y satisfacción del grupo objetivo.

7.1.18 Fases del proceso de diseño

La fase del proceso de diseño se puede dividir en identificación de oportunidad, evaluación, desarrollo e ingeniería de producto y el proceso, prueba y comienzo de la producción. Por eso se utilizará la mayoría de las fases, las que serán importantes para desarrollar los diferentes catálogos. Se desea presentar diferentes propuestas gráficas con el fin de abarcar todas las posibilidades creativas de dar a conocer y transmitir el objetivo de cada curso.

7.1.19 Análisis de la situación

Se utilizará antes de iniciar el bocetaje, con el fin de obtener información acerca de los diferentes cursos que se van a diagramar, para reconocer son las exigencias del mercado, el diseño de los catálogos digitales tiene que transmitir. El concepto del curso, por lo tanto es importante realizar una investigación y ejemplos similares y de contraste para tener diferentes propuestas con significado similar.

7.1.20 Transformación de la información en ideas

Se utilizará para analizar cuáles serán los elementos gráficos que apoyarán a la tipografía en el diseño de las portadas, contra portadas y páginas internas.

7.1.21 Diseño del producto

Es importante realizar la mayoría de las actividades de diseño de detalle y de desarrollo, por lo tanto en la fase del diseño de los catálogos es importante diagramar todos los elementos necesarios, así presentar un diseño más completo y pueda ser de utilidad los mismos.

7.1.22 Pruebas y evaluación

Es importante conocer los resultados obtenidos de los diseños de los diferentes cursos, para eso se utilizará una evaluación con el apoyo de los diseños de bocetaje para evaluar los mejores diseños creativos, esto es importante para que la descripción de los diseños tengan respaldo de calidad.

7.1.23 Elementos de relación

Se utilizará en la clasificación de qué elementos vamos a trabajar y en la ubicación e interacción de las formas dentro de la diagramación. Por lo tanto, se evaluará dentro del diseño la posición y dirección del texto, los espacios, los balances, entre otros.

7.1.24 Dirección

Dentro del diseño gráfico es importante justificar el uso de la dirección para el diseño. Por ser 90% tipografía, se utilizará la dirección en forma de “Z”, con el fin de obtener una vista de recorrido y forma ordenada de diagramar.

7.1.25 Posición

La posición de una forma es juzgada por su relación respecto a lo que lo rodea, por lo tanto se utilizará dentro del diseño como elemento gráfico importante, para mantener orden dentro de la diagramación y resaltar como prioridad el nombre del curso dándole posición primordial a esta y dejando en posiciones secundarias a los demás elementos añadidos.

7.1.26 Espacio

Es importante que un diseño no sea siempre plano. Para que los catálogos tengan un mayor interés visual, es necesario darle profundidad, por lo tanto el espacio se utilizará como complemento dentro del diseño, dándole espacio de sombra inferior algún texto o símbolo para causar aspecto de profundidad.

7.1.27 Gravedad

Este elemento gráfico se reconoce psicológicamente da sensación de gravedad. Para los diseños se utilizará para la combinación de formas que puedan transmitir inestabilidad, liviandad y estabilidad.

7.1.28 Escala

Para los elementos de diseño se trabajará con escala los diferentes textos, símbolos o formas, esto nos apoyará para causar una sensación de espacio pictórico con una variación de tamaños entre la diagramación de formas u objetos.

7.1.29 Elementos prácticos

Son elementos que subyacen el contenido y el alcance de un diseño. Por lo tanto, se utilizarán los elementos prácticos necesarios para realizar la representación, significado y función de cada uno de los diseños de catálogos digitales, con el apoyo de los objetivos del curso.

7.1.30 Función

La función se realiza cuando un diseño sirve para algo en específico, es así como los diseños de los catálogos digitales tienen como finalidad dar a conocer los trabajos y proyectos de los estudiantes de –FACOM-. Por lo tanto, es necesario realizar un diseño específico para cada catálogo de diferente curso.

7.1.31 Significado

El significado que se desea dar es que dentro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación haya variedad de cursos, donde sus estudiantes realicen diferentes trabajos o proyectos. Por lo tanto, es necesario resaltar el significado del curso y presentar de forma elegante e institucional los proyectos de los estudiantes.

7.1.32 Elementos conceptuales

Estos elementos están presentes en el diseño, aunque no son visibles directamente, se apoyará el diseño con los diferentes elementos conceptuales que se trabajarán dentro del diseño y diagramación de los catálogos digitales. El apoyo de los mismos complementa el diseño, por lo tanto en los 5 diferentes catálogos se les dará uso especial o combinación entre los diferentes 4 elementos.

7.1.33 Punto

Dentro del diseño, el punto es uno de los elementos conceptuales, que como se explicaba anteriormente, es unidad simple irreductiblemente. Dentro de los diferentes diseños el punto será el protagonista, que podrá llegar a representar como elemento de fondo o complemento dentro de alguna forma.

7.1.34 Línea

Dentro del diseño y la diagramación de los catálogos digitales, la presencia de la línea será visible. Para los diseños es importante destacar este tipo de elementos que transmite sensación de direccionalidad.

7.1.35 Plano

Dentro del diseño de los diferentes catálogos digitales para los cursos, el plano se hace presente en donde se trabajará, como apoyo de fondo en los catálogos.

7.1.36 Forma

La forma es todo lo que se puede ver que tenga contorno, tamaño, color y textura, dentro del diseño y diagramación se utilizará para los fondos y elementos de complemento de los títulos, como círculos o rectángulos con orillas irregulares.

7.1.37 Imagen

Para el diseño, la imagen será utilizada como apoyo a unos cursos que necesiten representar más real el mensaje que desea transmitir, en este caso la idea del objetivo del curso.

7.1.38 Imagen corporativa

Para el diseño se presentará una sección inferior, en donde es necesario implementar los elementos institucionales de Universidad Galileo y la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Dentro de este espacio es necesario respetar el tamaño, posición, color y tipografía de los elementos gráficos.

7.1.39 Formato PNG

Se utilizará en el diseño de los catálogos digitales el formato PNG para integración de formas dentro del diseño. Dentro de las formas podemos mencionar que se trabajarán tipo sticker, taggs, cintillos, sellos, etc.

7.1.40 Formato JPG

Dentro del diseño se implementará el formato JPG al momento de convertir los diseños digitales a un formato que no causa pérdida para bitmaps. El beneficio de este formato JPG digital, es que en el momento de la diagramación de los artes con elementos complementarios de los catálogos, son fáciles de visualizar, agregar o borrar dentro de las otras herramientas que se utilizarán.

7.1.41 Tipografía

Se utilizarán diferentes tipos de tipografía, con el fin de que cada catálogo mantenga línea gráfica, creativo, diferente y que transmita el significado del objetivo del curso. Para la tipografía se implementarán diferentes tamaños, combinación de colores y no más de 3 diferentes fuentes o tipografías dentro del mismo diseño.

7.1.42 Sans-Serif

Para los diseños se utilizará la tipografía sans-serif, ya que contiene amplia gama de tipografías bold, que se pueden resaltar y su tamaño puede variar, son atractivas para los títulos y captar la atención visualmente.

7.1.43 Elementos del diseño web

Los elementos se aplicarán en la composición de los catálogos digitales, se trabajará una organización de balance y se tendrán presentes visualmente la aplicación de la tipografía, el color, la diagramación y el formato editorial en cada catálogo digital.

7.1.44 Balance

Se piensa aplicar balance entre el fondo del diseño y los elementos que se presentarán de forma de catálogo, los elementos que se interesan enfocar son los proyectos y trabajos, por lo tanto las imágenes resaltarán y los textos serán enfocados como secundarios, debido a que la información en ella es el nombre del estudiante, en este caso el autor de cada diseño que vamos a exponer.

7.1.45 Balance simétrico

Se debe tomar en cuenta los diferentes componentes que se van a presentar en cada catálogo, dentro de los diseños se utilizará el balance simétrico, se añadirá en las páginas internas de los catálogos para dar la sensación de equilibrio y estabilidad, logrando visualizar un contenido ordenado.

7.1.46 Simetrías vertical y horizontal combinadas

Se aplicará este estilo de simetría de los catálogos que presenten diferentes elementos con imágenes de tamaños variados, con el fin de implementar los componentes horizontales y otros verticales.

7.1.47 Balance asimétrico

Se utilizará el balance asimétrico en la sección de las portadas, se implementarán en esta sección, ya que es la primera en visualizarse, por lo tanto tiene que ser interesante

con equilibrio o balanceada, pero puede darle libertad al diseño y no implementar un patrón simétrico.

7.1.48 Fuera de balance

Para una portada se puede aplicar el fuera de balance, ya que varía el diseño según el curso y los elementos internos que contenga este estilo de balance, se tomará en cuenta para la implementación en portadas, este estilo logra un mayor impacto de interés.

7.1.49 Contraste

Para los catálogos digitales, será uno de los elementos más implementados, se tendrá presente el contraste de tipografía, formas, tamaños, texturas y fondos de degrade. Esto ayudará para enfocar la atención en las portadas que son la primera página que se visualizará en la sección que estarán publicados los catálogos.

7.1.50 Contraste de tono

Para los catálogos se aplicará dentro de los diseños la combinación de claro-oscuro. Para los catálogos se podrá aplicar en el contraste de tono del fondo y la tipografía de los títulos o viceversa.

7.1.51 Contraste de color

Dentro de los catálogos digitales, el contraste de color se debe tomar en cuenta a la hora de diseñar las portadas y cintillos internos de las páginas. Dentro de los colores que vamos a implementar en contraste, resaltarán la diferencia y dará mayor intensidad en esas secciones o zonas de contraste.

7.1.52 Contraste de contorno

Se piensa aplicar de forma sencilla, debido a que los elementos a utilizar para causar un contraste de contorno serán formas irregulares que logran atraer más la atención visual.

7.1.53 Énfasis

Se tendrá en cuenta para los diseños utilizar el énfasis dentro de un elemento. Esto se aplicará para los textos de los nombres de los catálogos digitales, con el fin de transmitir la comprensión acerca del curso y causa énfasis dominante en textos o imágenes de mayor interés.

7.1.54 Repetición o ritmo

Para los catálogos digitales se aplicará la repetición o ritmo para generar diagramación ordenada, ayudando a embellecer y guiar a la persona a ver página por página. En todos los catálogos contendrá el mismo orden regular.

7.1.55 Proximidad o unidad

Esto ayudará a diagramar en orden justo si en dado caso el número de elementos a visualizar son muchos, para el diseño la proximidad se empleará, según como se lleve a cabo cada catálogo. La proximidad a menor distancia o por superposición que en este caso es la utilización de cintillos encima de las imágenes a presentar.

7.1.56 Semiología

Se utilizará en el diseño de los catálogos digitales, se piensa aplicar en el uso correcto de signos, que transmitirá el significado del tema de cada curso, por medio de los colores, forma, tipografía y tamaño. Esto dará descripción visual que transmitirá el mensaje que se desea dar totalmente diferente y personalizado en cada catálogo.

7.1.57 Semiótica

La semiótica ayudará a presentar el significado, que en este caso será toda imagen mental significativa, que son los títulos de los cursos.

7.1.58 Índice

Se piensa aplicar los índices como señales que rotulen los elementos que se presentan en otro código, como los títulos o nombre de los autores del material gráfico a presentar en cada catálogo digital.

7.1.59 Íconos

Se debe tomar en cuenta el uso de los elementos complementarios, se utilizarán diferentes iconos para identificar los elementos que contienen los catálogos digitales por medio de una imagen que transmita la idea del curso o se destaque por el uso de la iconografía.

7.1.60 Andragogía

Ayudará a la presentación de los catálogos dando una educación permanente, en donde la persona por medio de los mismos pueda aprender, analizar y evaluar los diferentes proyectos y objetivos de cada curso. Para nuestros catálogos la andragogía ayudará a que sean diagramaciones creativas para que tenga la auto-realización de analizar y evaluar acerca de que se realiza.

7.1.61 Color

Para los diseños de los catálogos se aplicará combinación de colores, según la tendencia de color o bien una idea de la época acerca del tema del curso, tiene que ser parte de la influencia de los diferentes catálogos. Los colores a utilizar deberán ser fríos, ya que transmiten estabilidad, profesionalismo y realizan un contraste con el color institucional del pie de página, que debe llevar obligatoriamente en los catálogos digitales.

7.1.62 Color RGB

Para los diseños de los catálogos digitales, se aplicará el color RGB, este formato debido a que todos los trabajos de los catálogos serán digitales.

7.1.63 Teoría del diseño

Para la teoría del diseño se piensa aplicar relación del material gráfico con la idea central acerca de se trata cada catálogo. Para evaluar la calidad que tendrán nuestros bocetos es importante que se tengan claras las bases del diseño digital.

7.1.64 Minimalismo

El minimalismo se piensa aplicar en todos los catálogos digitales, por ser un catálogo que da a conocer los diferentes trabajos y proyectos realizados por estudiantes. Es importante resaltar la simplicidad y elegancia de cada trabajo, por lo tanto se reduce al máximo los elementos gráficos para condensar en pocos elementos el objetivo del curso acerca de que es cada uno.

7.1.65 Conceptualización

Se debe tomar en cuenta la idea o concepto central que se propondrá, para mantener una línea gráfica no idéntica debido a que cada catálogo tendrá su propio diseño, según el objetivo del curso. Sin embargo, el concepto de diseño tiene que ir de la mano y manteniendo estándar de diseño.

7.1.66 Psicología

Se ayudará de la psicología para presentar los diferentes catálogos digitales, debido a que dentro de ellos se encuentran trabajos y proyectos muy interesantes que desean despertar el interés por la carrera, o para ampliar los conocimientos gráficos de los estudiantes.

7.1.67 Psicología GESTALT

Se tendrá en cuenta la psicología GESTALT debido a que todo elemento visual será percibido, por lo tanto tiene que ser atractivo el diseño de los catálogos digitales, a la vez debe ser interesante y moderno todo lo que conforma el catálogo.

7.1.68 Psicología del color

Se utilizará para transmitir la idea o concepto del diseño, según el curso se tiene en cuenta implementar colores que vayan de la línea con el tiempo y espacio que comprende los elementos que se presentarán dentro de los catálogos digitales.

7.2 Conceptualización:

Para desarrollar los catálogos digitales de proyectos y trabajos de estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM-, es necesario elaborar y organizar de forma detallada los procedimientos que se llevarán para alcanzar los objetivos que se propusieron al inicio del proyecto.

7.2.1 Método

Para conceptualizar las ideas que permita la estructura del mensaje gráfico y textual se utilizará la técnica de “Mapas Conceptuales”, que es la más adecuada para organizar la idea y llegar al concepto deseado.

La técnica de mapas conceptuales es la técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro, se dice que es una forma de expresar los pensamientos, también llamado pensamiento irradiante. Se le caracteriza por ser técnica de usos múltiples.

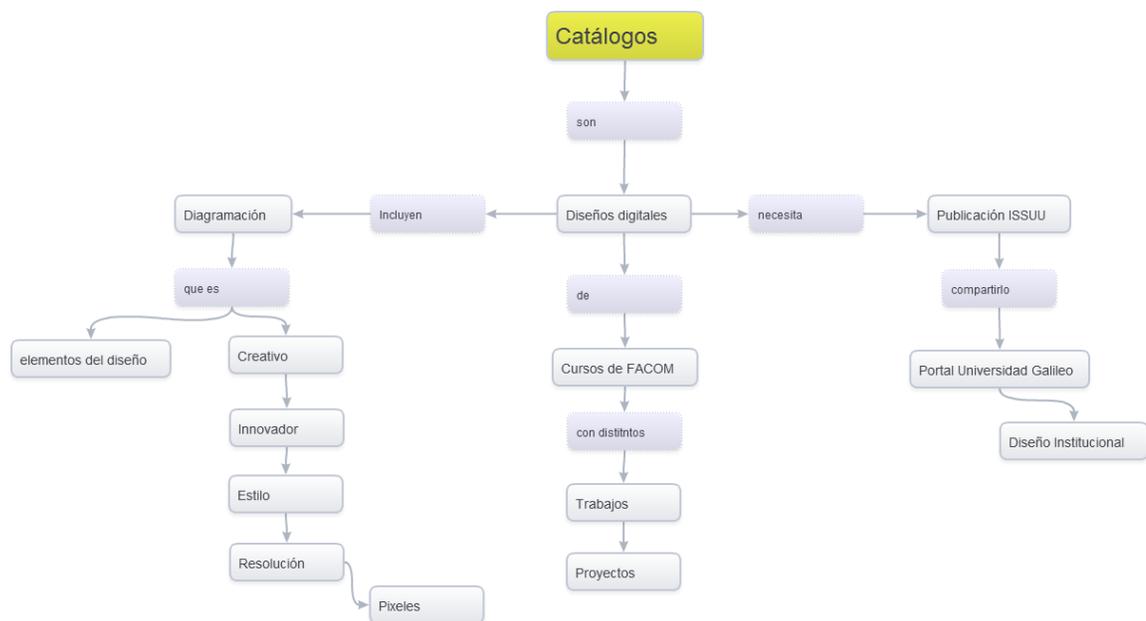
La primordial aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema, en que es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo y la generación de ideas.

El creador de la técnica de los mapas conceptuales fue Tony Buzan, se le reconoce por ser un investigador en el campo de la inteligencia, también fue el presidente de la Brain Foundation.

Los procedimientos para la creación de un mapa mental es tomar una hoja de papel, indicar en el centro de la hoja el problema o asunto más importante escrito con una palabra o bien un dibujo, tener claro que los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada, de estos temas partirán palabras claves que trazamos, de forma automáticamente pero concisa, las ramificaciones forman estructura nodal.

Luego de haber especificado que se trabajará con la técnica del mapa conceptual, es necesario indicar qué procesos se llevarán a cabo, para obtener la idea central de los catálogos digitales de proyectos y trabajos de estudiantes, cabe destacar que esta idea tiene que abarcar a todos los diferentes cursos que se diagramarán.

Para obtener una frase conceptual o la idea central en la que se basará el diseño, se realizó un mapa mental.



7.2.2 Definición del concepto:

Al finalizar la creación del mapa conceptual, se llevó a cabo la aplicación de la misma, que nos ayudó a obtener la idea central que será la base en el diseño y la comunicación de material, de forma que responda a cada uno de nuestros objetivos, siendo esta:

“Catálogos digitales: Realismo y unión tecnológica”

Debido a que existirá una variedad de catálogos según el curso, tendrá variación de diseño en portada, contra-portada e interiores, manteniendo la sección institucional

que representa a Universidad Galileo. Se tiene claro que cada diseño será único, creativo e innovador, que transmitirá visualmente el mensaje del significado acerca del curso y presentando el realismo, que son todos los elementos gráficos a presentar con la nueva forma novedosa de poder visualizarlo, que será una herramienta web 2.0, forma totalmente tecnológica de ver los proyectos y trabajos realizados.

7.3 Bocetaje

Para el desarrollo del bocetaje se trabajó en hojas en blanco, realizando el boceto a mano, boceto con diagramación y para finalizar la implementación del diseño digital, esto para transmitir el contexto lo más real posible.

En el diseño de los catálogos digitales se estima la división de sus secciones, por lo tanto dentro del bocetaje se respetaron estas secciones:

- Portada
- Contra-portada
- Páginas internas (derecha e izquierda)

7.3.1 Fundamentación de Catálogo digital, del curso “Comunicación”

7.3.1.1 Bocetaje No. 1

- **Forma**

Se utilizó el tamaño carta como base de la diagramación, con un color frío de fondo, minimalista y un texto fácil de interpretar para transmitir visualmente el objetivo del curso.

- **Color**

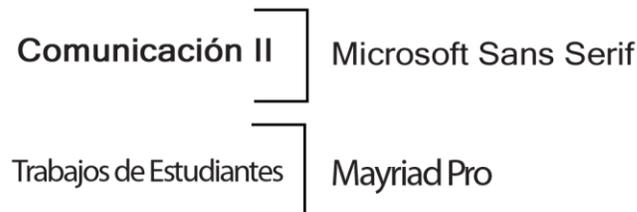
Se combinaron los colores fríos y cálidos, se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo, que se trabaja para posicionar el logotipo de la universidad.



Prevalece el color azul #00a0ab con degradado de tonalidad azul #00b6c3, se utilizó el contraste del color gris #606062 para el título y #d2d3d5 para el fondo, se presentó un contraste de gris #606062 y amarillo #eab200 para marcar el número del curso.

- **Tipografía**

Se utilizó tipografía sans-serif, para visualizar en la web un texto legible. La tipografía que se trabajó fue Microsoft Sans Serif, y para el texto complementario, la tipografía Mayriad Pro, que complementa y transmite dinamismo y orden.



- **Diagramación y balance**

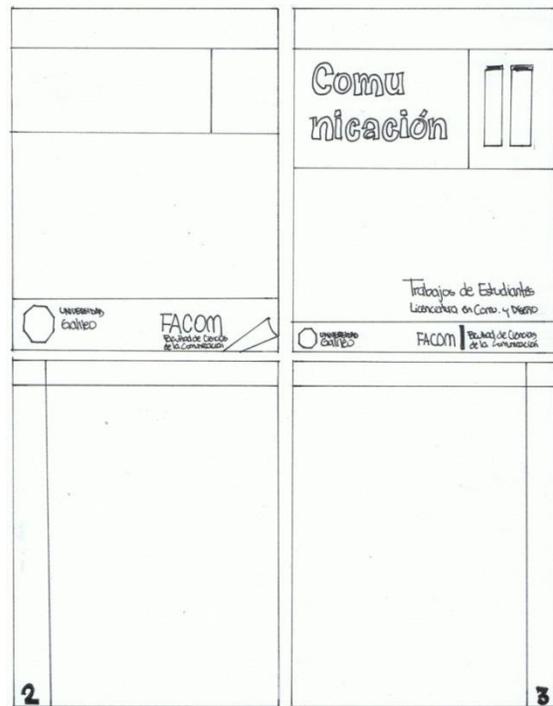
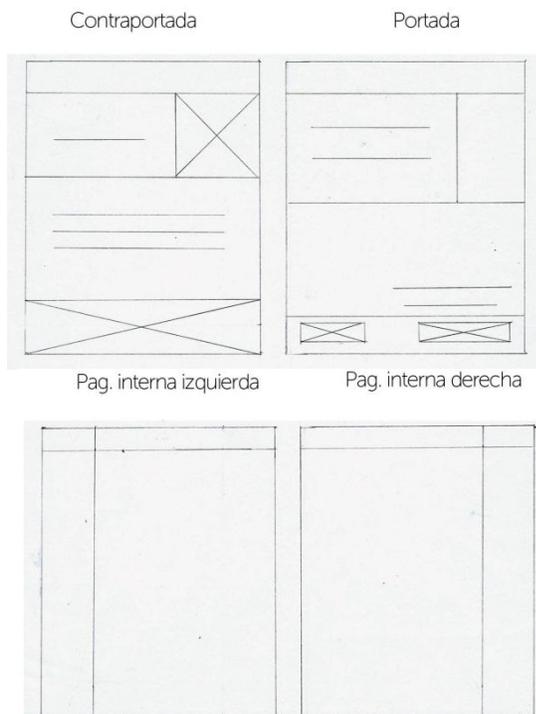
Se utilizó una reticular que da estabilidad, la estructura de los elementos mantiene seguimiento de lectura de forma en “z”, para la diagramación se dió un balance simétrico.



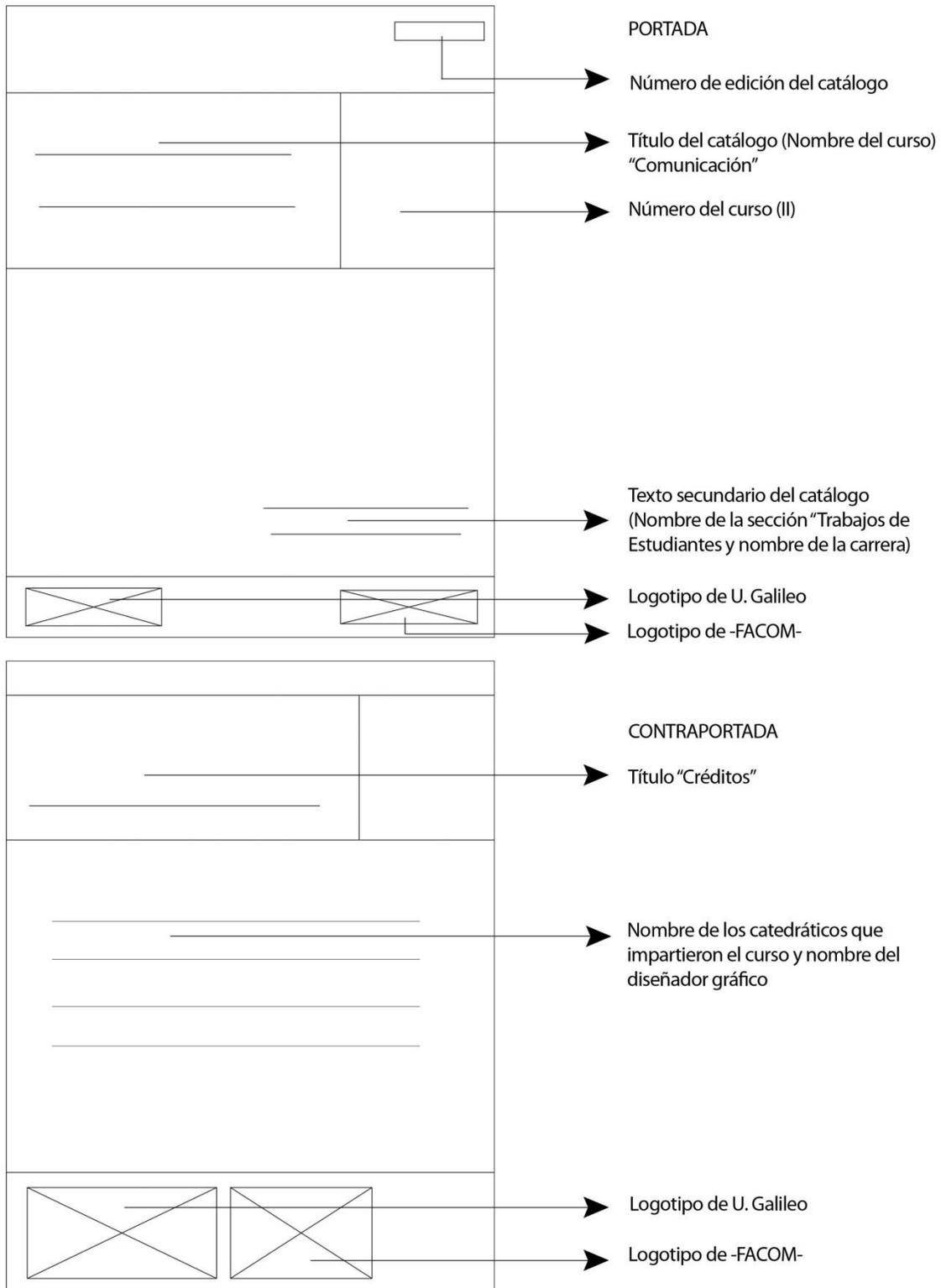
- **Minimalismo**

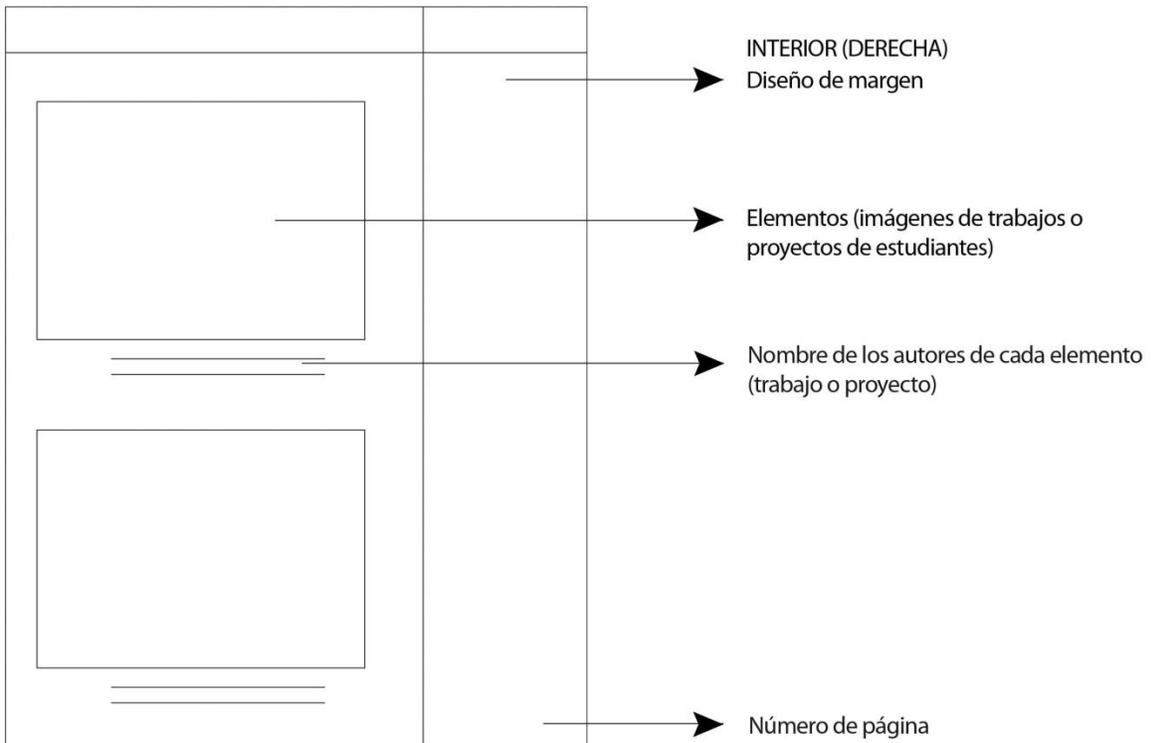
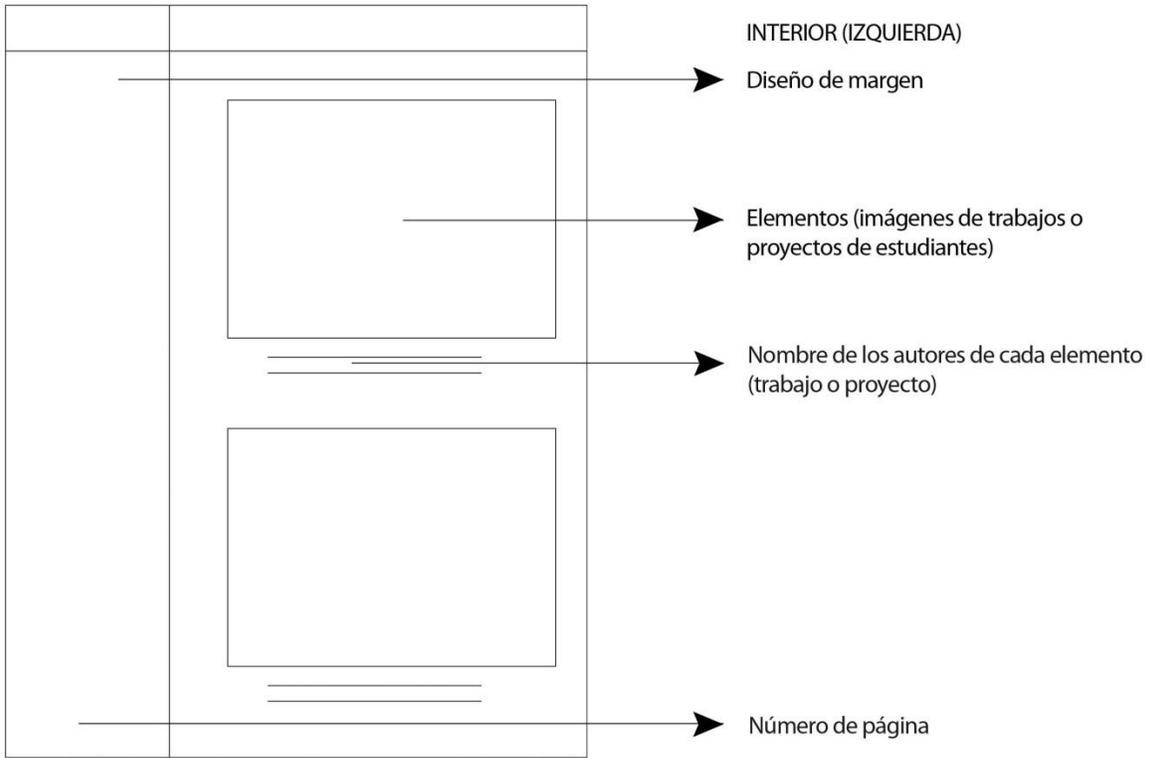
Para las 3 diferentes propuestas de catálogo de “Comunicación II” se trabajó un diseño con los elementos más importantes, con el fin de transmitir limpieza, elegancia y modernismo, se mantienen los componentes esenciales en la portada, contra-portada e interiores.

- **Bocetaje**

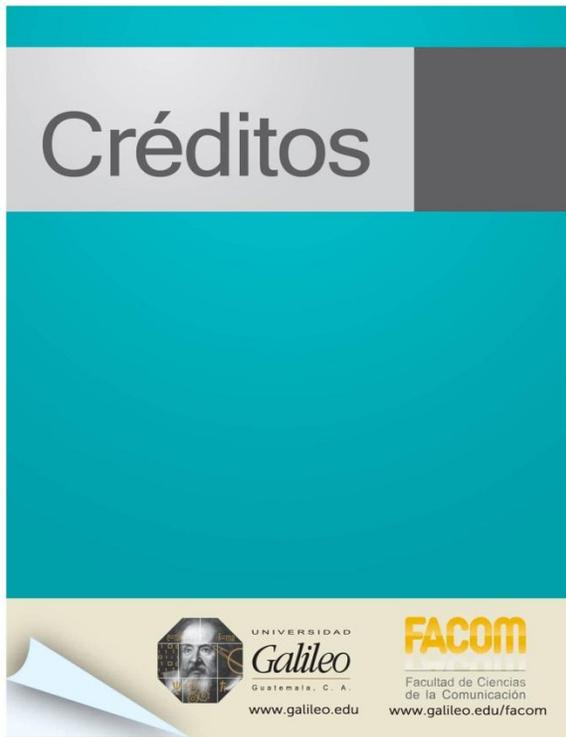


• **Bocetaje con indicación y descripción**





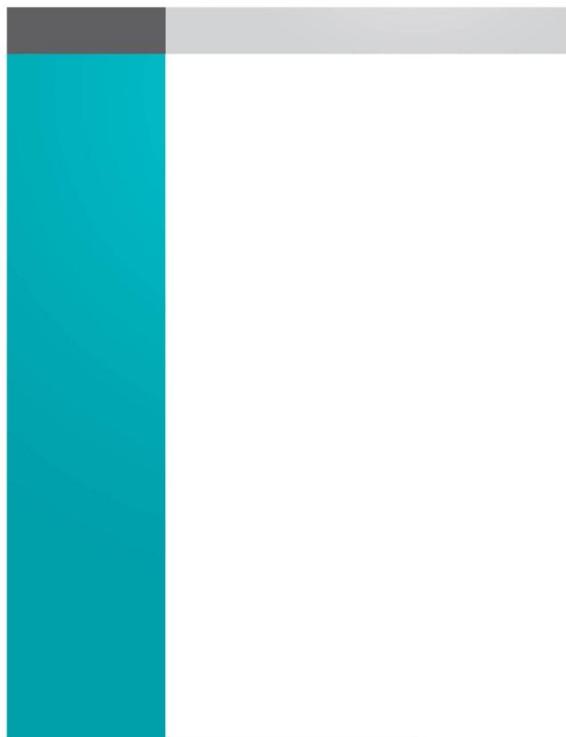
- **Bocetaje digital**



Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.1.2 Bocetaje No. 2

- **Forma**

Para el diseño se trabajó en formato tamaño carta, con uso de símbolos, tipografía, colores y textura.

- **Color**

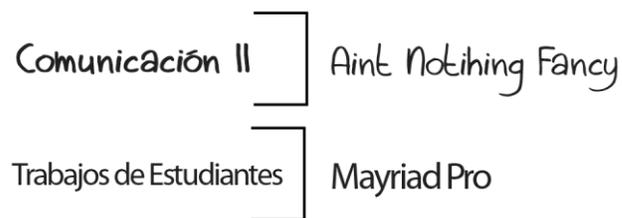
Se combinó el contraste de tono frío y cálido, para el fondo se trabajó con textura y se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo, que se trabaja para posicionar el logotipo de la universidad.



Prevalece el color del fondo #232327 con textura de cuadros, la tipografía crea contraste de color al ser blanca y el complemento del símbolo amarillo y gris.

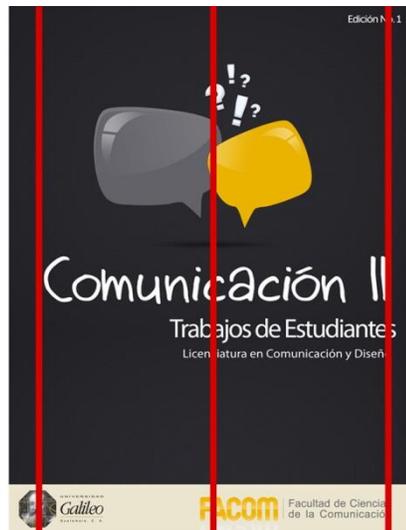
- **Tipografía**

Para el título se utilizó tipografía amistosa, legible, gruesa para resaltar el mismo, la tipografía que se trabajó fue Aint Notihing Fancy, para el cuerpo del mensaje se trabajó una letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, que complementa y es una letra institucional para Universidad Galileo.



- **Diagramación y balance**

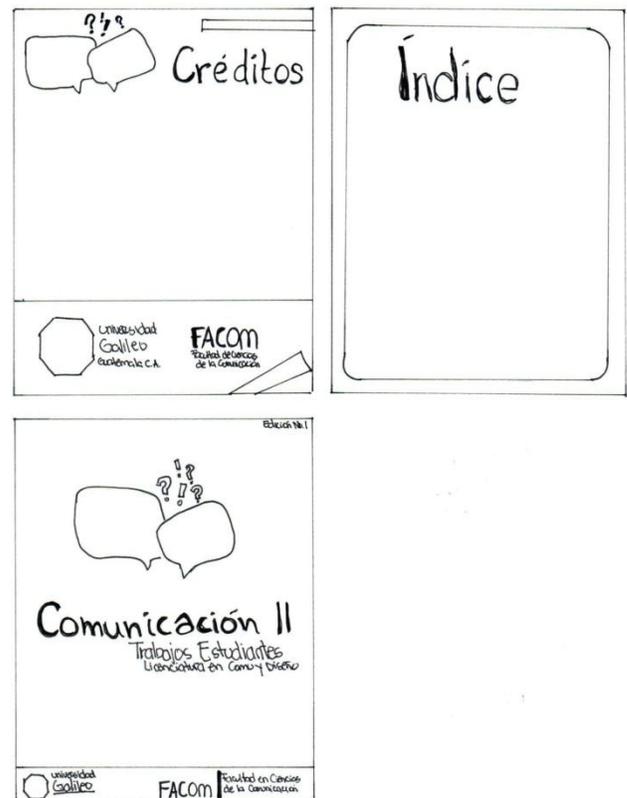
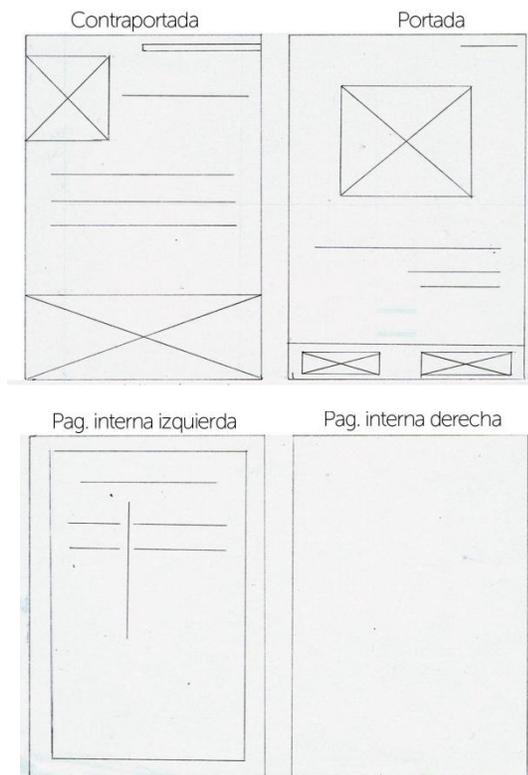
Se diagramó con retícula vertical, en ella destaca un balance asimétrico que transmite equilibrio.



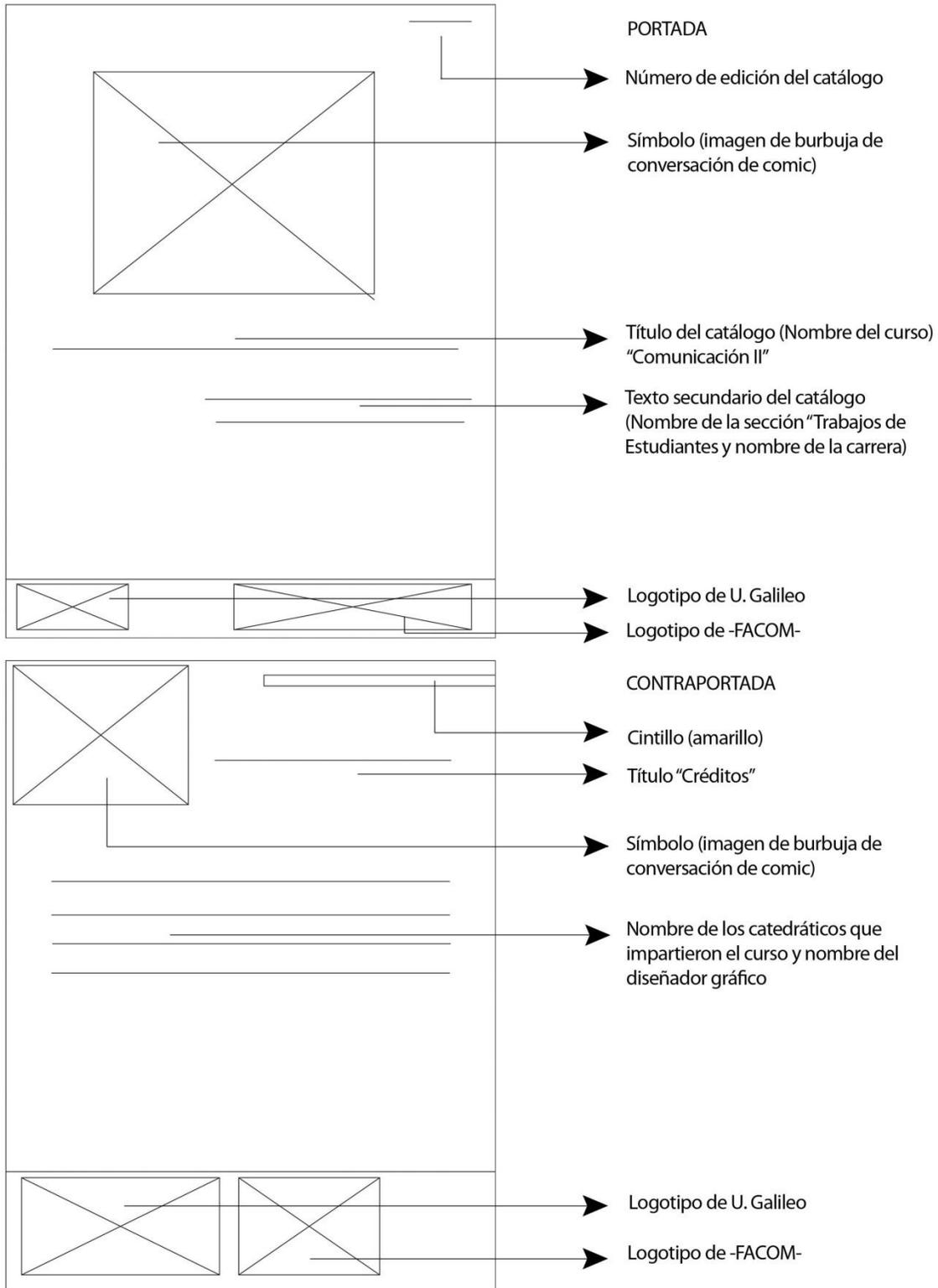
- **Minimalismo**

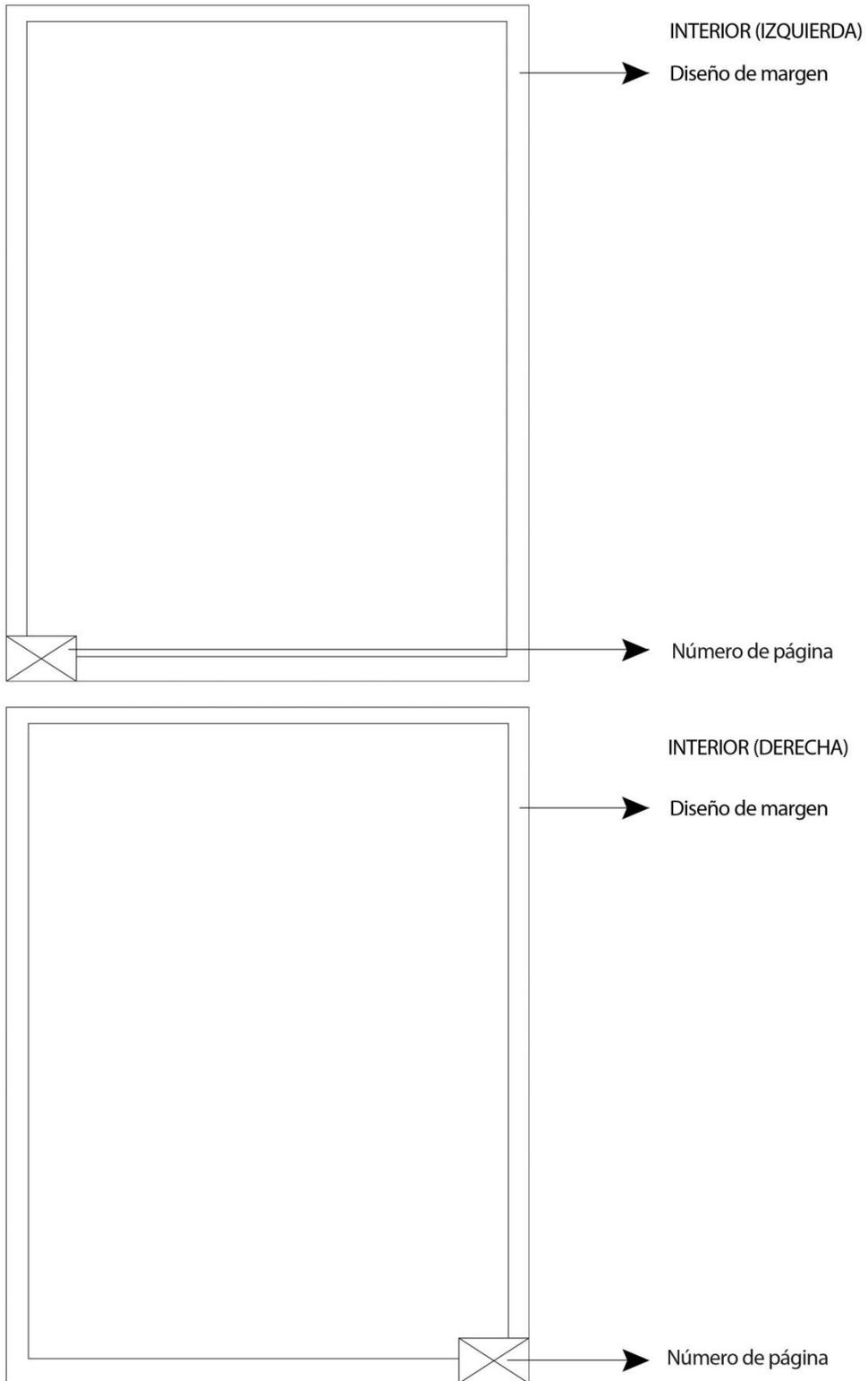
Para las 3 diferentes propuestas de catálogo de “Comunicación II” se trabajó un diseño con los elementos más importantes, con el fin de transmitir limpieza, elegancia y modernismo. Se mantienen los componentes esenciales en la portada, contra-portada e interiores.

- **Bocetaje**



• **Bocetaje con indicación y descripción**

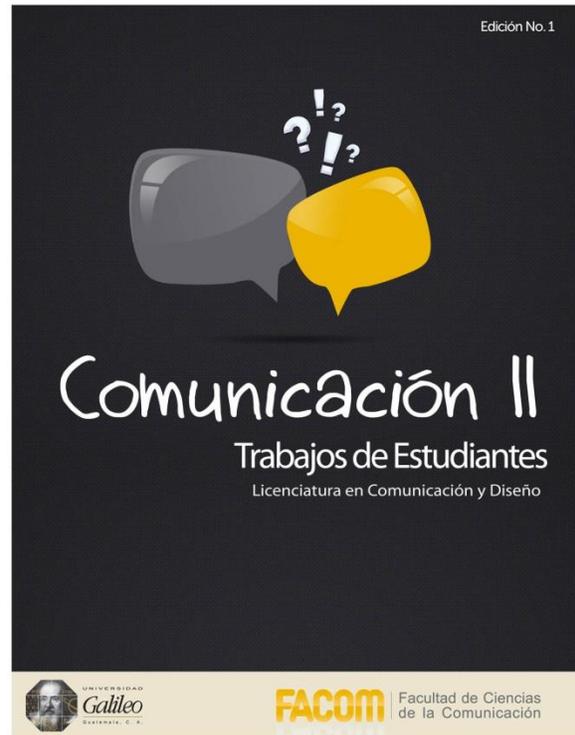




- **Bocetaje digital**



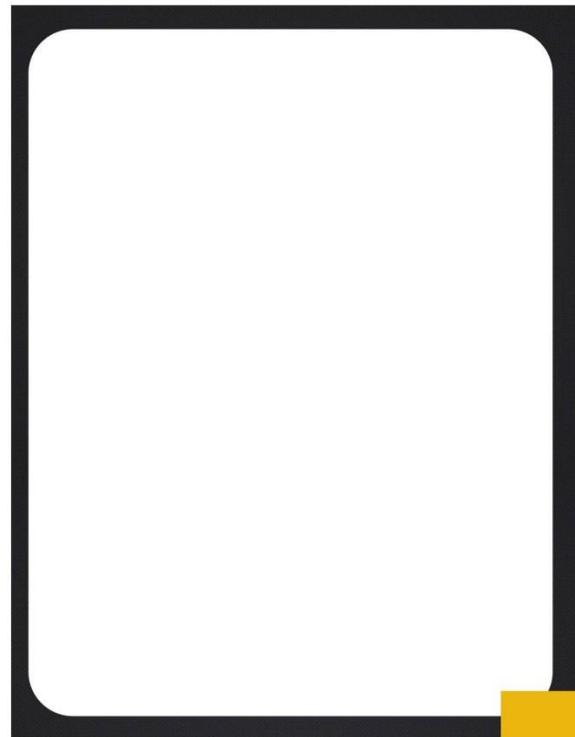
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.1.3 Bocetaje No. 3

- **Forma**

El tamaño carta fue la base del diseño. Dentro de la diagramación se utilizó la textura, colores fríos, símbolos, tipografía y contraste de contornos.

- **Color**

Se trabajó con colores fríos al crear contraste de color del fondo de degrade con luz y textura. Se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo, que se trabaja para posicionar el logotipo de la universidad.



Para el fondo se trabajó con color #35091e con degrade #56263e, a este se le agregó textura circular, utiliza un contraste de contorno #ecec.

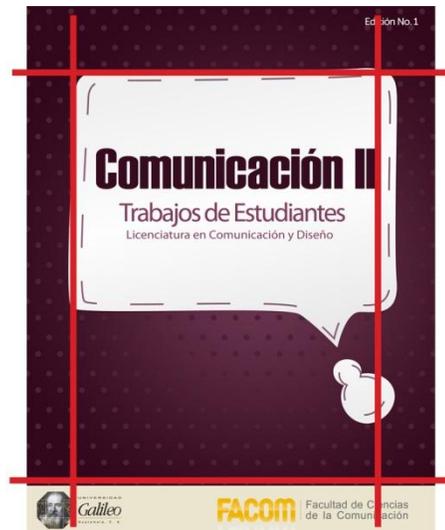
- **Tipografía**

Se trabajó tipografía gruesa, que resalta el título y complementa la ilustración, esta es Haettensweiler. Para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, es una letra institucional para Universidad Galileo.



- **Diagramación y balance**

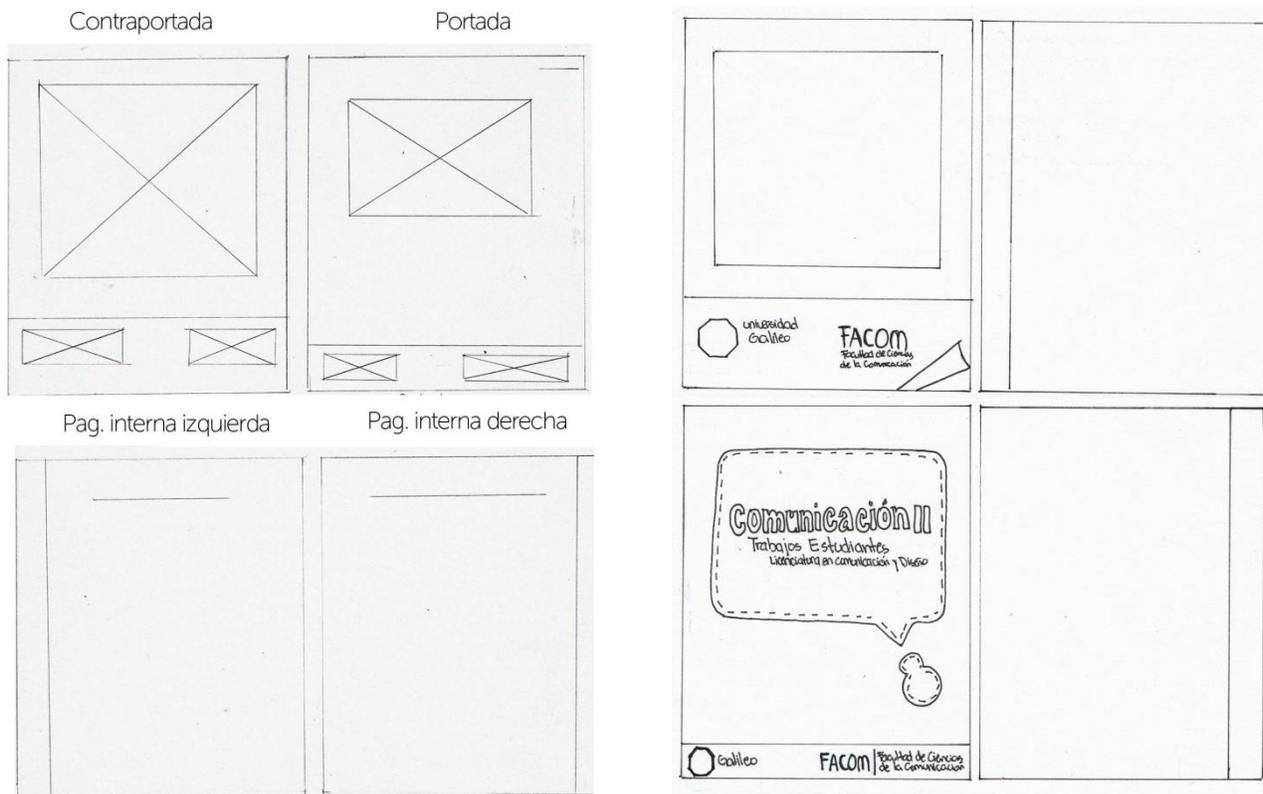
Se aplicó diagramación con el uso de una retícula que transmite equilibrio, el eje central es el elemento que contiene texto y un símbolo.



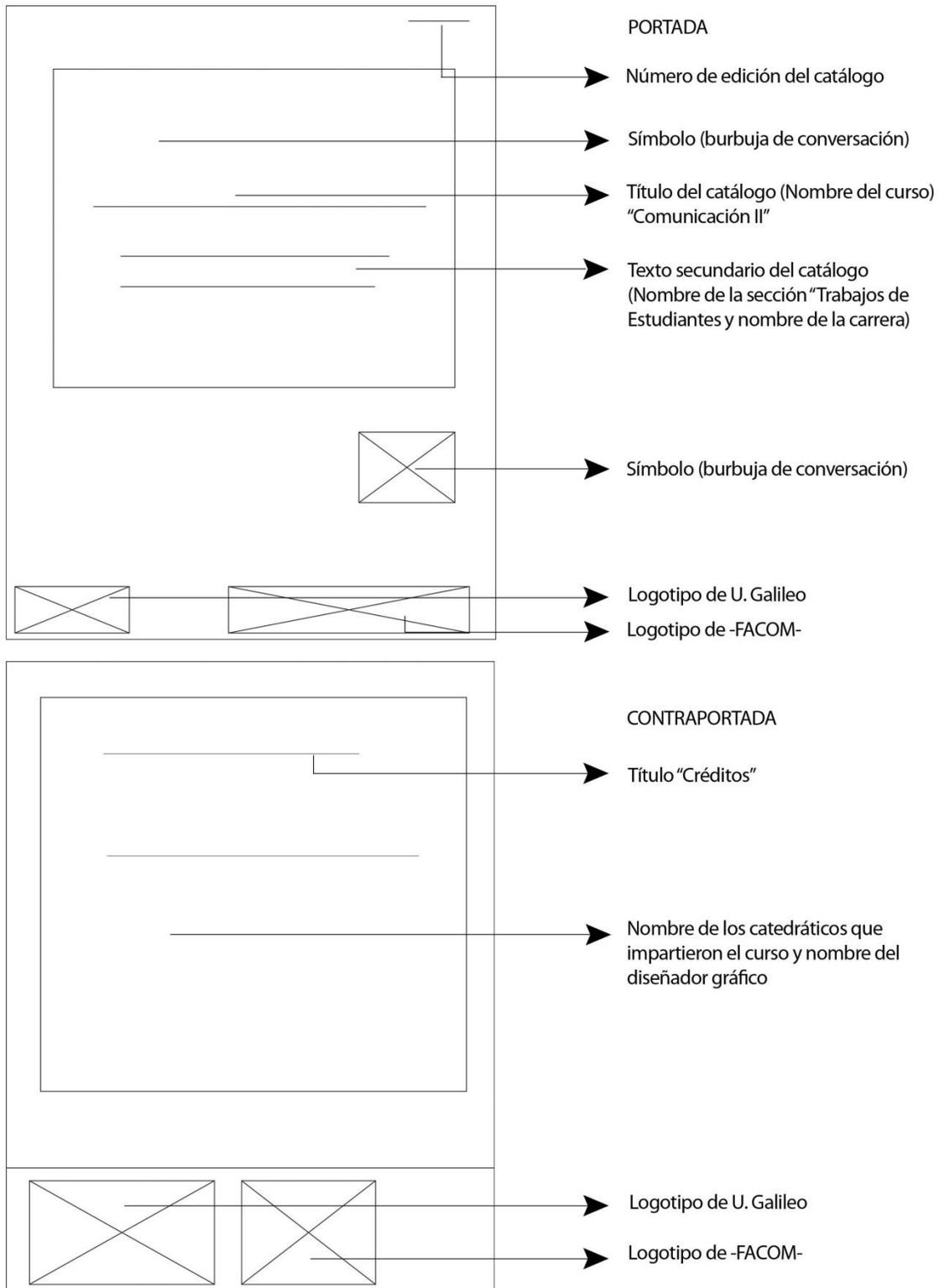
- **Minimalismo**

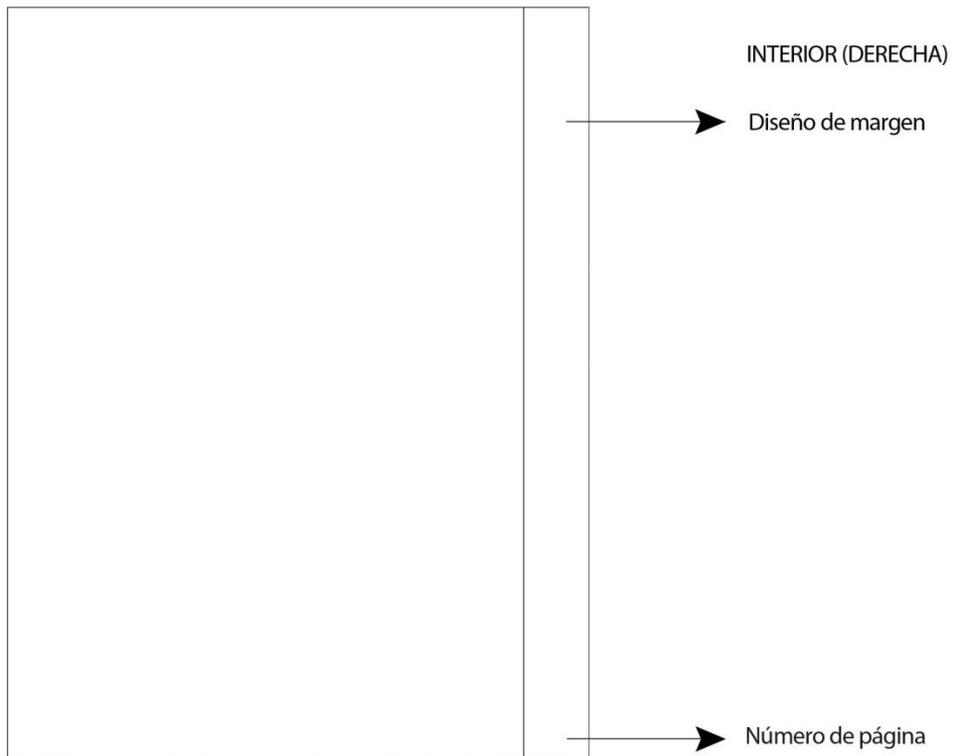
Para las 3 diferentes propuestas de catálogo de “Comunicación II” se trabajó un diseño con los elementos más importantes, con el fin de transmitir limpieza, elegancia y modernismo, se mantienen los componentes esenciales en la portada, contra-portada e interiores.

- **Bocetaje**

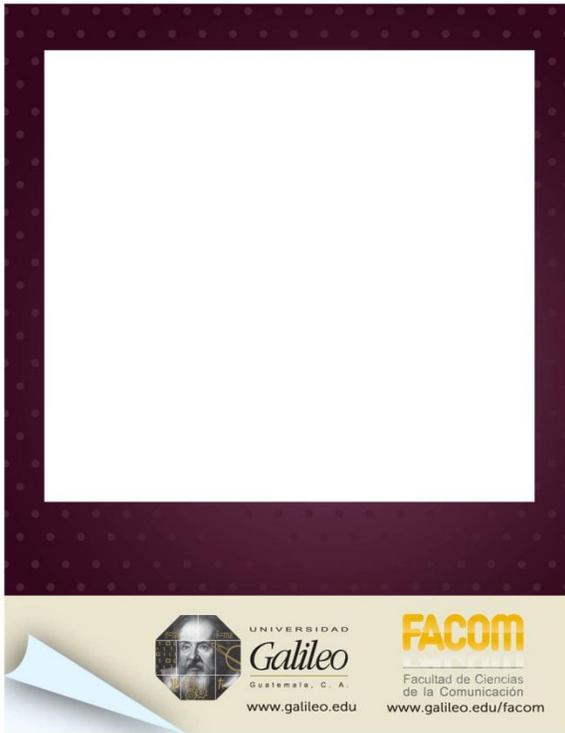


• **Bocetaje con indicación y descripción**

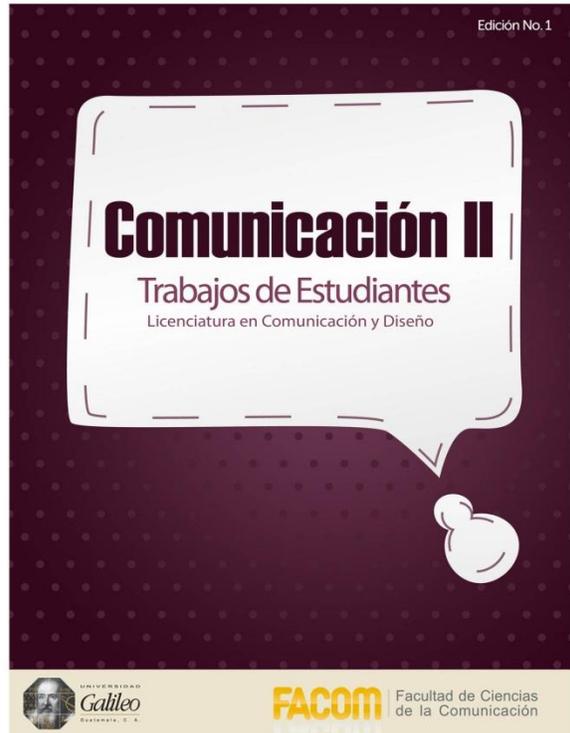




- **Bocetaje digital**



Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.2 Fundamentación de catálogo digital del curso “Historia del arte y el diseño”

7.3.2.1 Bocetaje 1

- **Forma**

El tamaño del formato es carta, dentro de la diagramación se utilizó la textura, contraste de color, símbolos, tipografía, entre otros.

- **Color**

Para este diseño se trabajó un contraste de color, que da mayor visibilidad al título del curso, el fondo #332a25 contiene leve textura de tipografía de color blanco con opacidad de 6%. Entre el título del curso se trabajó el color blanco #fefefe y fucsia #da0243, transmiten elegancia y modernismo, se mantiene presente el color #eae5ce institucional de Universidad Galileo.



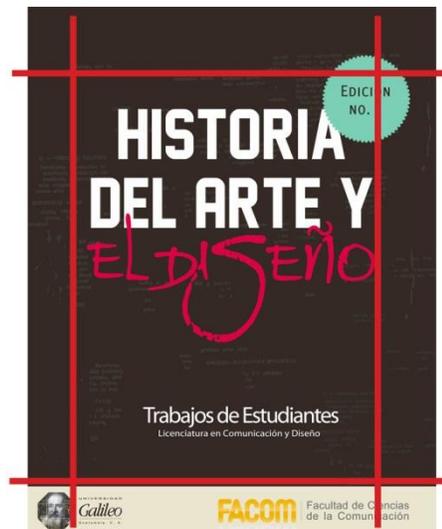
- **Tipografía**

Para darle mayor impacto y drama se trabajó un título con combinación de tipografía, dos elementos contrastantes transmiten antigüedad e innovación un arte interesante. Estas tipografías tienen el nombre de Face Off M54 y Rat Infested Mailbox, para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, es una letra institucional para Universidad Galileo.



- **Diagramación y Balance**

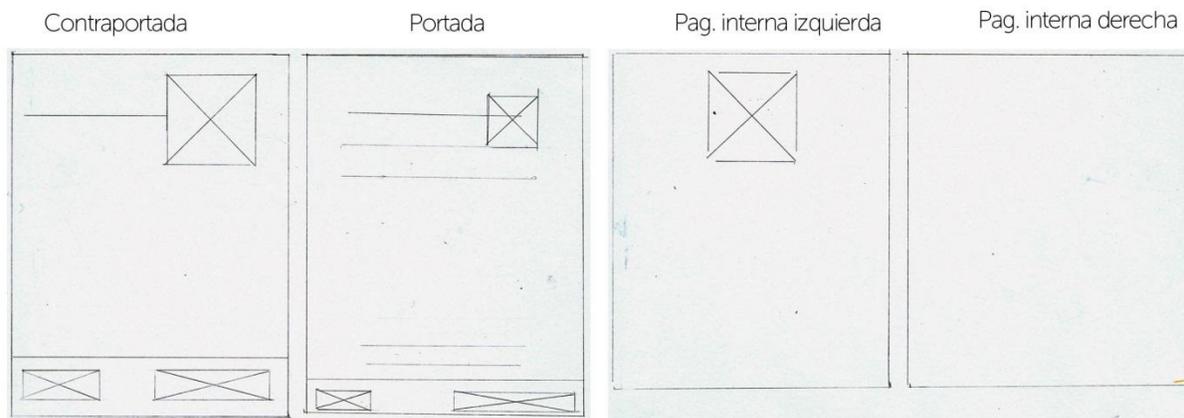
Se trabajó con retícula que enfoca visualmente al centro del diseño, esto ayuda a transmitir equilibrio y simplicidad. Dentro de la presencia del balance se refleja simetría vertical.



- **Minimalismo**

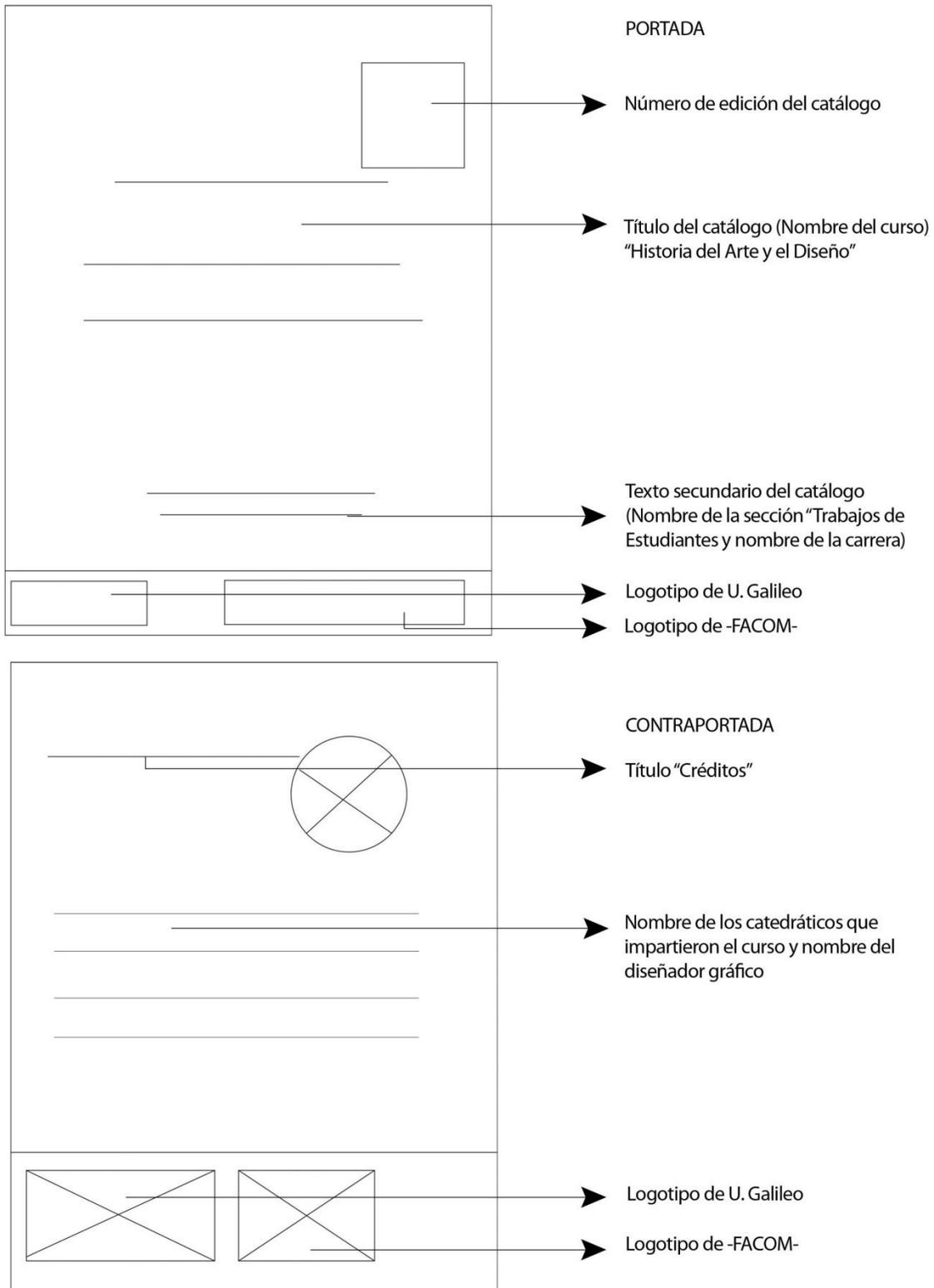
Para este diseño se presenta un diseño y diagramación. Se tiene presente que lo que se desea transmitir son los elementos que conforman el diseño, para ellos se mantiene presente la simplicidad de los catálogos.

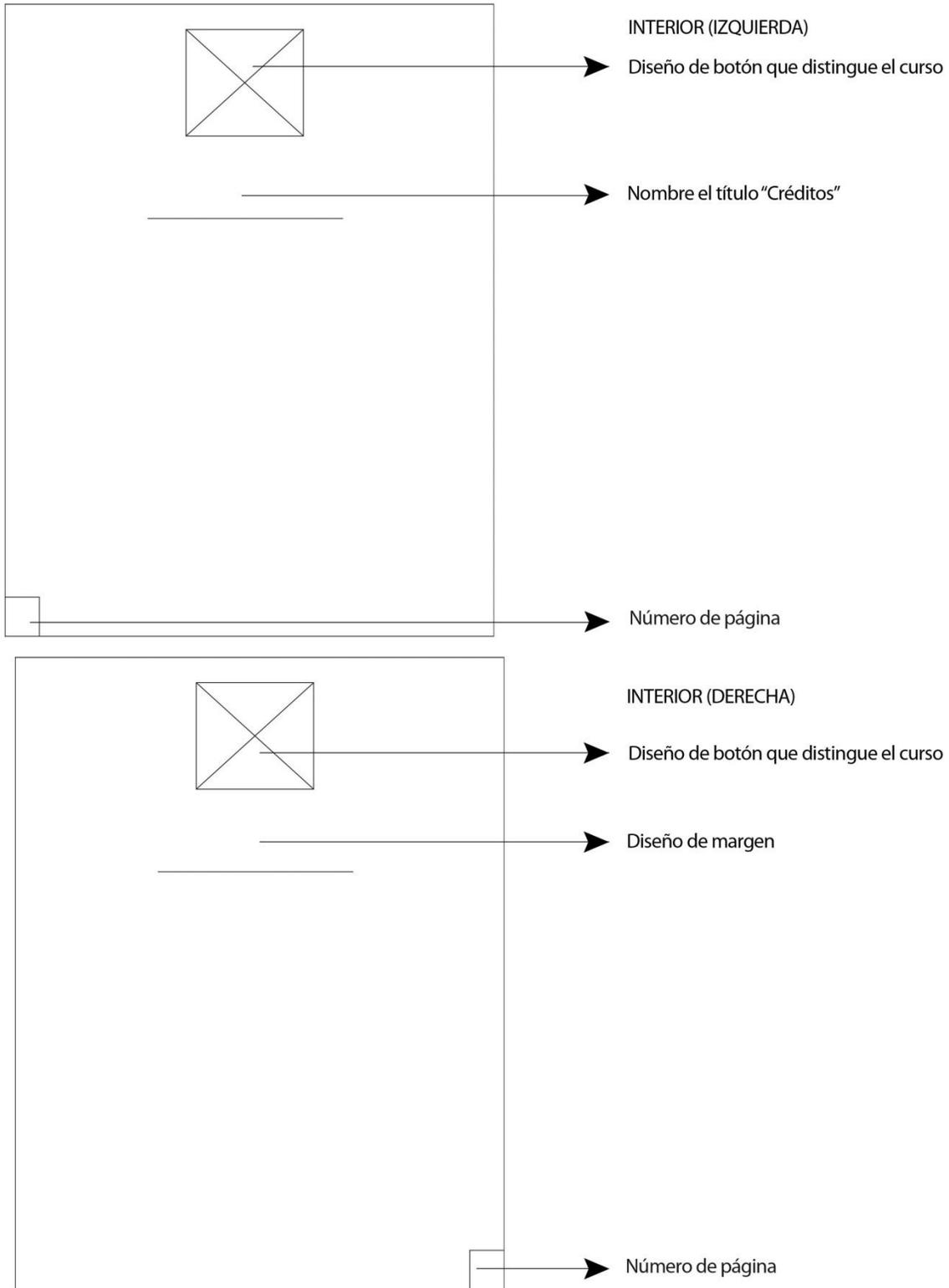
- **Bocetaje**



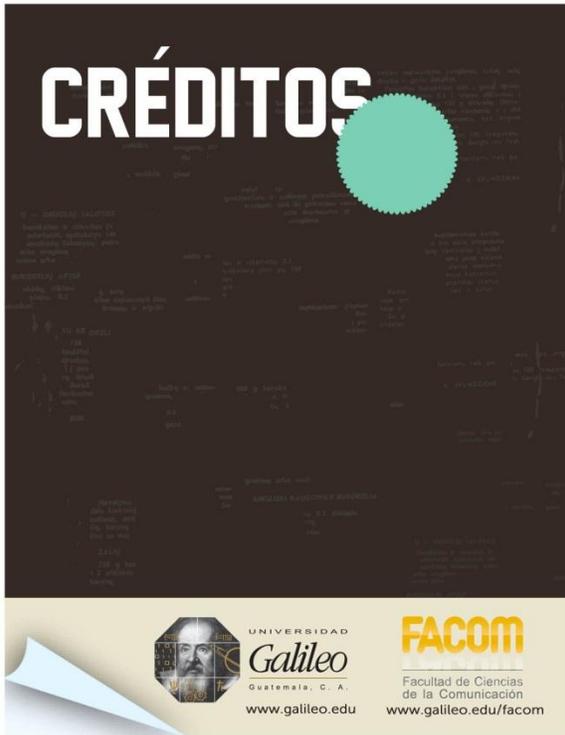


• **Bocetaje con indicación y descripción**

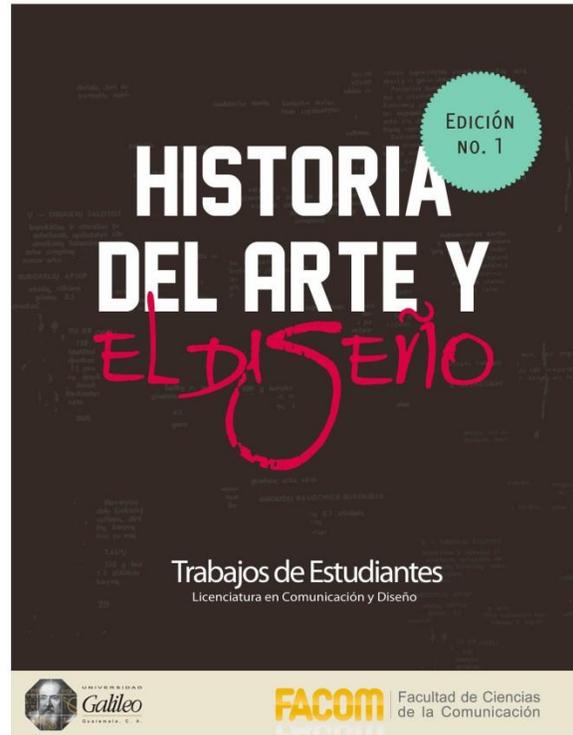




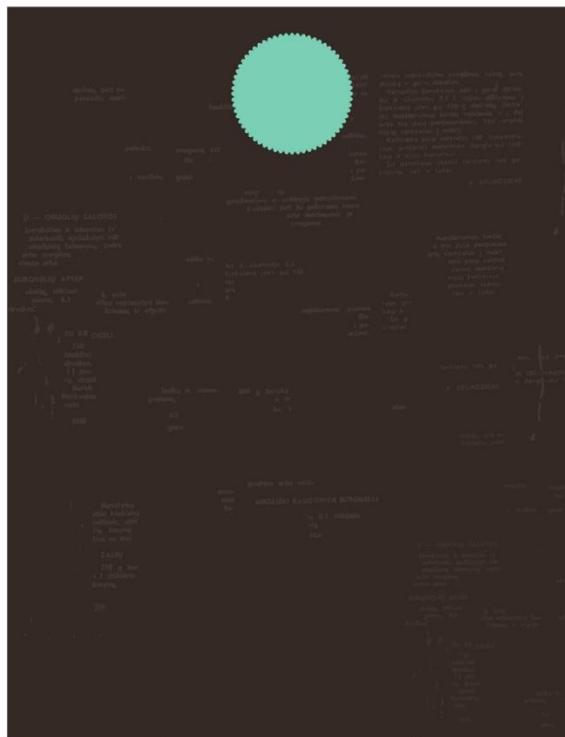
- **Bocetaje digital**



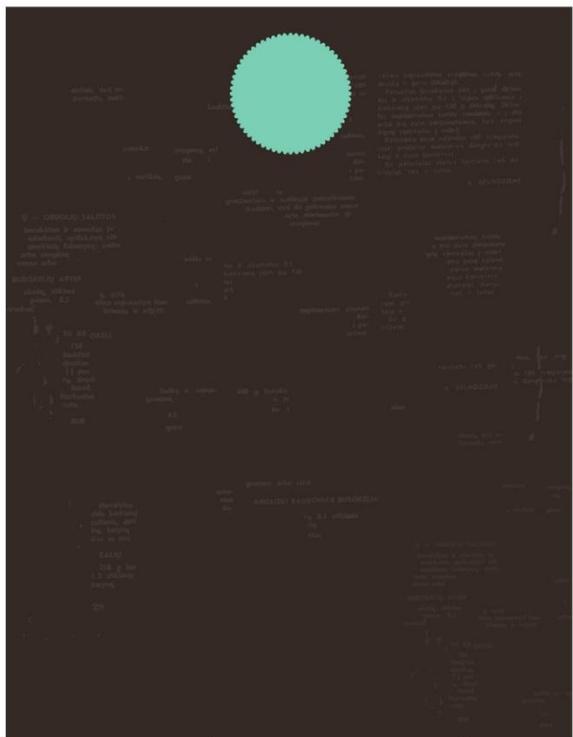
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.2.2 Bocetaje 2

- **Forma:**

Se trabajó en tamaño carta la diagramación del diseño, en ella se presentan elementos de color, figuras geométricas de fondo, símbolos y tipografía.

- **Color**

En este diseño se trabajó un contraste de tono, para diferenciar los elementos y dándole un valor equilibrado entre los mismos. Para el fondo se utilizó un color claro #fbf3df causando contraste de tono con el color de la tipografía #2f3140. Para equilibrar el concepto se posicionó un rectángulo con textura de color #31260, inferior a la tipografía, causando un equilibrio de tamaños y texturas en la diagramación.



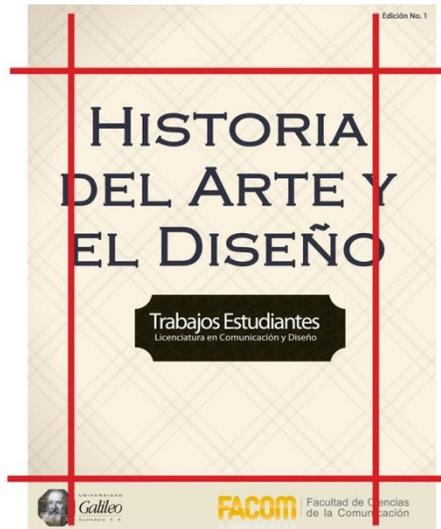
- **Tipografía**

Se deseaba resaltar el título del catálogo, por lo tanto se trabajó con tipografía Copperplate Gothic Bold san-serif, se caracteriza por ser fuente en mayúscula, que representa impacto, rigidez por ser letras con bordes cuadrados, para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, es una letra institucional para Universidad Galileo.

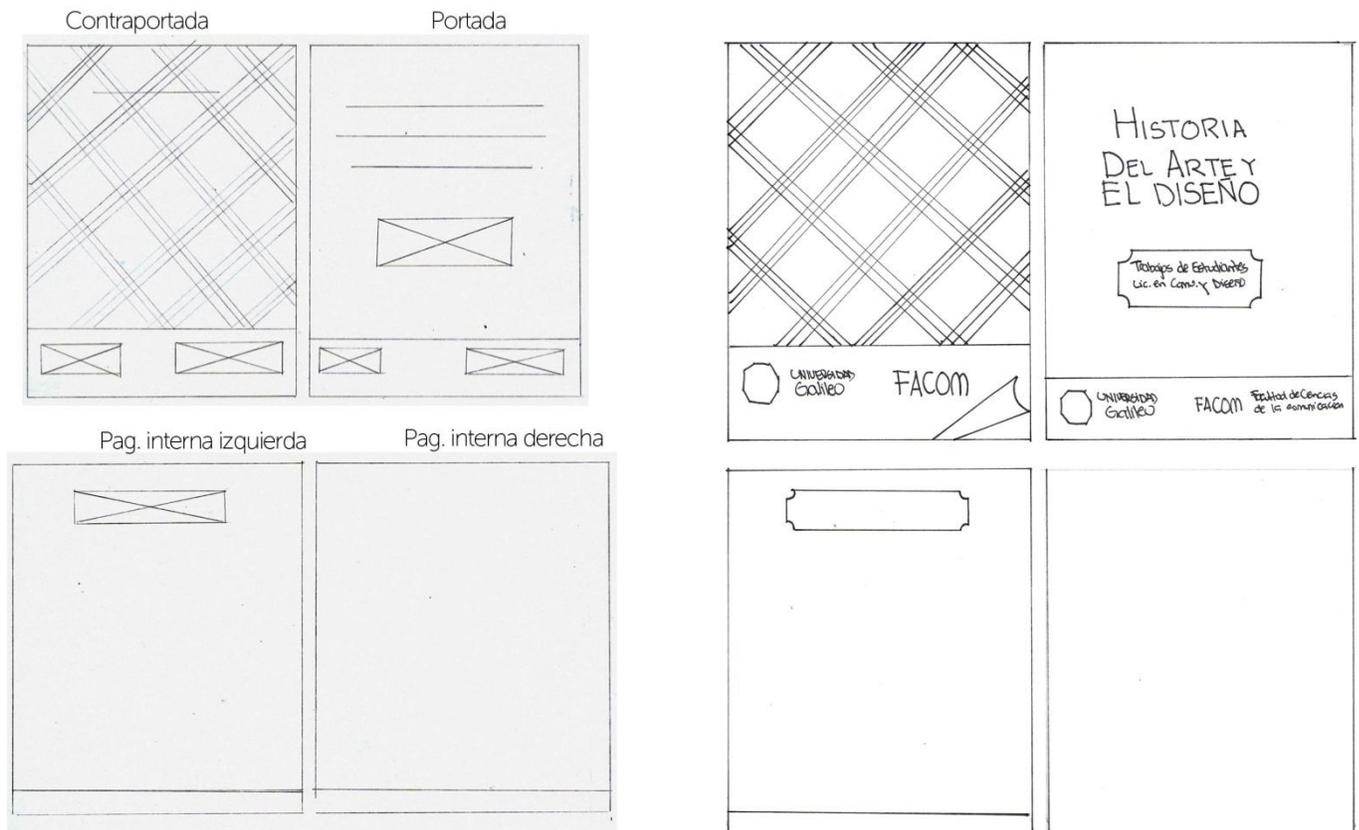
HISTORIA DEL DISEÑO]	COPPERPLATE GOTHIC BOLD
Trabajos de Estudiantes]	Mayriad Pro

- **Diagramación y Balance**

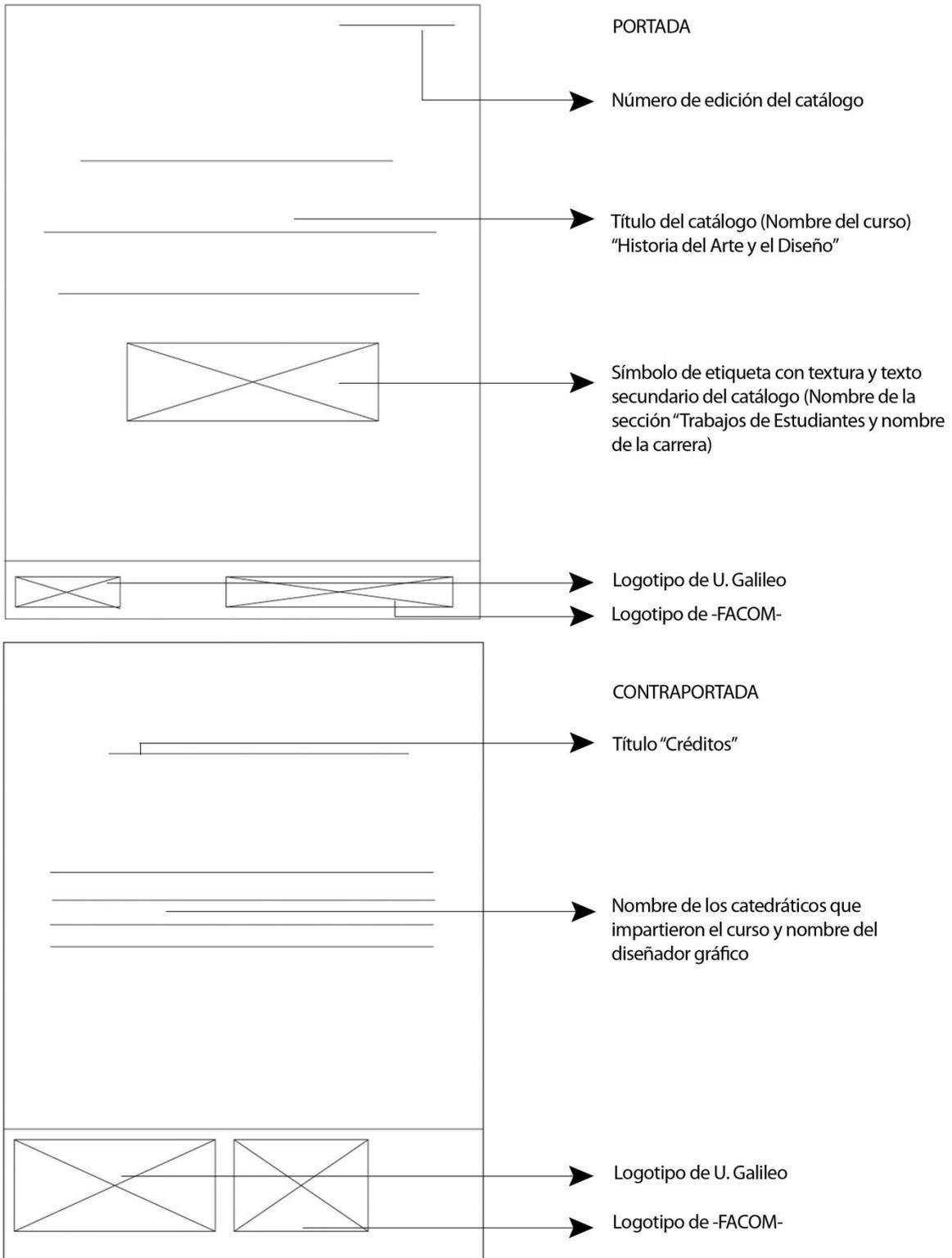
Se utilizó diagramación con retícula horizontal y vertical, con el apoyo de balance simétrico horizontal y vertical para posicionar los elementos de manera ordenada, sin recargar en una sección específica algún elemento.

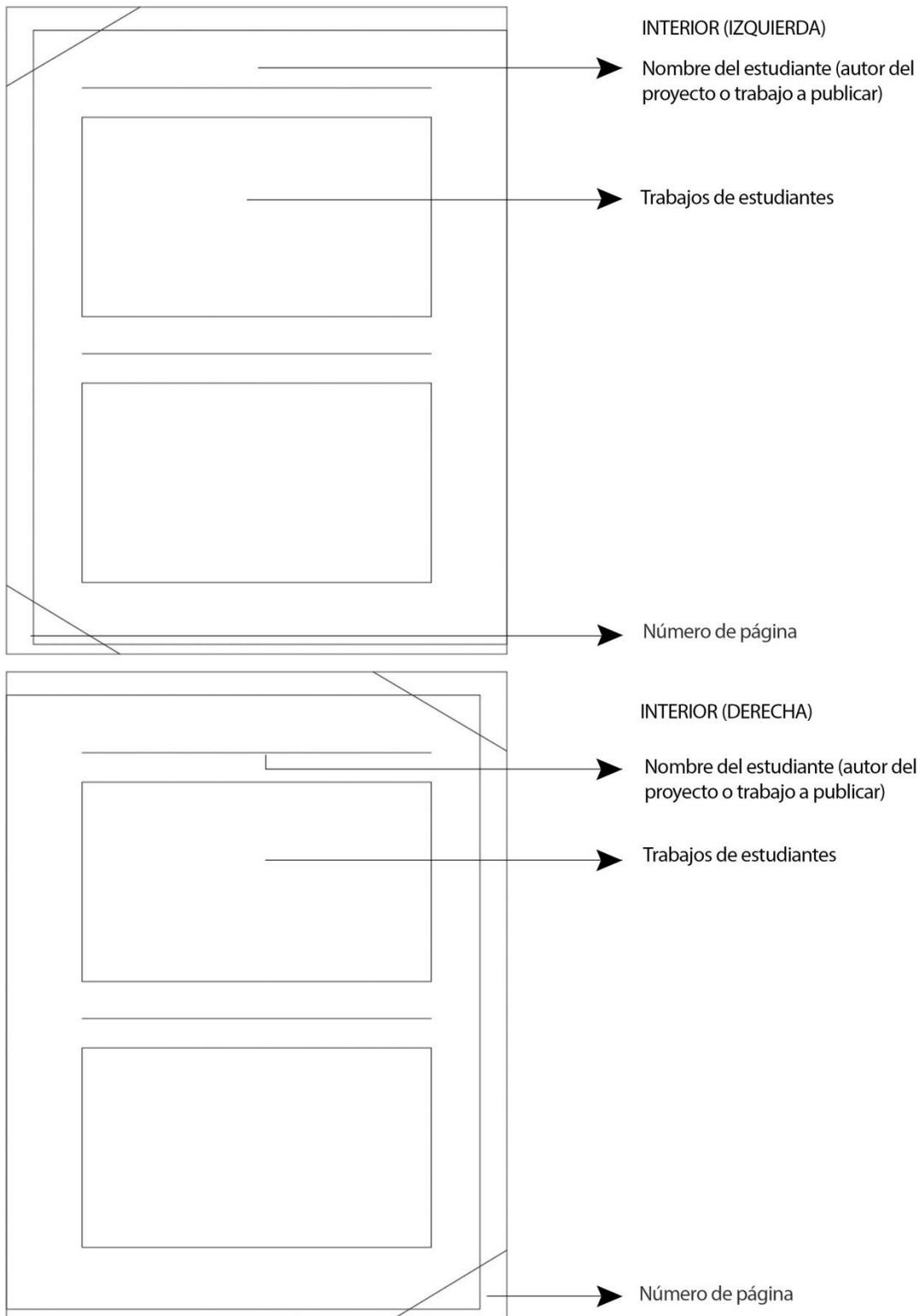


- **Bocetaje**

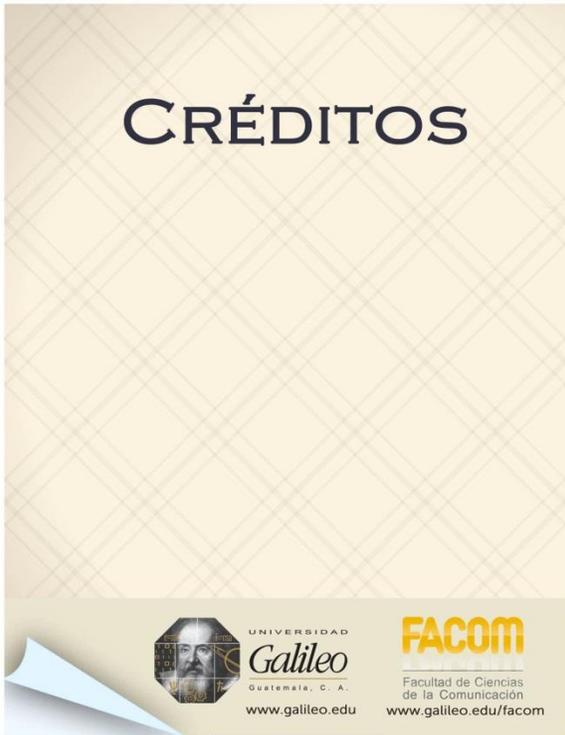


• **Bocetaje con indicación y descripción**





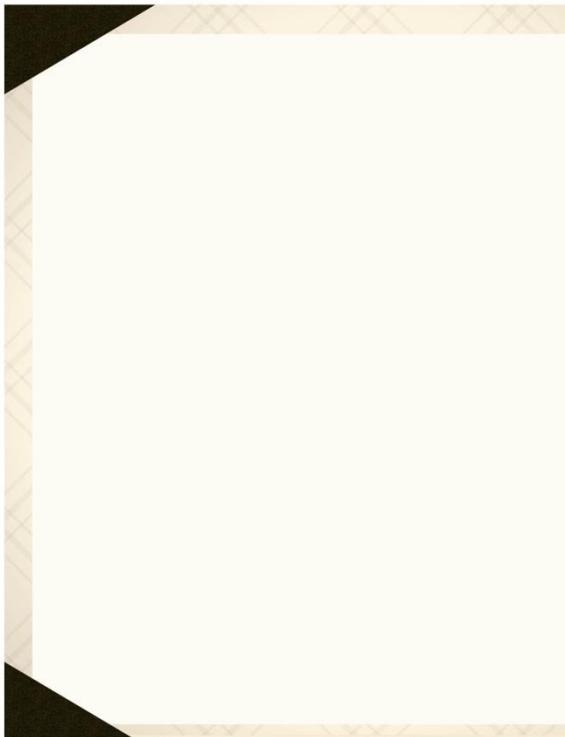
- **Bocetaje digital**



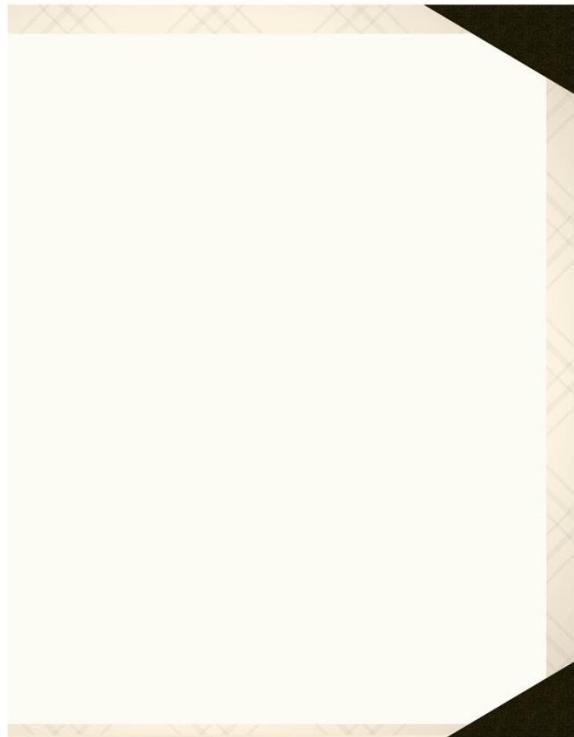
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.2.3 Bocetaje 3

- **Forma**

Para este catálogo se trabajó en formato carta, con el apoyo de elementos de tipografía, símbolo y color.

- **Color**

Se utilizó la combinación de color frío, con el fin de transmitir antigüedad, con el apoyo del contraste de color de la tipografía blanca. Se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo, que se trabaja para posicionar el logotipo de la universidad.



Prevalece el color café # 6e5e3b como fondo en portada y contraportada. Para el apoyo del texto se trabajó el color blanco, creando un contraste.

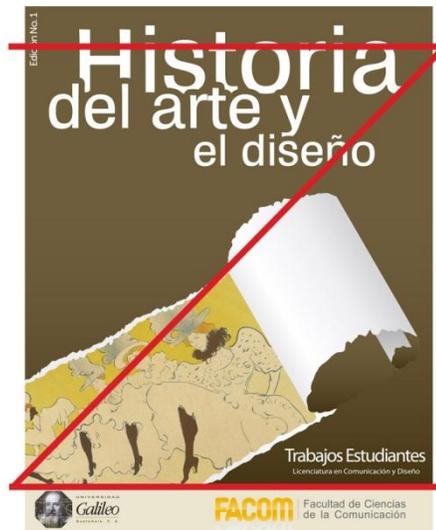
- **Tipografía**

Se utilizó la tipografía Zikketica san-serif, para que se pueda visualizar más claramente. Debido a que la diagramación del texto es asincrónica, se desea mantener limpieza y no recargar el diseño visualmente. Para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, es letra institucional para Universidad Galileo.

HISTORIA DEL DISEÑO]	Zikketica
Trabajos de Estudiantes]	Mayriad Pro

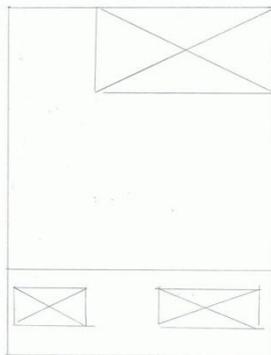
- **Diagramación y Balance**

Se utilizó una retícula que da estabilidad, la estructura de los elementos mantienen lectura en forma de “Z”.

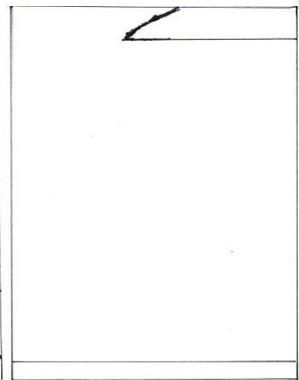
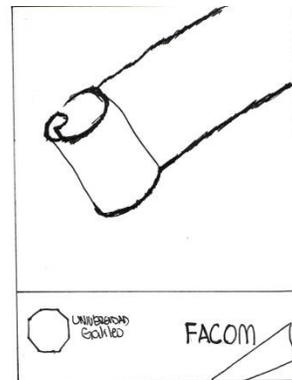
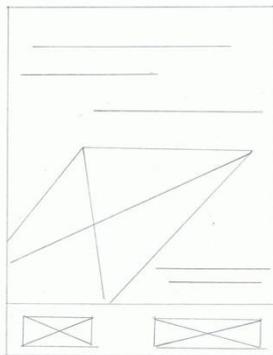


• **Bocetaje**

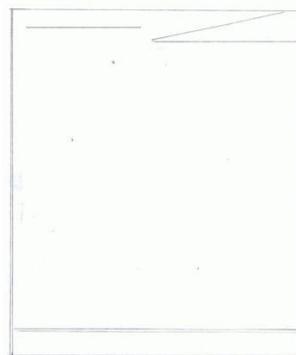
Contraportada



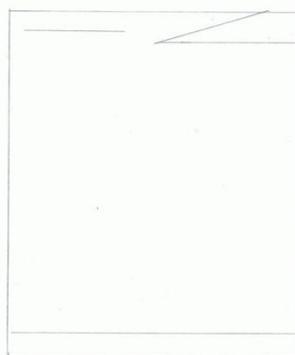
Portada



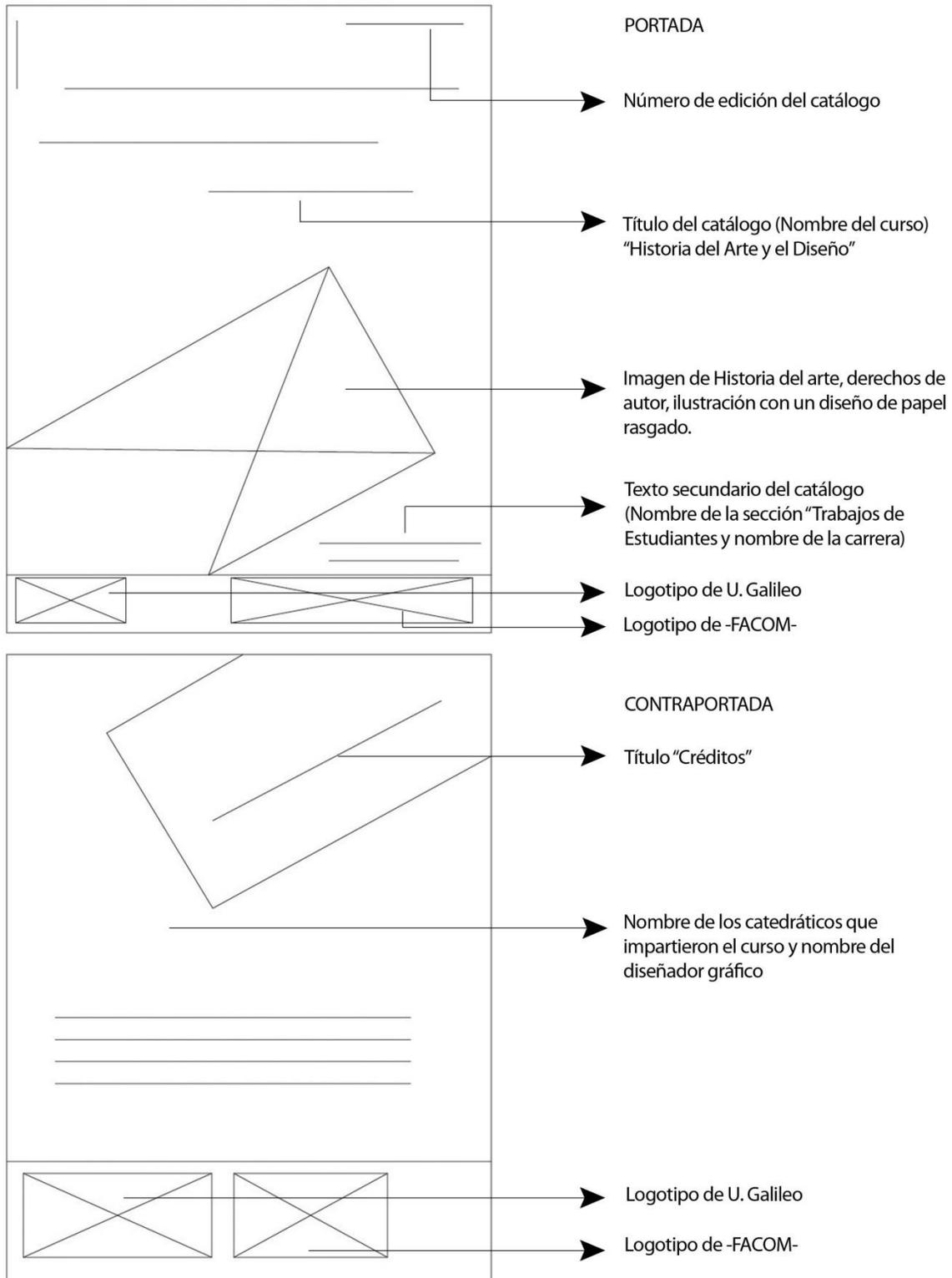
Pag. interna izquierda

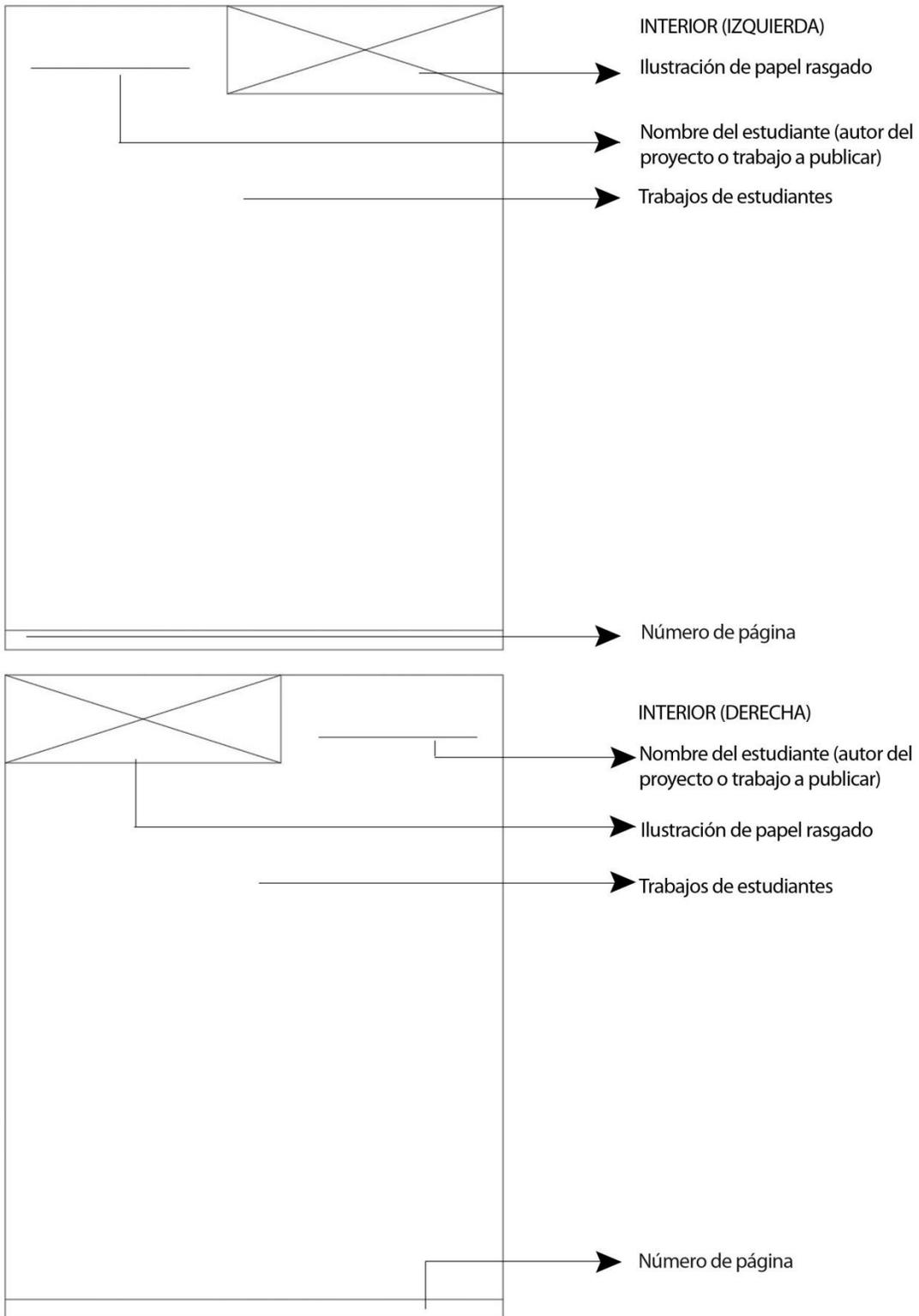


Pag. interna derecha



• **Bocetaje con indicación y descripción**

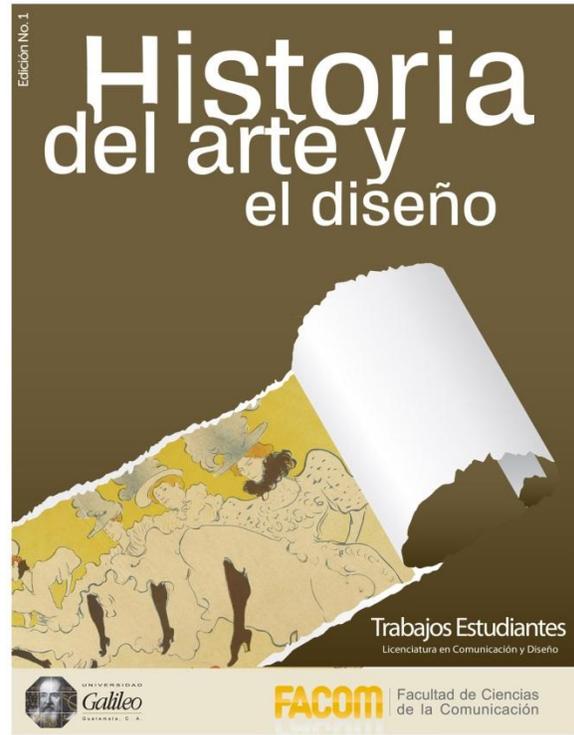




- **Bocetaje digital**



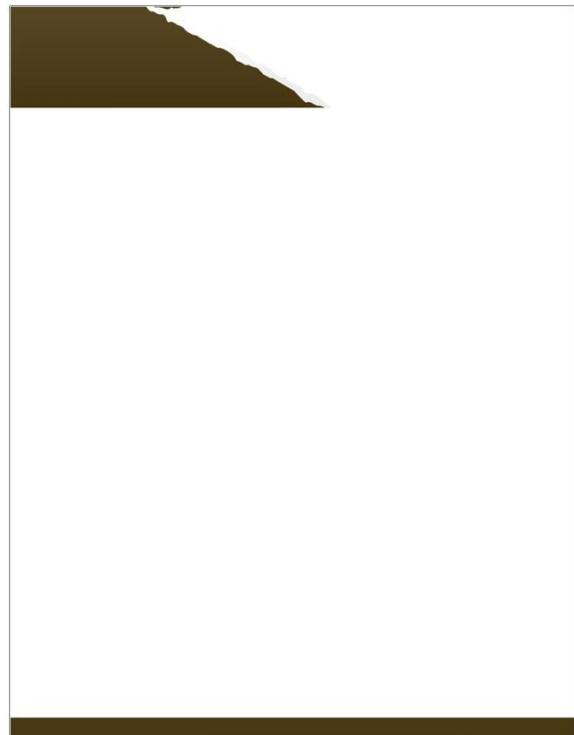
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.3 Fundamentación del catálogo digital “Historia del Diseño Gráfico”

7.3.3.1 Bocetaje 1

- **Forma**

Para este diseño, la forma que se utilizó fue diagramación minimalista, en ella se complementan elementos de textura, color, forma y tipografía.

Transmite un diseño moderno y elegante, da la sensación de equilibrio.

- **Color**

Se trabajó un contraste de tono, que se empleó con el fin de diferenciar los elementos, el fondo presenta una textura cuadricular y degrade de #b2afac.

Para el texto se trabajó color #313131 y con el apoyo de símbolos y elementos de contorno de color #d11b39 transmiten equilibrio en todo el contorno, y el enfoque del título resalta una forma moderna.



- **Textura**

Para este diseño se trabajó una textura con el apoyo de color en degrade gris #313131. La textura de una hoja porosa con cuadros, representa estilo rocoso moderno.

- **Tipografía**

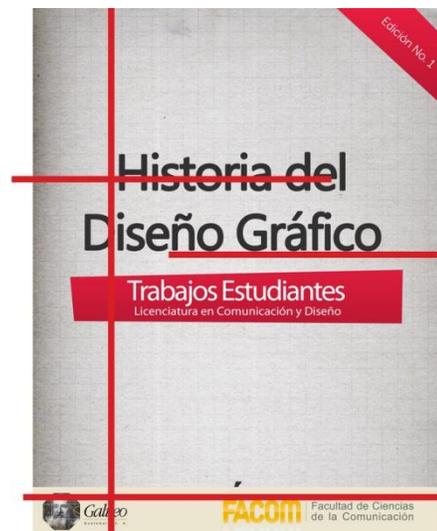
Para los textos, la prioridad a destacar era el título del curso, con el apoyo de otros elementos para transmitir la idea acerca del curso. Para este diseño se trabajó el título con la fuente Lao UI, una fuente grande con bold que resalta y da mayor interés e impacto visual.

Para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif que fue Mayriad Pro, es letra institucional para Universidad Galileo.



- **Diagramación y Balance**

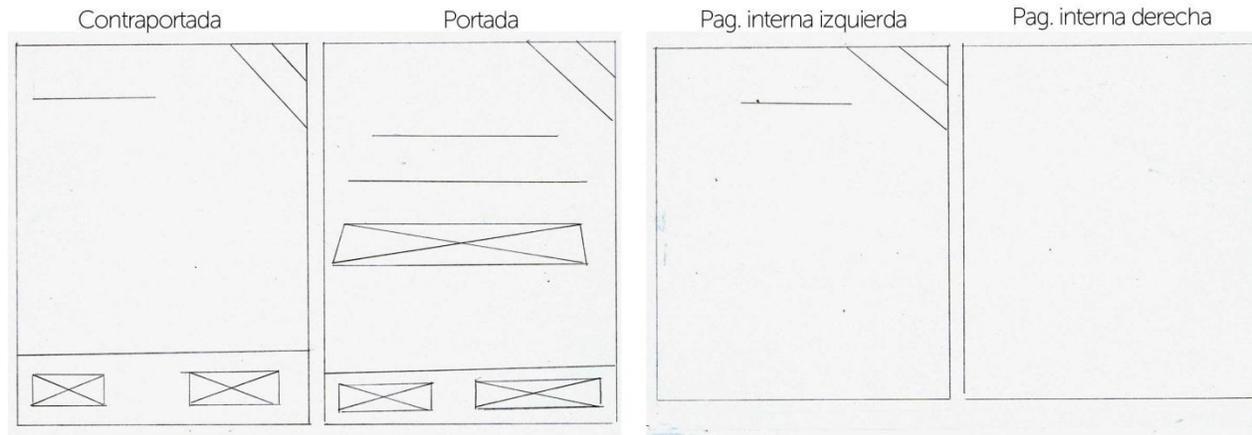
La diagramación para este proyecto es de balance asimétrico, transmite equilibrio y balance, pero no mantiene patrón riguroso de posición o tamaños de los mismos.



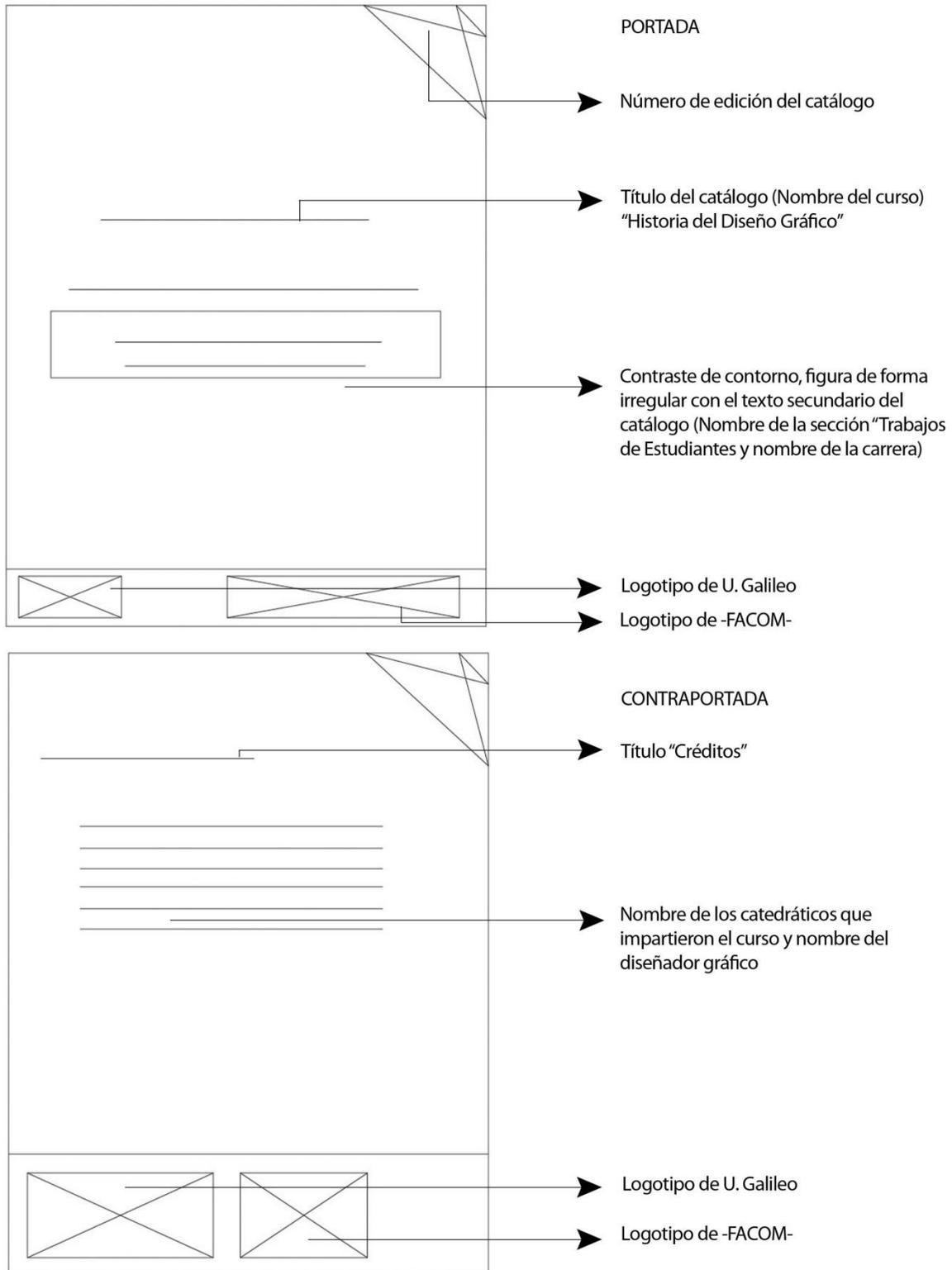
- **Minimalismo**

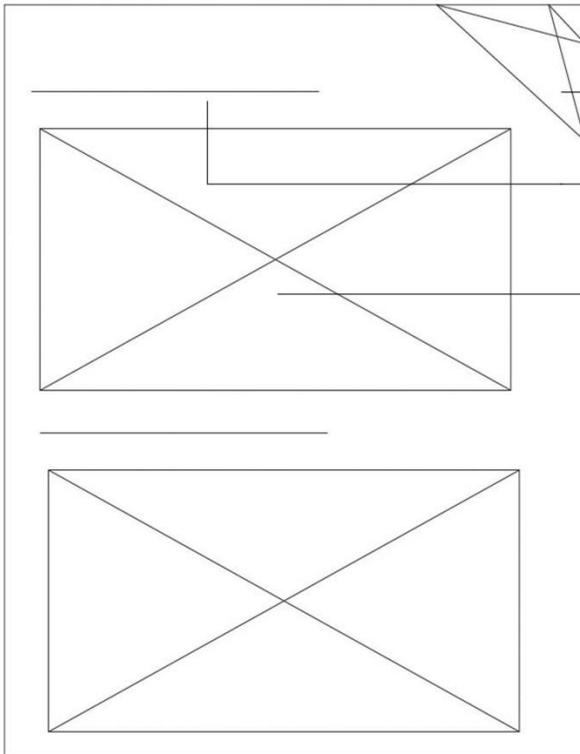
Para este diseño el minimalismo se hace presente en todo el catálogo, en él se puede ver un diseño limpio y claro que representa los elementos esenciales.

• **Bocetaje**



• **Bocetaje con indicación y descripción**



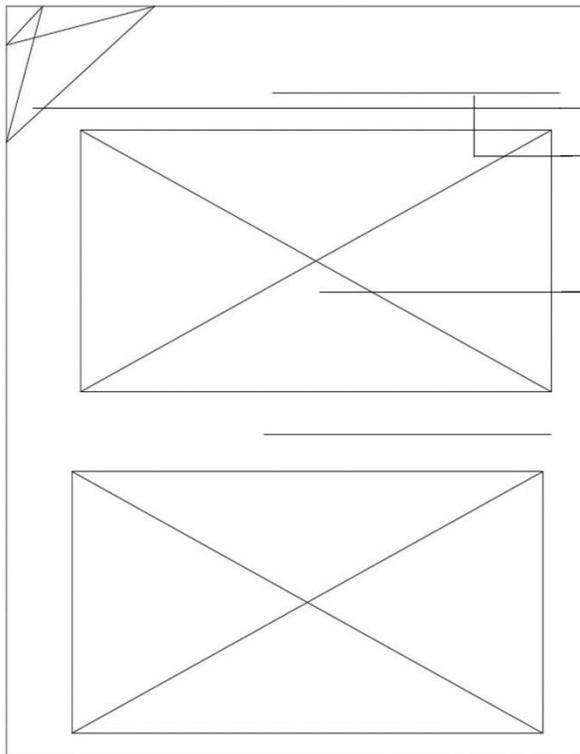


INTERIOR (IZQUIERDA)

Número de página

Nombre del estudiante (autor del proyecto o trabajo a publicar)

Trabajo de estudiante



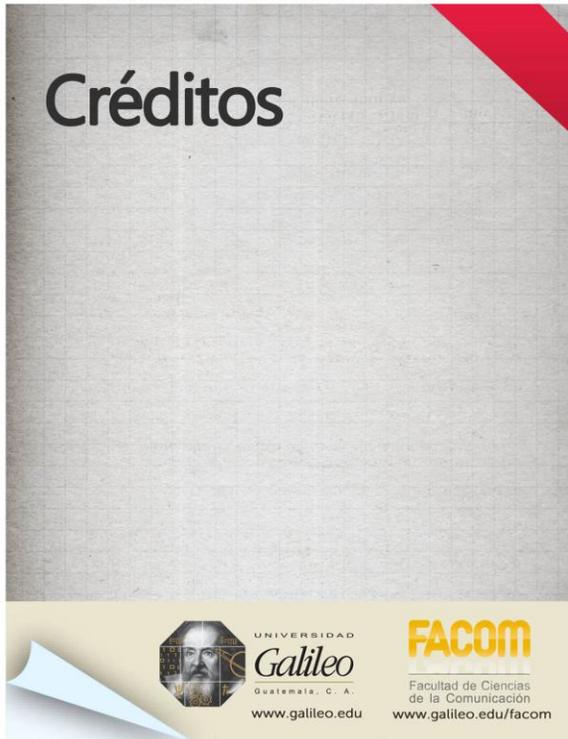
INTERIOR (DERECHA)

Número de página

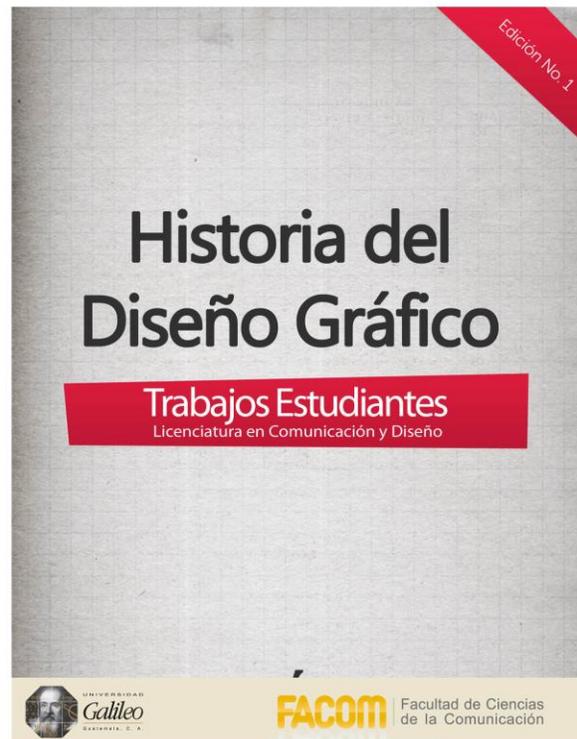
Nombre del estudiante (autor del proyecto o trabajo a publicar)

Trabajo de estudiante

- **Bocetaje digital**



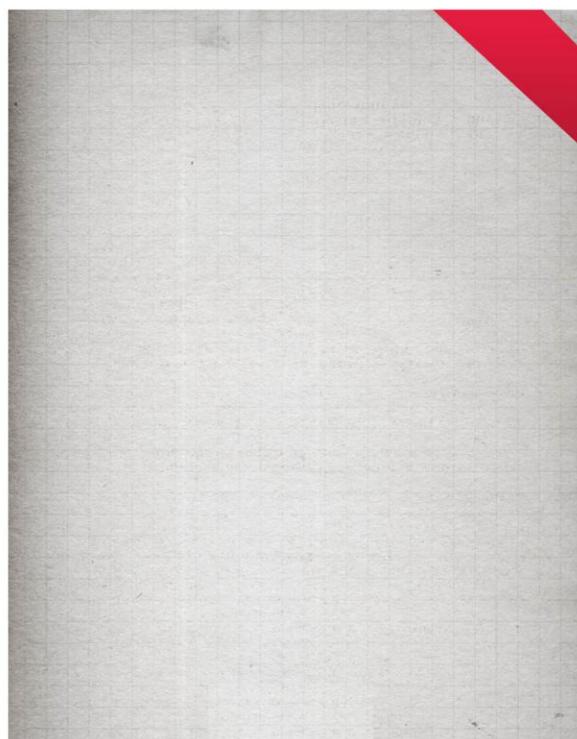
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.3.2 Bocetaje 2

- **Forma**

Para este diseño se trabajó en tamaño carta, los elementos a utilizar fueron la textura, color, símbolo y tipografía, que se destacan los diferentes tamaños de las formas y la diagramación con balance simétrico vertical.

- **Color**

Entre los diferentes colores a trabajar se muestra un fondo con textura con un color #cfb27b, el fondo con textura transmite antigüedad, da la impresión de ser un papel estilo pergamino, entre los diferentes elementos a trabajar con color fueron #3c3c3c el negro pastoso del sticker, la tipografía #ffffff y el pie de página del color institucional de Universidad Galileo #eae5ce.



- **Textura**

Para este diseño se presenta textura de papel, que transmite la sensación de ser pergamino antiguo.

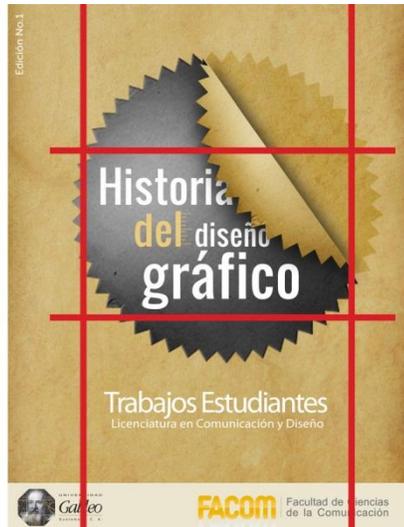
- **Tipografía**

La tipografía a utilizar transmite balance asimétrico, esta fuente llamada Oswald, es con estilo bold, por lo que resalta y da enfoque de importancia en el título, para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, es letra institucional para Universidad Galileo.

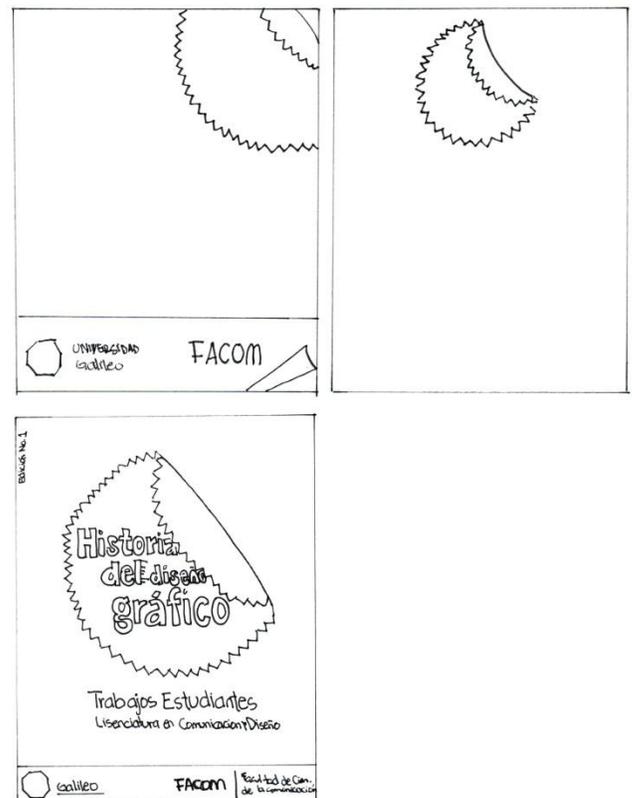
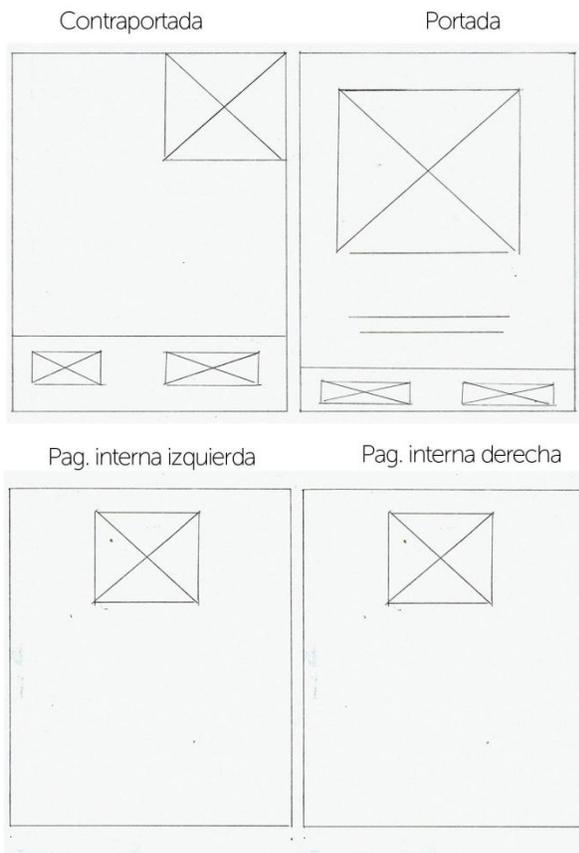
Historia del Diseño } Oswald
Trabajos de Estudiantes } Mayriad Pro

- **Diagramación y Balance**

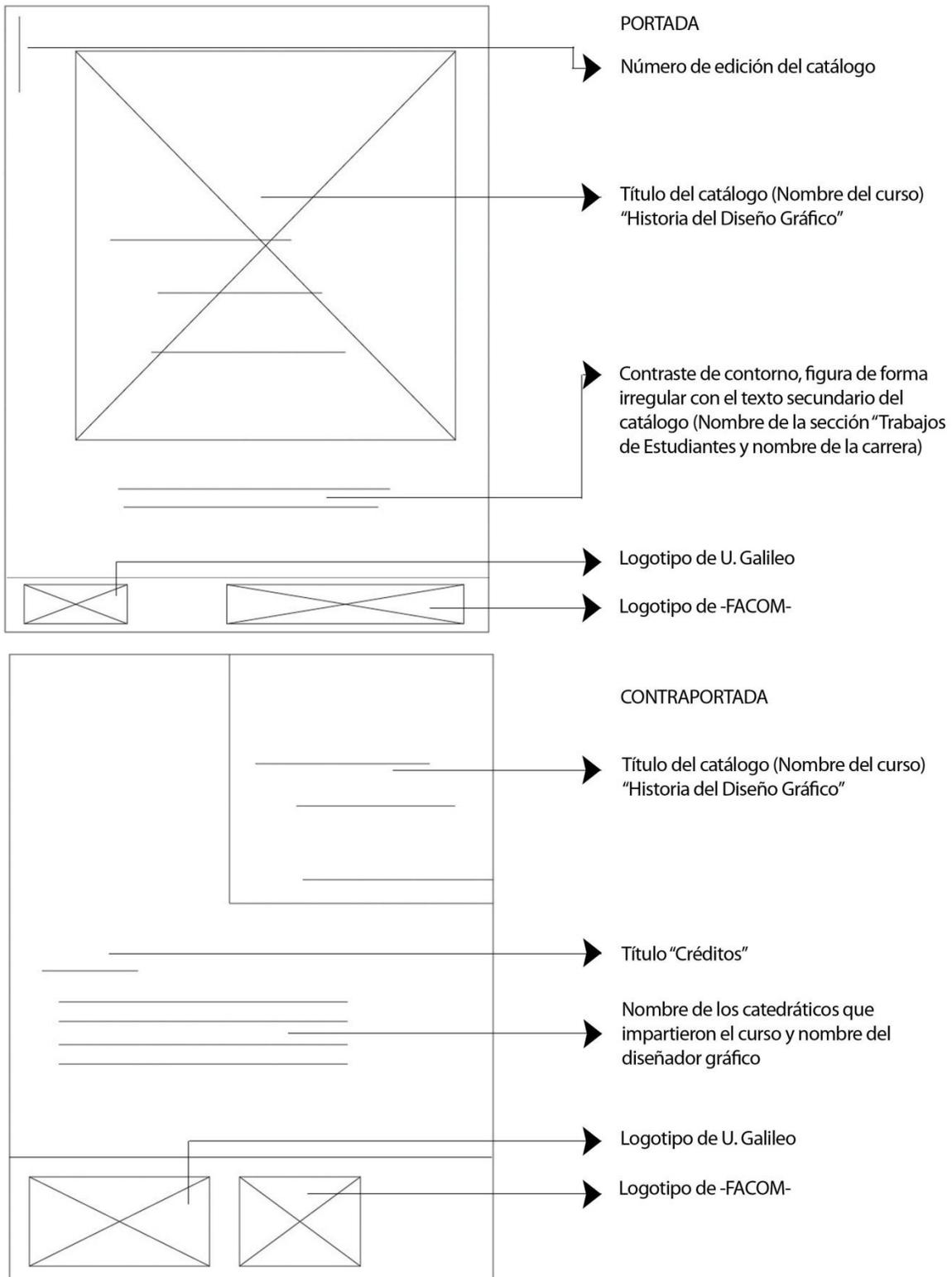
La diagramación de este catálogo presenta simetría horizontal y vertical, el eje se enfoca de mayor precisión en el título y va de arriba hacia abajo.

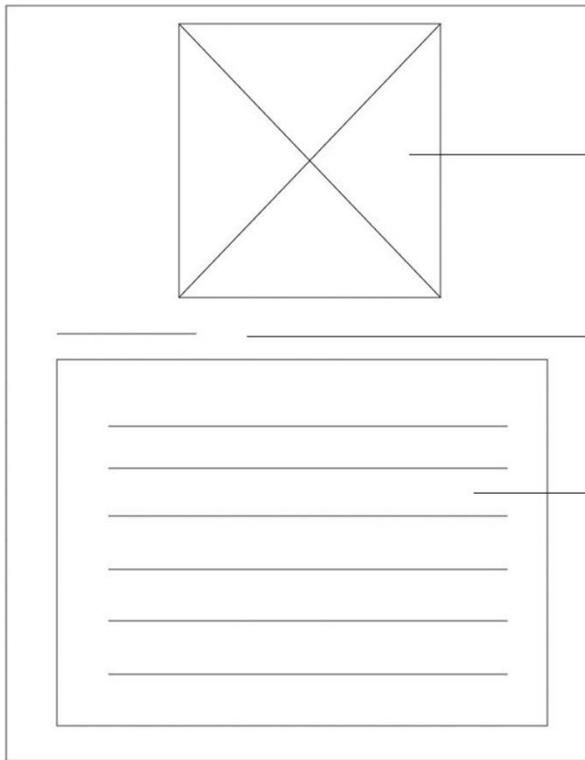


- **Bocetaje**



• **Bocetaje con indicación y descripción**



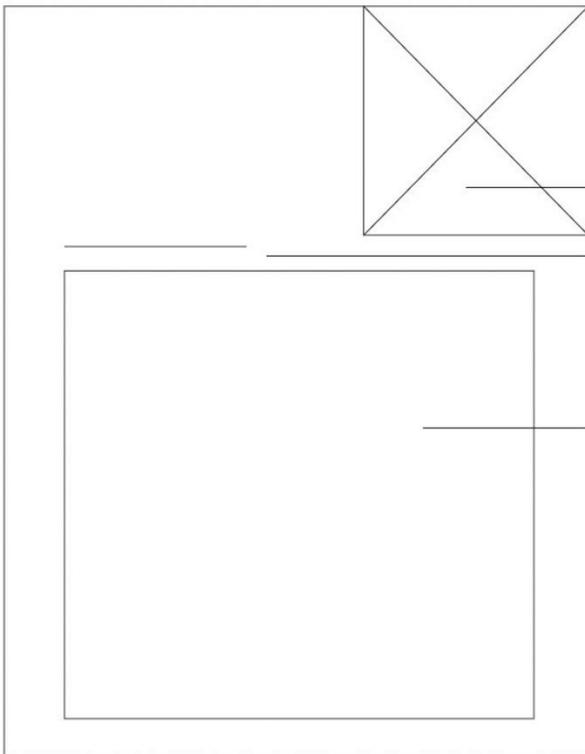


INTERIOR (IZQUIERDA)

Número de página

Nombre del estudiante (autor del proyecto o trabajo a publicar)

Trabajo de estudiante



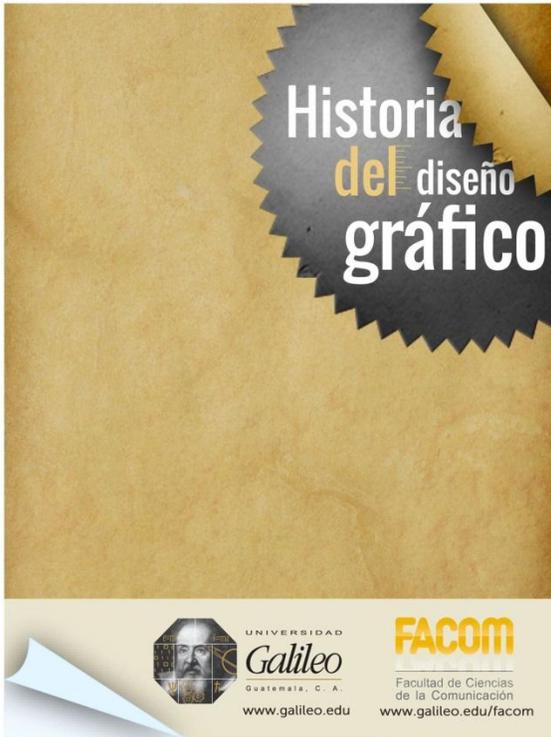
INTERIOR (DERECHA)

Número de página

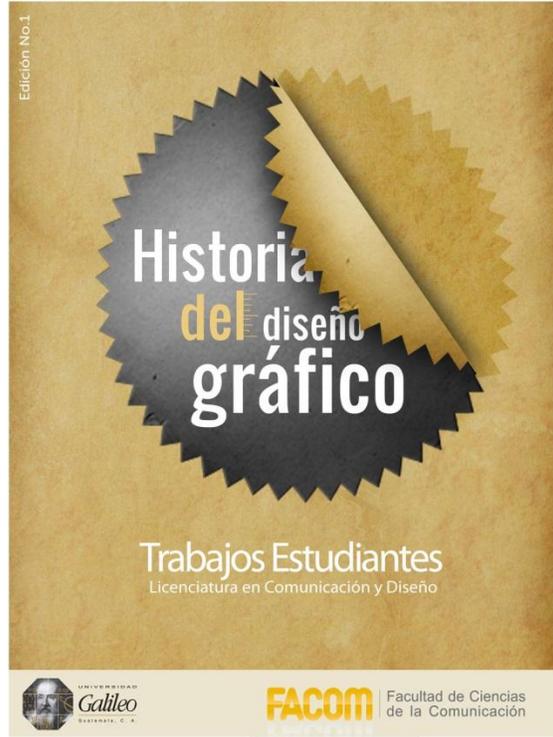
Nombre del estudiante (autor del proyecto o trabajo a publicar)

Trabajo de estudiante

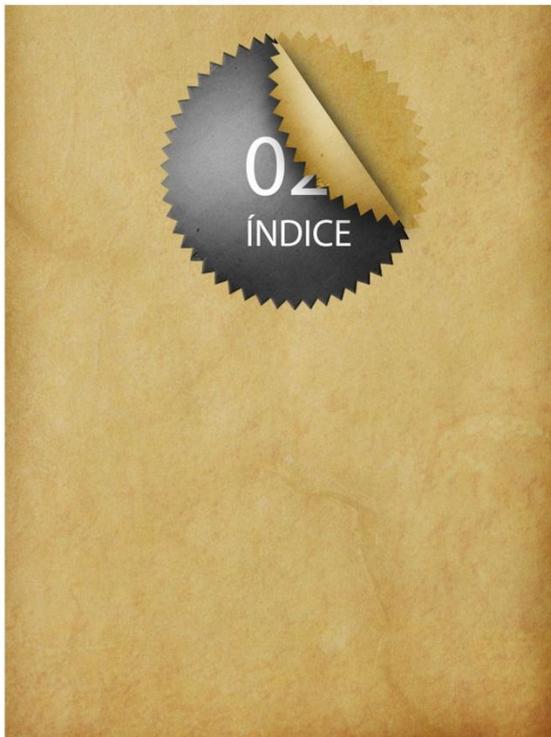
- **Bocetaje digital**



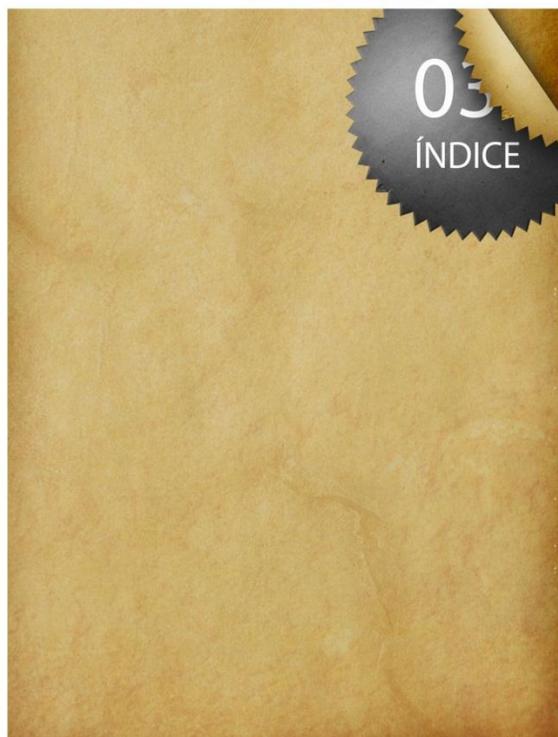
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.3.3 Bocetaje 3

- **Forma**

Se utilizó el tamaño carta como base de la diagramación, el color que predomina es el café, por lo que la diagramación tiene enfoque central, causado por el contraste de los diferentes elementos como el color, la tipografía y la textura.

- **Color**

Se combinaron colores fríos y cálidos, con el propósito de crear contraste de color, el fondo oscuro transmite la sensación de profundidad y contiene una leve opacidad de textura, para este fondo se trabajó con el color #2f2a17, la presentación del contraste continua con la tipografía de color blanco y un naranja #ff530d. Se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo #eae5ce, que se trabaja para posicionar el logotipo de la institución.



- **Textura**

Para este diseño se presenta textura que aparenta ser tela o lana, da sensación de movimiento y profundidad.

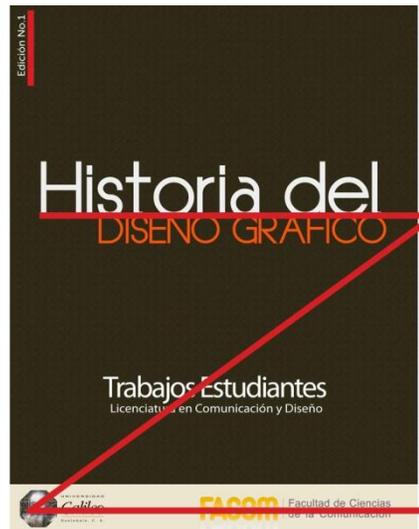
- **Tipografía**

Para el título se utilizó una tipografía Konzatante amistosa, bold en mayúscula y minúscula, que transmite elegancia, profesionalismo y despierta interés visual. Para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa sans-serif, que fue Mayriad Pro, es letra institucional para Universidad Galileo.

Historia]	Konzatante
Trabajos de Estudiantes]	Mayriad Pro

- **Diagramación y Balance**

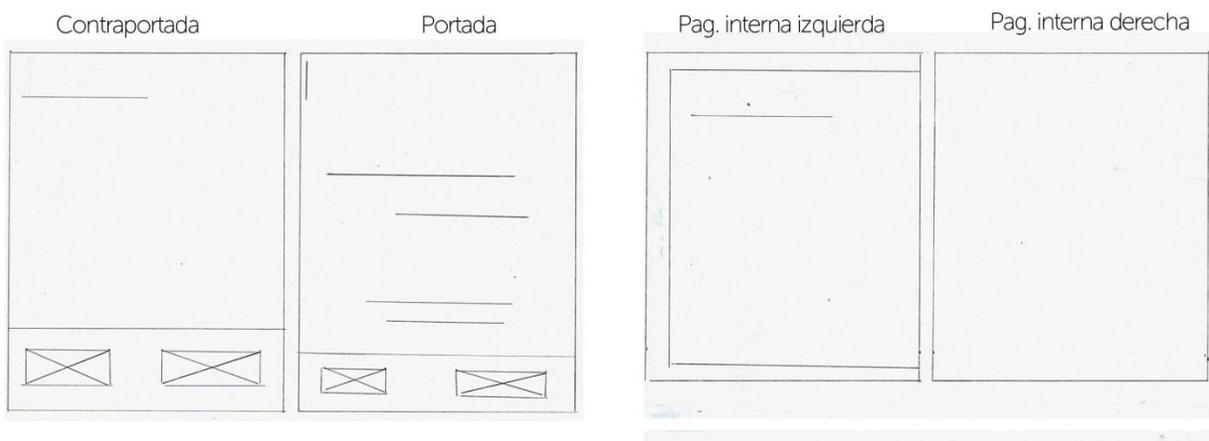
Para la diagramación de este trabajo se presentó un enfoque que predomina en el título. El balance simétrico horizontal y vertical transmite orden en el diseño, claridad y simplicidad.



- **Minimalismo**

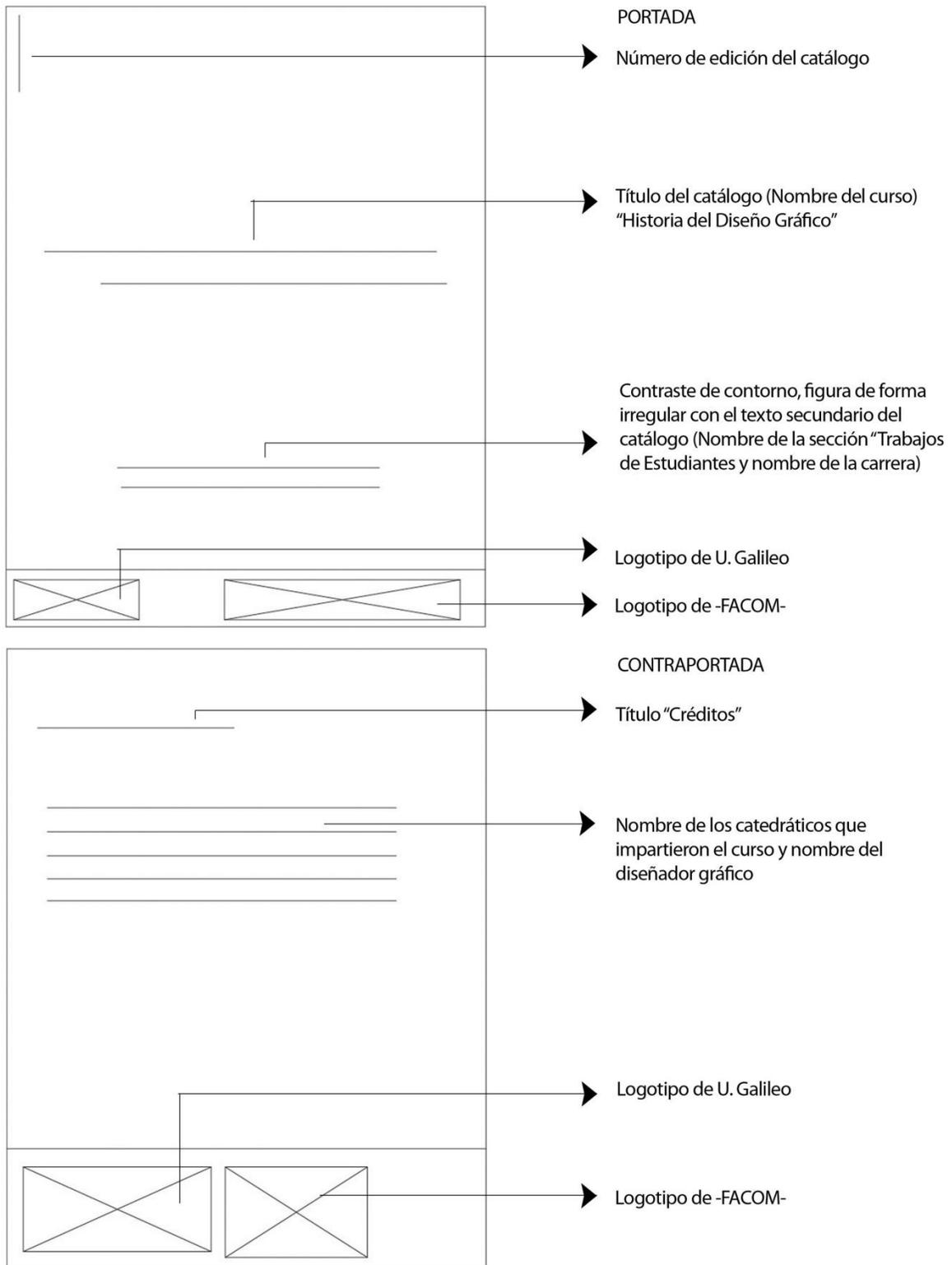
Para el diseño, a pesar de trabajar con textura, el minimalismo se hace presente en la diagramación del diseño, con la simplicidad de la tipografía y el color que resalta y visualmente es atractivo.

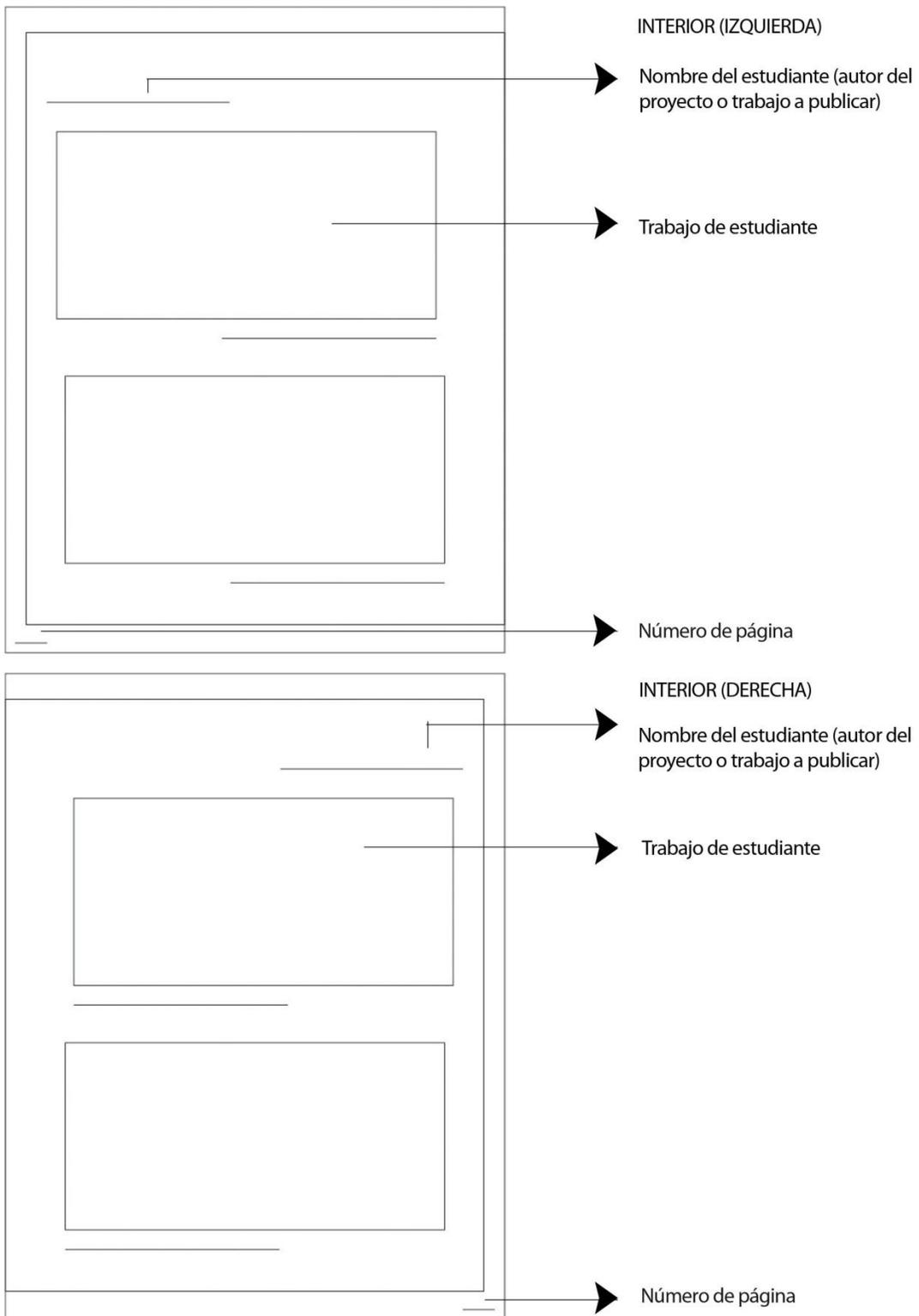
- **Bocetaje**



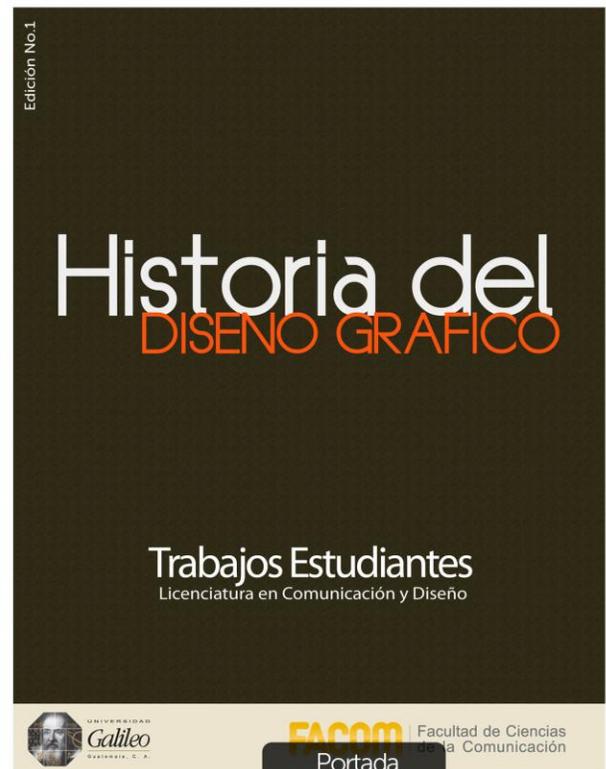
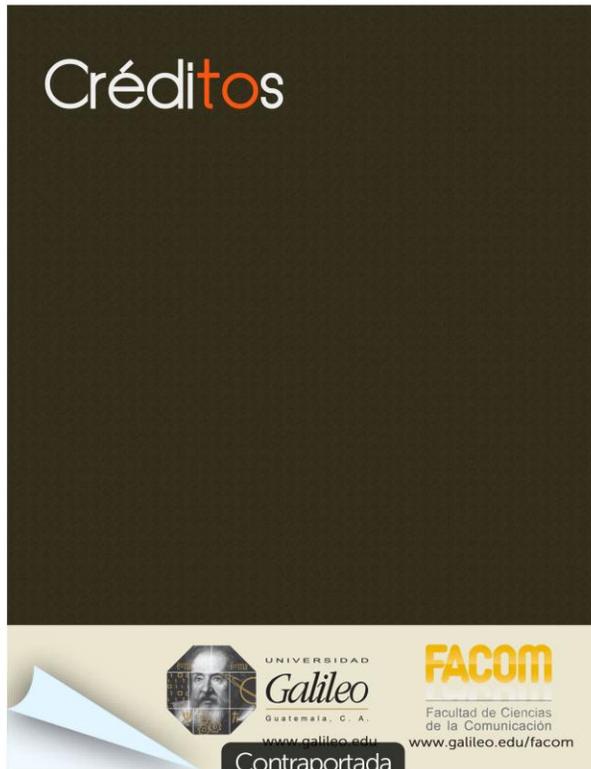


• **Bocetaje con indicación y descripción**





- **Bocetaje digital**



7.3.4 Fundamentación del catálogo digital “Prácticas Supervisadas (EPS)”

7.3.4.1 Bocetaje 1

- **Forma**

Se utilizó el tamaño carta como forma del catálogo digital, entre los elementos para la diagramación se trabajó con el color, la tipografía y los símbolos, que se caracterizan como parte de las tendencias web, banderines con costura o textura, un diseño minimalista y con presencia de balance simétrico horizontal y vertical.

- **Color**

Se utilizó el contraste de color. Para ello, de fondo se trabajó un color blanco con textura y el contraste se presentó en el texto con color #383332, que transmite interés visual y el mayor peso resalta en una letra del texto utilizando el color #e84742 en el mismo. Se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo #eae5ce, que se trabaja para posicionar el logotipo de la institución.



- **Tipografía**

Se utilizó la tipografía World of Water, fuente con características peculiares, que presenta un estilo recto pero con curvas en esquinas, es una fuente gruesa que ayuda a resaltar los títulos. Para el cuerpo del mensaje se trabaja letra lisa san-serif, que es Mayriad Pro, es letra institucional para Universidad Galileo.



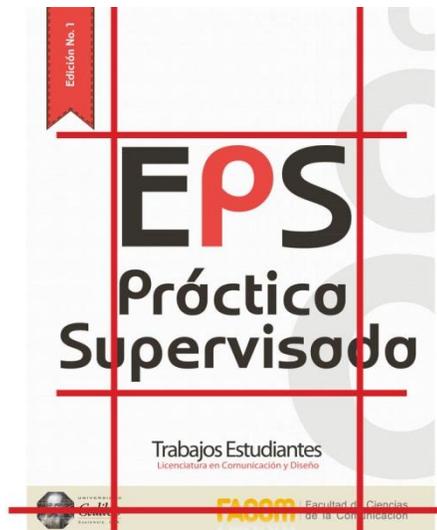
- **Textura**

En este diseño se trabajó textura de fondo color blanco, con balance simétrico de líneas discontinúas horizontales y verticales, que forman cuadros pequeños de 11 pixeles.



- **Diagramación y Balance**

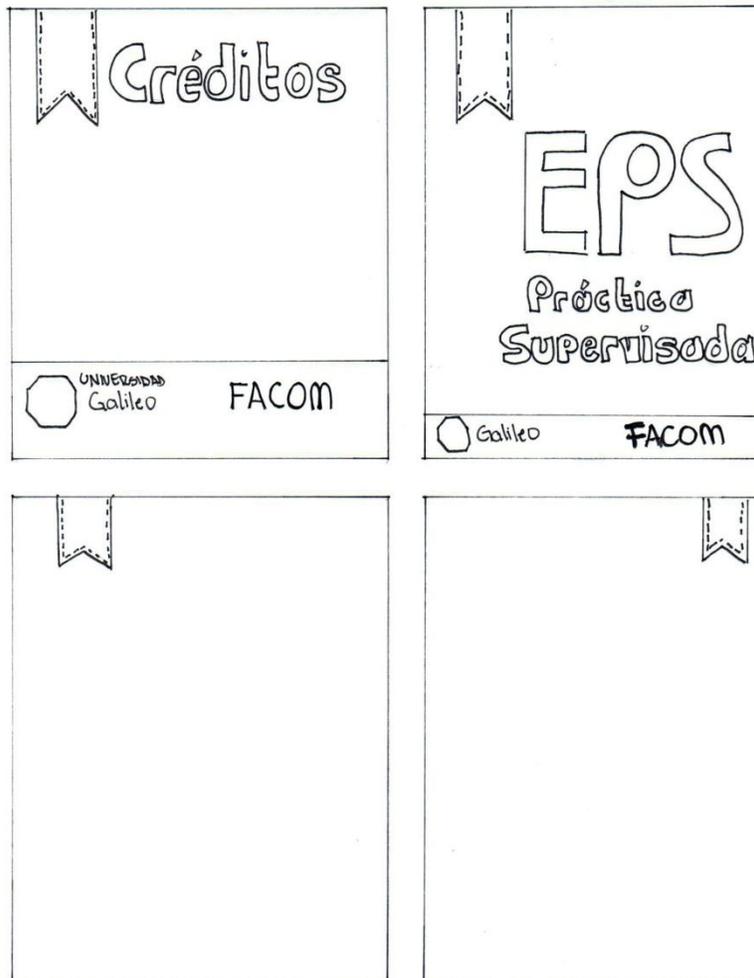
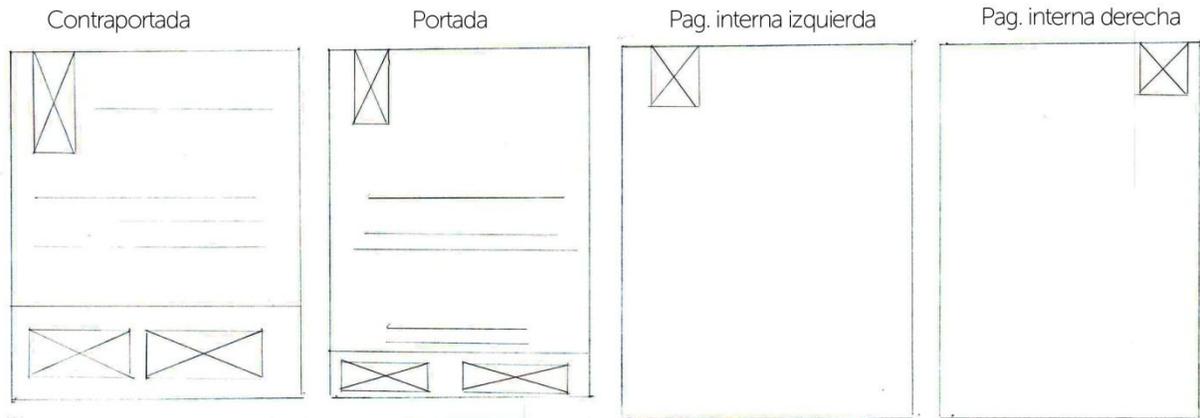
En este diseño, la diagramación se refleja en balance simétrico horizontalmente y vertical. El sentimiento a transmitir es de orden y equilibrio, los ejes que predominan son verticales.



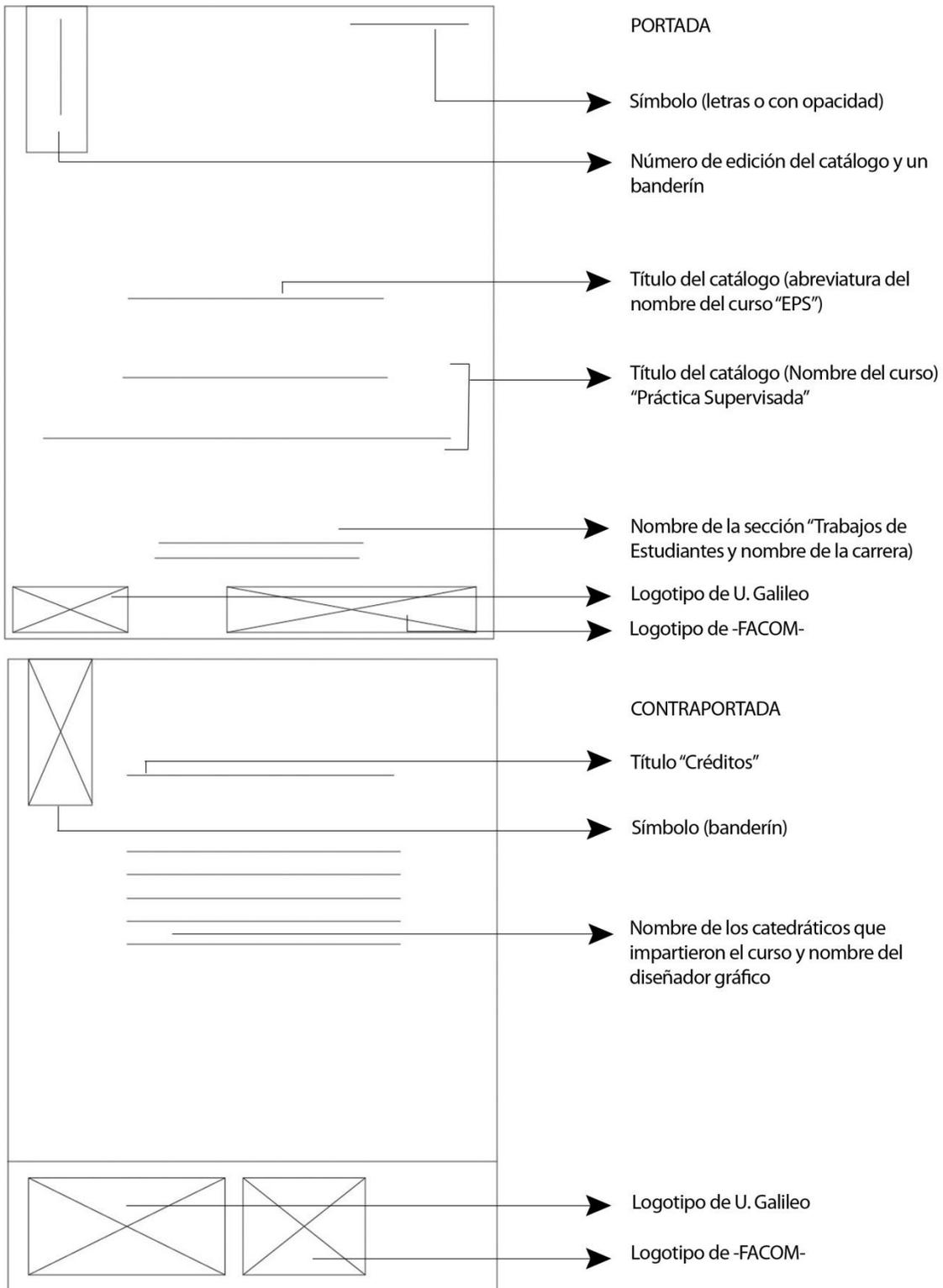
- **Minimalismo**

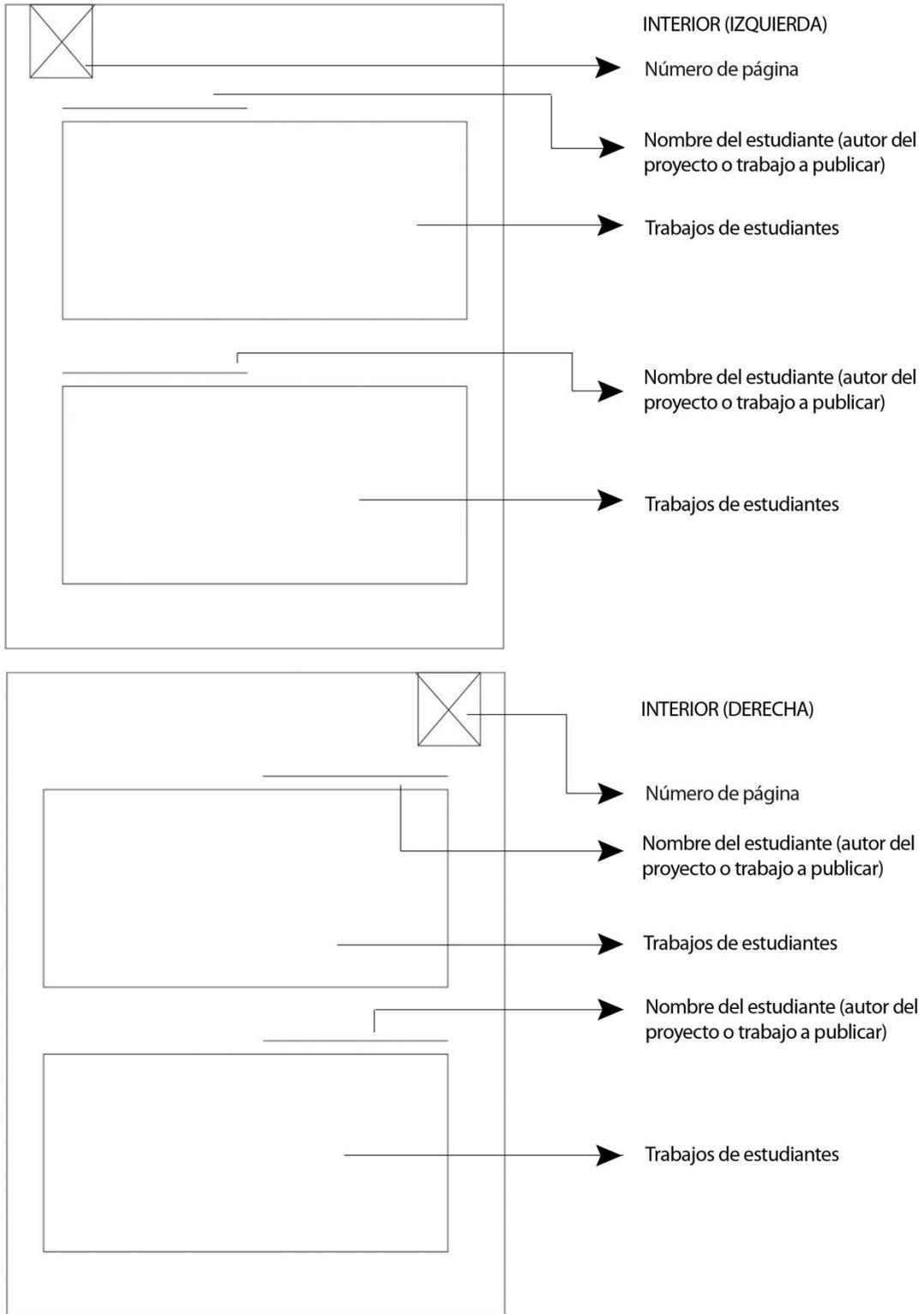
Este diseño fue trabajado con elementos necesarios. El minimalismo se refleja en el orden y tamaño de la tipografía, haciendo presente visualmente simplicidad y elegancia en el diseño, como también presentar los puntos visuales con mayor valor y el resto de elementos como complementarios dentro del diseño.

• **Bocetaje**



• **Bocetaje con indicación y descripción**

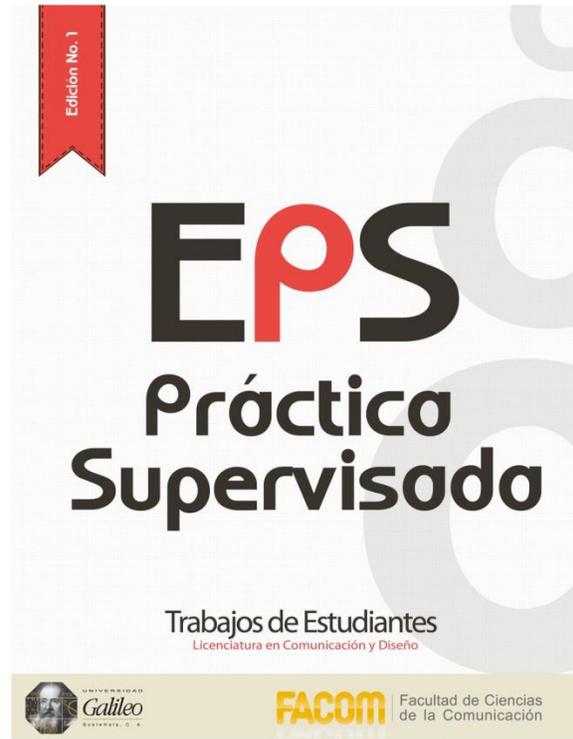




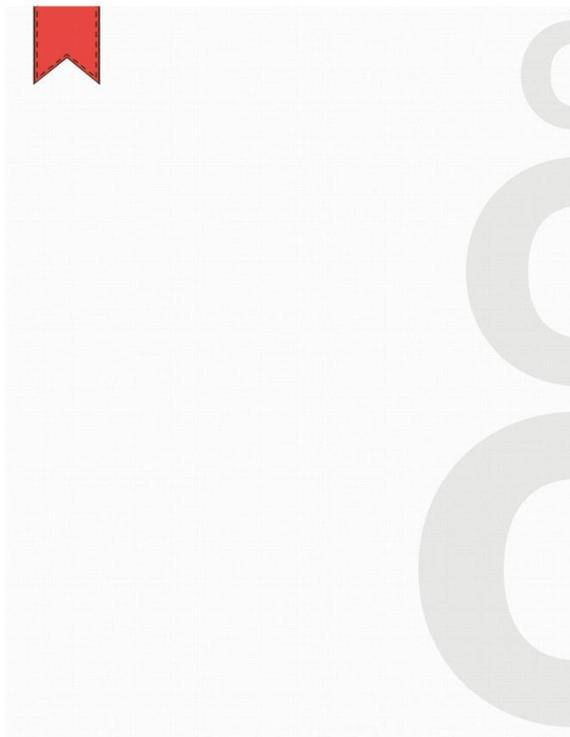
- **Bocetaje digita**



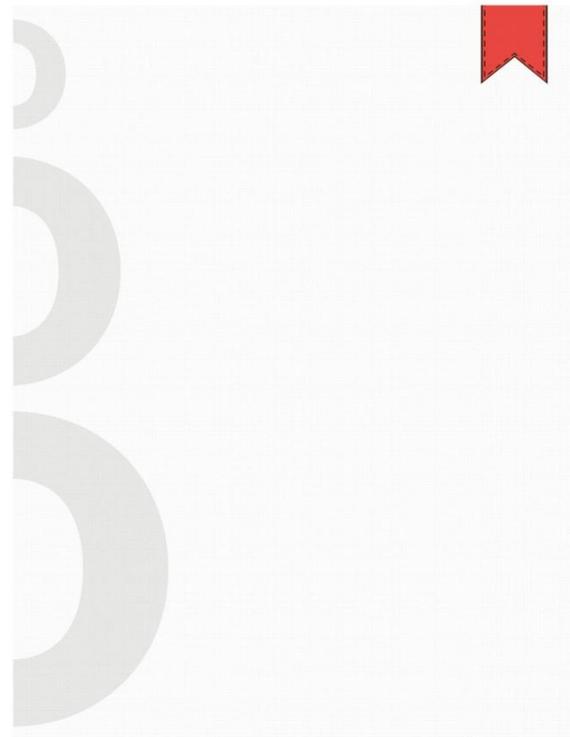
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.4.2 Bocetaje 2

- **Forma**

Se utilizó el tamaño carta, dentro del que contiene diferentes elementos gráficos para complementar de forma visualmente atractiva y tecnológica las diferentes secciones internas que complementan el catálogo.

- **Color**

Entre los diferentes colores a trabajar se muestra un fondo liso de color #f4b925 que contiene un conjunto de círculos de diferentes opacidades color blanco. Dentro de los diferentes elementos a trabajar se presentan pestañas de color negro #000000, al crear un contraste de color con el fondo. Se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo #eae5ce, que se trabaja para posicionar el logotipo de la institución.



- **Tipografía**

El estilo de tipografía a utilizar es LTOksana, esta tipografía es espaciosa y transmite simplicidad, dentro del diseño san-serif el tamaño y grosor del título resalta visualmente, dándole valor primordial al mismo, para el cuerpo del mensaje se trabaja letra lisa san-serif, que es Mayriad Pro. Es letra institucional para Universidad Galileo.



- **Diagramación y Balance**

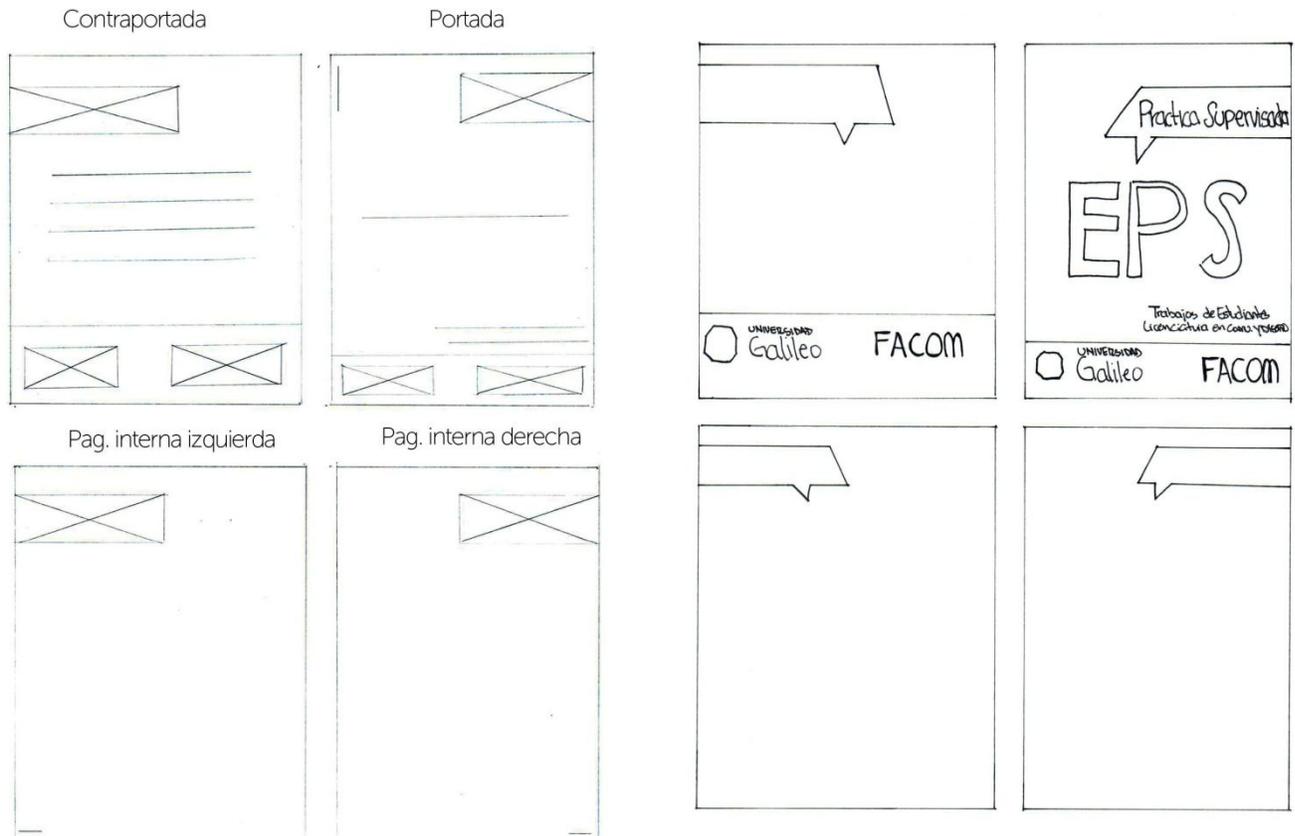
La diagramación de este catálogo presenta simetría horizontal y vertical, los elementos se trabajan en forma de “Z”.



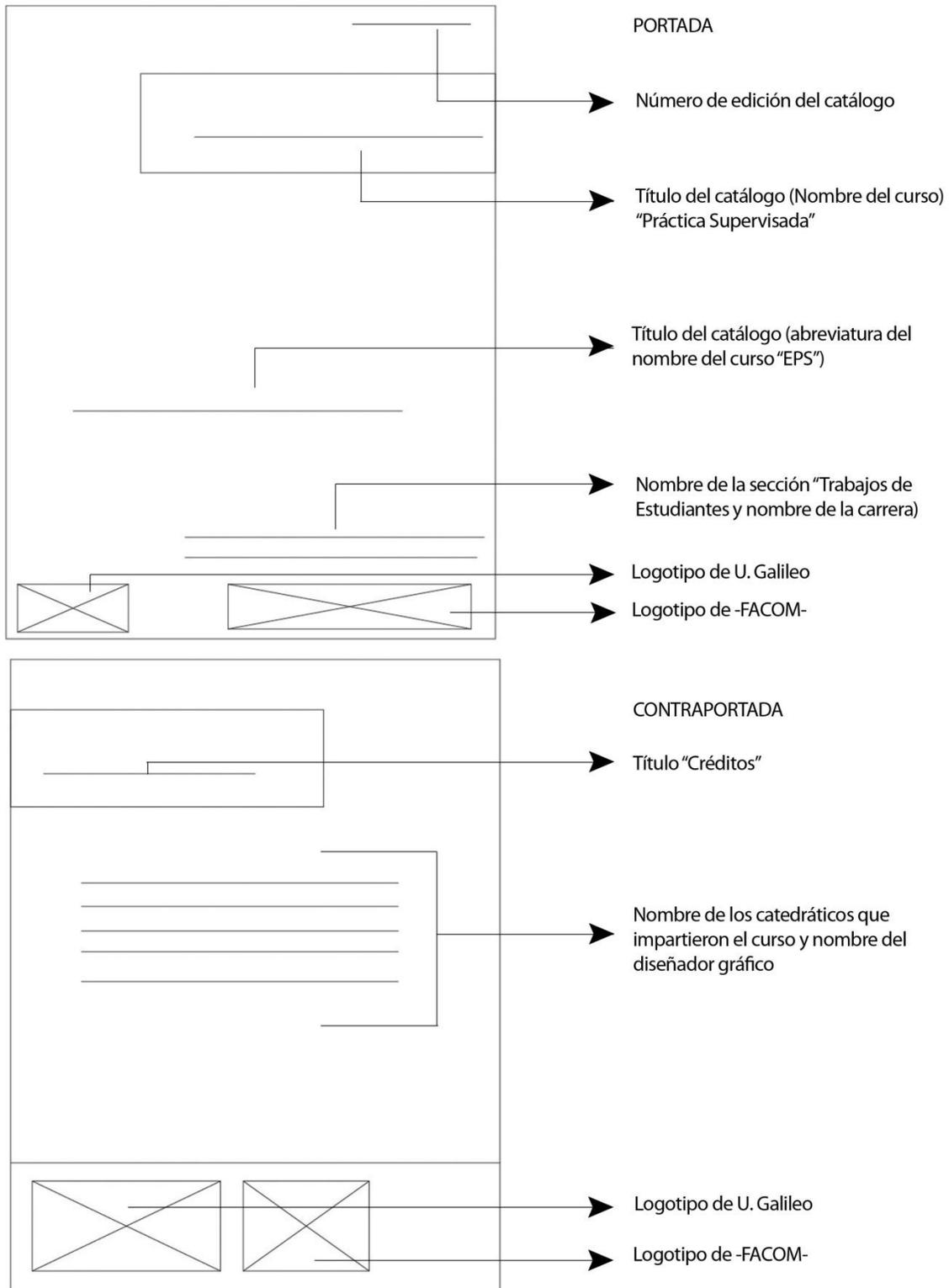
- **Minimalismo**

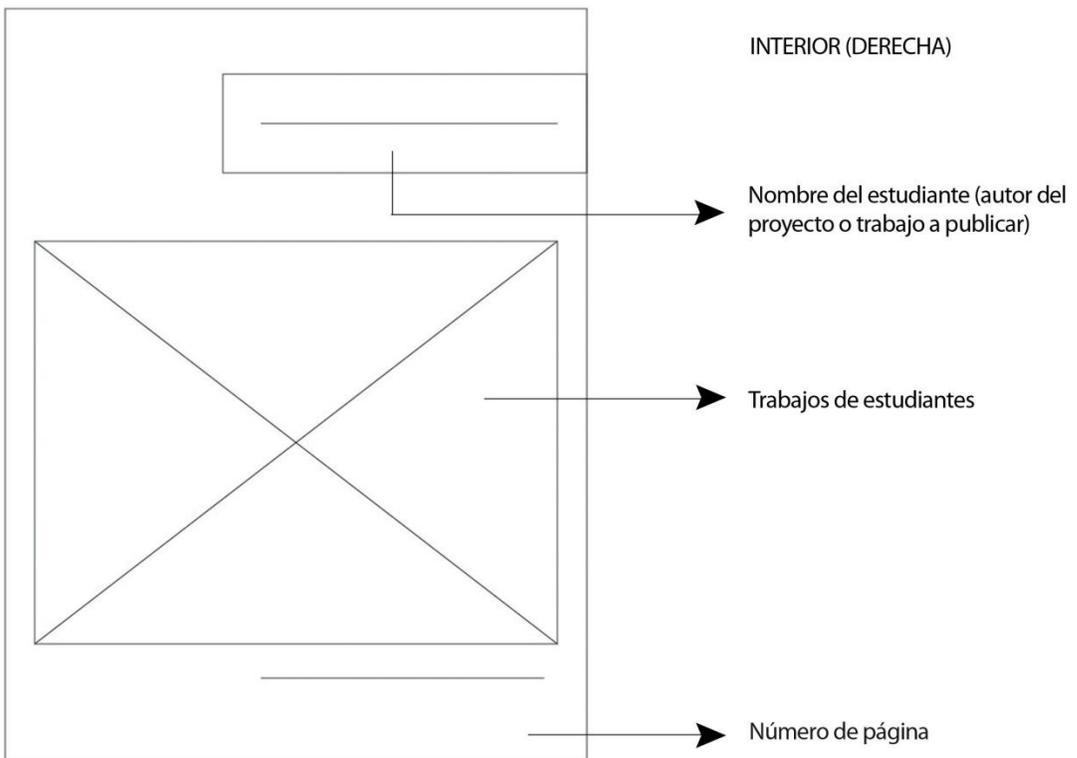
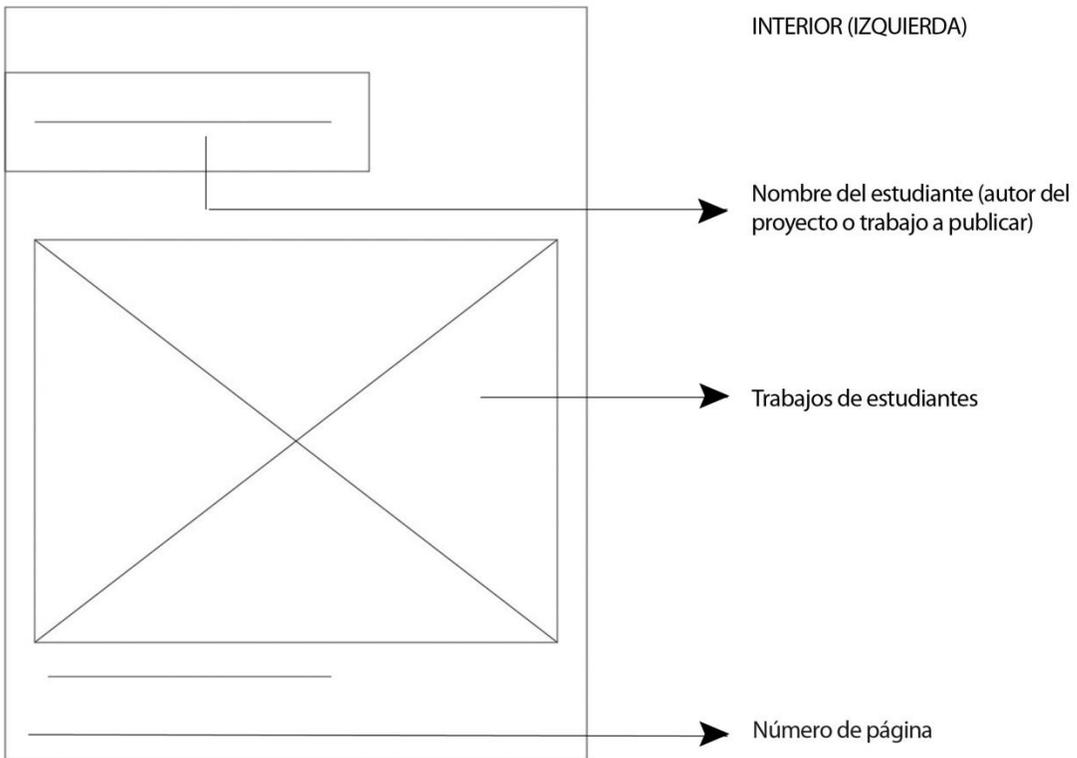
Este diseño se caracteriza por la simplicidad que se hace presente en el estilo de tipografía, y la presencia de contraste de color que transmite elegancia y mantiene presente los elementos de mayor impacto e interés.

- **Bocetaje**



• **Bocetaje con indicación y descripción**

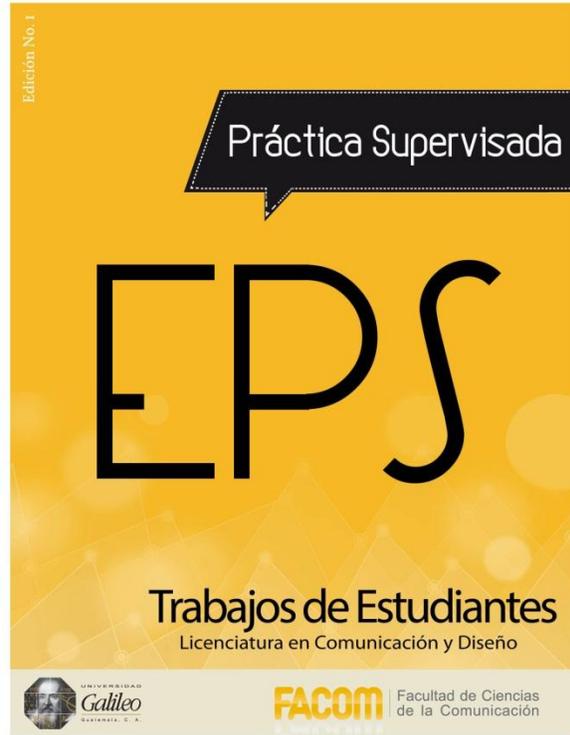




- **Boceto digital**



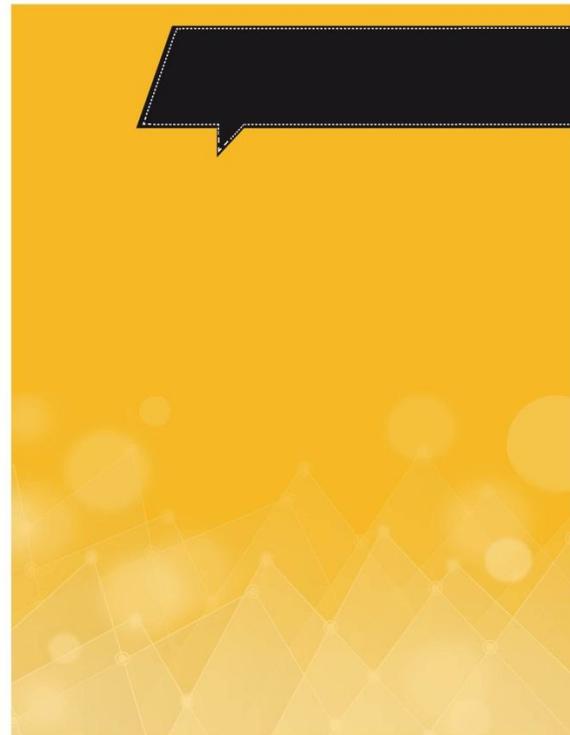
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.4.3 Bocetaje 3

- **Forma**

La forma de este diseño se trabajó de tamaño carta, en él se implementaron diferentes elementos gráficos como el color, el contraste de tono, la tipografía, la diagramación y el balance.

- **Color**

Dentro del diseño se presenta contraste de tono, que se empleó con el fin de diferenciar los elementos. El fondo presente un color naranja limpio #ff9727 y encima del mismo se proyecta tipografía de color #d81a1d con opacidad del 18%. Este se complementó con la presencia del color blanco, para mantener orden y limpieza en el diseño y texto de color negro #000000. Se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo #eae5ce, que se trabaja para posicionar el logotipo de la institución.



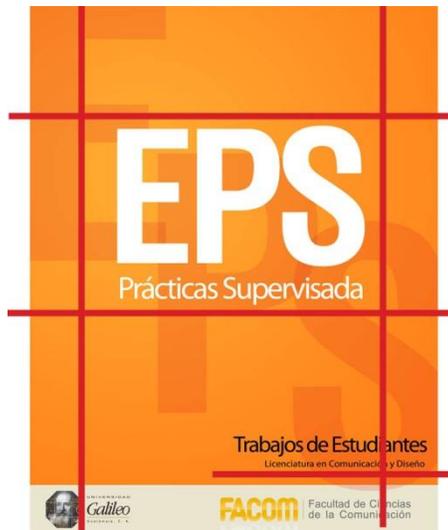
- **Tipografía**

Para los textos, la prioridad a destacar eran las siglas “EPS” y con el complemento del nombre del curso como título secundario. El uso de fuente para este elemento fue BDP FOX, que con sus siglas en mayúscula transmite seguridad, resalta visualmente y le da alto grado de impacto. Para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, que es letra institucional para Universidad Galileo.

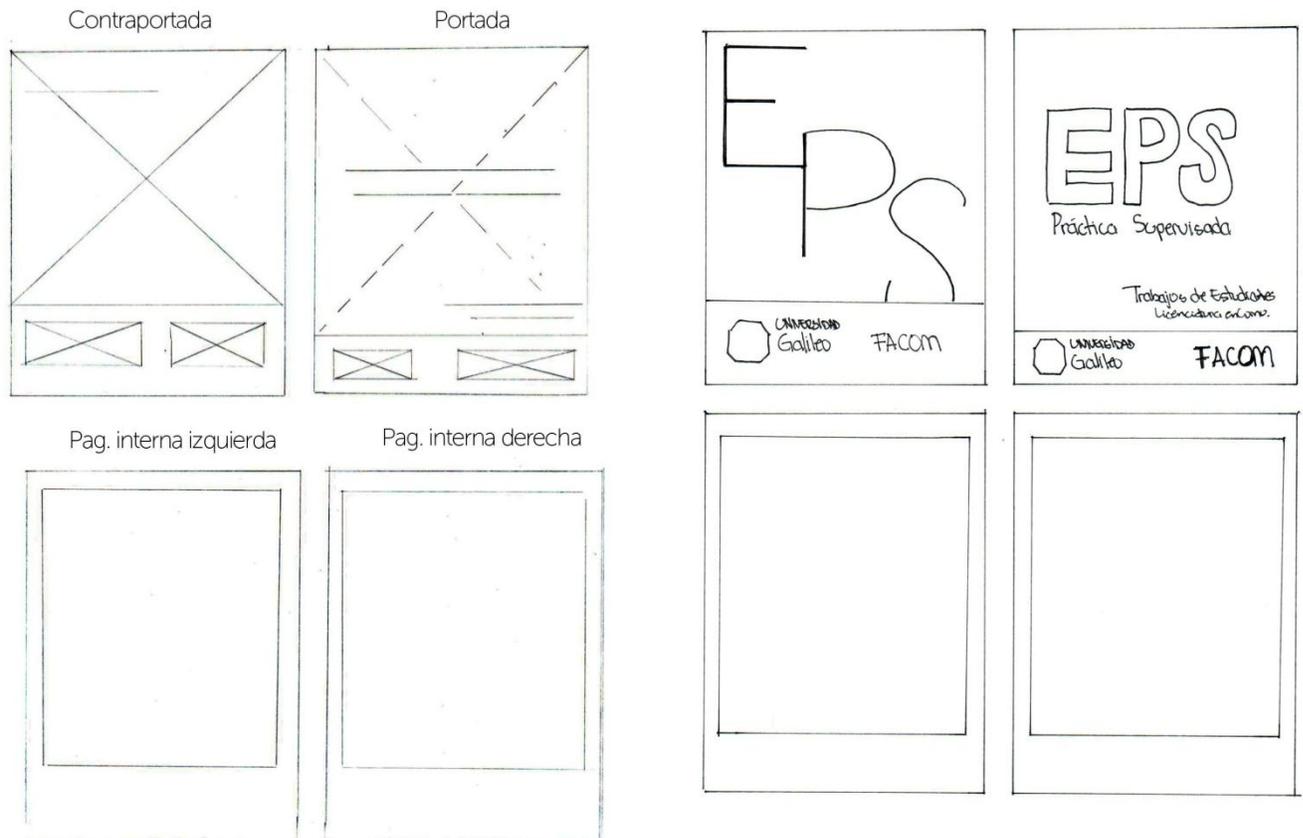


- **Diagramación y Balance**

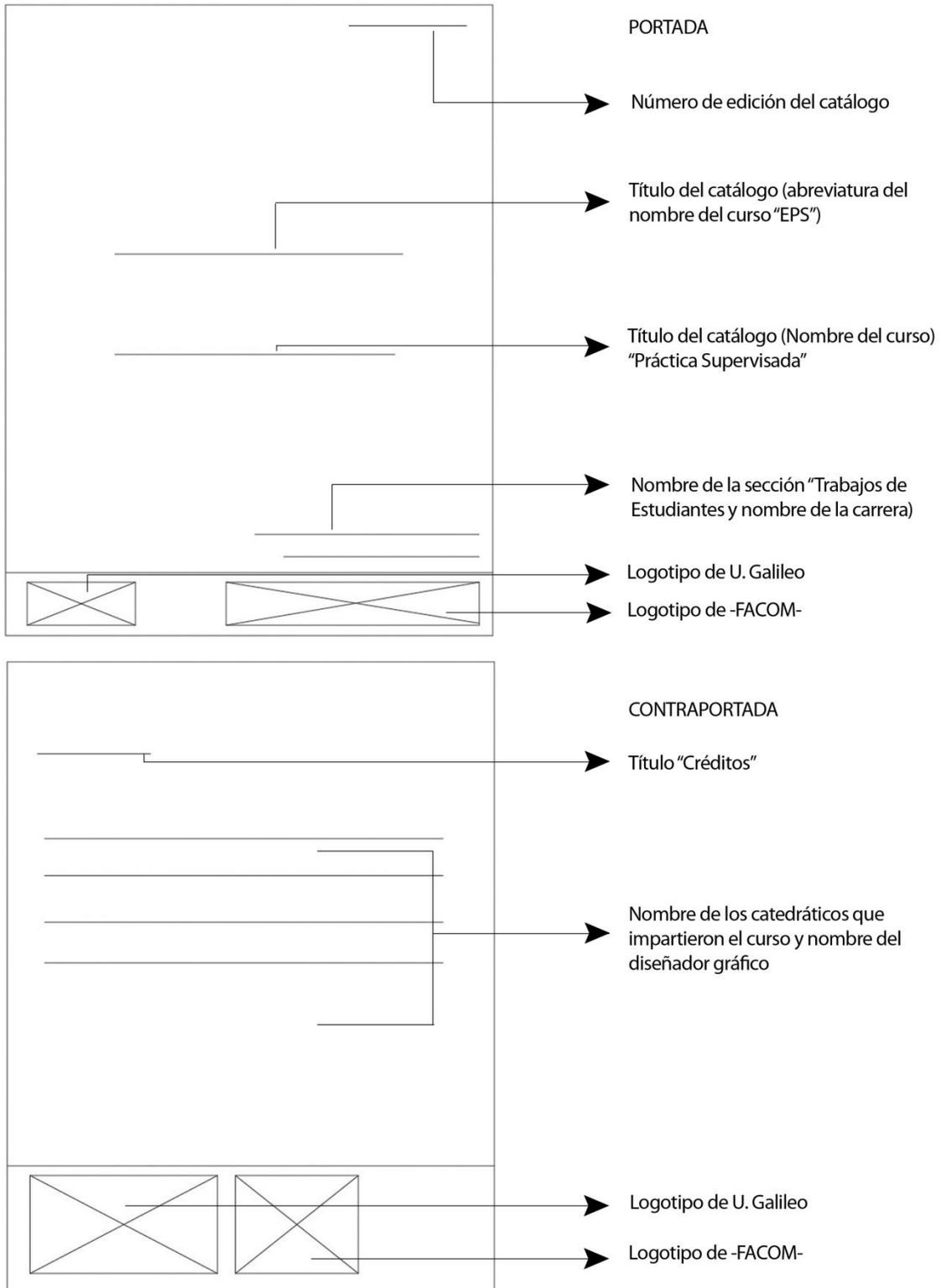
La diagramación para este proyecto es de balance asimétrico, transmite movimiento pero no mantiene un patrón riguroso de posición o tamaños de los mismos. El eje de prioridad está en el centro.

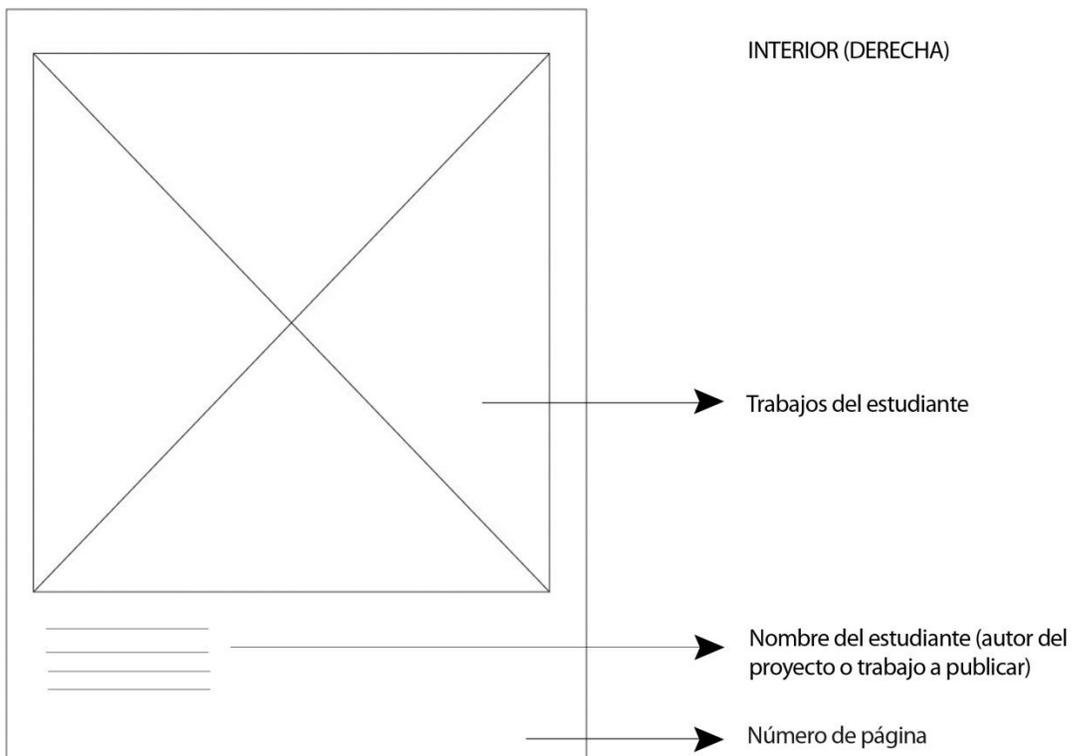
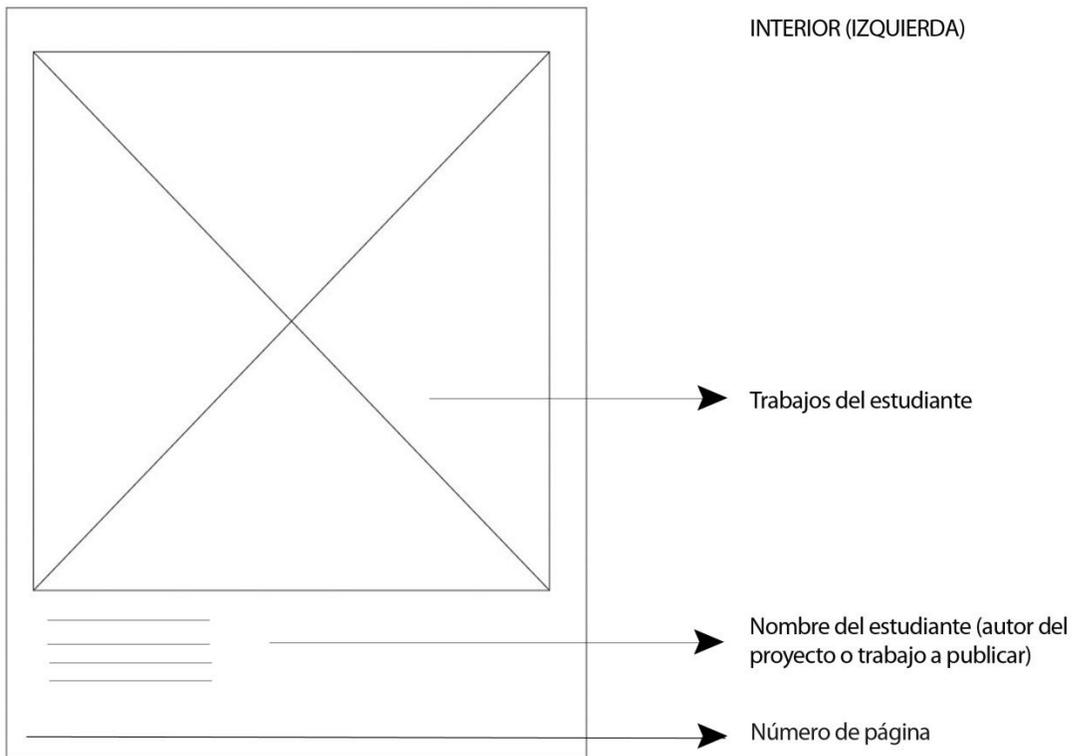


• **Bocetaje**

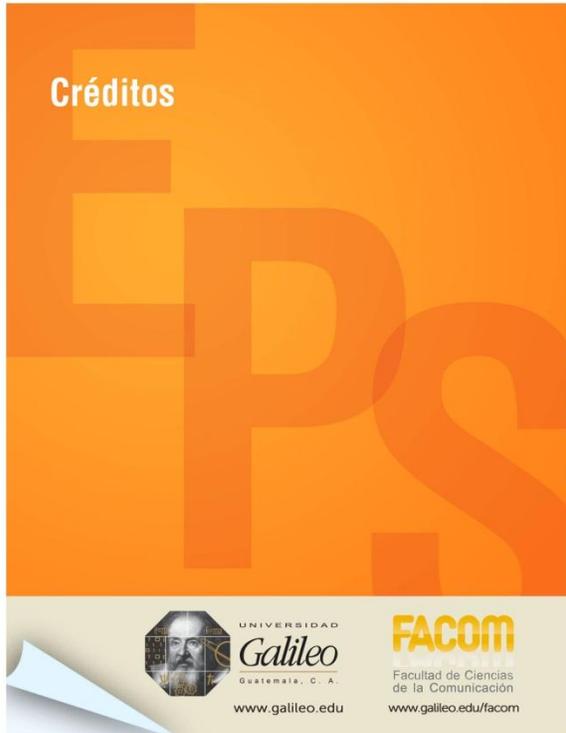


• **Bocetaje con indicación y descripción**





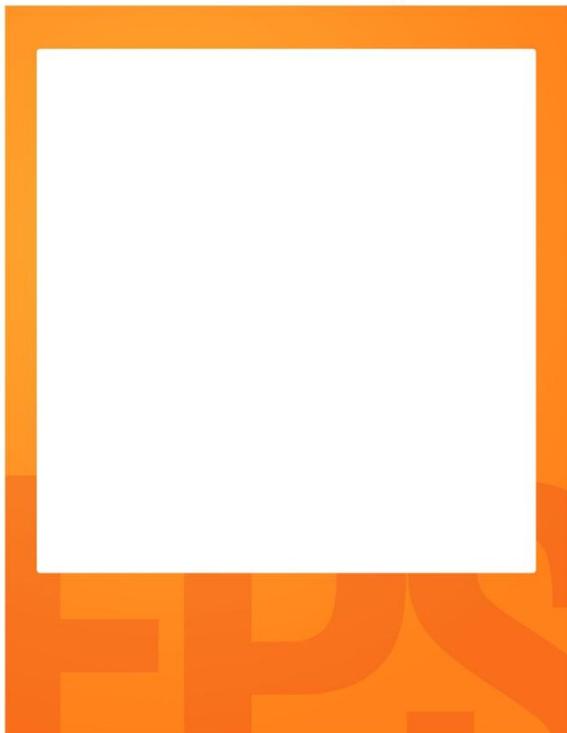
- **Boceto digital**



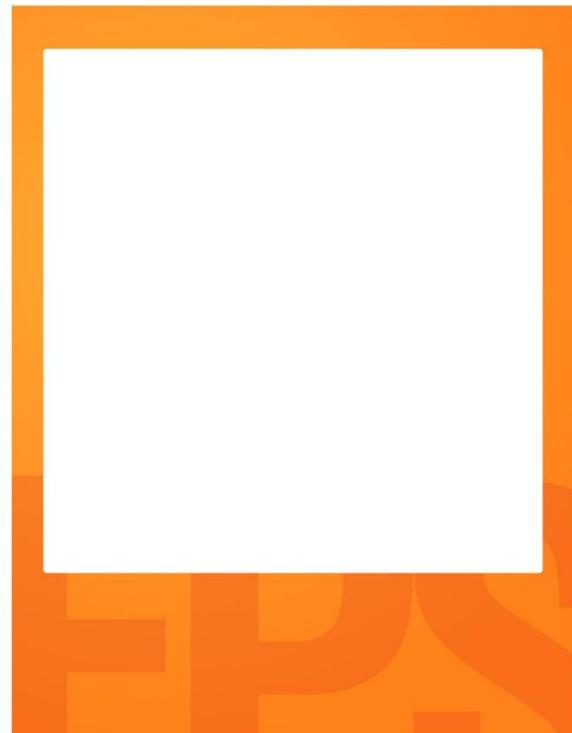
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.5 Fundamentación del catálogo digital “Relaciones Públicas y Diplomáticas”

7.3.5.1 Bocetaje 1

- **Forma**

La forma de este diseño se trabajó en tamaño carta, que presenta diferentes elementos como el uso de símbolos, colores, degrade y tipografía. Dentro del diseño se destaca el tamaño de las formas y tipografías, se trabajó diagramación simétrica y el eje de mayor prioridad visual será la forma centrada.

- **Color**

Dentro de los colores se presenta un degrade de gris como fondo, que contiene los colores #dcdcdc y #ffffff, para el símbolo se trabajó un contraste de color de rojo #c14546 y celeste #00899b con degrade a #29a4b6 y una tipografía de color blanca y otra de color negra. Se mantiene presente el color institucional de Universidad Galileo #eae5ce, que se trabaja para posicionar el logotipo de la institución.



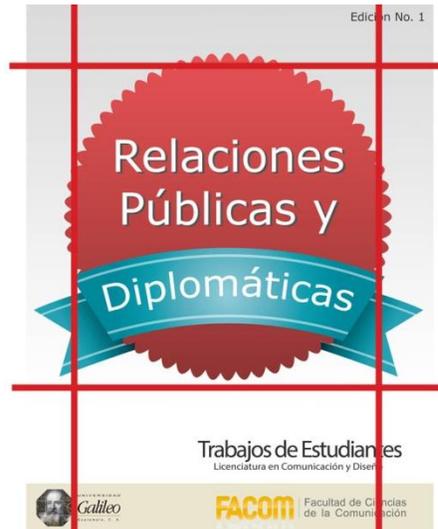
- **Tipografía**

La tipografía a utilizar transmite balance asimétrico, esta fuente llamada Verdana, es con estilo regular, por lo es necesario colocarle un sombreado o doble tipografía con color más claro, para dar la impresión de profundidad que resalta y da enfoque de importante en el título. Para el cuerpo del mensaje se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, que es letra institucional para Universidad Galileo.

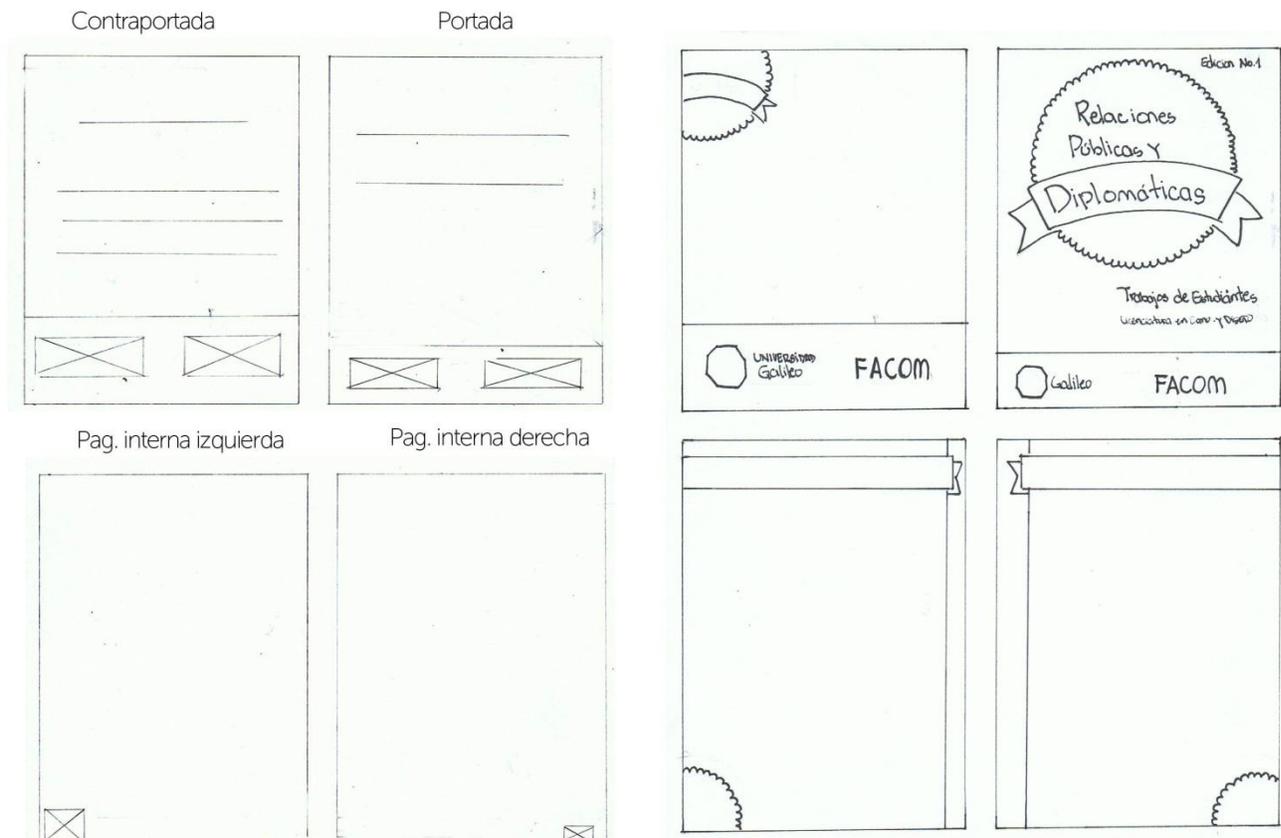
Diplomáticas } Verdana
Trabajos de Estudiantes } Mayriad Pro

- **Diagramación y Balance**

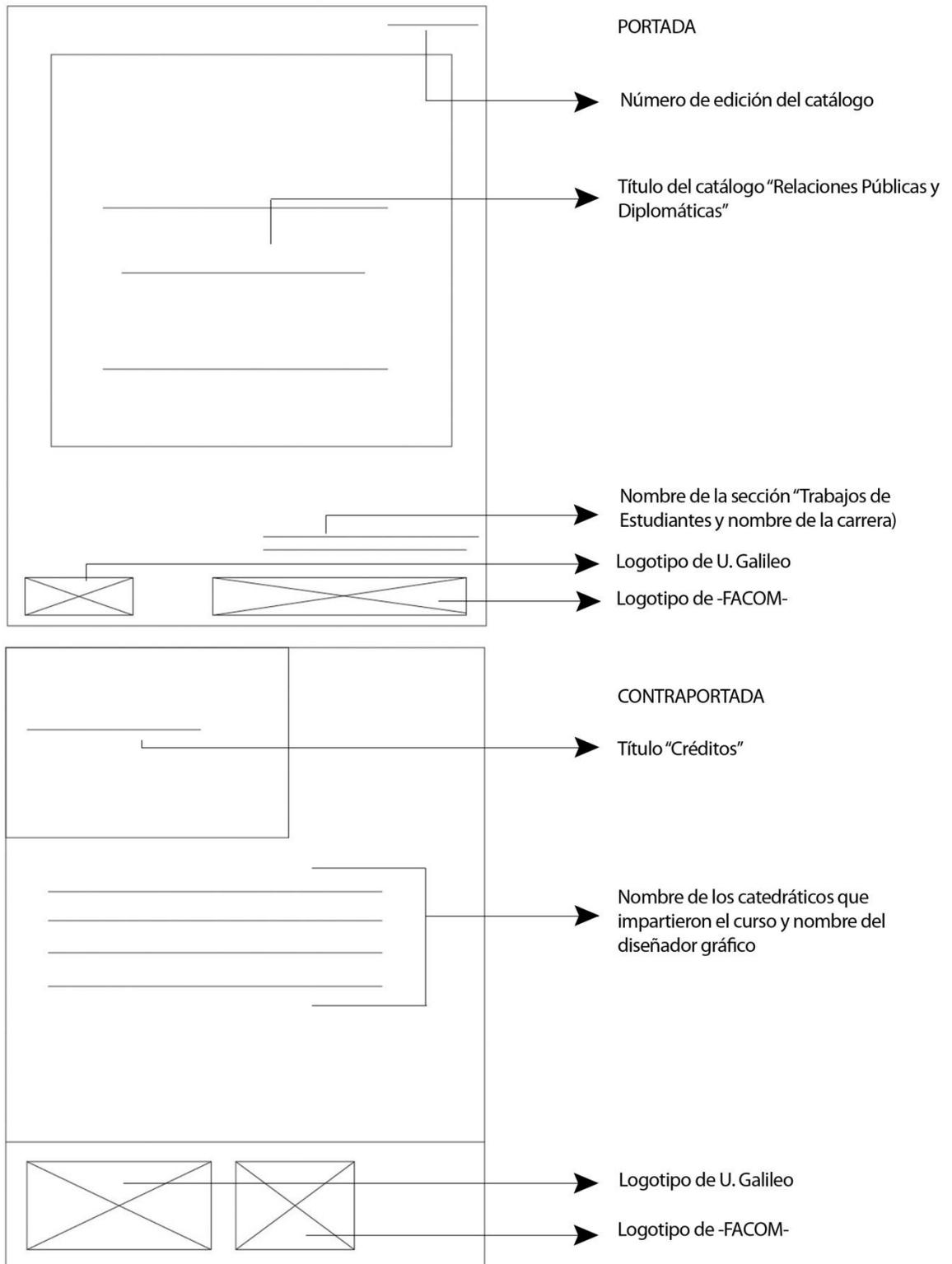
La diagramación de este catálogo presenta simetría horizontal y vertical, el eje se enfoca de mayor precisión en el título, que está dentro de una imagen y va de arriba hacia abajo.

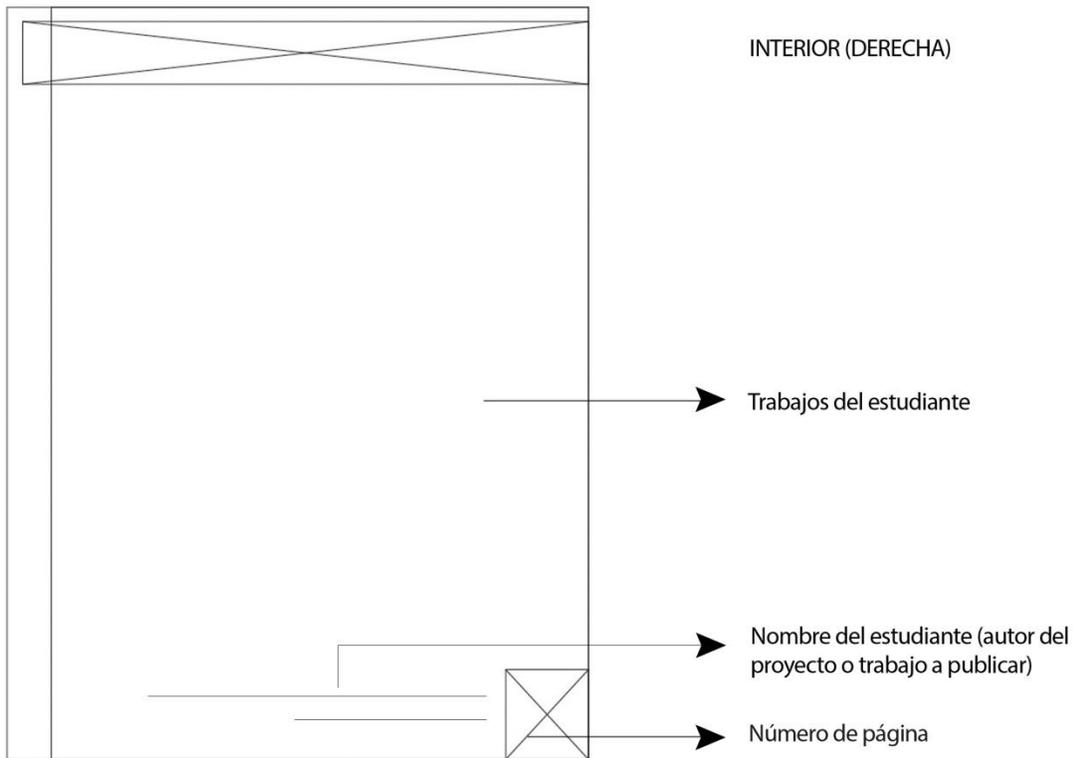
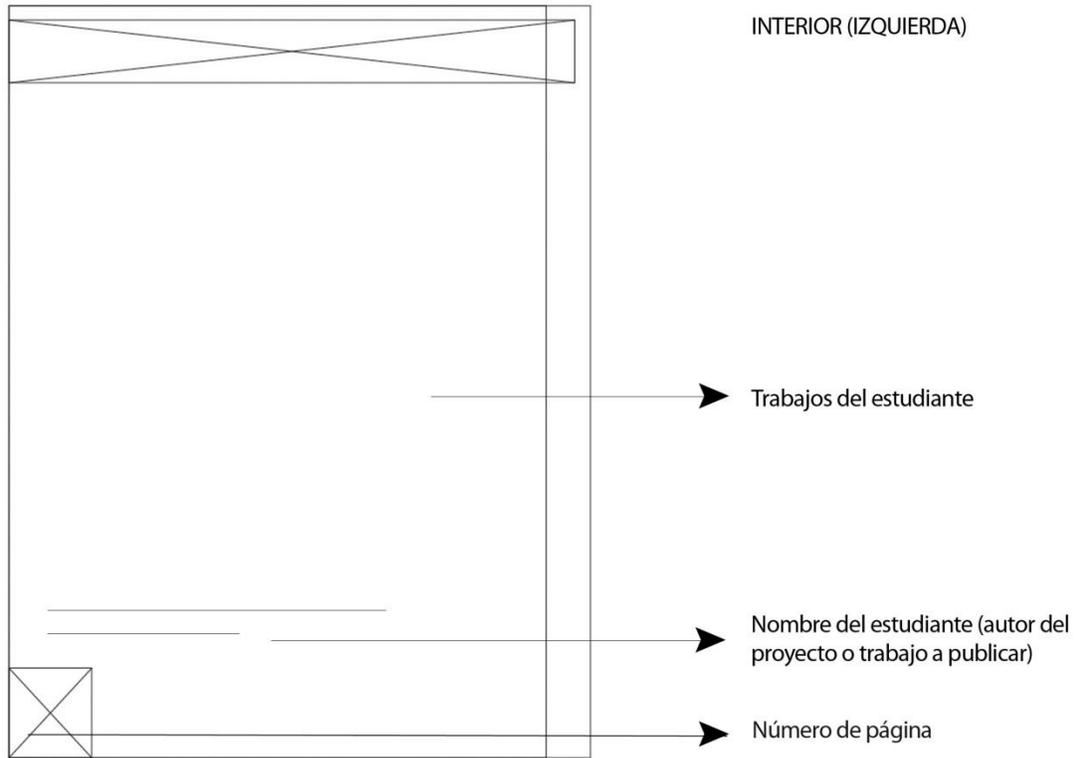


- **Bocetaje**



• **Bocetaje con indicación y descripción**

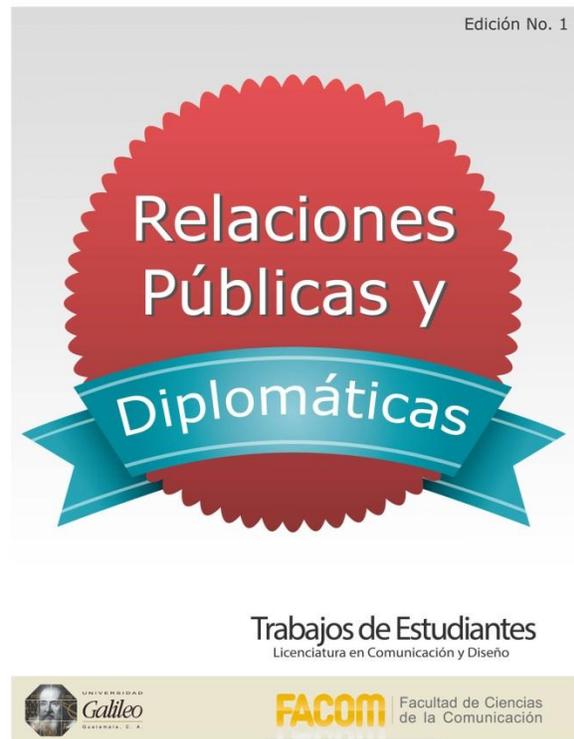




- **Bocetaje digital**



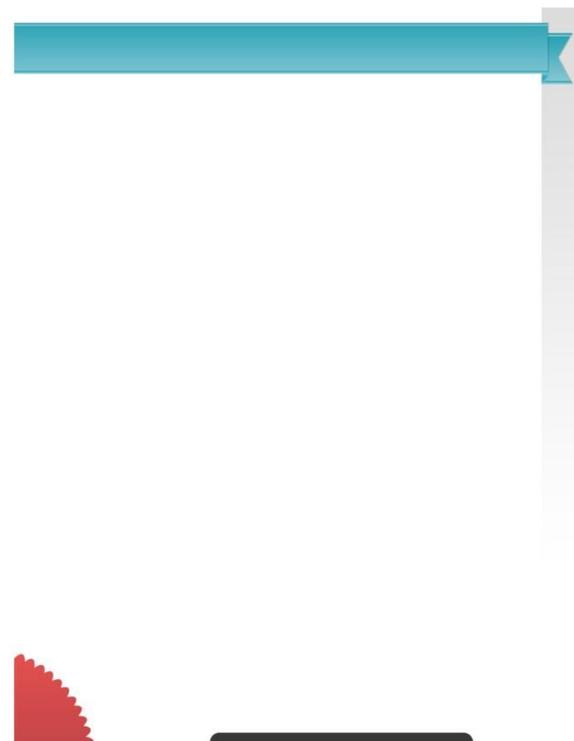
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.5.2 Bocetaje 2

- **Forma**

Se trabajó en formato carta, para el diseño se usaron colores fríos y el uso de contraste con colores pasteles, elementos de vectores, líneas punteadas y texto fácil de interpretar, para transmitir visualmente el objetivo del curso.

- **Color**

En el diseño se trabajó de fondo un degrade color pastel celeste #d6edfe, dentro del título se trabajó el color turquesa oscuro #044f5a, para resaltar este mismo se trabajó en las secciones internas. En los elementos vectoriales se trabajó un contraste de color aqua #06d1ef, blanco y turquesa oscuro #044f5a, para resaltar puntos de la diagramación y apoyo en unidad visual. Se mantiene presente el color #eae5ce institucional de Universidad Galileo, en el pie de página.



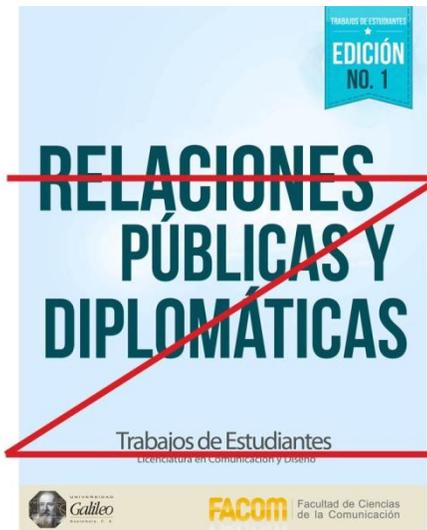
- **Tipografía**

La tipografía que se utilizó es Bebas Neue, es una tipografía san-serif, gruesa y con orillas cuadradas, trabajan una posición centrada que da orden de prioridad entre la tipografía del título y el complemento de texto, que se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, es letra institucional para Universidad Galileo.



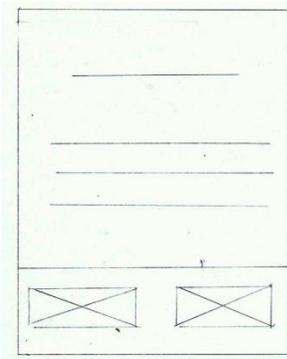
- **Diagramación y Balance**

Se trabajó con retícula que enfoca visualmente al centro del diseño, esto ayuda a transmitir equilibrio, dirección y profundidad. Dentro de la presencia del balance se refleja simetría horizontal y vertical "Z".

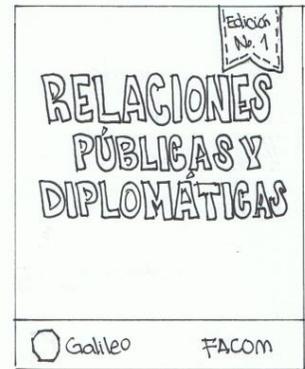
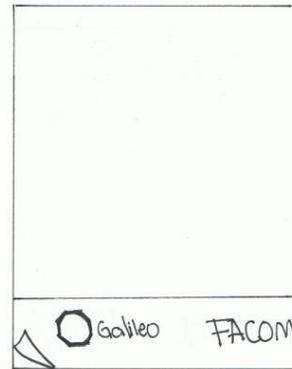
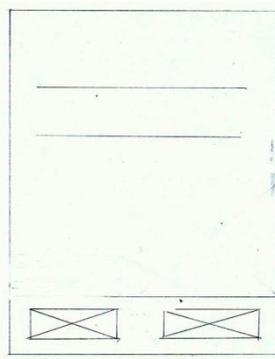


• **Bocetaje**

Contraportada



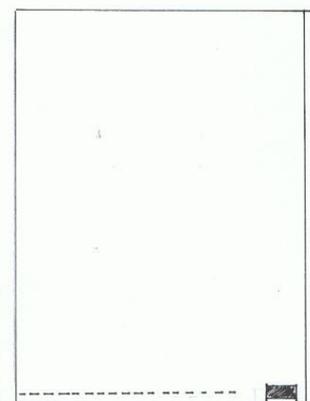
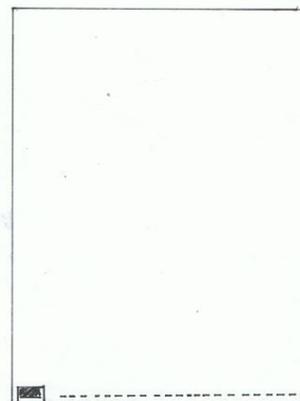
Portada



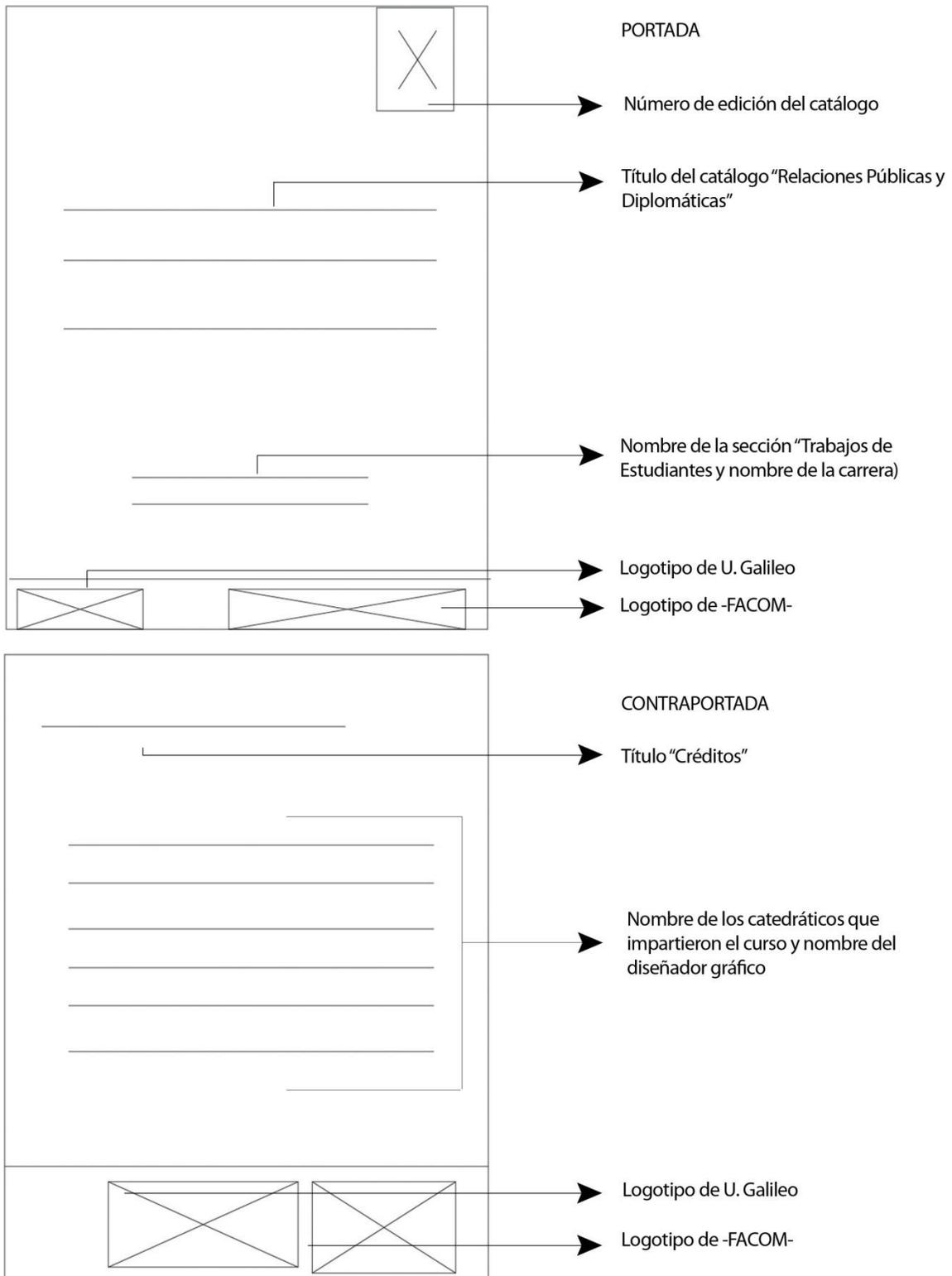
Pag. interna izquierda

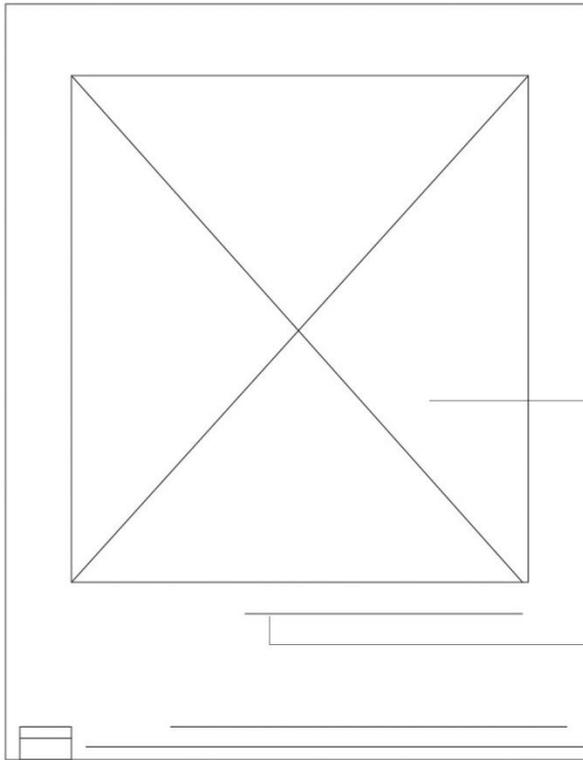


Pag. interna derecha



• **Bocetaje con indicación y descripción**



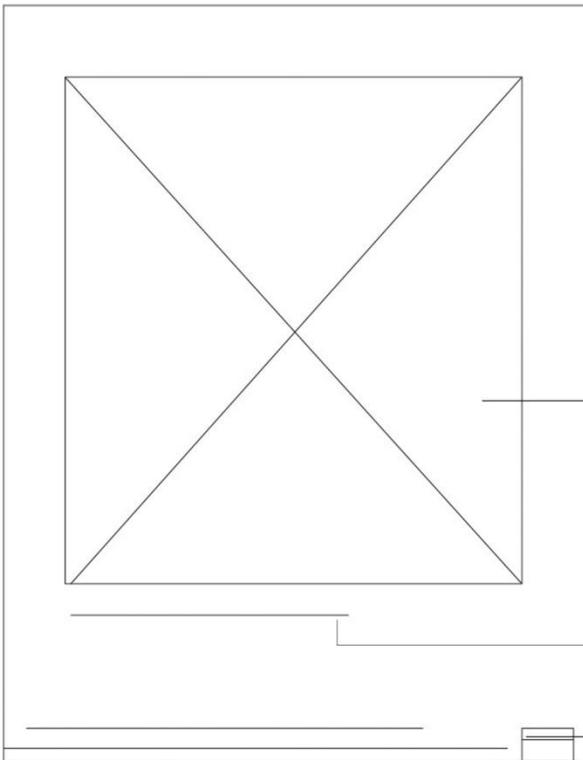


INTERIOR (IZQUIERDA)

Trabajos del estudiante

Nombre del estudiante (autor del proyecto o trabajo a publicar)

Número de página



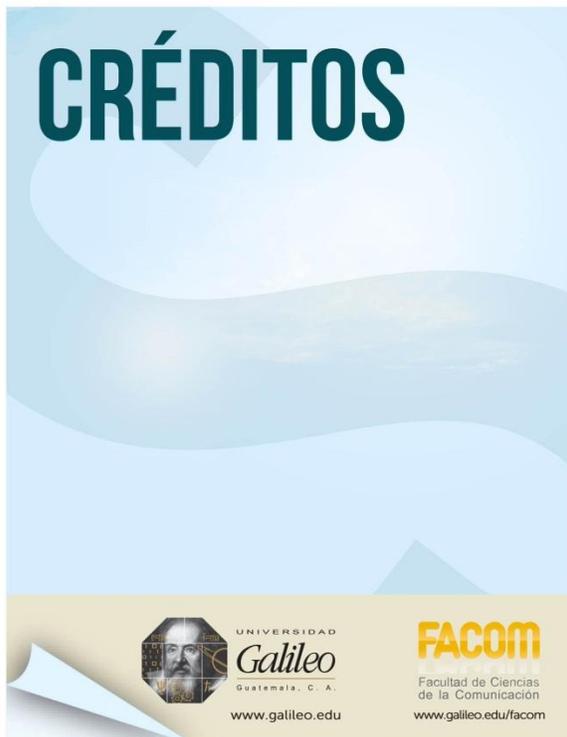
INTERIOR (DERECHA)

Trabajos del estudiante

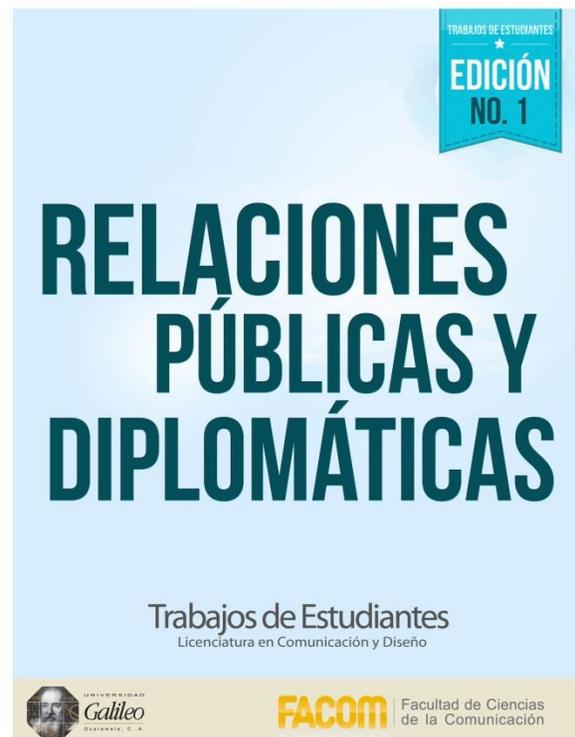
Nombre del estudiante (autor del proyecto o trabajo a publicar)

Número de página

- **Bocetaje digital**



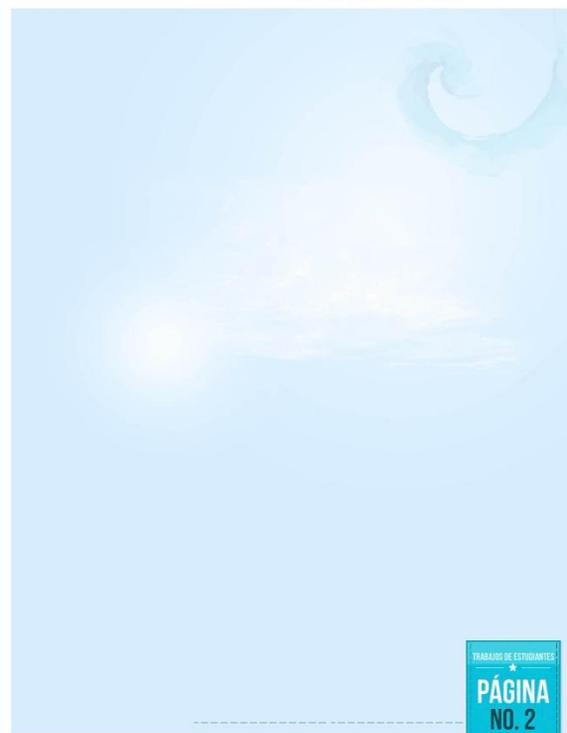
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.5.3 Bocetaje 3

- **Forma**

Se utilizó el tamaño carta como base de la diagramación, con la presencia del contraste de tono claro-oscuro, tipografía san-serif y balance asimétrico en los elementos y tipografía.

- **Color**

Se trabajó con un contraste de color claro oscuro, en la parte superior se colocó el color azul en degrade de # 0f5a89 a # 0f9ee7, el color de elementos gráficos y tipografía es de color # 313131. Se trabajó como fondo un degrade de gris # e6e7e8 y elementos de vectores de contraste de color. Se mantiene presente el color #eae5ce institucional de Universidad Galileo, en el pie de página.



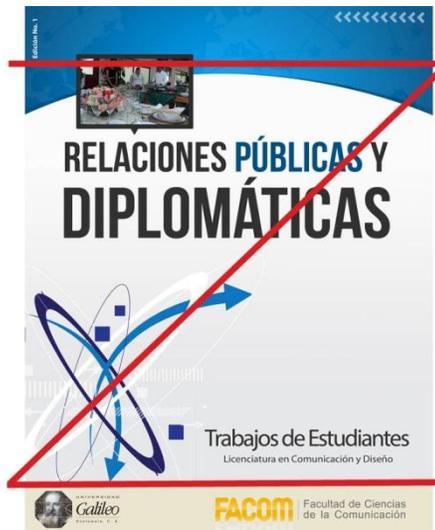
- **Tipografía**

La tipografía que se utilizó es Bebas Neue, es san-serif, gruesa y con orillas cuadradas, trabajan una posición centrada que dan orden de prioridad entre la tipografía del título y el complemento de texto, que se trabajó letra lisa san-serif, que fue Mayriad Pro, es letra institucional para Universidad Galileo.

RELACIONES PÚBLICAS]	BEBAS NEUE
Trabajos de Estudiantes]	Mayriad Pro

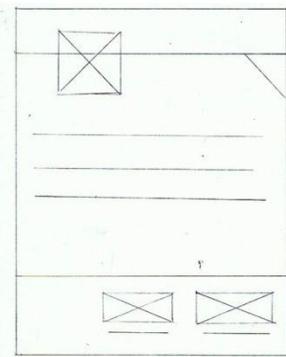
- **Diagramación y Balance**

Se trabajó una diagramación con lectura en “Z” que apoya visualmente una secuencia, presenta elementos en balance asimétrico, que resalta y destaca visualmente.

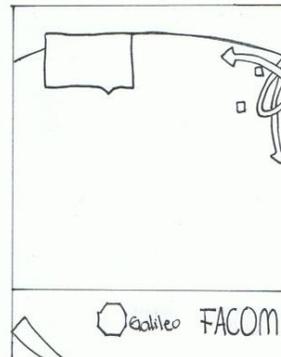
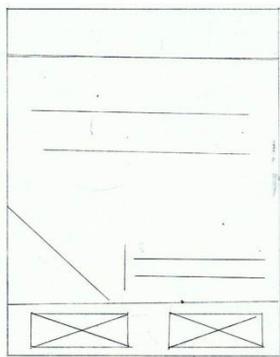


• **Bocetaje**

Contraportada



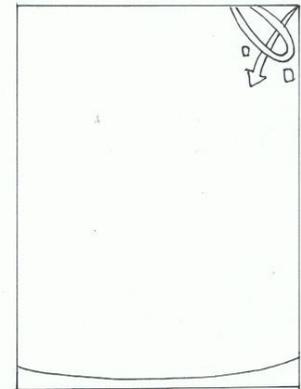
Portada



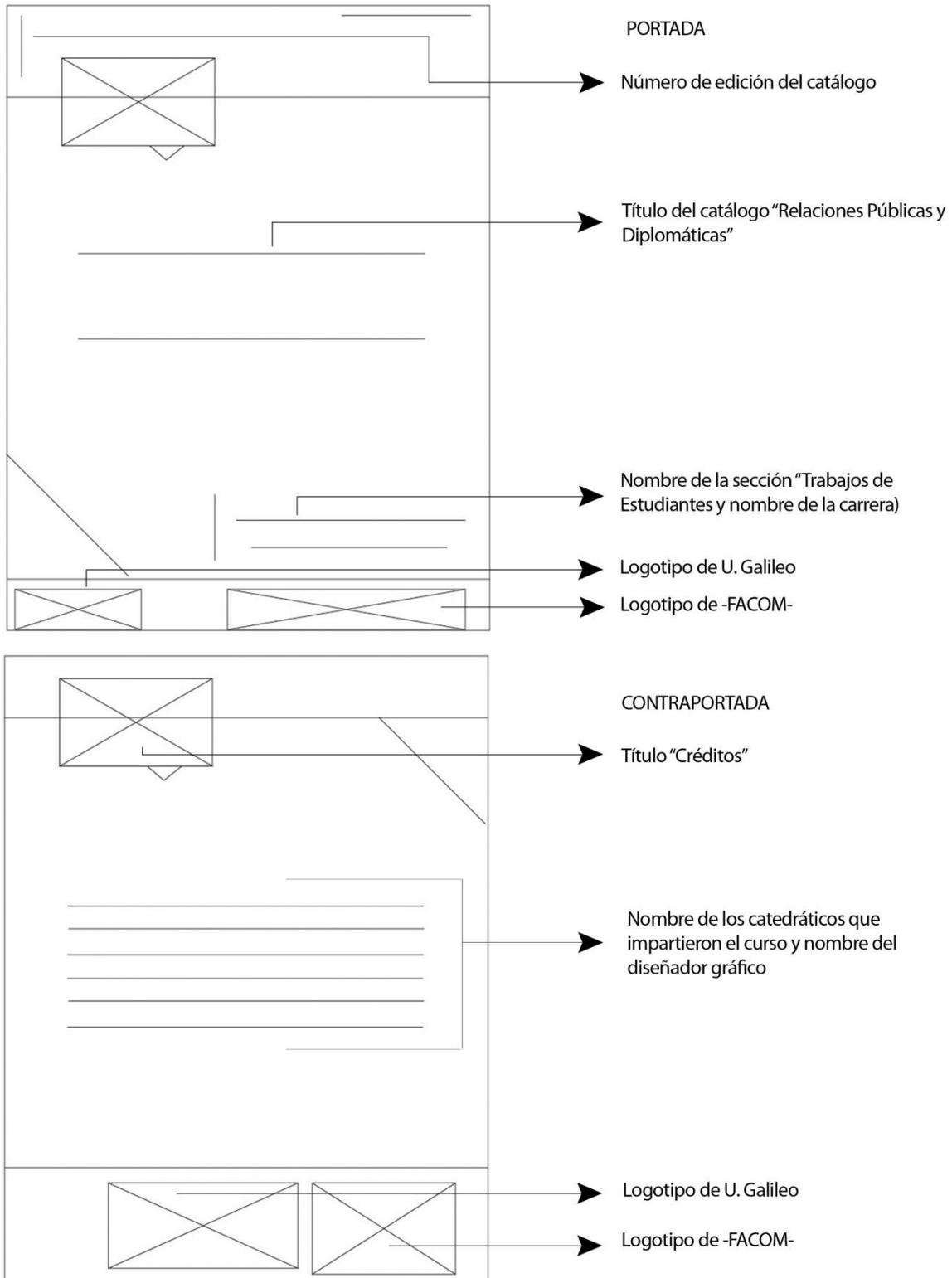
Pag. interna izquierda

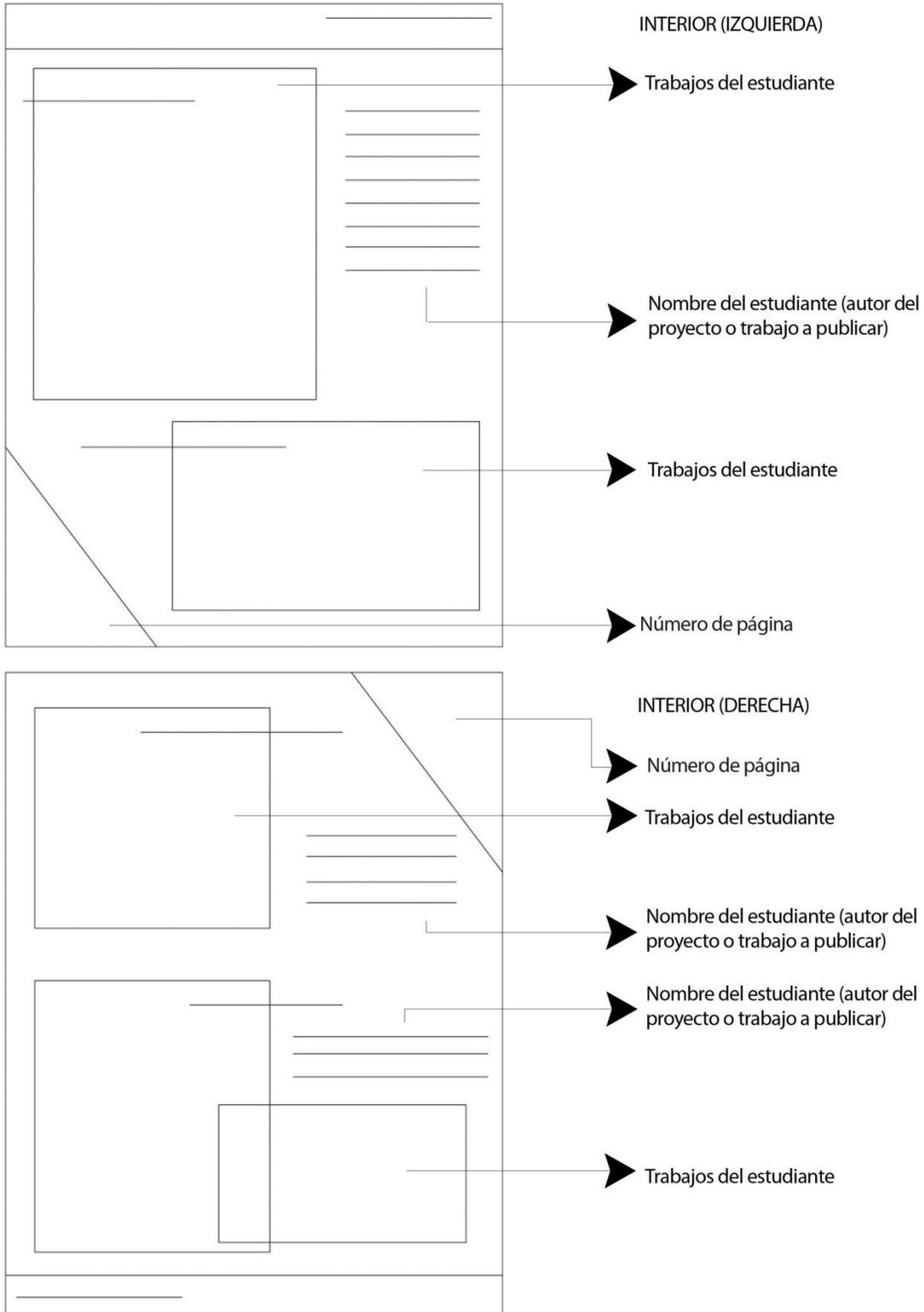


Pag. interna derecha

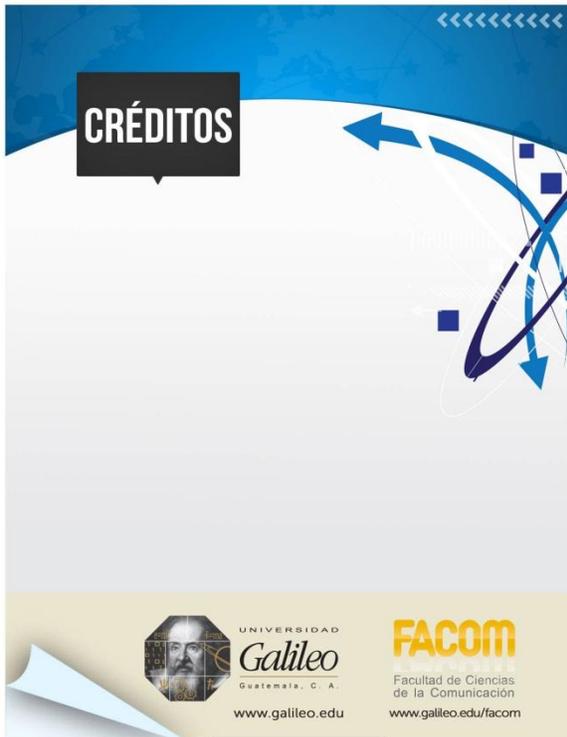


• **Bocetaje con indicación y descripción**

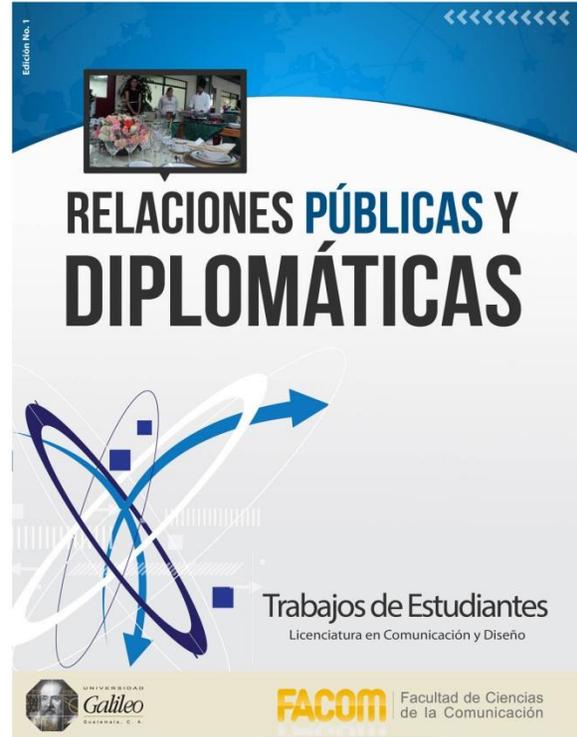




- **Bocetaje digital**



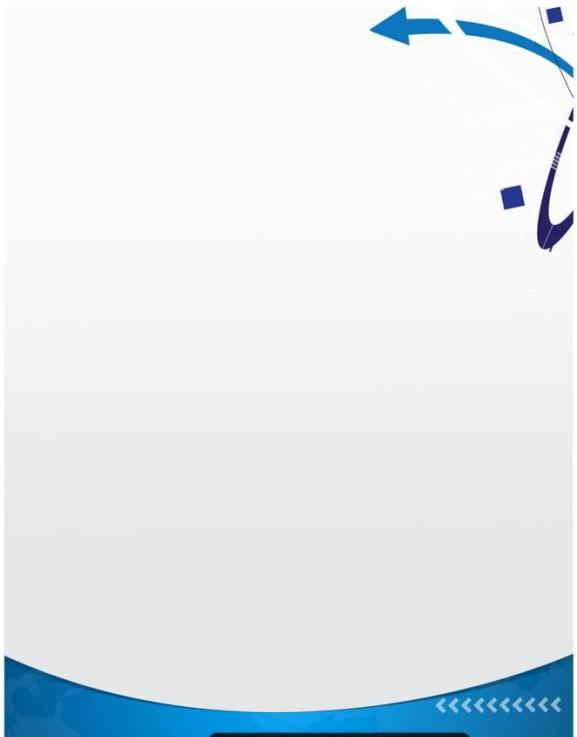
Contraportada



Portada



Pág. Interior izquierda



Pág. Interior derecha

7.3.6 Tabla de Requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Escoger una línea de color que fusione el tema del curso con la identidad institucional y se pueda identificar cada catálogo.	Ilustrador y Photoshop: recuadros de colores RGB, degradados, destellos, sombras, etc.	Tranquilidad
Tipografía	Aplicar una jerarquía visual entre el título, slogan y contenido de los catálogos.	Ilustrador y photoshop: Una variedad de estilos de letras según el curso a diagramar, combinación serif y san-serif.	Orden
Textura gráficas	Demostrar superficies con un grano sutil, suciedad, arañazos, papeles desgastados y, como no mucho hendido, mostrando una interacción con objetos físicos en los dispositivos táctiles	Ilustrador y Photoshop: utilizando combinación de colores o brusher de textura prediseñada o diseño de un grano sutil, suciedad, arañazos o papeles desgastados.	Profundidad
Costura	Incluir diseño de apariencia de costura con sombra para dar la sensación natural.	Ilustrador: diseño de costura aparece a menudo como resultado del juego de bordes y variedad de puntadas, que en toda regla se ve reforzada con la aparición de sombras y otros efectos para dar la sensación de 3D. Se aplican en ciertas texturas: tela, cuero y granulosidad.	Realismo
Bordes en Zig Zag	Imaginar bordes con un efecto tan fascinante que en ocasiones olvidamos la aplicación de los bordes rectos.	Ilustrador: bordes ondulados, rectos o bordes en zigzag.	Movimiento
Ribbons (cintas)	Dramatizar los catálogos identificando con cintas ciertos catálogos que le darán elegancia y profundidad en el área a trabajar.	Ilustrador: diseño de cinta de forma de tenedor de dos picos en uno o ambos extremos y cintas con doble pliegue, que aumentan la sensación de profundidad.	Dinamismo
Planos	Ilustrar figuras de imágenes o vectores que representen objetos reales de las portadas e interiores de los catálogos.	Ilustrador y photoshop: uso de imágenes y vectores en jpg o png.	Unión

7.4 Propuesta preliminar

- **Catálogo de Comunicación**

A continuación presentamos la propuesta preliminar del curso de Comunicación. Este diseño se presenta en formato tamaño carta con resolución, este diseño tiene que pesar menos de 100MB. Debido a que este PDF se presentará en formato web, por medio de la herramienta ISSUU, que tiene como característica la navegación fácil y rápida del PDF, presentándolo en formato de revista o catálogo electrónico.

Formato: PDF, tamaño carta, 5.15MB, color: RGB Resolución: 300px







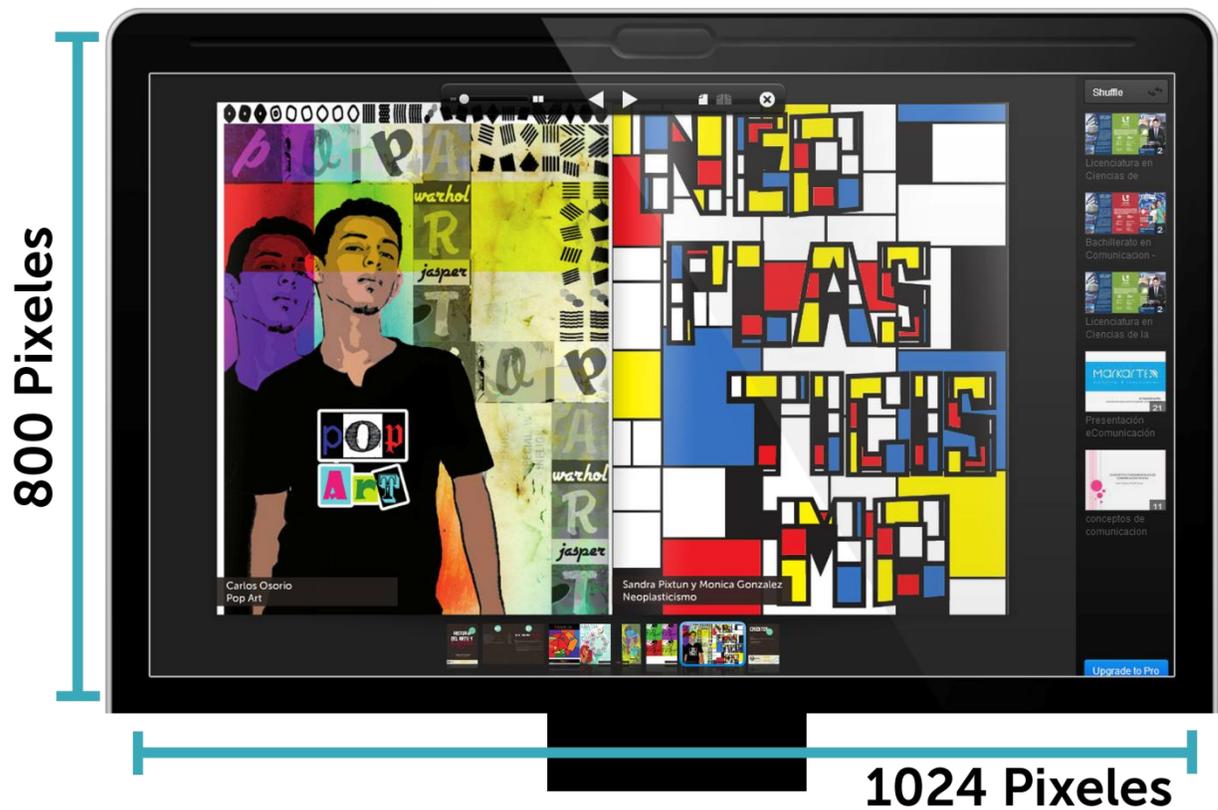
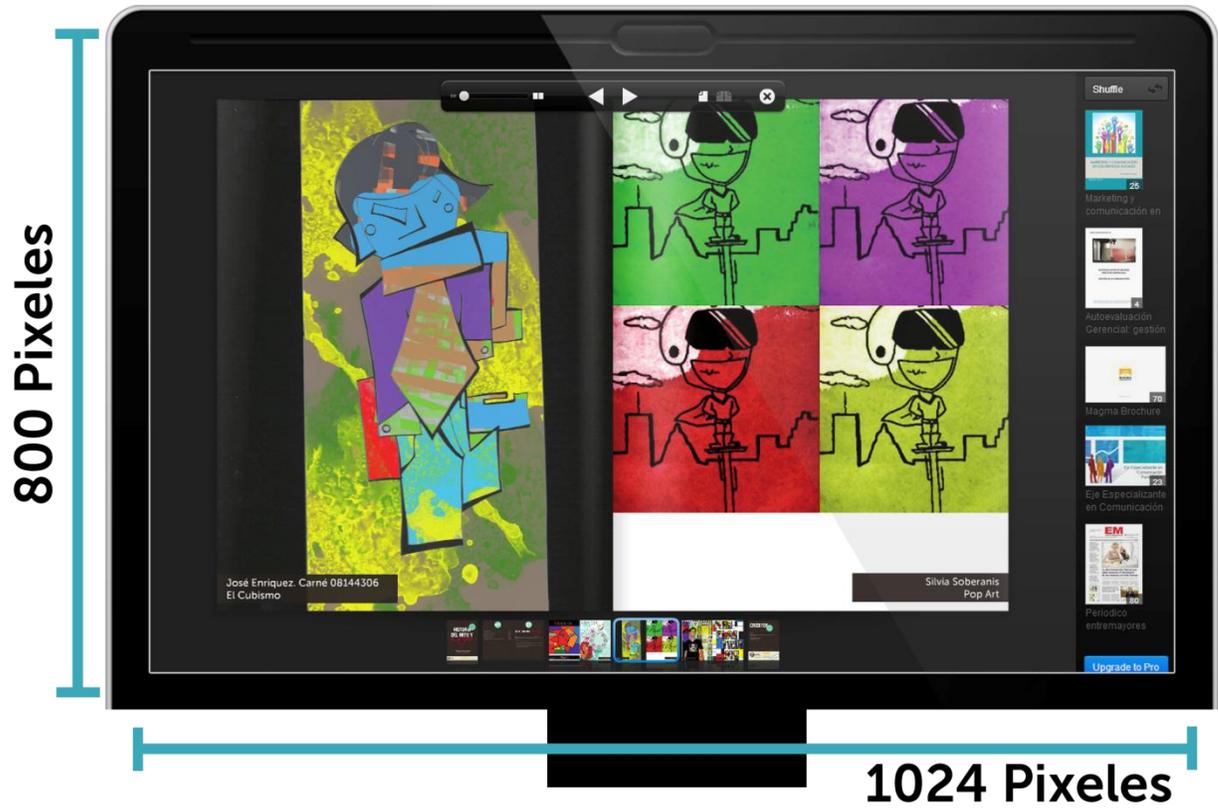
- **Catálogo de Historia del Arte y el Diseño**

Para el curso del catálogo digital Historia del Arte y el Diseño se presenta el diseño preliminar. Este diseño se presenta en formato tamaño carta, que se trabajará en Indesign y convertirá en formato PDF. Es necesario que el formato llegue a pesar menos de 100MB, debido a que para subirlo en la herramienta de ISSUU, la plataforma que presenta los catálogos digitales de una manera moderna, accesible y tecnológica, tiene limitación de espacio.

Formato: PDF, tamaño 10MB (100MB máximo) color: RGB Resolución: 300px





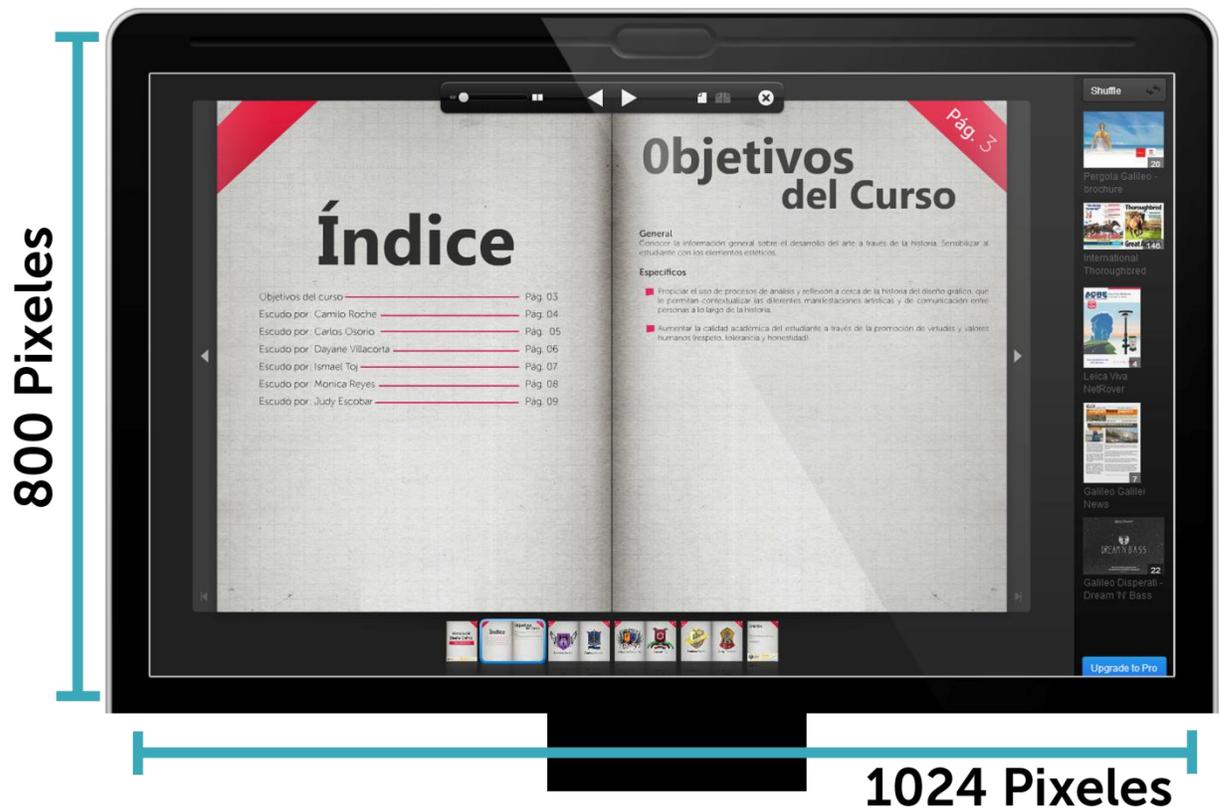
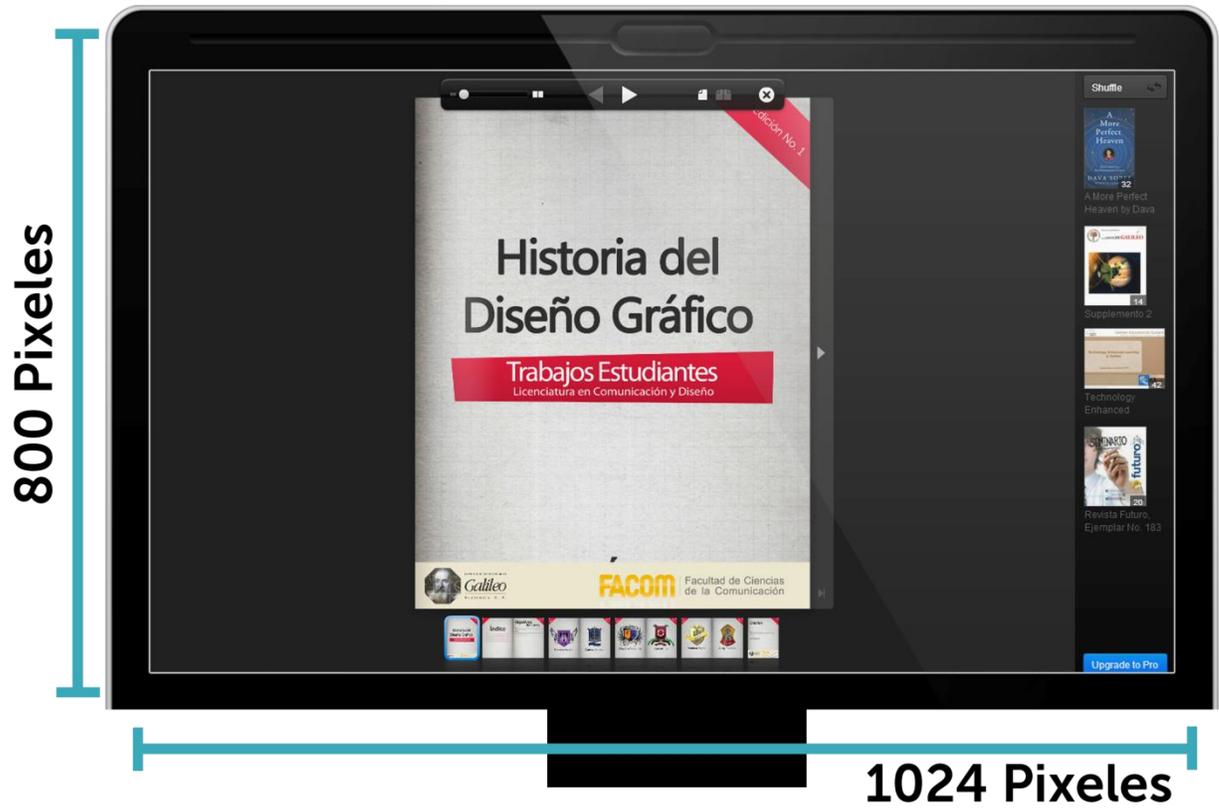


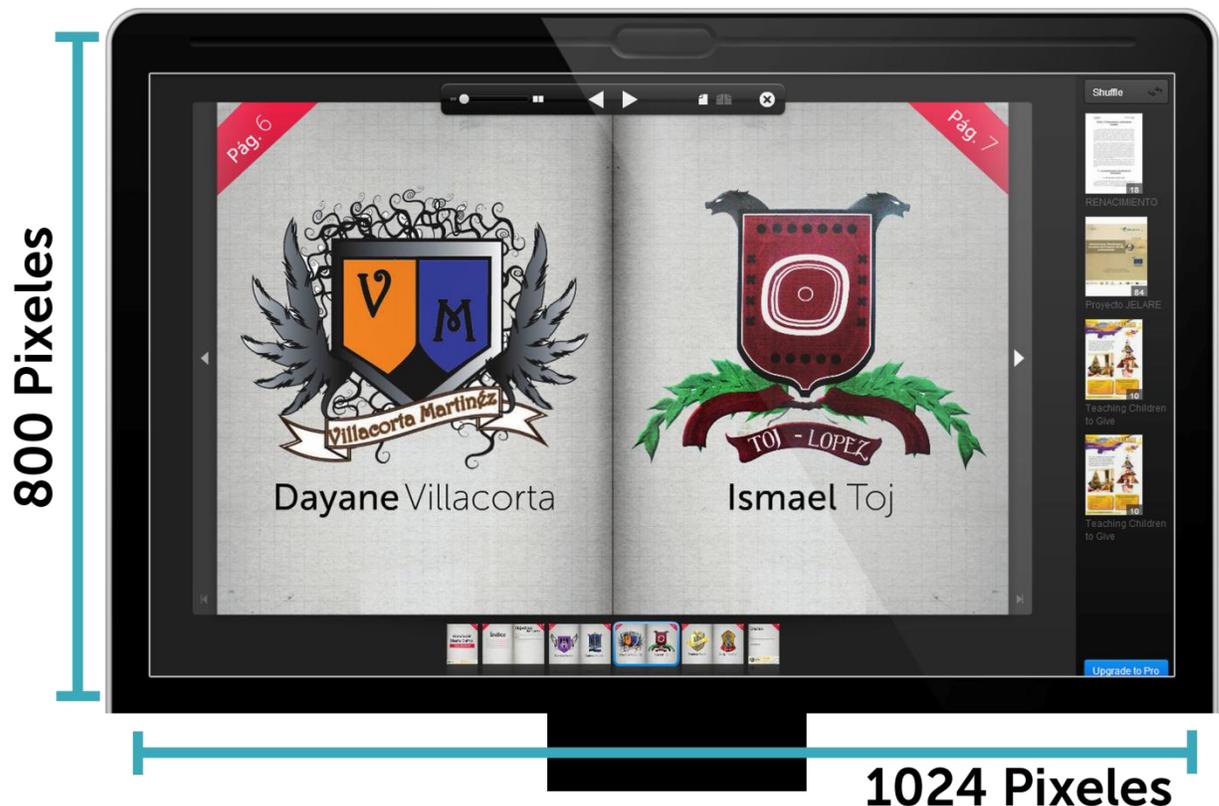
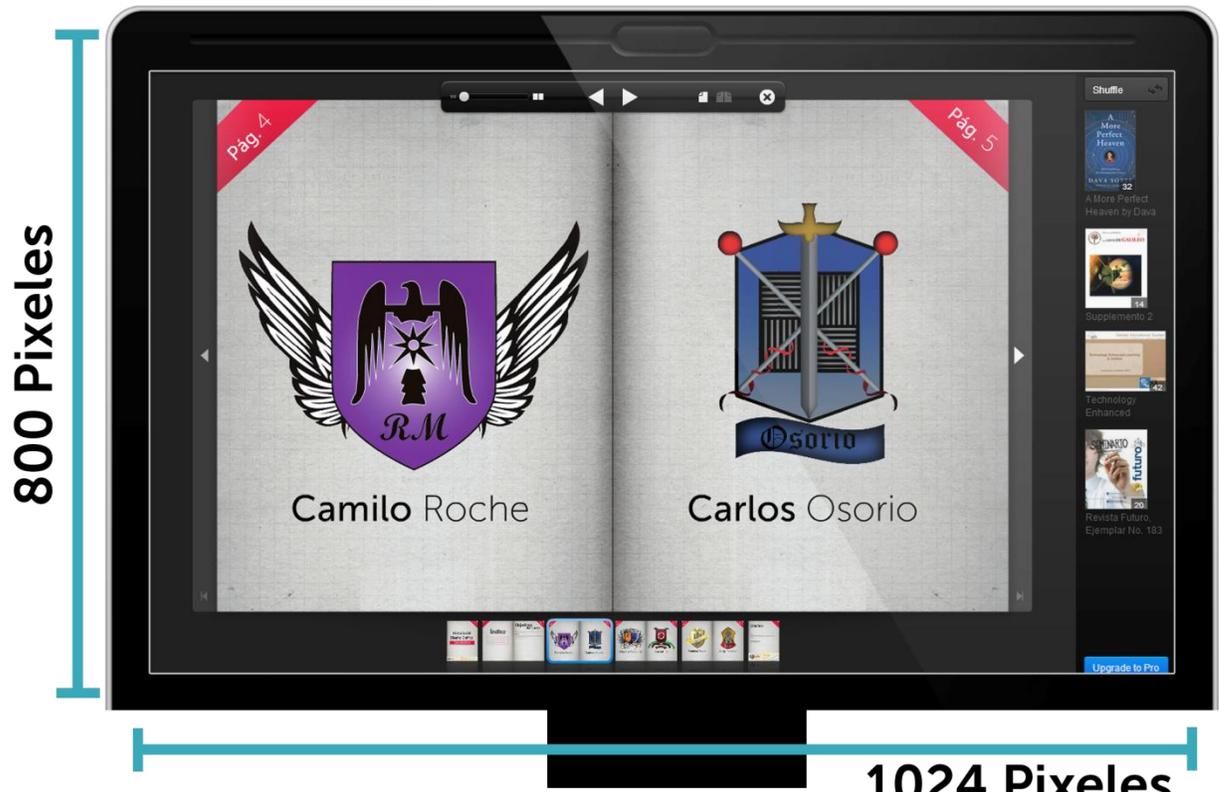


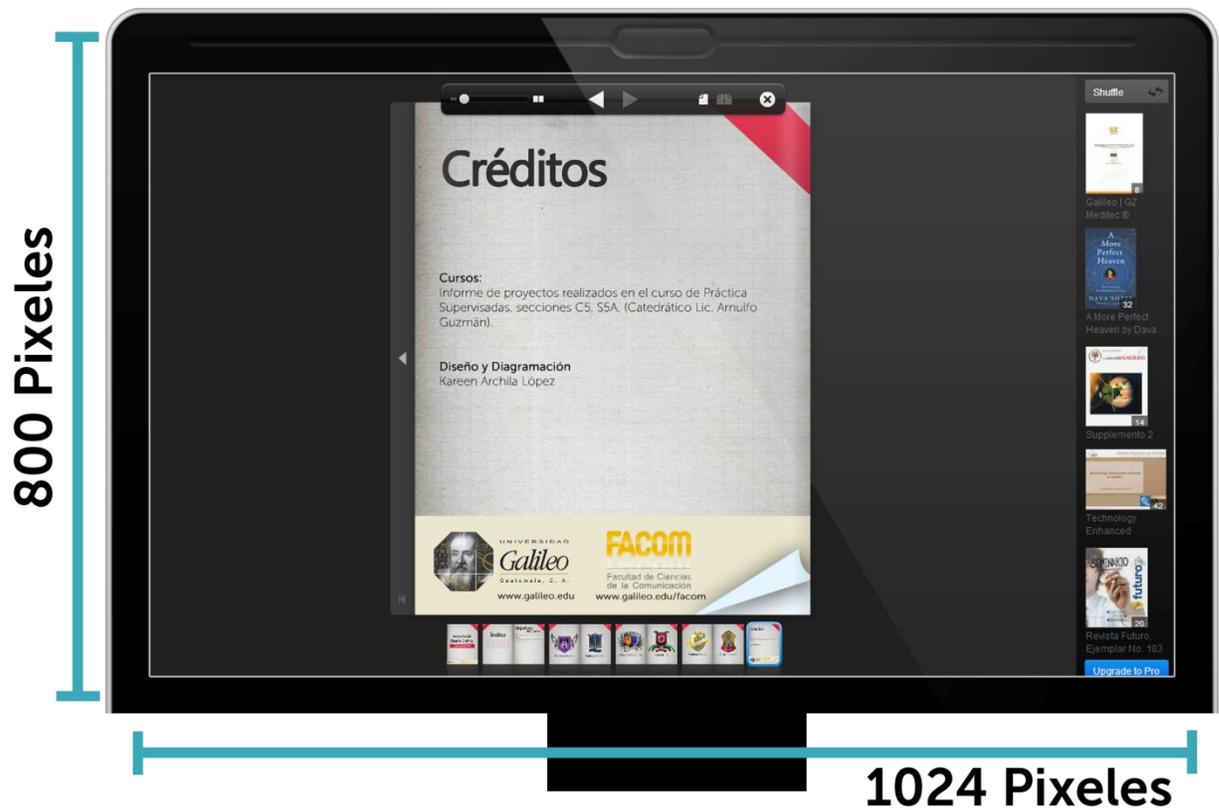
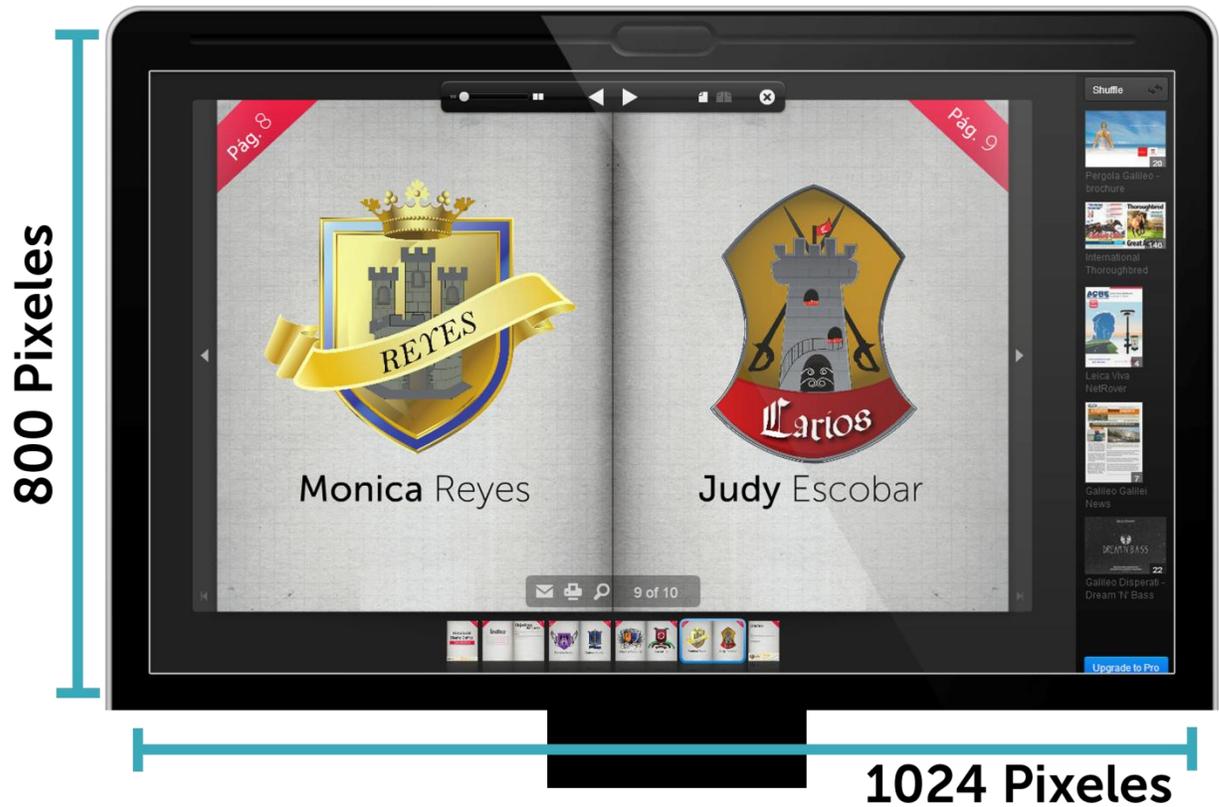
- **Catálogo de Historia del Diseño Gráfico**

Para el catálogo de Historia del Diseño Gráfico, se presenta un diseño preliminar. Este diseño será formato tamaño carta, que se trabajará en Indesign y convertirá en formato PDF. Es necesario que el formato llegue a pesar menos de 100MB, debido a que para subirlo en la herramienta de ISSUU, la plataforma que presenta los catálogos digitales de manera moderna, accesible y tecnológica, tiene limitación de espacio.

Formato: PDF, tamaño 10MB (100MB máximo) color: RGB Resolución: 300px



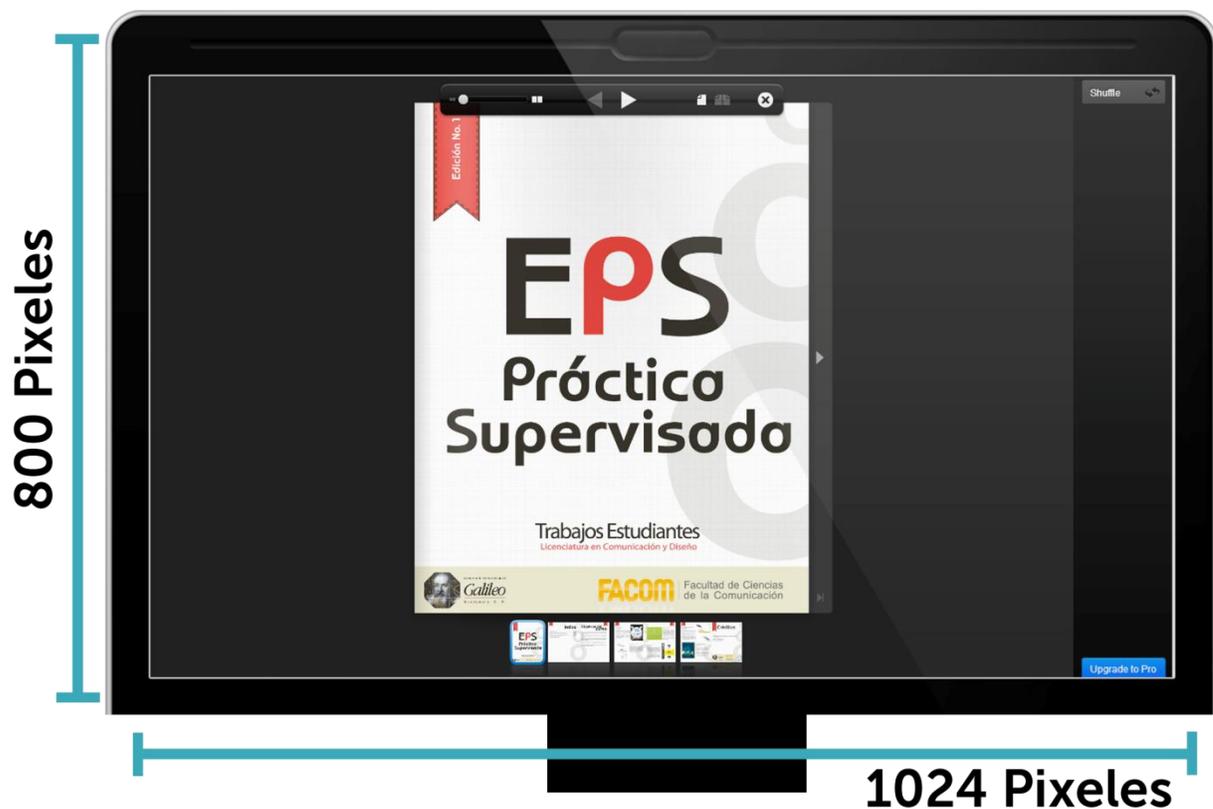




- **Catálogo de Prácticas Supervisada**

Se presenta un diseño preliminar, que será formato tamaño carta, y se trabajará en Indesign y convertirá en formato PDF. Es necesario que el formato llegue a pesar menos de 100MB, debido a que para subirlo en la herramienta de ISSUU, la plataforma que presenta los catálogos digitales de manera moderna, accesible y tecnológica, tiene limitación de espacio.

Formato: PDF, tamaño 10MB (100MB máximo) color: RGB Resolución: 300px



800 Pixeles



1024 Pixeles

800 Pixeles



1024 Pixeles



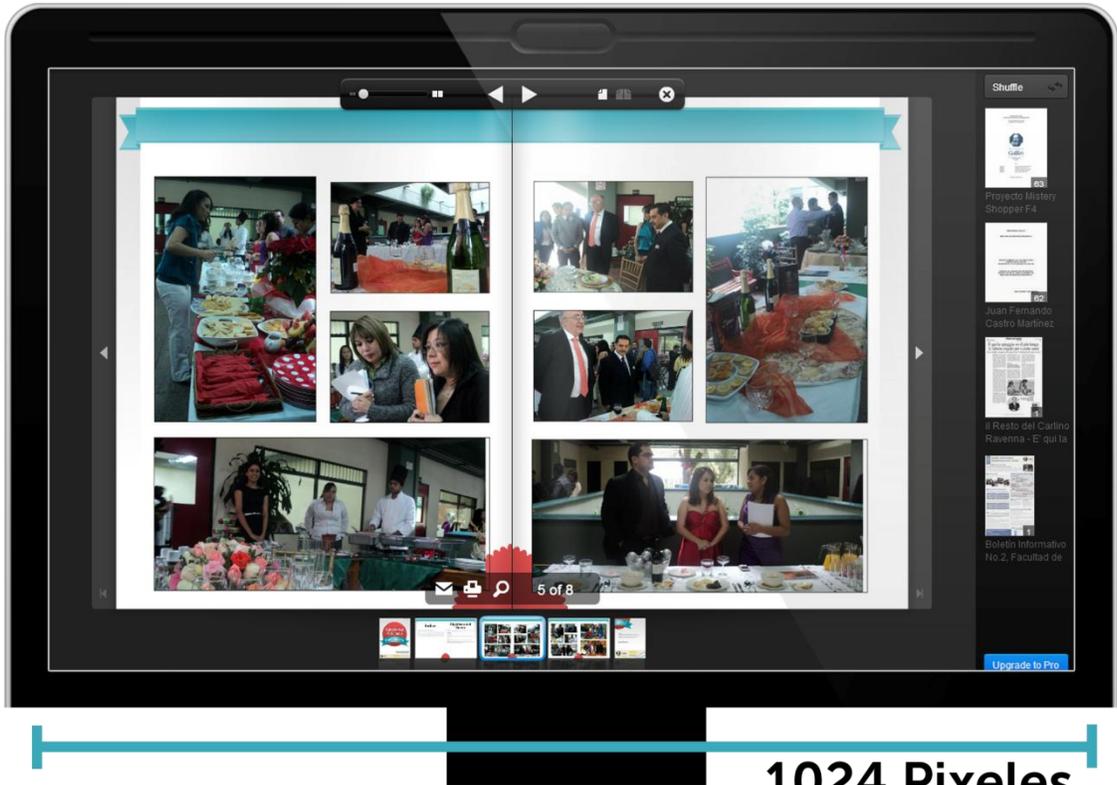
- **Catálogo de Relaciones Públicas y Diplomáticas**

Se presenta un diseño preliminar, que este será un formato tamaño carta, y se trabajará en Indesign y convertirá en formato PDF. Es necesario que el formato llegue a pesar menos de 100MB, debido a que para subirlo en la herramienta de ISSUU, la plataforma que presenta los catálogos digitales de una manera moderna, accesible y tecnológica, tiene limitación de espacio.

Formato: PDF, tamaño 10MB (100MB máximo) color: RGB Resolución: 300px

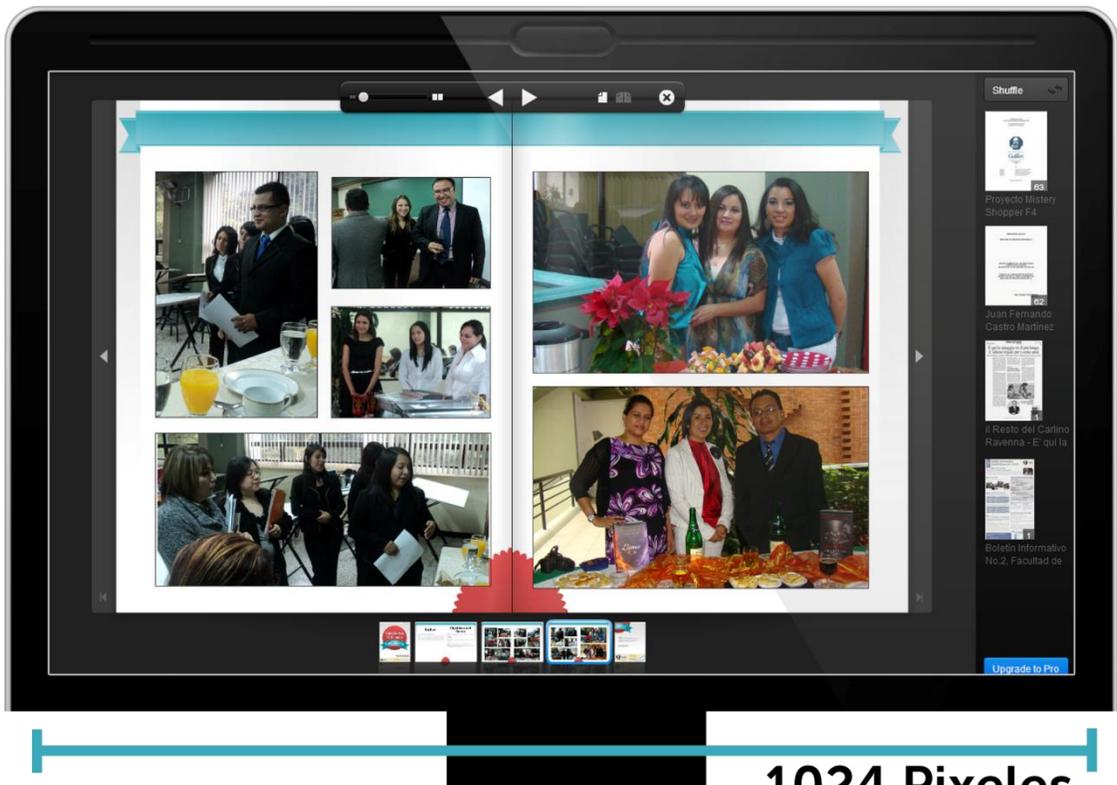


800 Pixeles



1024 Pixeles

800 Pixeles



1024 Pixeles



CAPÍTULO VIII

Validación técnica

Para evaluar la funcionalidad de los catálogos digitales, analizar si llenan las necesidades del grupo objetivo y cumplir con los objetivos, planteados al inicio del proyecto, se desarrollará el método de análisis, que evaluara la parte objetiva, semiológica y operativa de los catálogos.

Para llevar a cabo el método de análisis, se apoyará con el instrumento de investigación de encuestas, con la finalidad de evaluar cualitativa la efectividad de los catálogos digitales. Para validar las encuestas se trabajará por medio de la escala de Likert.

8.1 Población y muestreo

Se validó la encuesta a 50 estudiantes prospecto y estudiantes que cursan actualmente la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y Diseño, siendo ellos nuestro grupo objetivos. Al mismo tiempo se validó con 2 representantes de nuestros clientes y 5 expertos en comunicación y diseño web.

- **Grupo objetivo:** Estudiantes que cursan actualmente la carrera o estudiantes prospecto que están caracterizados por el nivel C-. La educación es media completa debido a que se encuentra cerrando pensum de bachillerato, perito o carrera a fin. El desempeño es comerciante o dependiente.

- **Clientes:** Autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
 - Lic. Leizer Kachler, Decano
 - Lic. Rualdo Anzueto Talento, Vice decano

- **Especialistas en comunicación y diseño:** Diseñadores gráficos, comunicadores y publicistas.
 - Sonia García, Licenciada en Diseño Gráfico
 - Elsie Sierra, Licenciada en Comunicación Social
 - Lisette Pérez, Licenciada en Ciencias de la Comunicación
 - Jorge Rossi, Licenciado en Diseño Gráfico
 - Lourdes Donis, Licenciada en Comunicación

8.2 Método e instrumento

Se trabajará con el método de análisis, con el que se evaluará la parte objetiva, semiológica y operativa de los catálogos. El mismo se apoyará por medio del instrumento de encuesta, en donde se calificará con el apoyo de la escala de Likert, las respuestas cualitativamente los catálogos digitales.

La encuesta está compuesta por 14 preguntas, dentro de las que se necesita calificar y validar los aspectos objetivos, evaluar si llena los objetivos planteados al inicio del proyecto, semiológicos. Se estimará el diseño gráfico de los 5 catálogos y operativos, se evaluará el tamaño, navegación en ISSUU, diagramación, facilidad de cargar dentro de la web de los diferentes catálogos digitales de trabajos y proyectos de estudiantes de la Licenciatura de Comunicación y Diseño.

Se tomó una muestra de 57 personas, hombres y mujeres entre dieciocho y cincuenta años de edad, estudiantes prospectos, estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Diseño, experto en el área y clientes del proyecto. **Ver anexo "I", toma de fotografías realizadas durante la validación con los expertos y grupo objetivo*

A continuación se presenta la encuesta, que se utilizó para validar con los clientes, expertos y el grupo objetivo.



Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM-
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género:	F	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
	M	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text"/>
Edad:		<input type="checkbox"/>	Grupo Objetivo:	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>

Encuesta de validación del proyecto

Diseño de catálogos digitales para dar a conocer trabajos y proyectos realizados por estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- en el Portal de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2013.

Antecedentes

Se observó la sección interna de la página web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación del Portal de Universidad Galileo, se dio a conocer que carece de una sección en donde se pueda presentar los trabajos realizados por los estudiantes, por lo tanto se trabajará los catálogos virtuales de proyectos de estudiantes realizados durante la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño, los cuales se publicarán internamente en la sección "Trabajos de Estudiantes" dentro de la página de la Facultad de Ciencias de la Comunicación del Portal de Universidad Galileo.

Instrucciones

A continuación se presenta una serie de preguntas relacionadas con los diseños de los catálogos digitales que fueron exhibidos en ISSUU para la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM-. Marque con una "x" la respuesta de su elección.

1. ¿Piensa que es importante diseñar catálogos digitales de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- en el Portal de Universidad Galileo?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

2. ¿Considera importante la investigación de los diferentes conceptos de diseño y tendencias de colores a través de sitios web 2.0, para crear un concepto visual que se implementará a los catálogos digitales para la Facultad de Ciencias de la Comunicación?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

3. ¿Cree que es necesario recopilar la información de los cursos a través de los proyectos proporcionados por los catedráticos, para realizar los catálogos que se podrán publicar dentro de la sección de Trabajos de Estudiantes de FACOM?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

4. ¿Está de acuerdo que es importante diagramar los catálogos a través de programas de Adobe y herramientas web 2.0, para publicar en formato digital que podrán visualizar los estudiantes dentro del Portal de Universidad Galileo?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

5. ¿Considera que es necesario convertir los catálogos .pdf a catálogos digitales a través de herramientas virtuales, para publicarlos en formato flash y navegar por las páginas, para que estudiantes de FACOM y estudiantes prospecto puedan verlos?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

6. ¿Cree que es importante incluir los catálogos digitales dentro de la sección de Trabajo de Estudiantes, para ver y conocer los trabajos que los futuros estudiantes podrán realizar?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

7. ¿Piensa que el diseño de cada catálogo es creativo?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

8. ¿Percibe que el color de cada catálogo es agradable y transmite tranquilidad visual?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

9. ¿Connota que la tipografía está ordenada y se entiende el orden de lectura dentro del catálogo?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

10. ¿Percibe que los elementos del diseño (íconos, vectores, texturas, degradados) apoyan a ver el diseño del catálogo más interesante?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

11. ¿Opina que se visualiza agradable el pie de página con el color institucional y logo de Universidad Galileo y el logo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

12. ¿Cree que la diagramación de los diferentes catálogos digitales está ordenada?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

13. ¿Considera que los catálogos digitales se visualizan dinámicos y cómodos al navegar en ellos?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

14. ¿Piensa que el tamaño digital de los diferentes catálogos es adecuado?

Catálogo	Muy de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Catálogo 1			
Catálogo 2			
Catálogo 3			
Catálogo 4			
Catálogo 5			

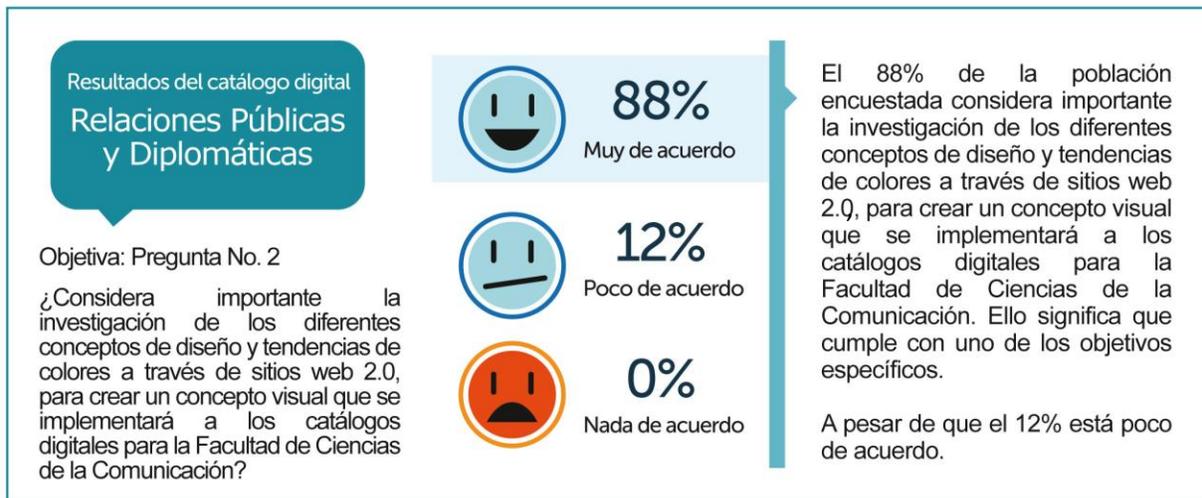
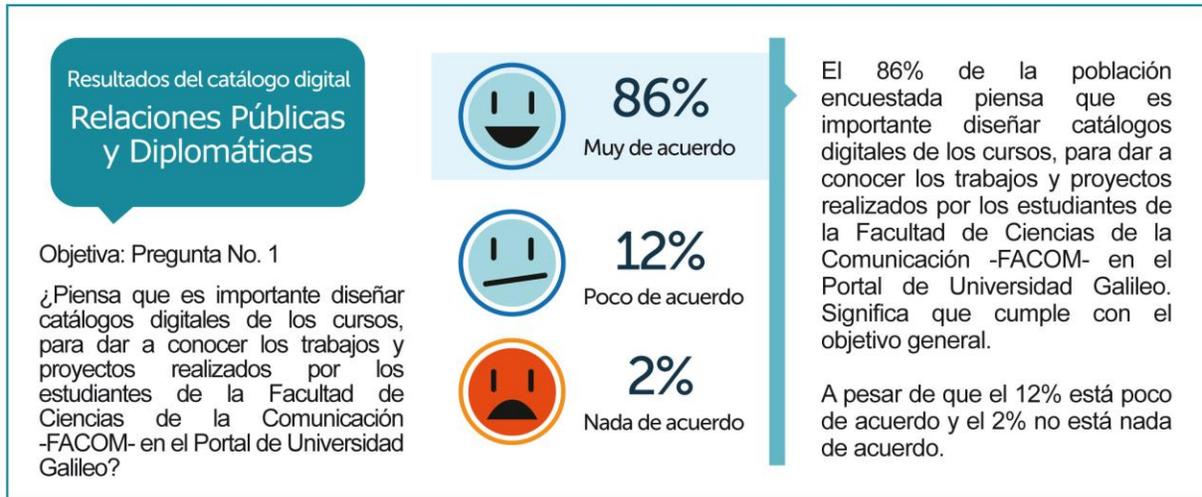
Observaciones:

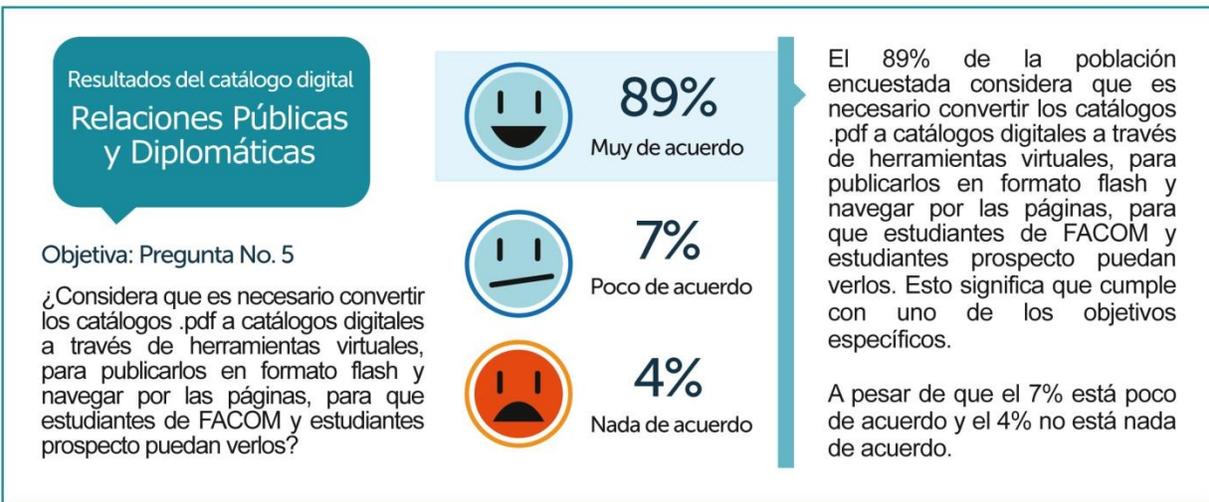
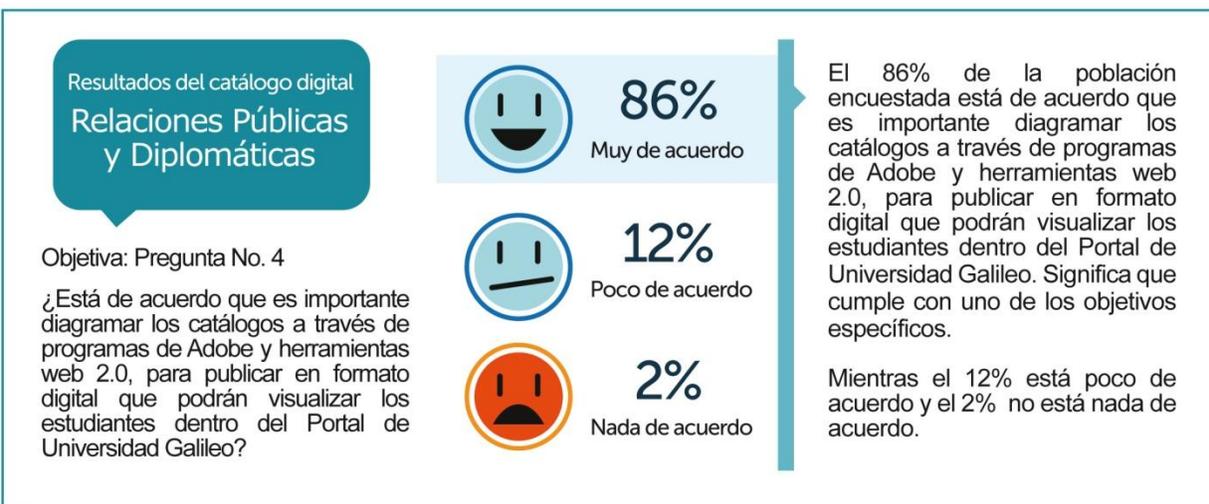
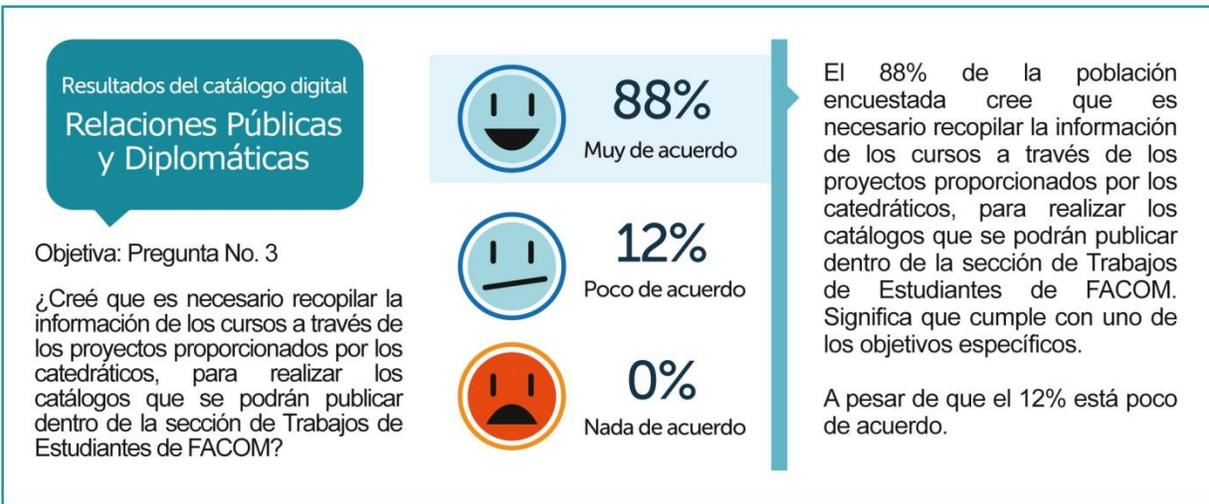
¡Muchas Gracias!

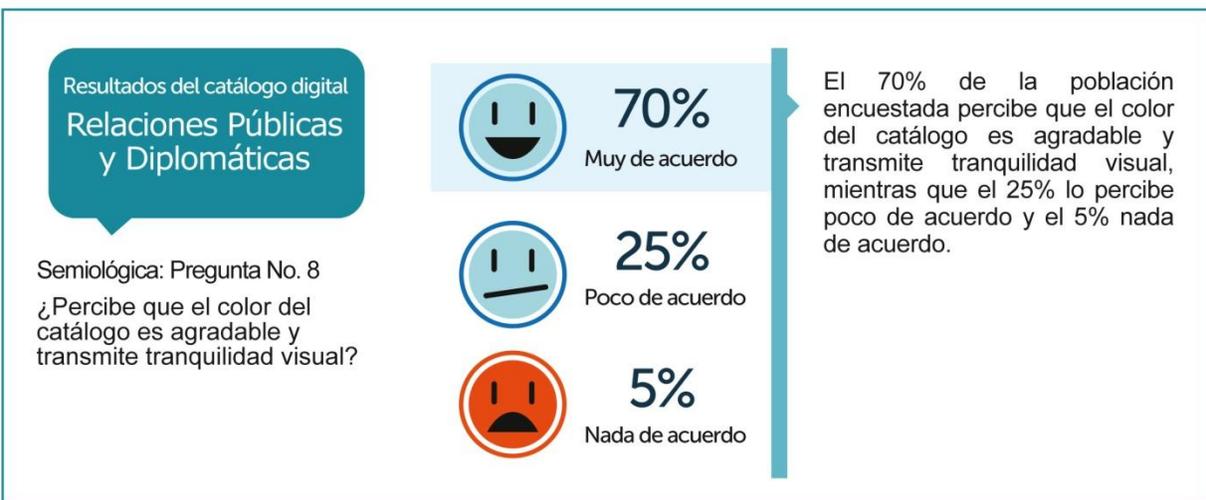
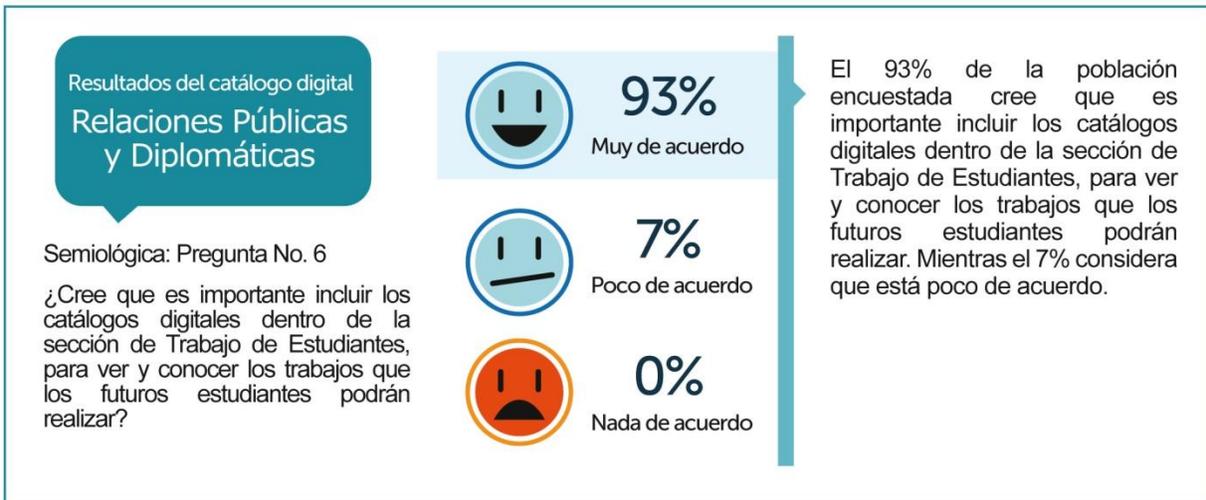
8.3 Resultados e interpretación de resultados

Como resultado de la tabulación, codificación e interpretación de los resultados obtenidos de las 57 encuestas realizadas, se presenta por medio de gráficas los porcentajes y conclusiones procedentes.

8.3.1 Resultados e interpretaciones del catálogo "Relaciones Públicas y Diplomáticas"







Resultados del catálogo digital
Relaciones Públicas
y Diplomáticas

Semiológica: Pregunta No. 9

¿Connota que la tipografía esta ordenada y se entiende el orden de lectura dentro del catálogo?



88%

Muy de acuerdo



12%

Poco de acuerdo



0%

Nada de acuerdo

El 88% de la población encuestada connota que la tipografía está ordenada y se entiende el orden de lectura dentro del catálogo.

A pesar que el 12% connota estar poco de acuerdo con la tipografía ordenada.

Resultados del catálogo digital
Relaciones Públicas
y Diplomáticas

Semiológica: Pregunta No. 10

¿Percibe que los elementos del diseño (iconos, vectores, texturas, degradados) apoyan a ver el diseño del catálogo más interesante?



72%

Muy de acuerdo



25%

Poco de acuerdo



4%

Nada de acuerdo

El 72% de la población encuestada percibe que los elementos del diseño (iconos, vectores, texturas, degradados) apoyan a ver el diseño del catálogo más interesante.

Mientras que el 25% está poco de acuerdo y el 4% no está nada de acuerdo.

Resultados del catálogo digital
Relaciones Públicas
y Diplomáticas

Operativa: Pregunta No. 11

¿Opina que se visualiza agradable el pie de página con el color institucional y logo de Universidad Galileo y el logo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación?



89%

Muy de acuerdo



11%

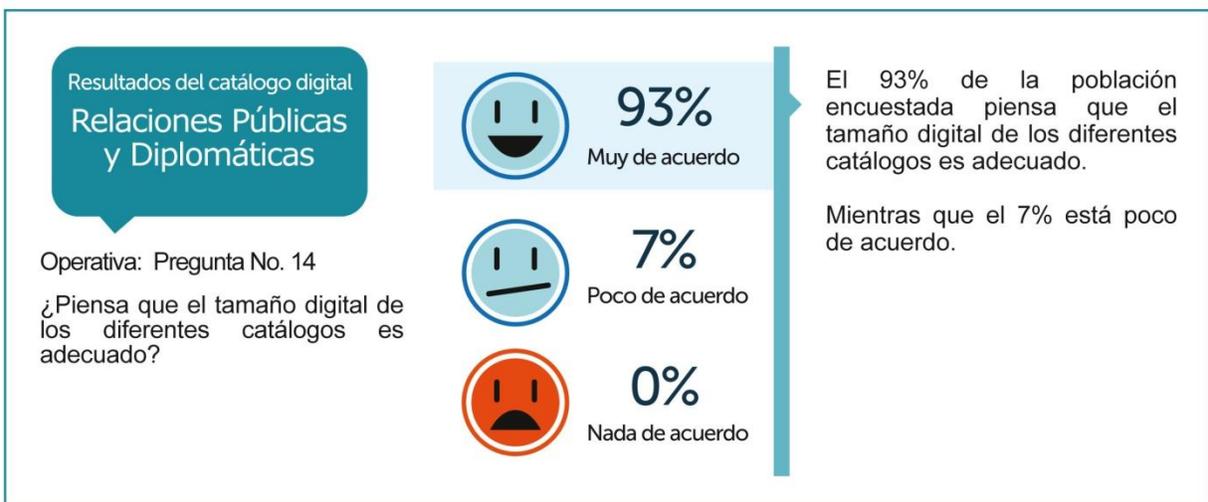
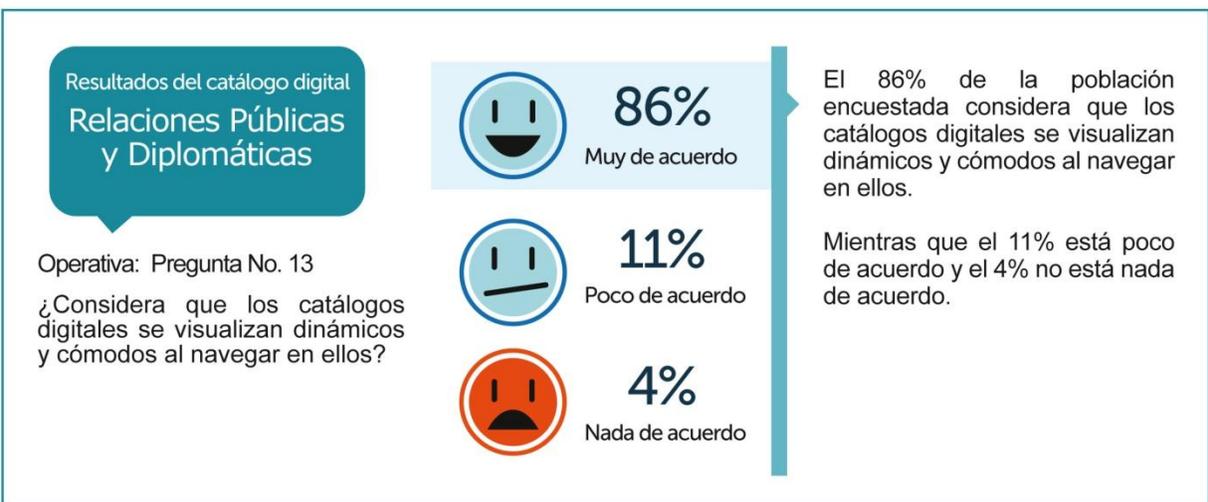
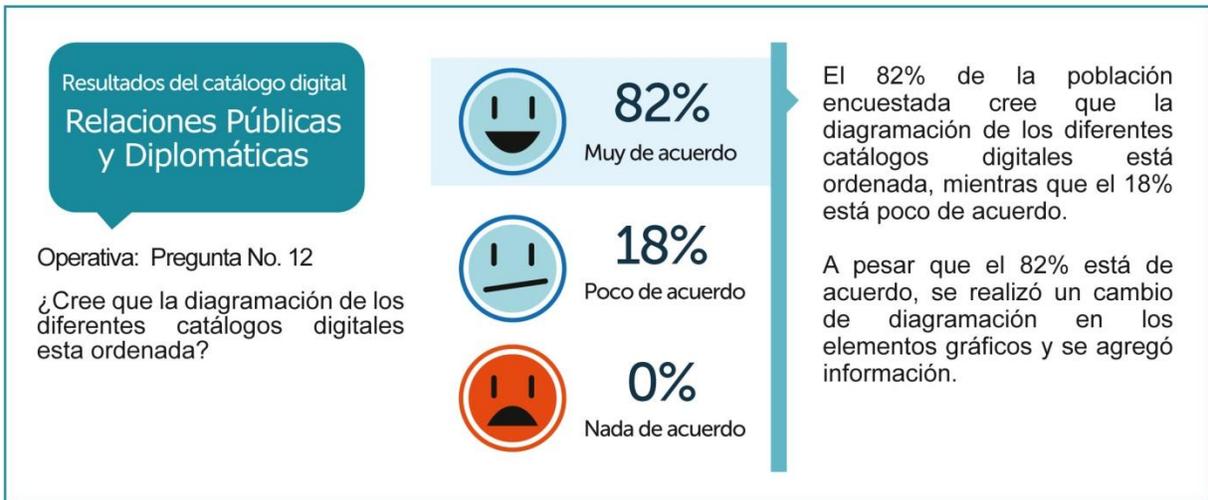
Poco de acuerdo



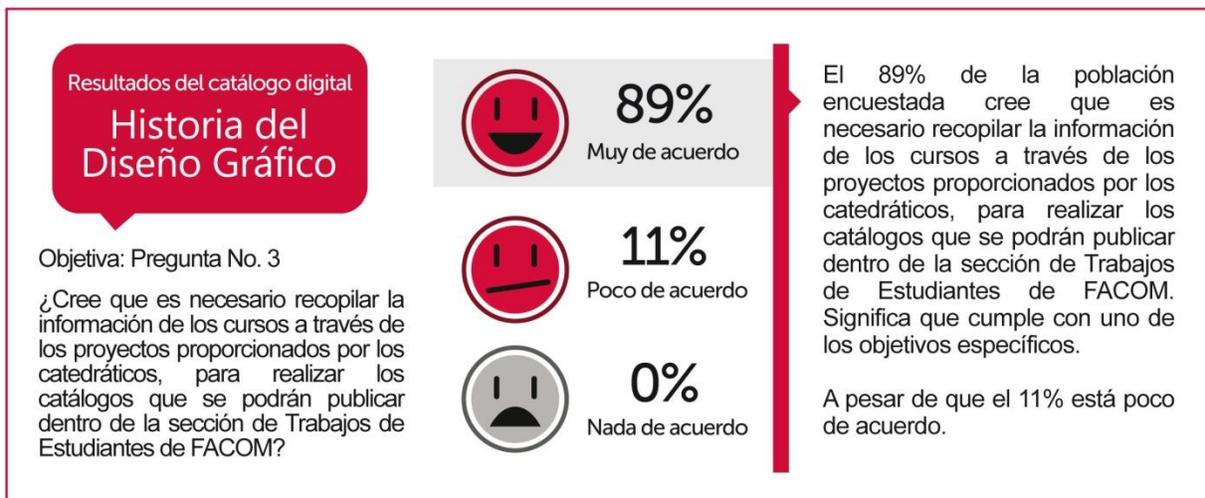
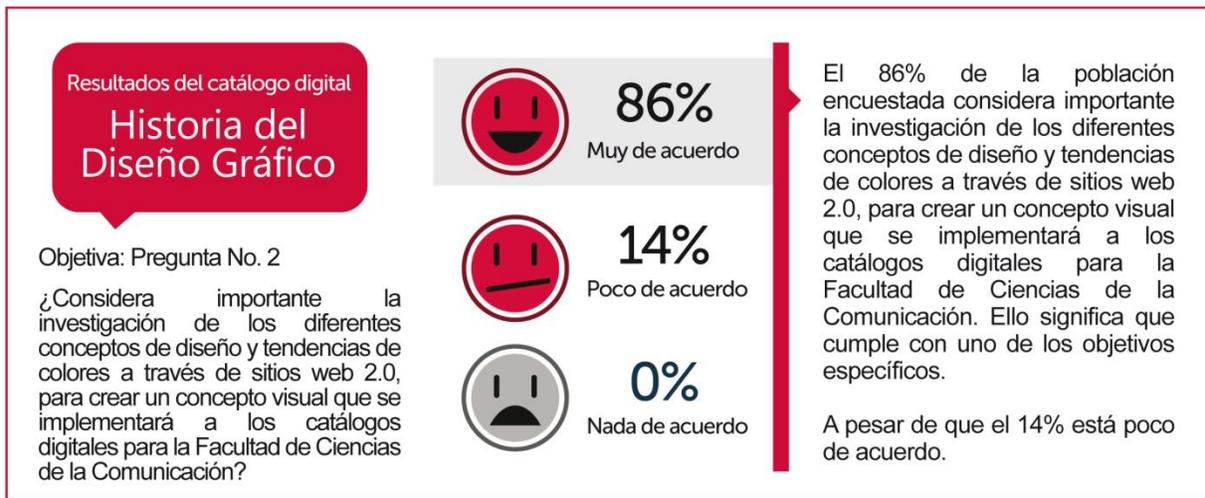
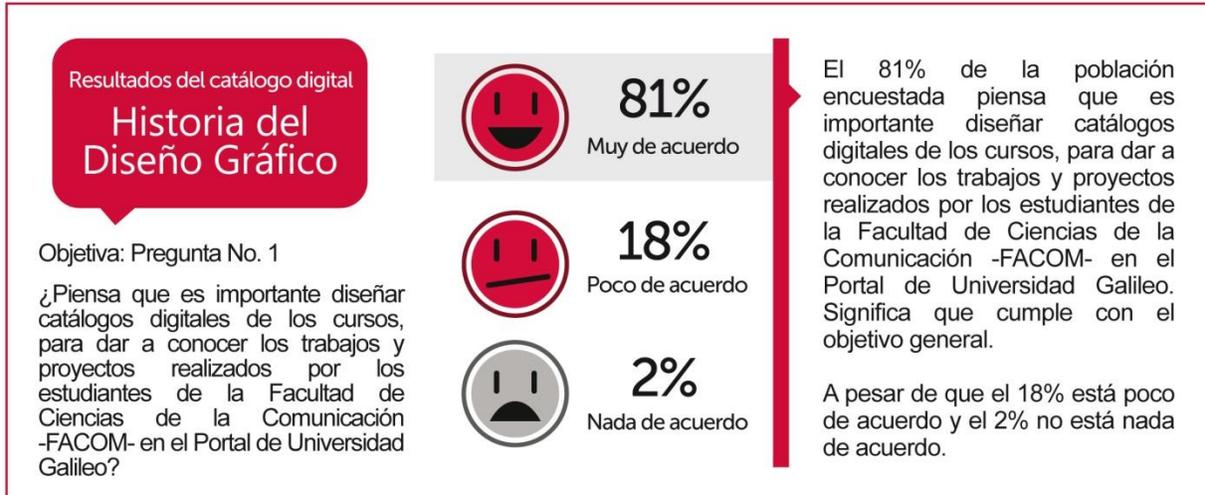
0%

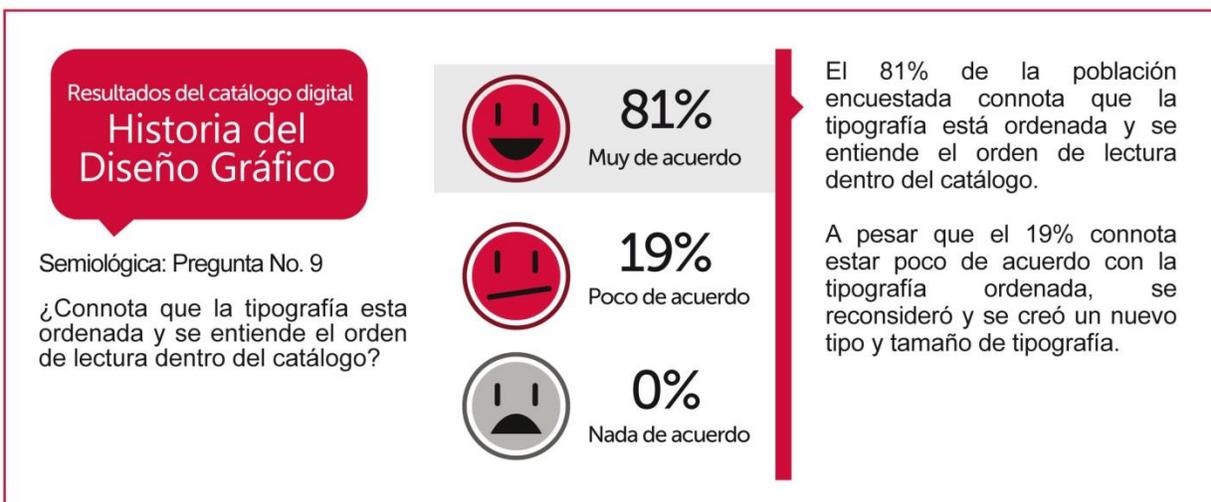
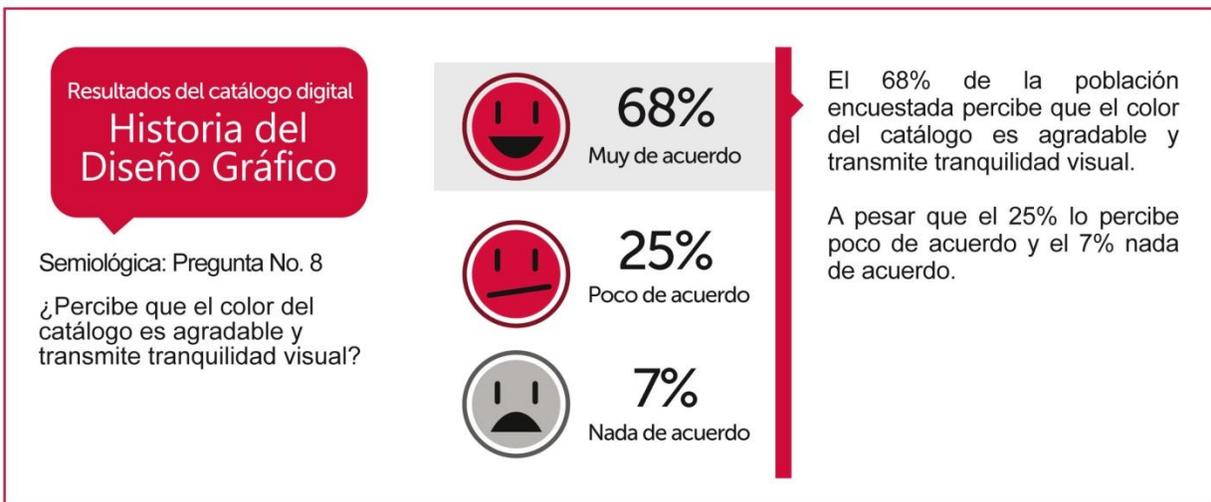
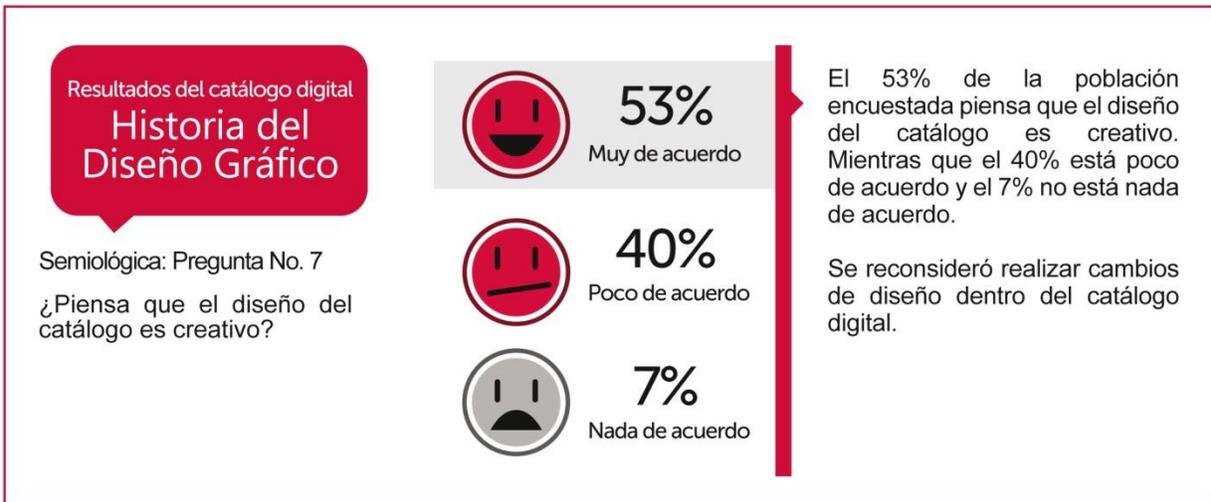
Nada de acuerdo

El 89% de la población encuestada opina que se visualiza agradable el pie de página con el color institucional y logo de Universidad Galileo y el logo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, mientras que el 11% está poco de acuerdo.



8.3.2 Resultados e interpretaciones del catálogo "Historia del Diseño Gráfico"





Resultados del catálogo digital
**Historia del
Diseño Gráfico**

Objetiva: Pregunta No. 4

¿Está de acuerdo que es importante diagramar los catálogos a través de programas de Adobe y herramientas web 2.0, para publicar en formato digital que podrán visualizar los estudiantes dentro del Portal de Universidad Galileo?



88%

Muy de acuerdo



11%

Poco de acuerdo



2%

Nada de acuerdo

El 88% de la población encuestada está de acuerdo que es importante diagramar los catálogos a través de programas de Adobe y herramientas web 2.0, para publicar en formato digital que podrán visualizar los estudiantes dentro del Portal de Universidad Galileo. Significa que cumple con uno de los objetivos específicos.

Mientras el 11% está poco de acuerdo y el 2% no está nada de acuerdo.

Resultados del catálogo digital
**Historia del
Diseño Gráfico**

Objetiva: Pregunta No. 5

¿Considera que es necesario convertir los catálogos .pdf a catálogos digitales a través de herramientas virtuales, para publicarlos en formato flash y navegar por las páginas, para que estudiantes de FACOM y estudiantes prospecto puedan verlos?



89%

Muy de acuerdo



7%

Poco de acuerdo



4%

Nada de acuerdo

El 89% de la población encuestada considera que es necesario convertir los catálogos .pdf a catálogos digitales a través de herramientas virtuales, para publicarlos en formato flash y navegar por las páginas, para que estudiantes de FACOM y estudiantes prospecto puedan verlos. Esto significa que cumple con uno de los objetivos específicos.

A pesar de que el 7% está poco de acuerdo y el 4% no está nada de acuerdo.

Resultados del catálogo digital
**Historia del
Diseño Gráfico**

Semiológica: Pregunta No. 6

¿Cree que es importante incluir los catálogos digitales dentro de la sección de Trabajo de Estudiantes, para ver y conocer los trabajos que los futuros estudiantes podrán realizar?



86%

Muy de acuerdo



14%

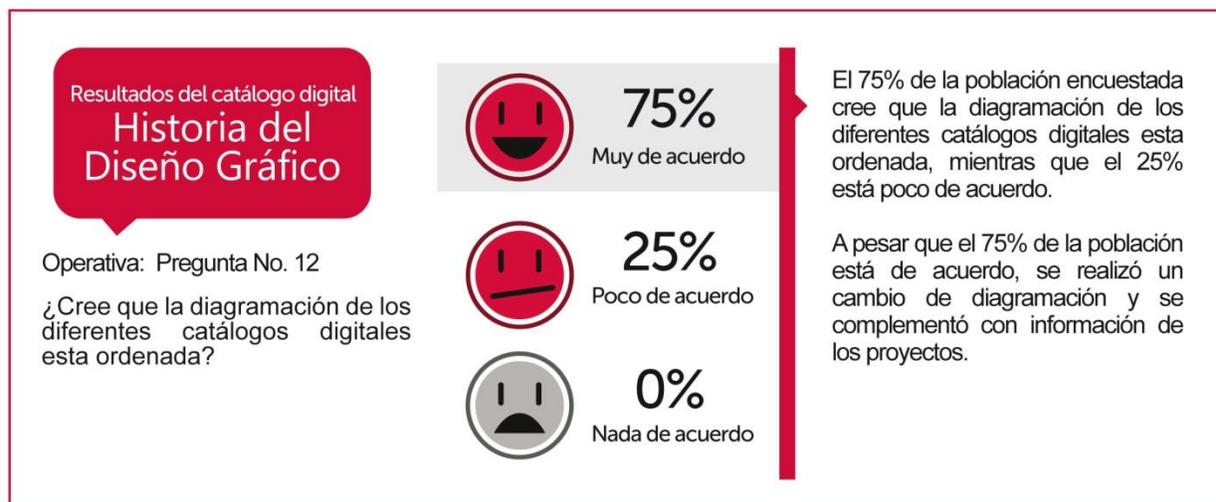
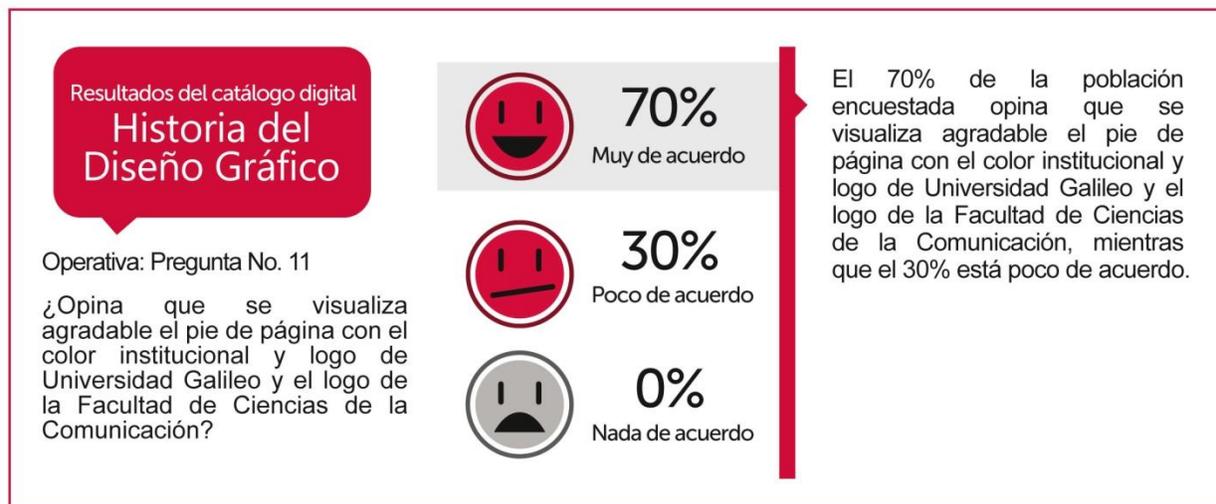
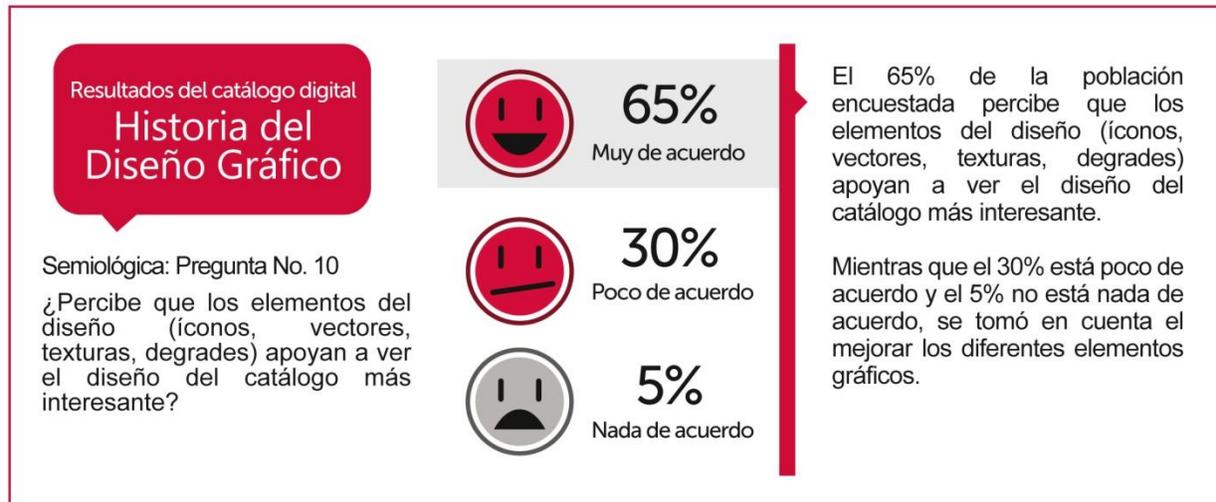
Poco de acuerdo

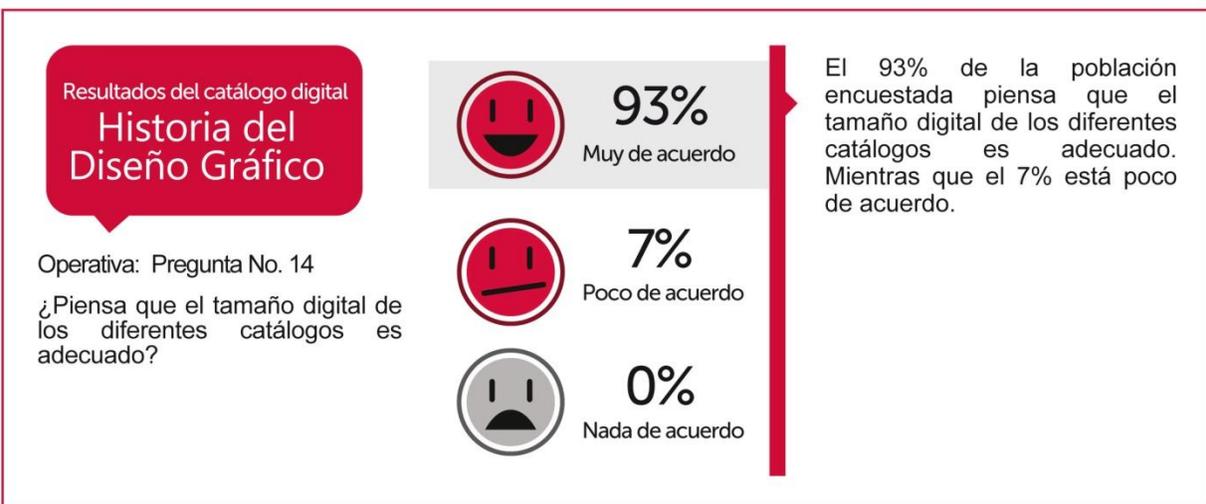
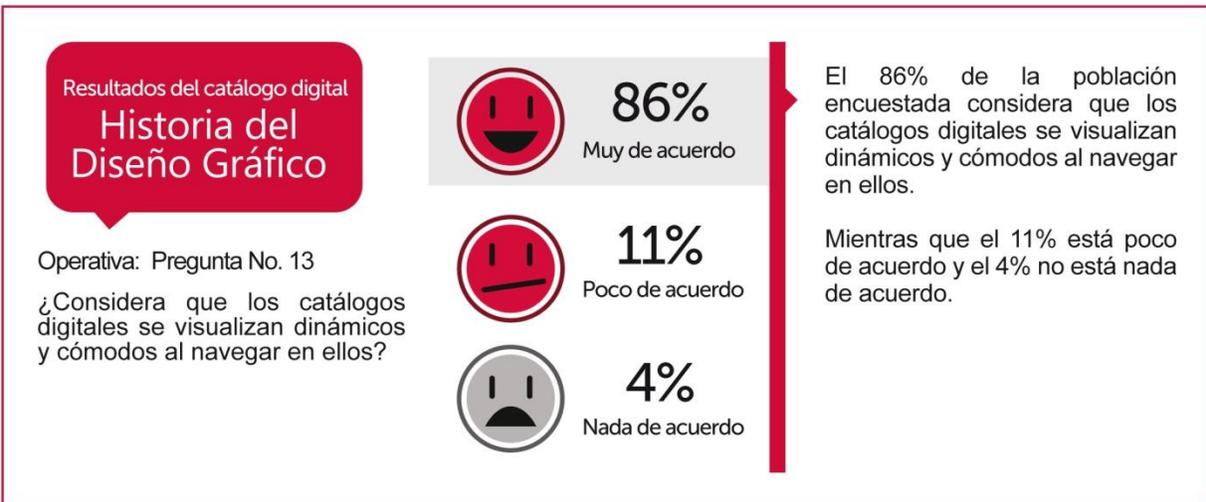


0%

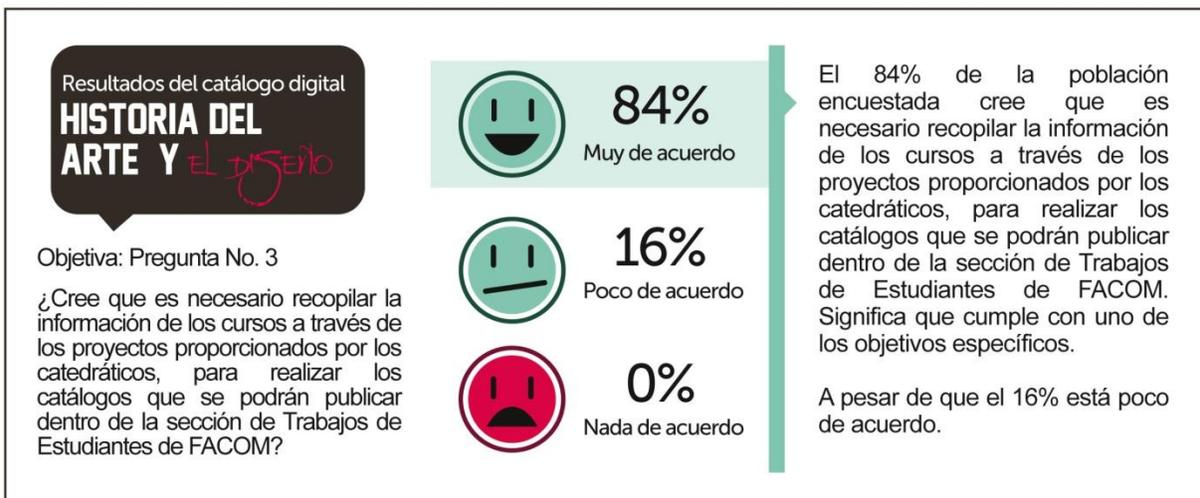
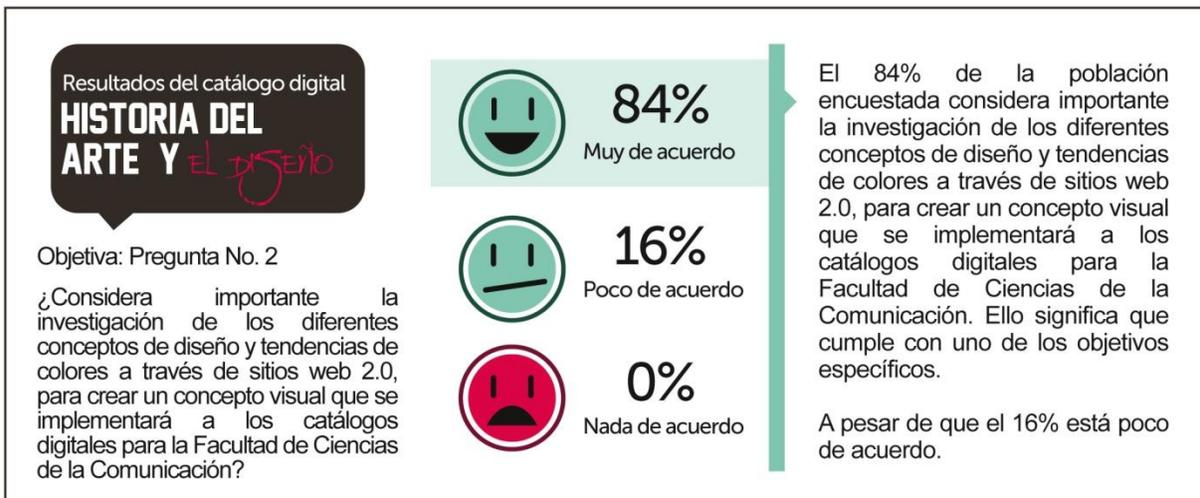
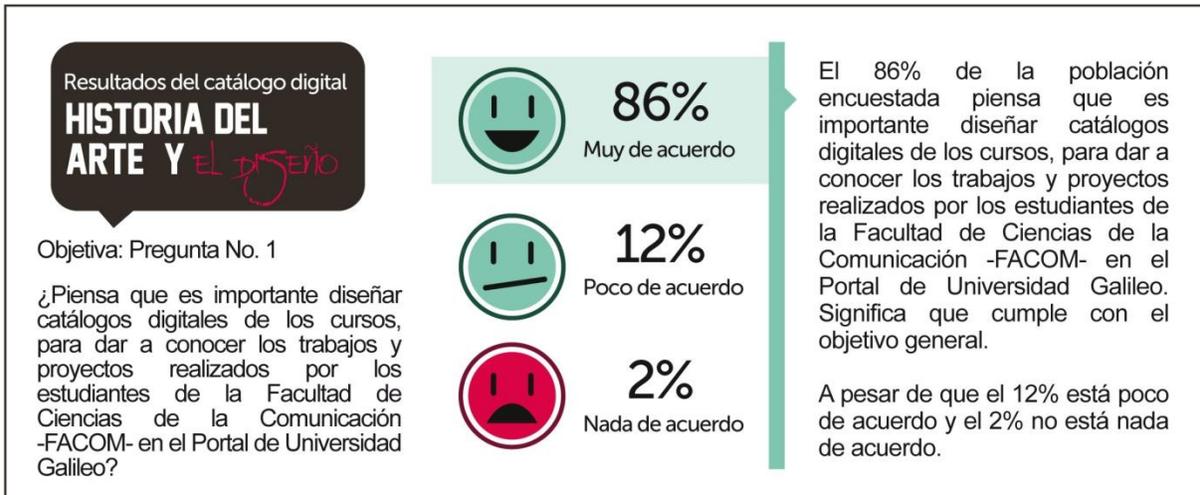
Nada de acuerdo

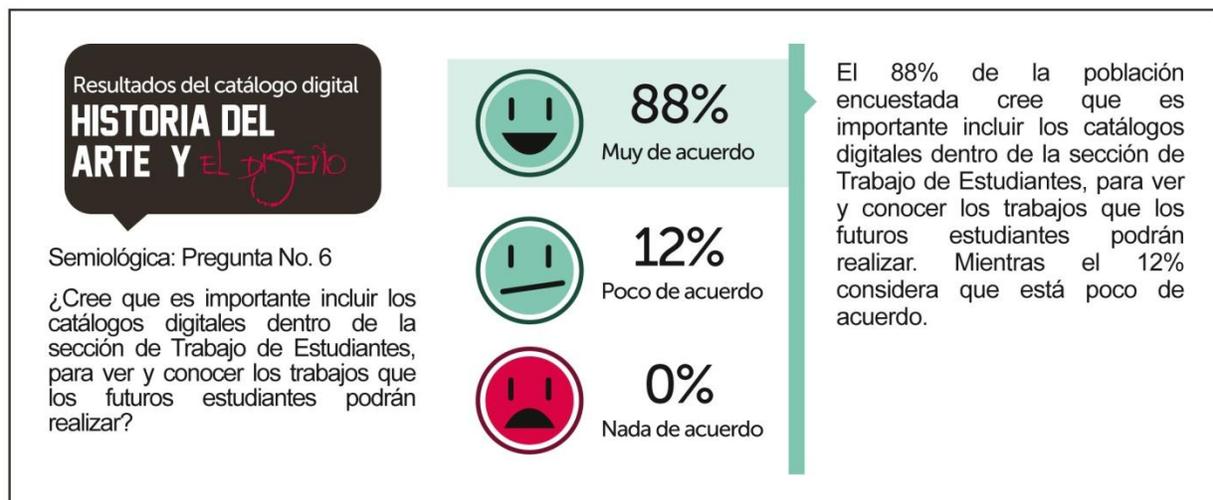
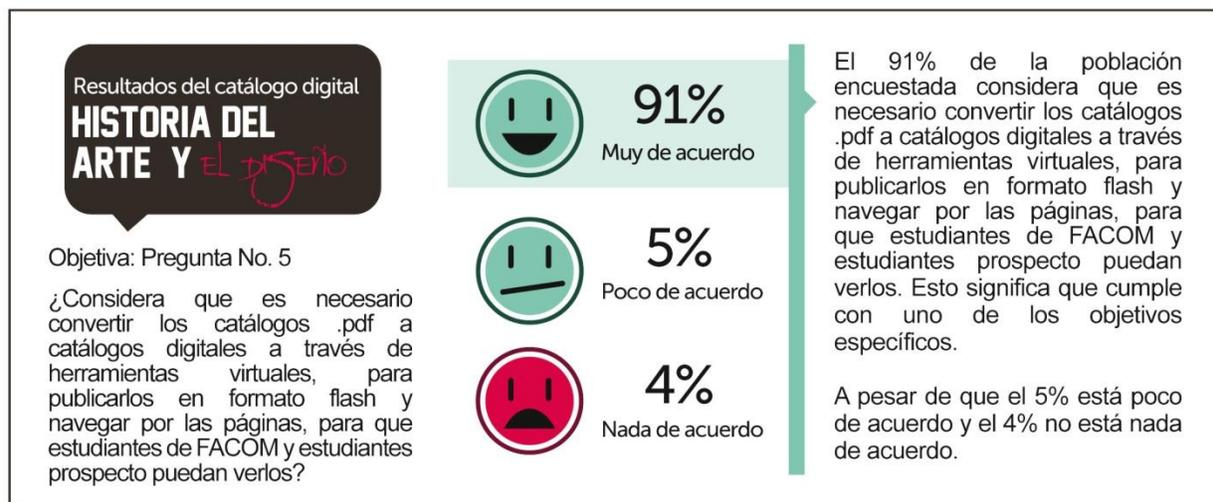
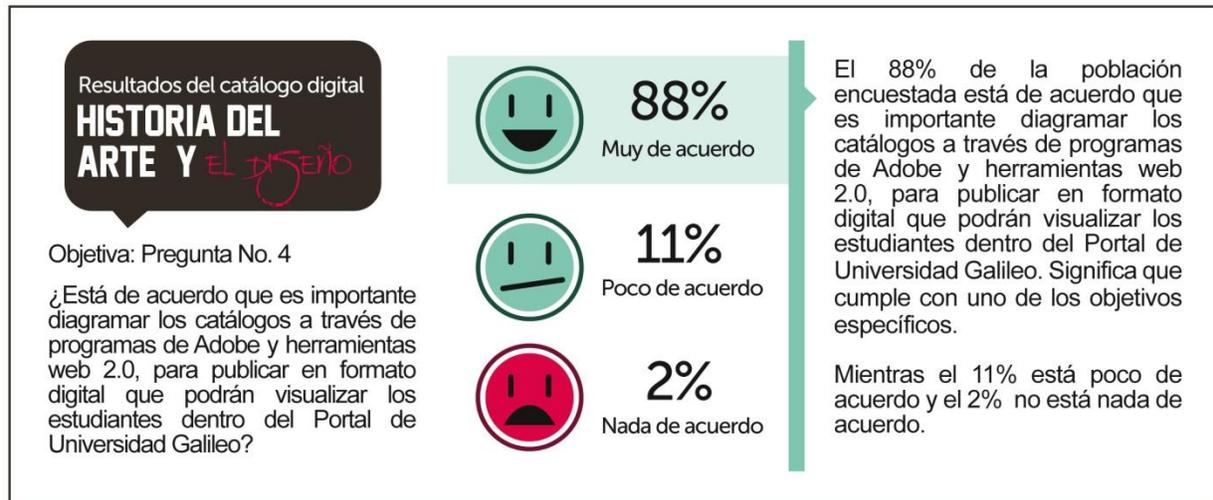
El 86% de la población encuestada cree que es importante incluir los catálogos digitales dentro de la sección de Trabajo de Estudiantes, para ver y conocer los trabajos que los futuros estudiantes podrán realizar, mientras el 14% considera que está poco de acuerdo.

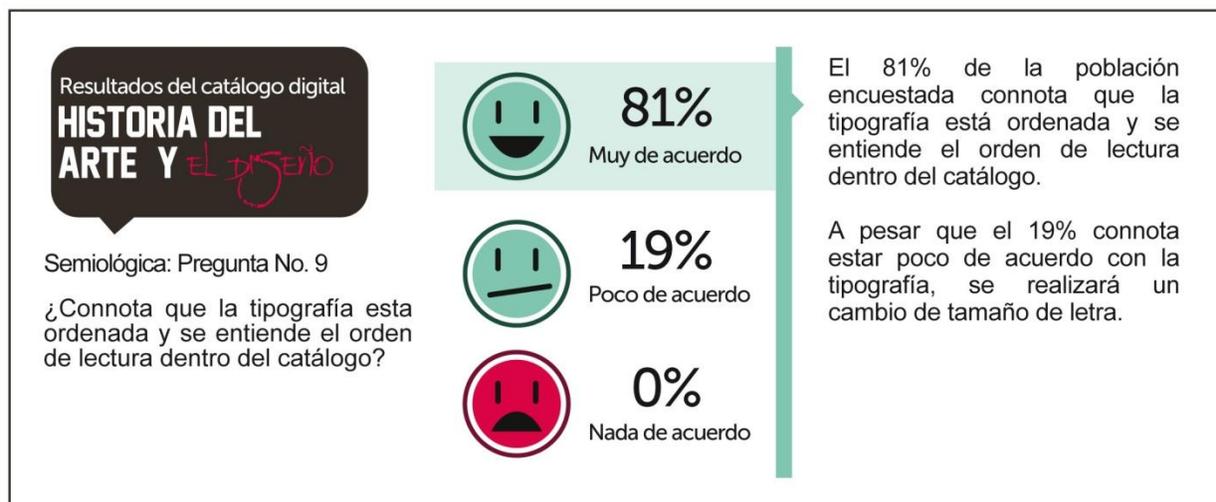
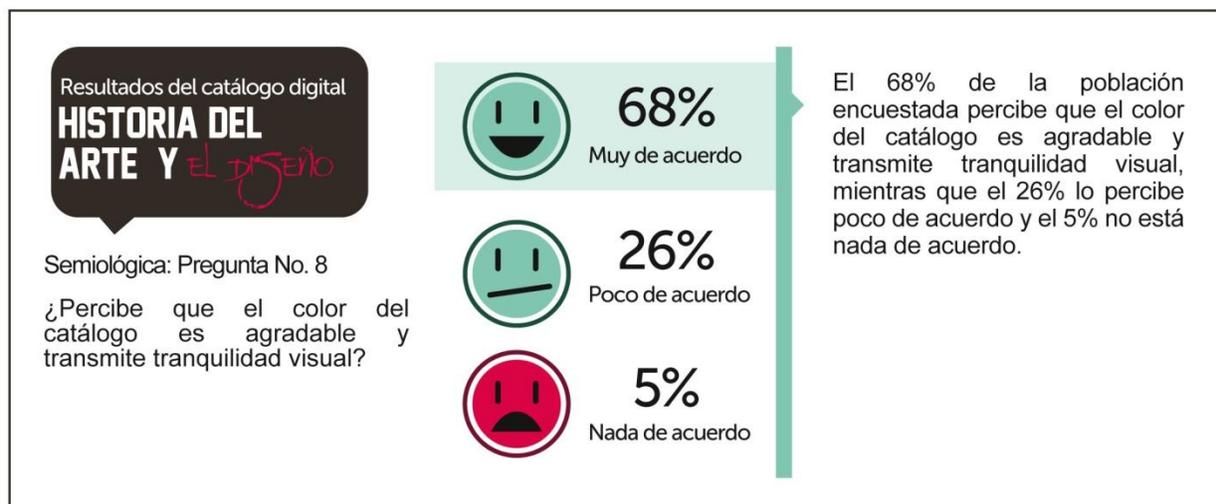
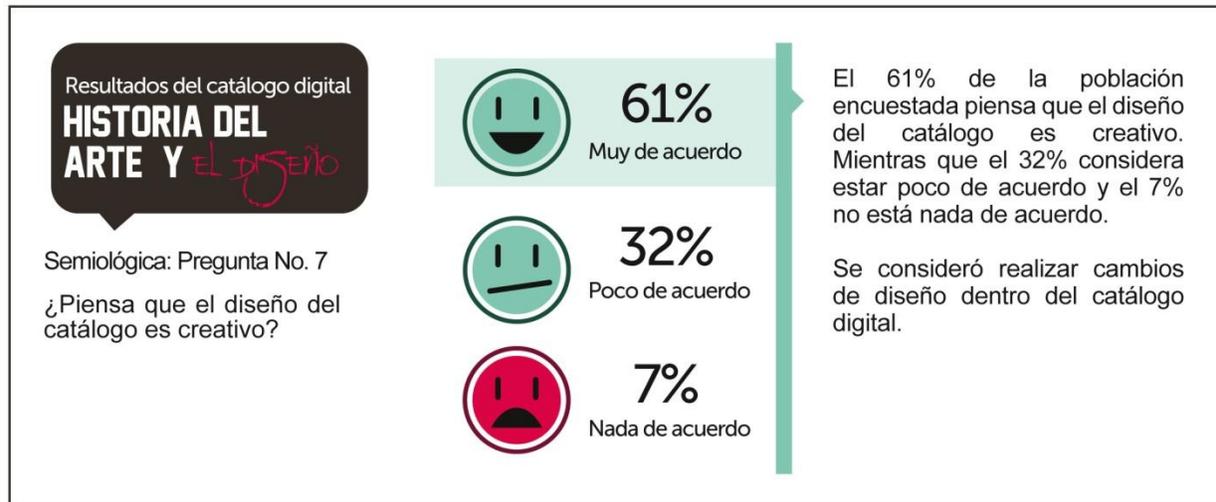


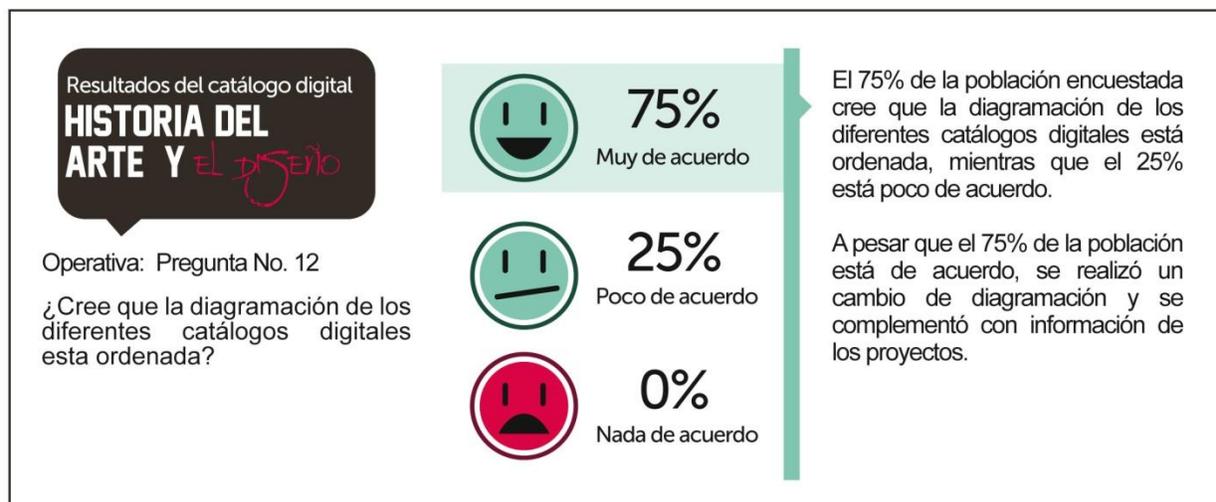
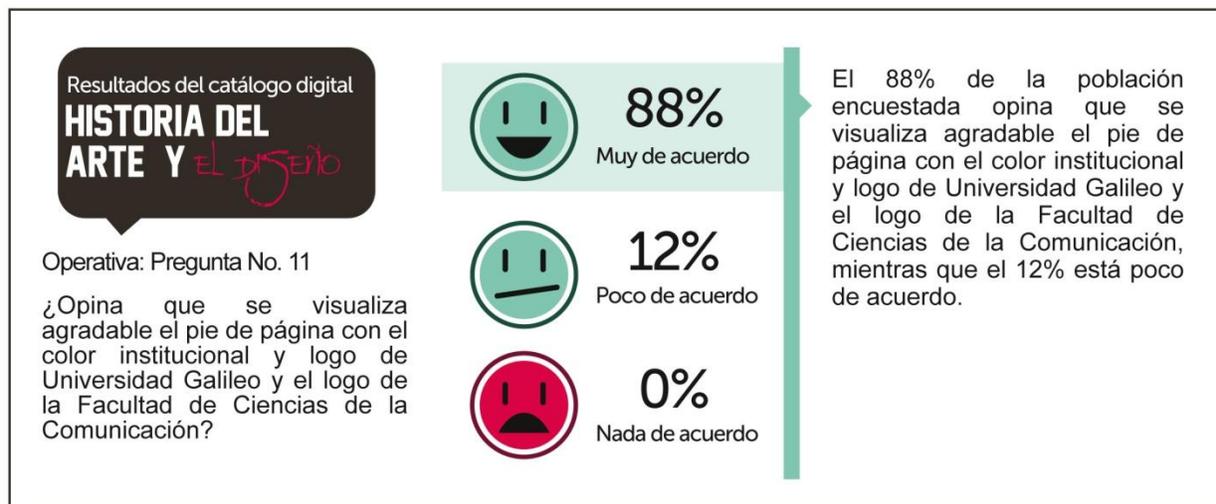
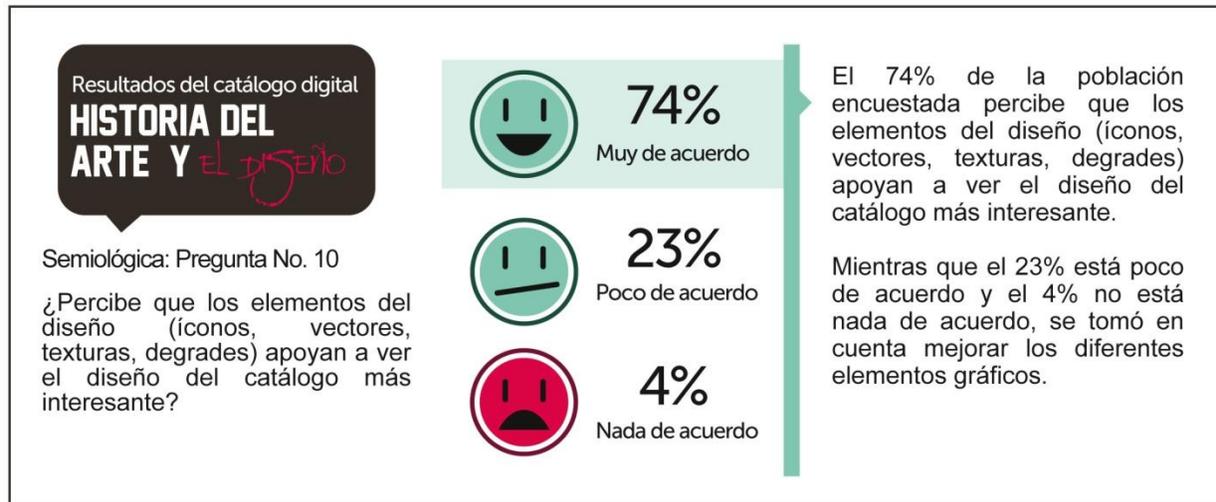


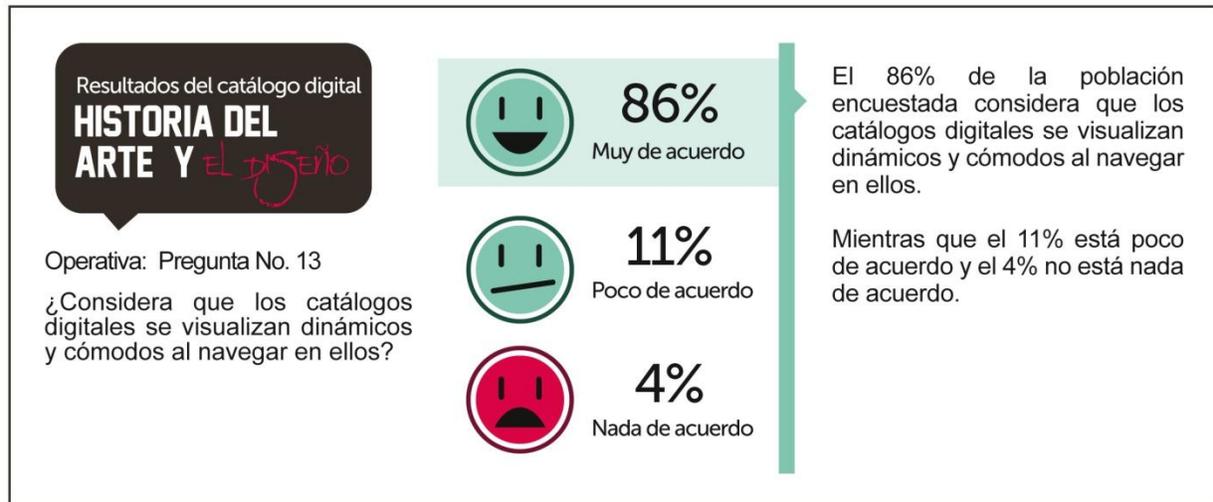
8.3.3 Resultados e interpretaciones del catálogo "Historia del Arte y el Diseño"



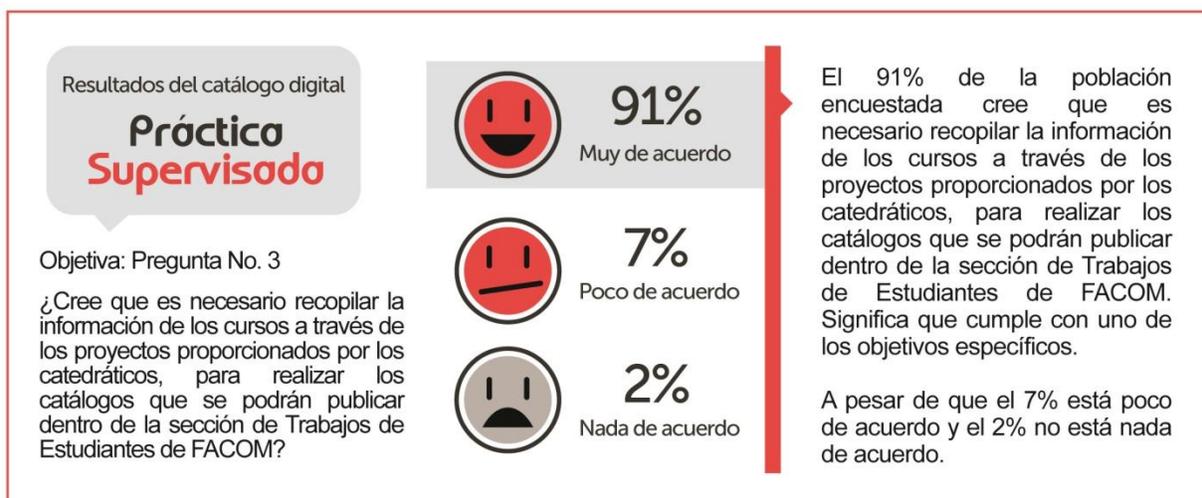
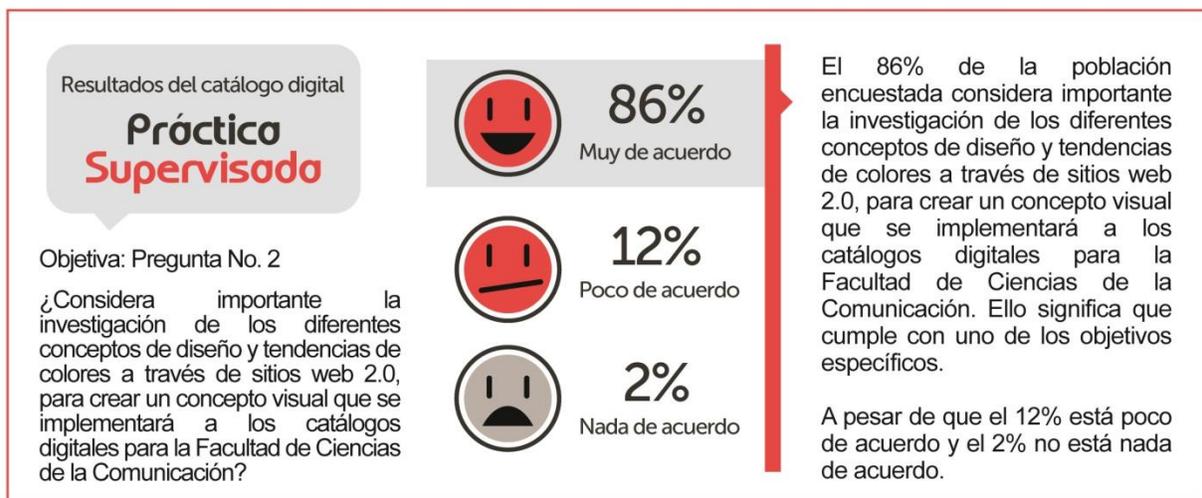
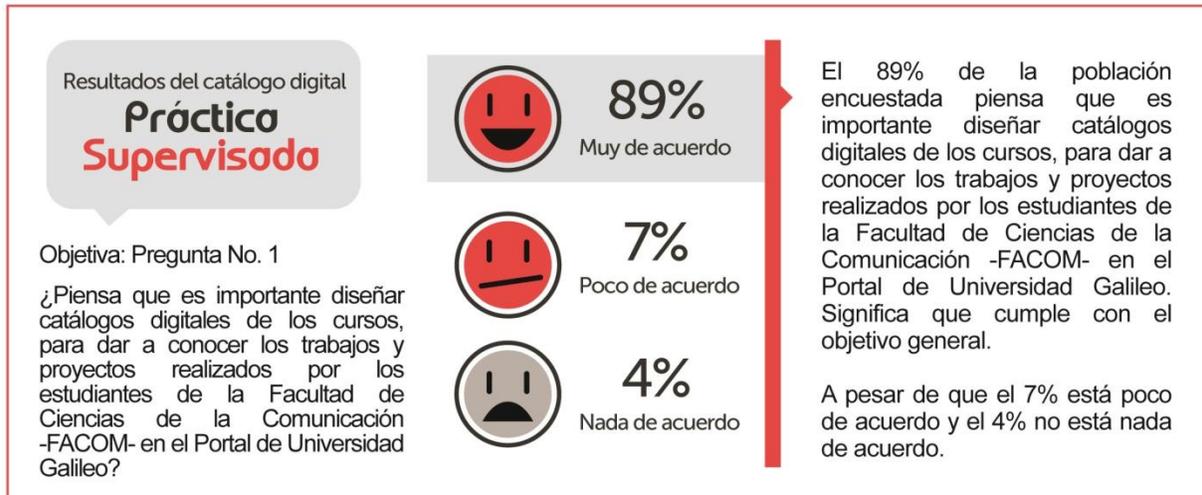


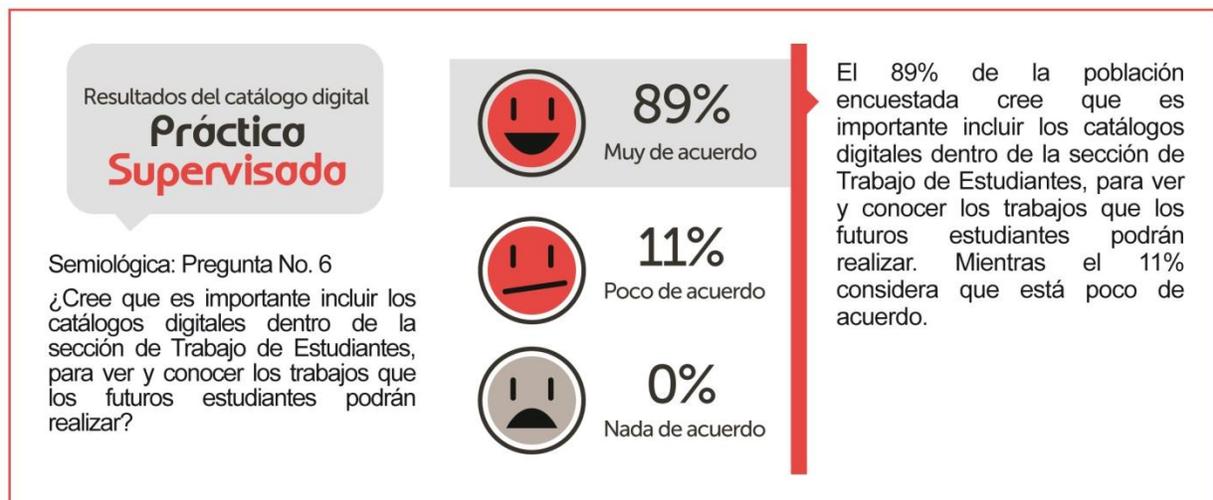
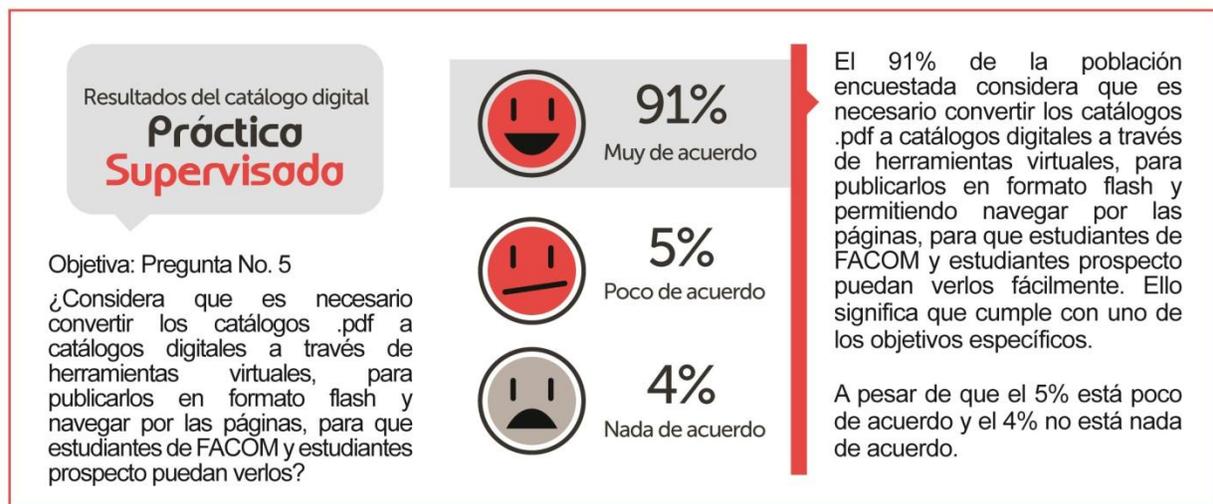
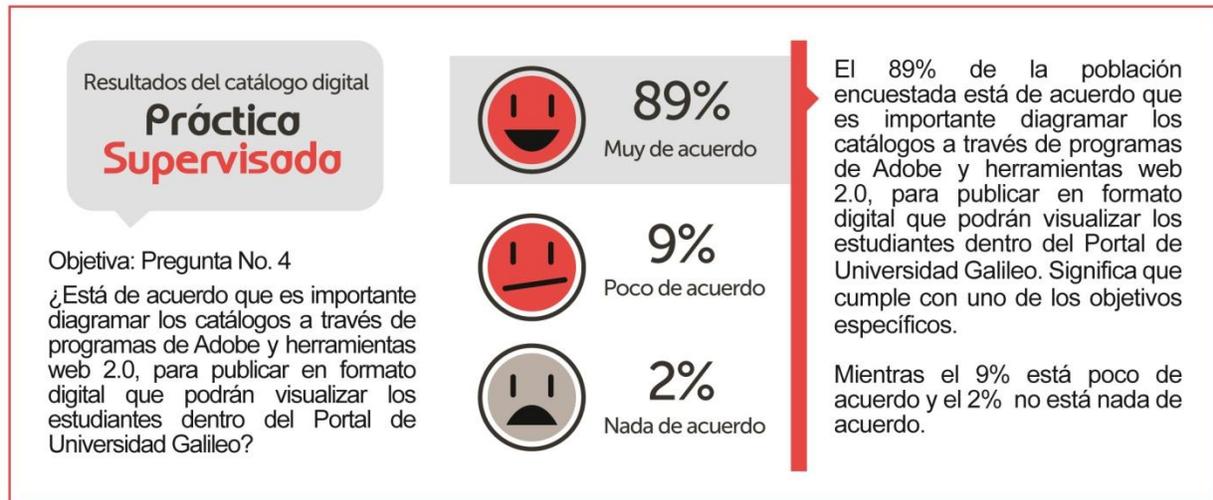




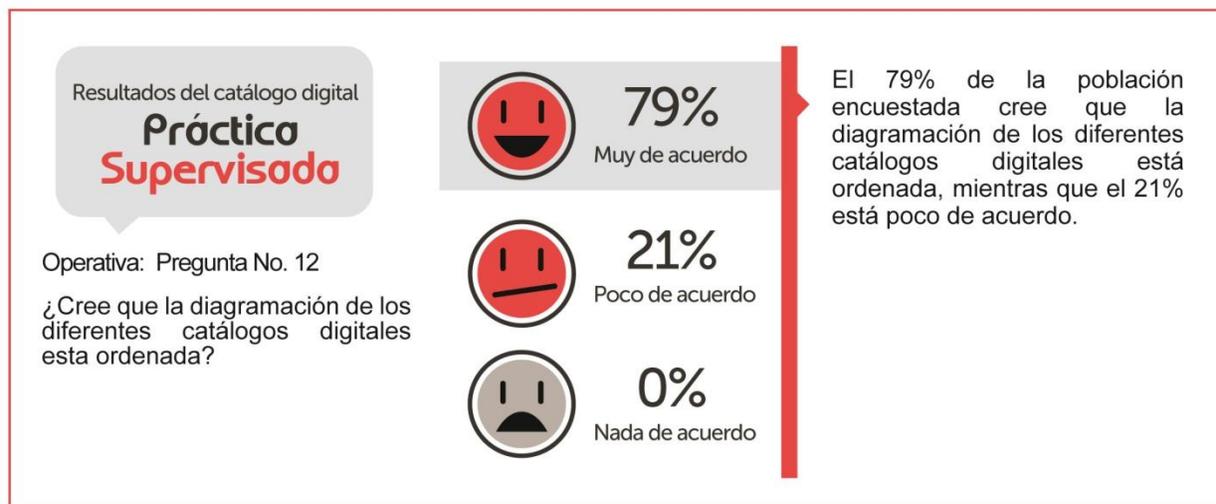
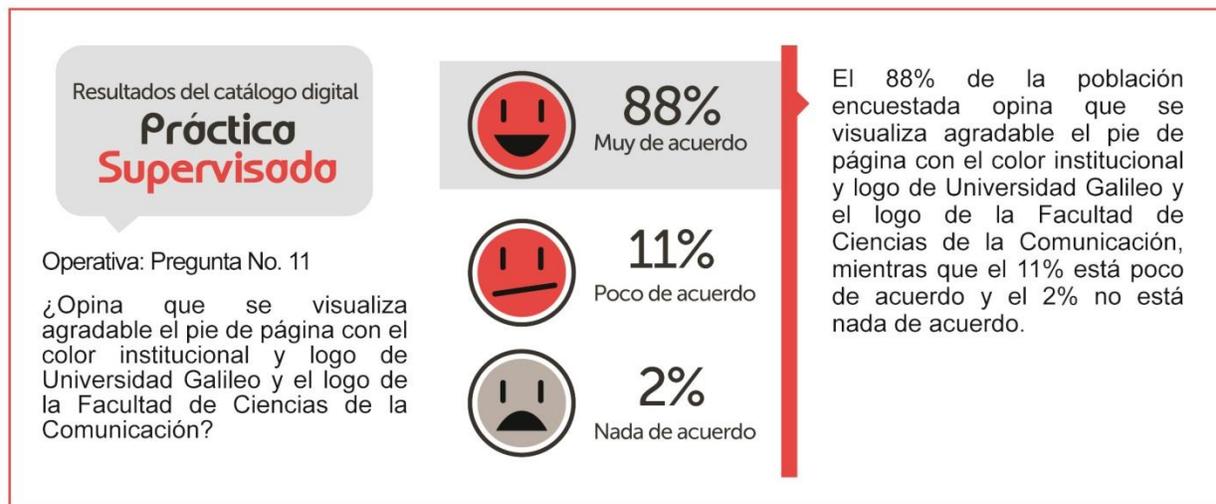
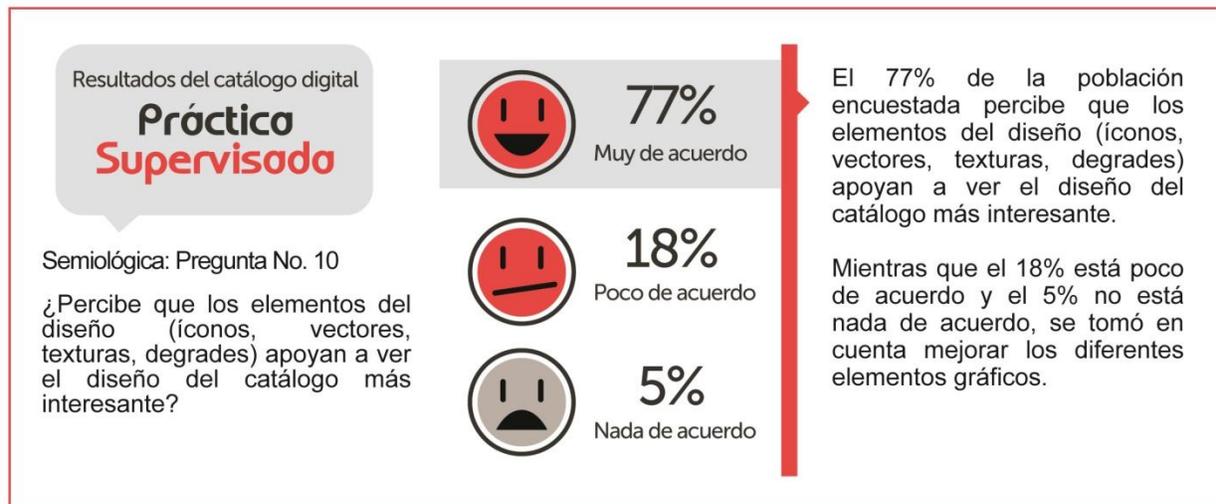


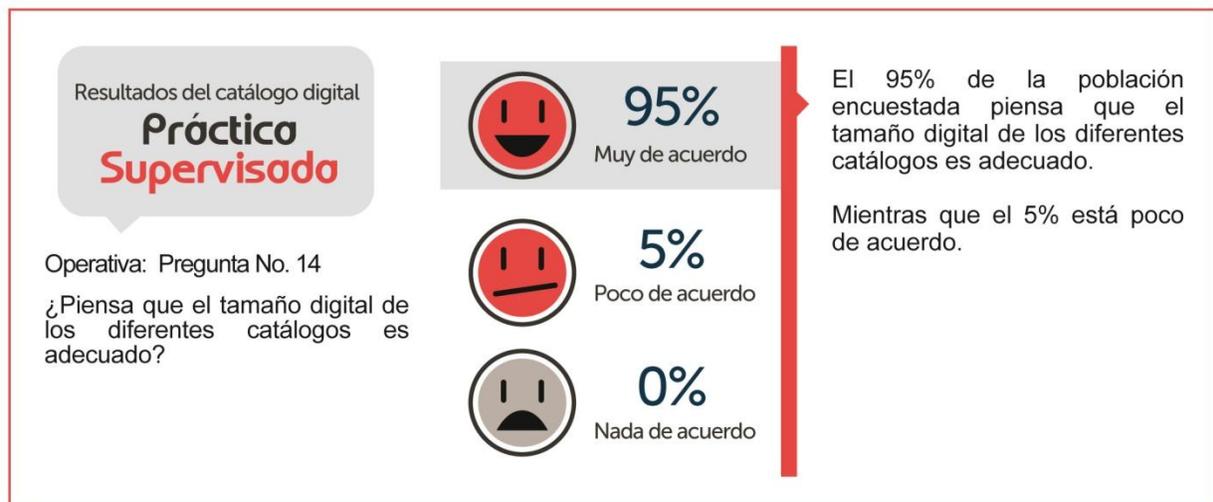
8.3.4 Resultados e interpretaciones del catálogo "Práctica Supervisada -EPS-"

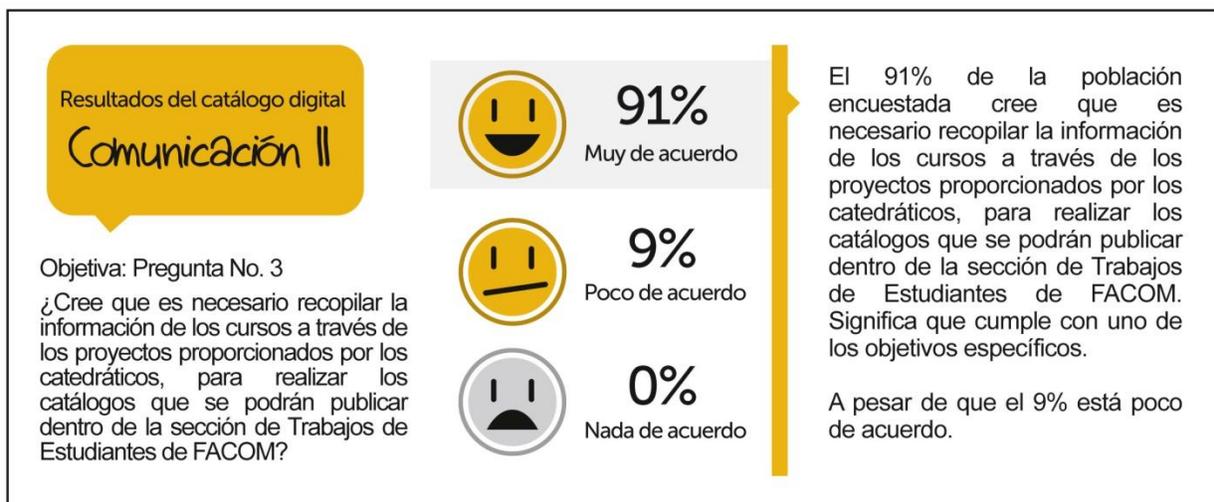
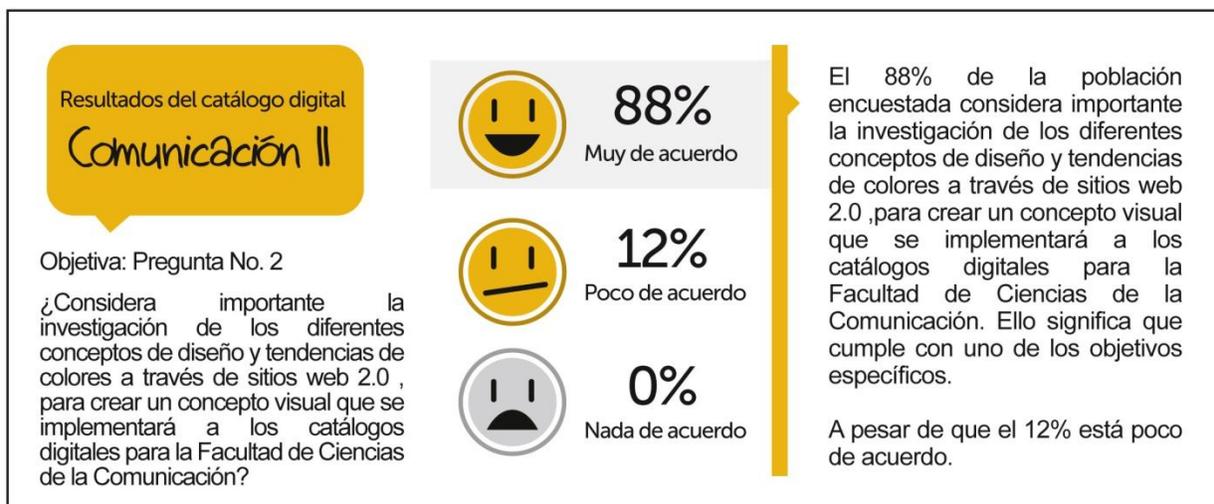
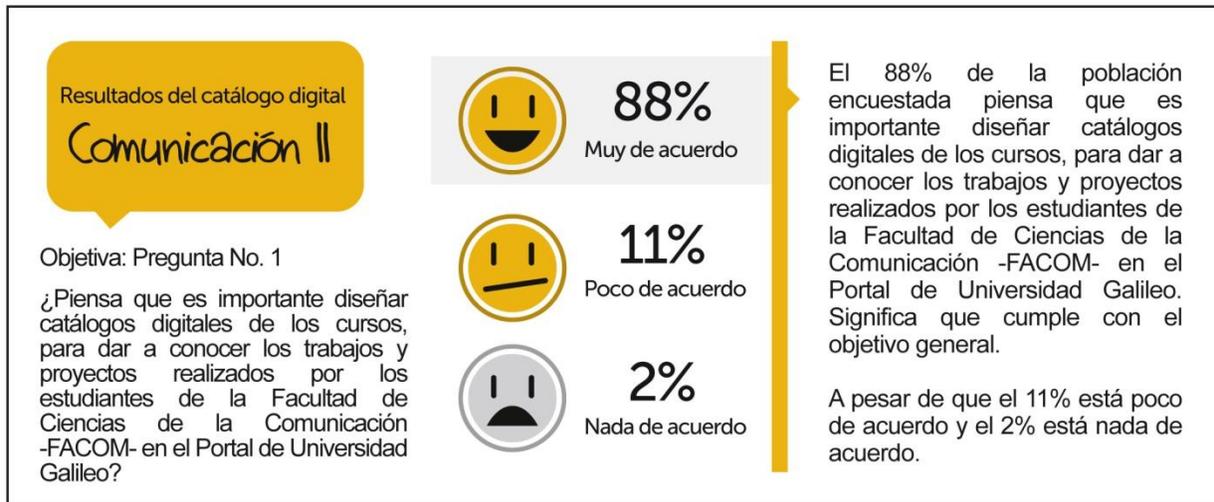


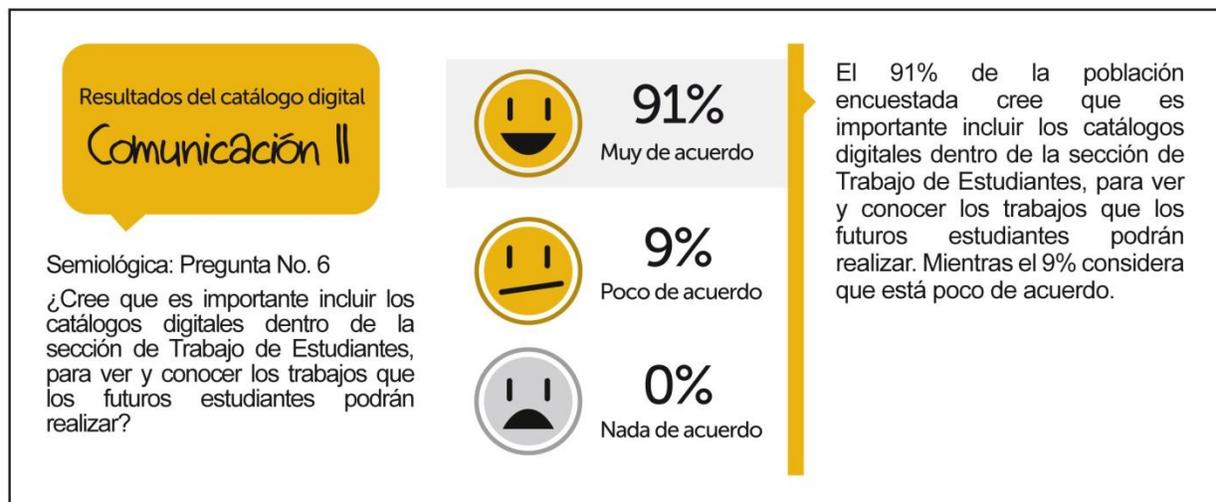
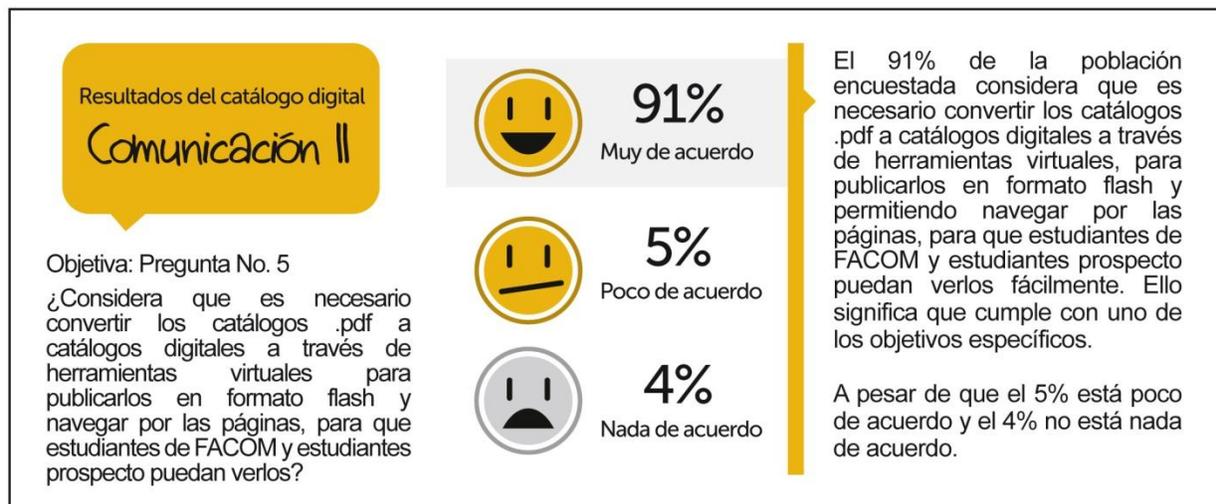
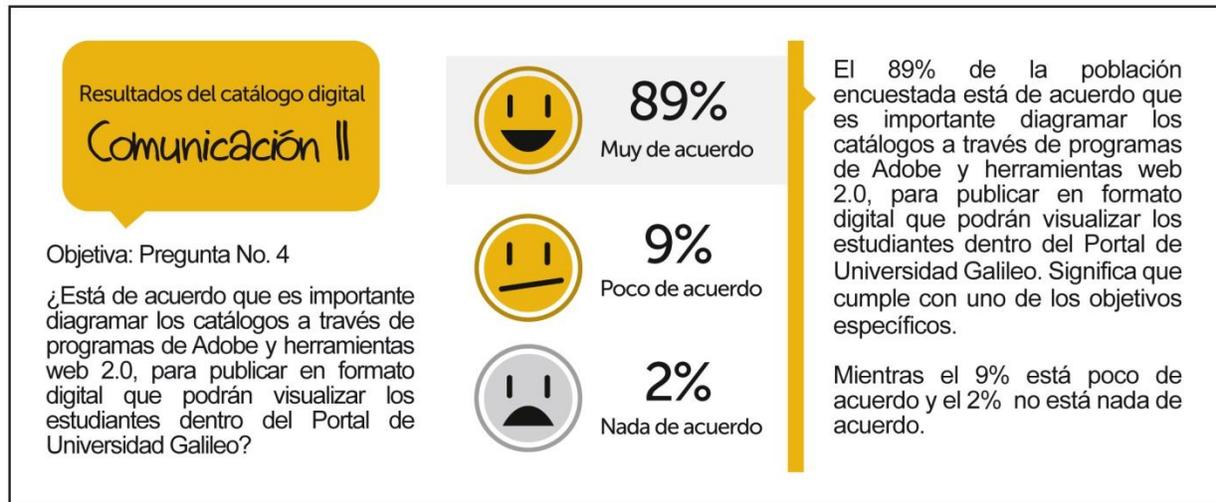


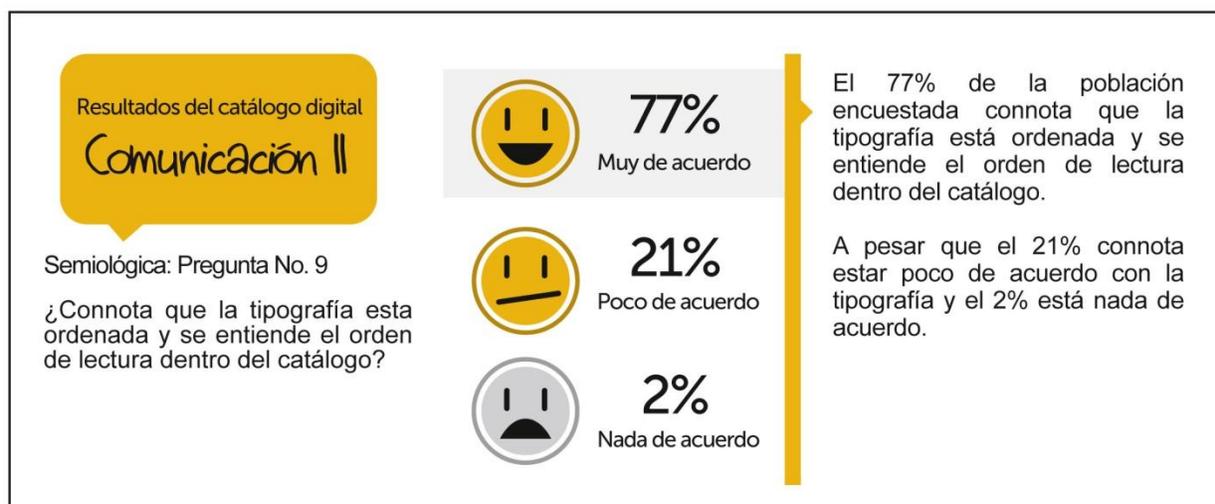
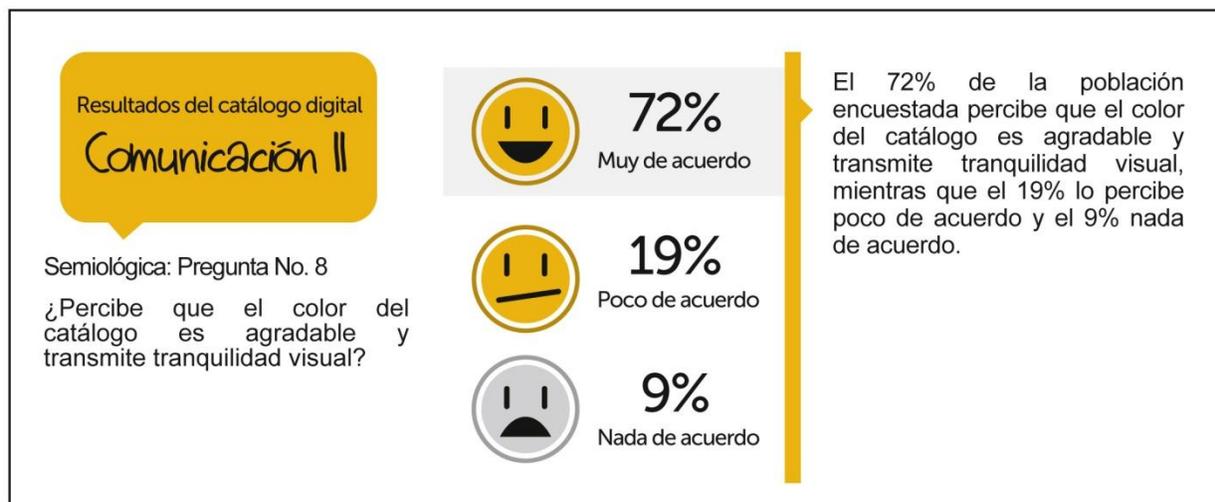
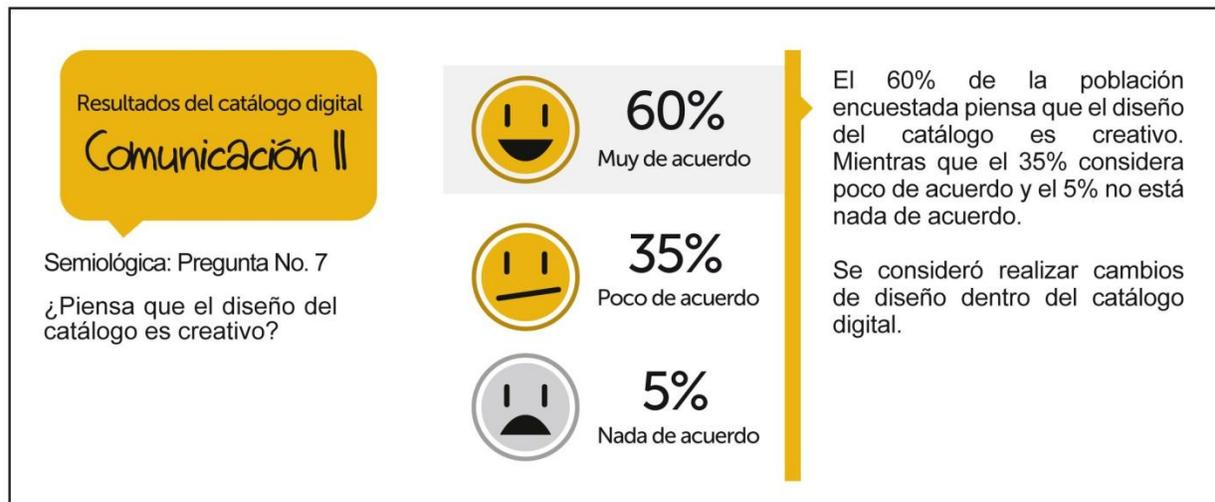


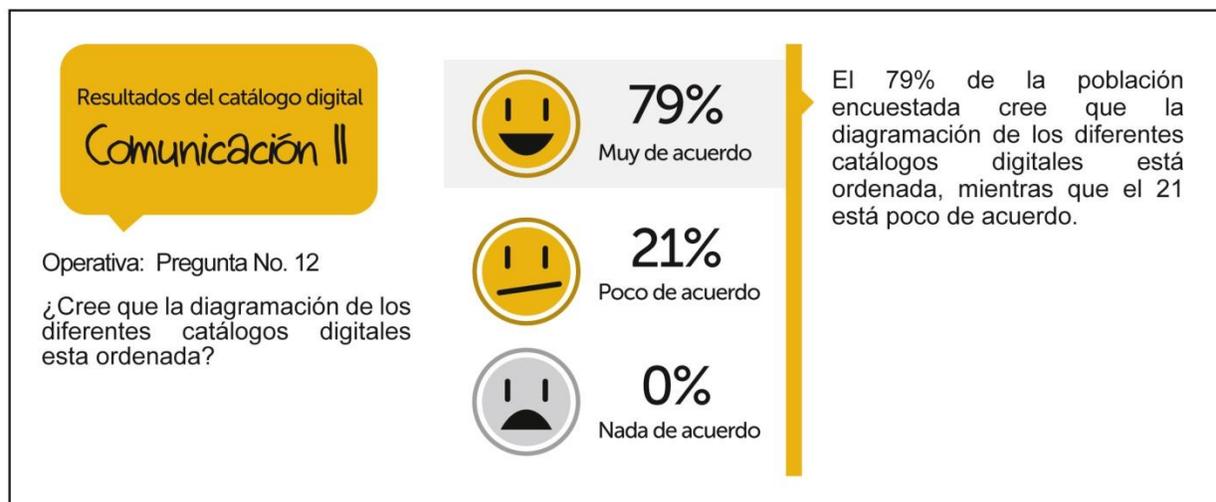
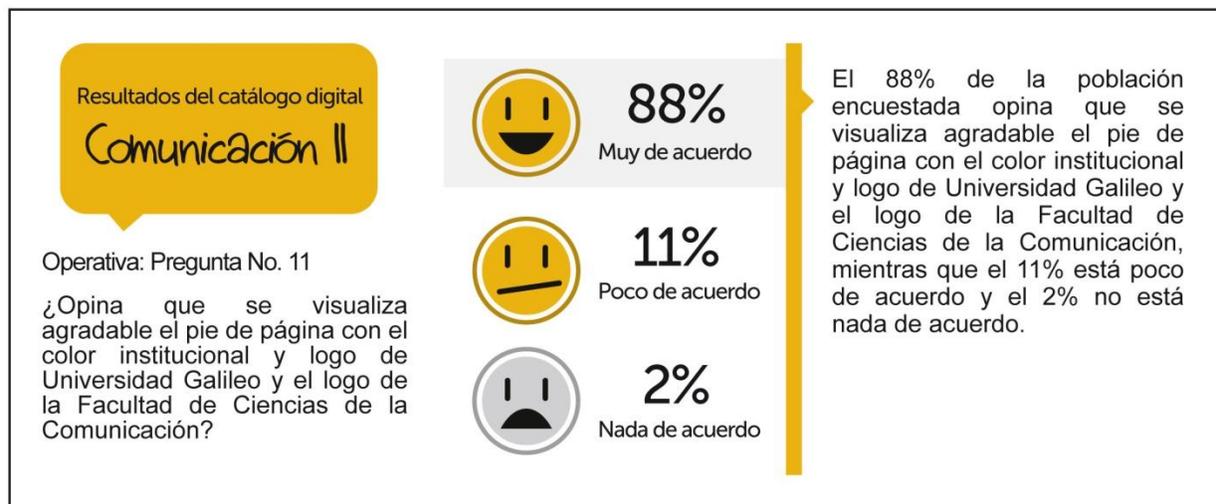
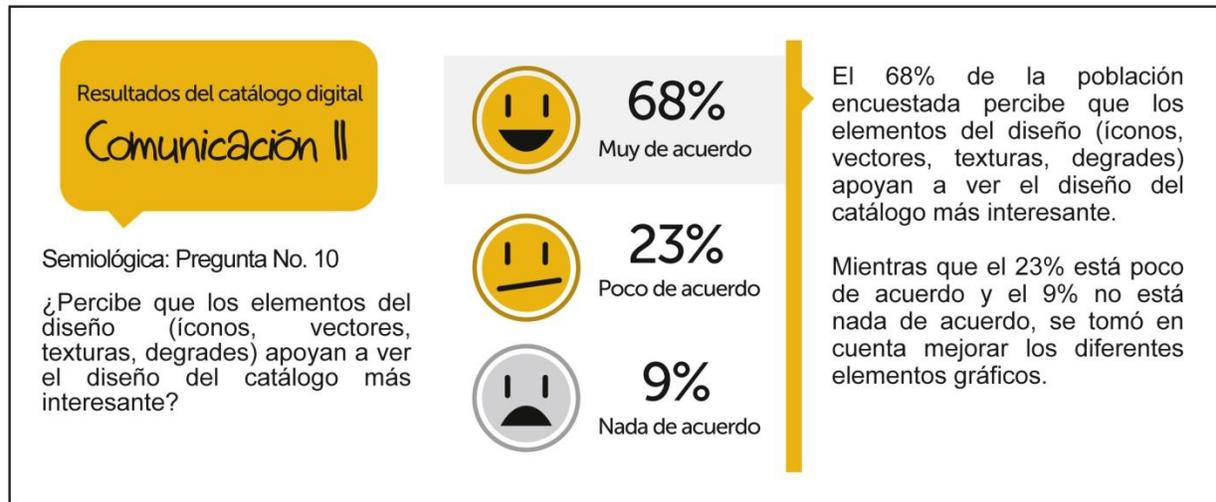


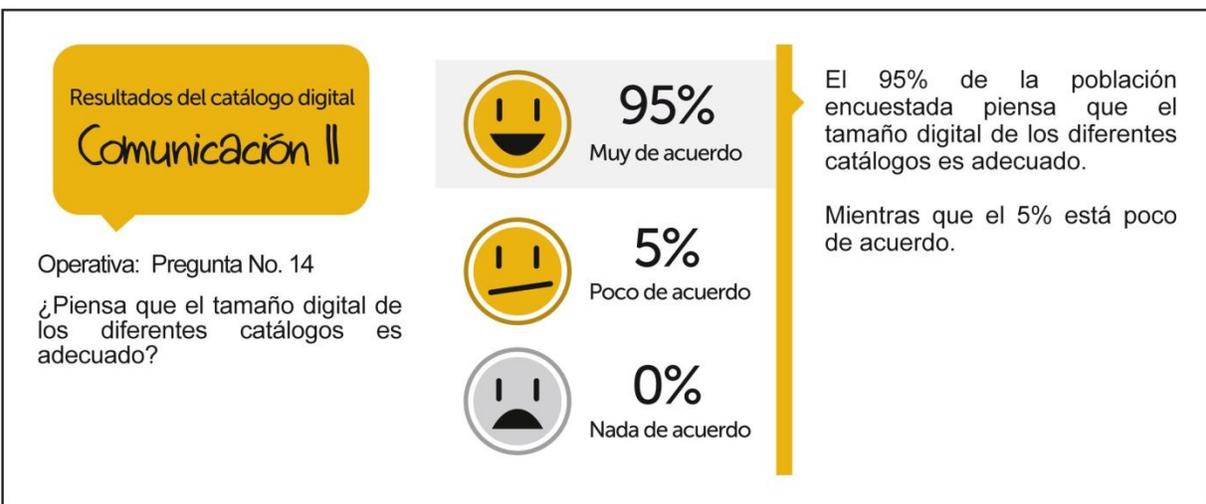
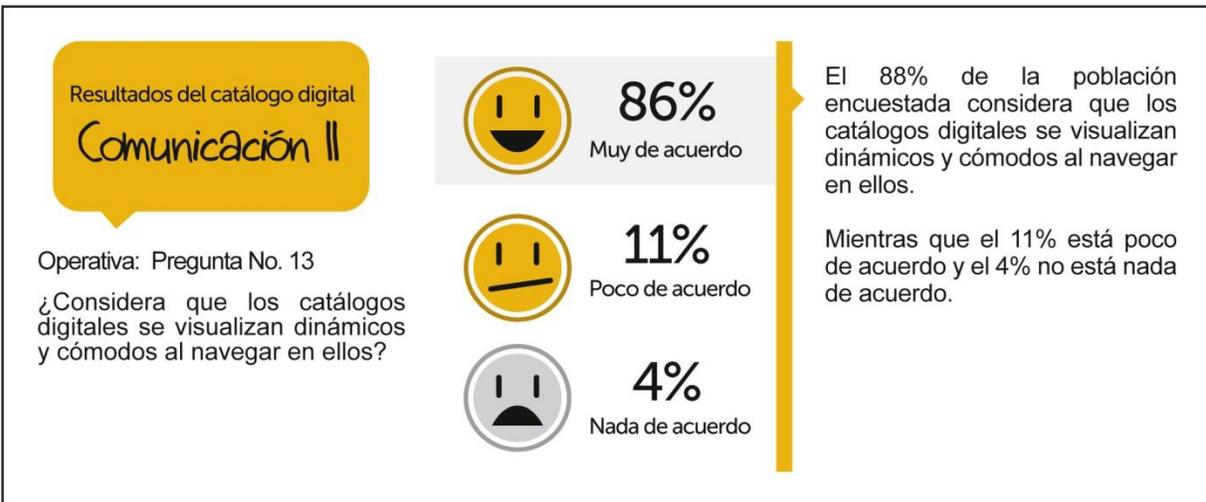












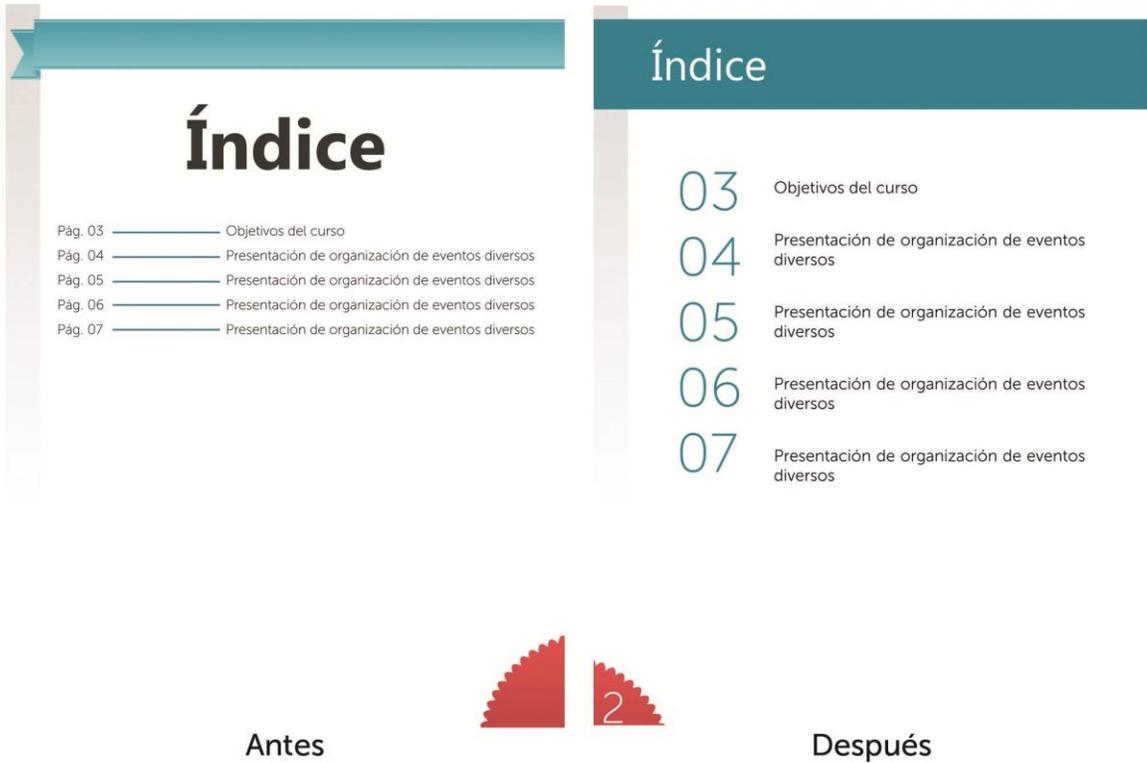
8.4 Cambios en base a los resultados

Según los resultados de la validación de los proyectos por parte de los clientes, grupo objetivo y expertos, solicitaron mejorar la diagramación interna más creativa, la tipografía más grande y descripción de los trabajos y proyectos internos.

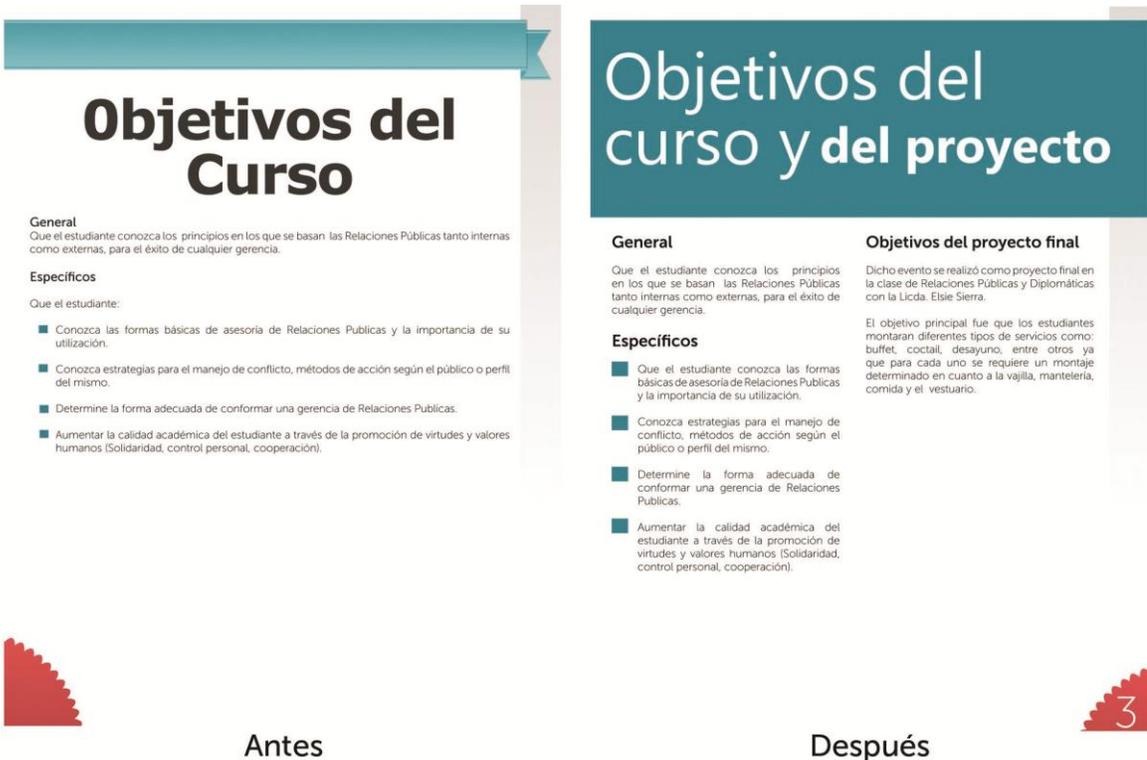
Presentamos los cambios realizados al comparar el diseño anterior con la nueva propuesta:

- **Catálogo Digital del curso de Relaciones Públicas y Diplomáticas**

Página 2: Se mejoró la diagramación y combinación de color. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.



Página 3: Se mejoró la diagramación y combinación de color. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.



Páginas internas: En estas páginas se les agregarón los títulos en cada página, acerca del evento. A continuación presentamos el antes y después del diseño.



Antes

Después

Contra portada: Se actualizó la información de los créditos y corrigió la pestaña inferior. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.



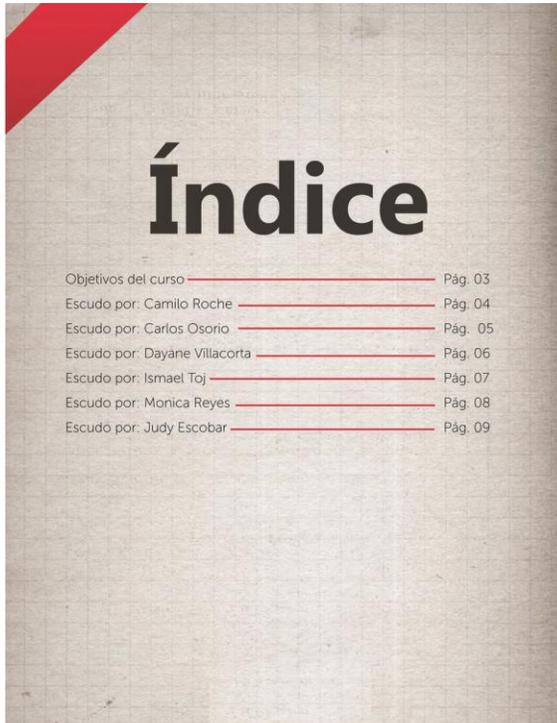
Antes



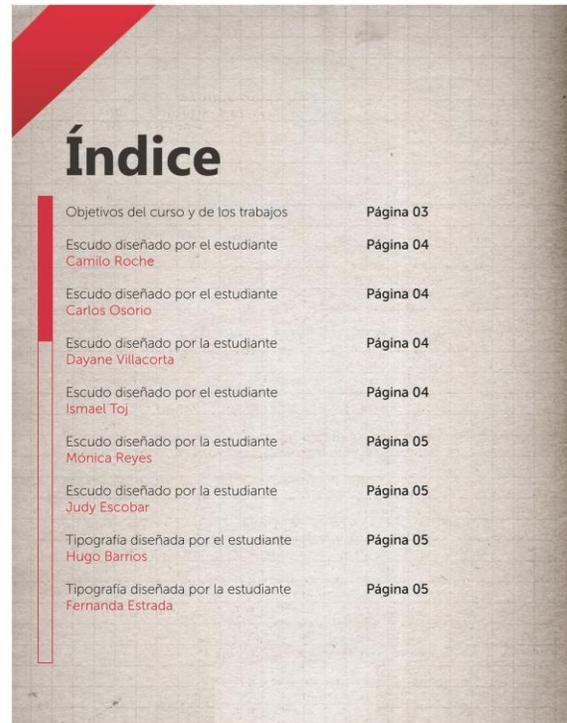
Después

• **Catálogo Digital del curso de Historia del Diseño Gráfico**

Página 2: Se mejoró la diagramación del catálogo y el tamaño del texto. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.

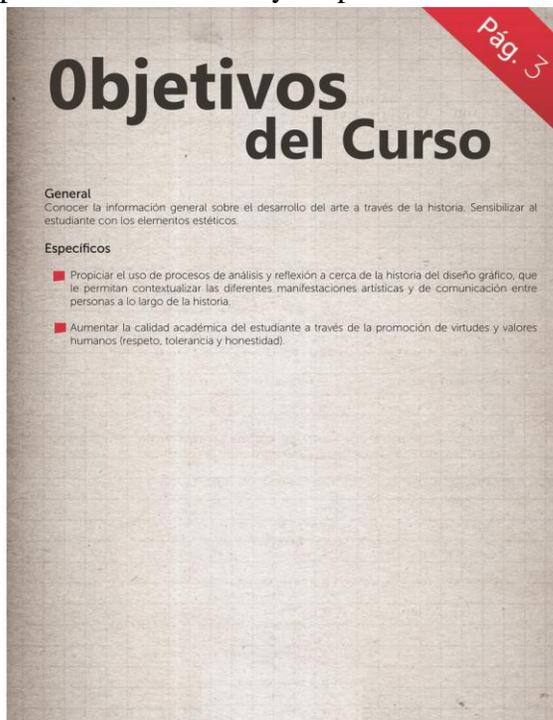


Antes

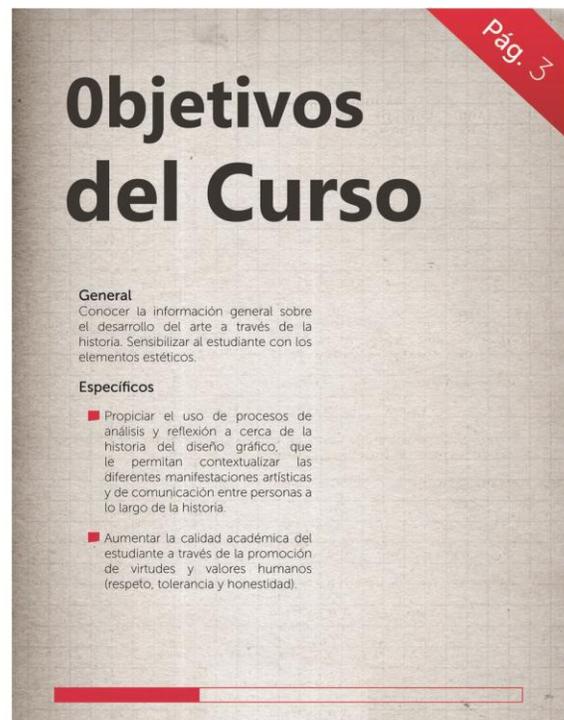


Después

Página 3: Se mejoró la diagramación del texto y presentación gráfica. A continuación presentamos el antes y después del diseño.

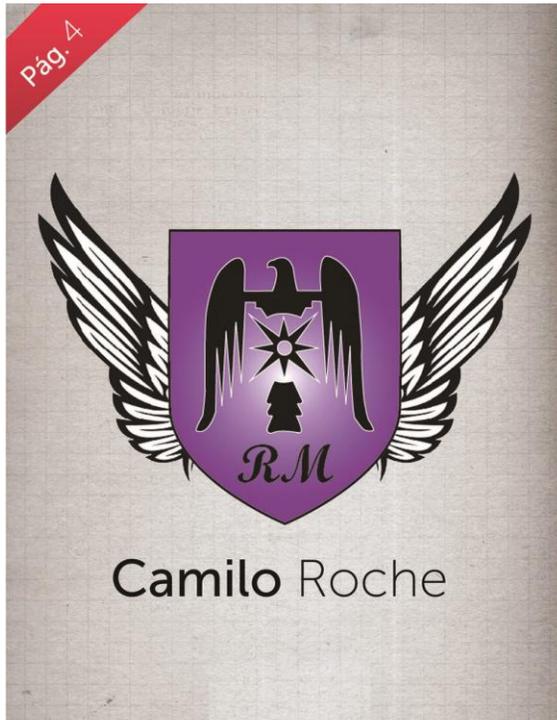


Antes



Después

Páginas Internas: Se agregó descripción de los trabajos y se diagramó de una forma más ordenada y balanceada. A continuación presentamos el antes y después del diseño.

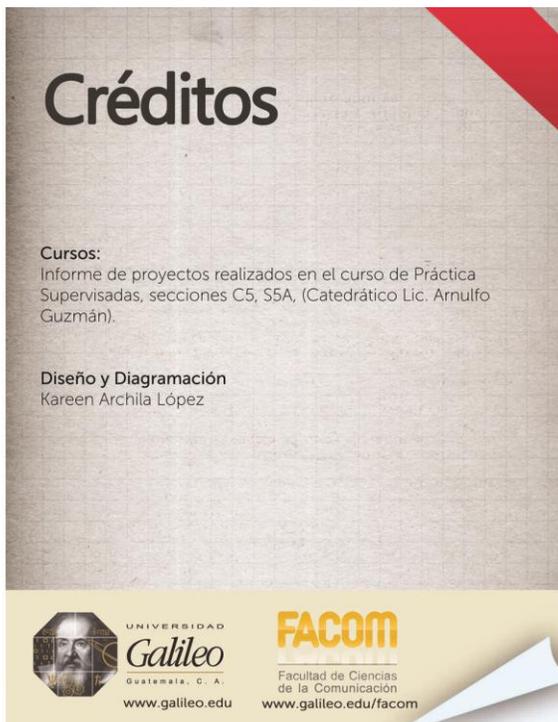


Antes

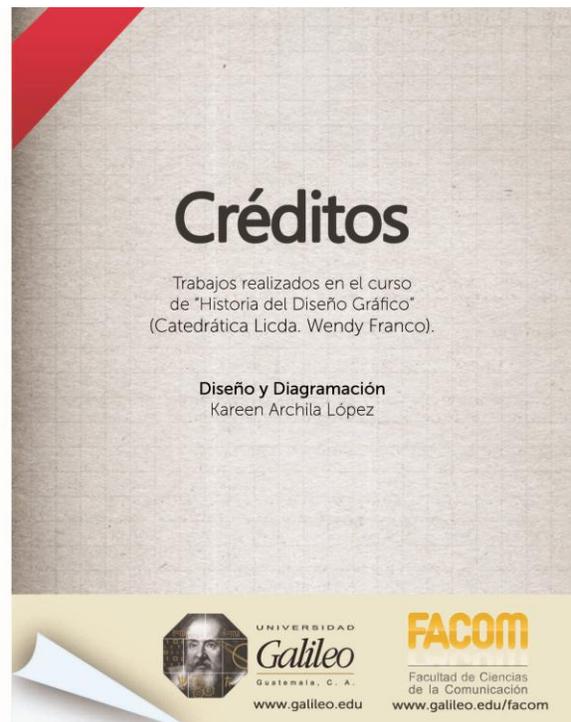


Después

Contra portada: Se actualizó la información de los créditos, se corrigió la pestaña inferior. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.



Antes



Después

• **Catálogo Digital del curso de Historia del Arte y del Diseño**

Página 2: Se rediseñó la diagramación y diseño de esta sección. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.

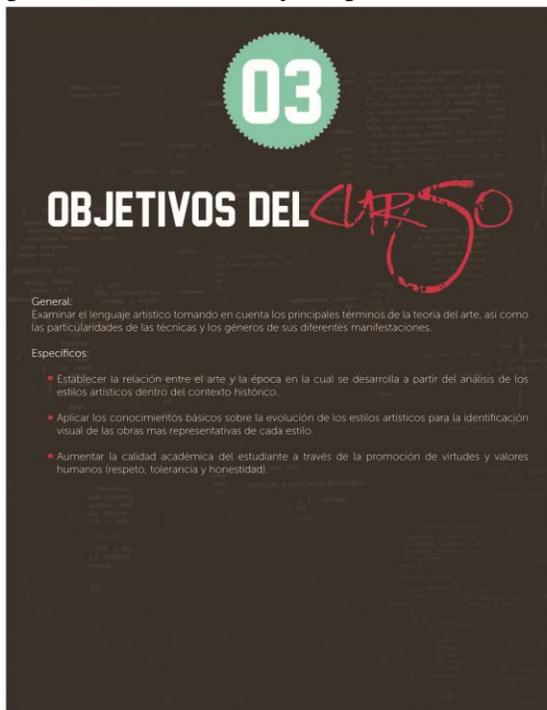


Antes



Después

Página 3: Se trabajó en dos columnas y se aumentó el tamaño del texto. A continuación presentamos el antes y después del diseño.

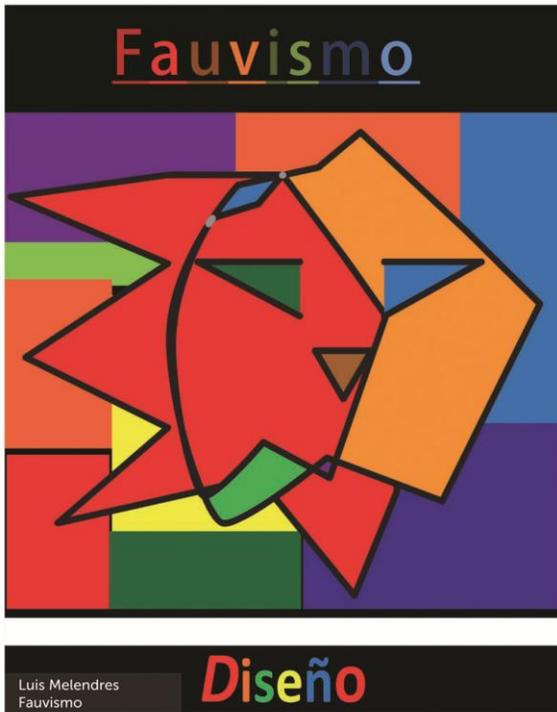


Antes

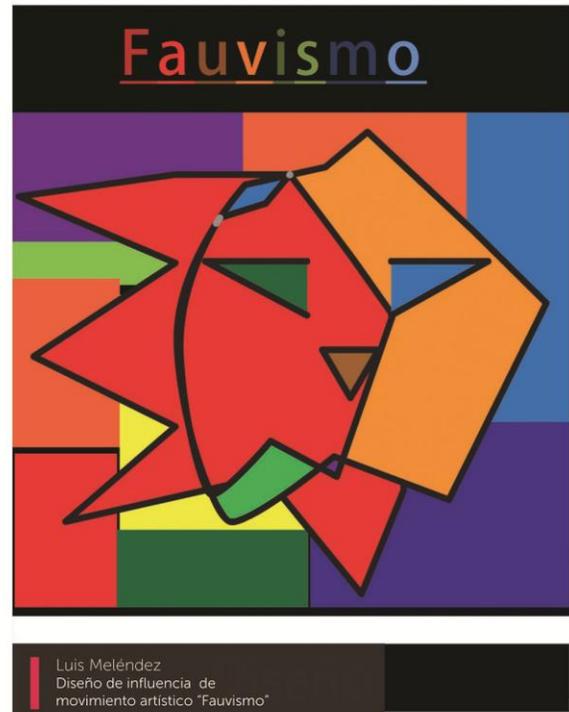


Después

Páginas internas: En estas páginas se agregó un cintillo para colocar la información del proyecto. A continuación presentamos el antes y después del diseño.

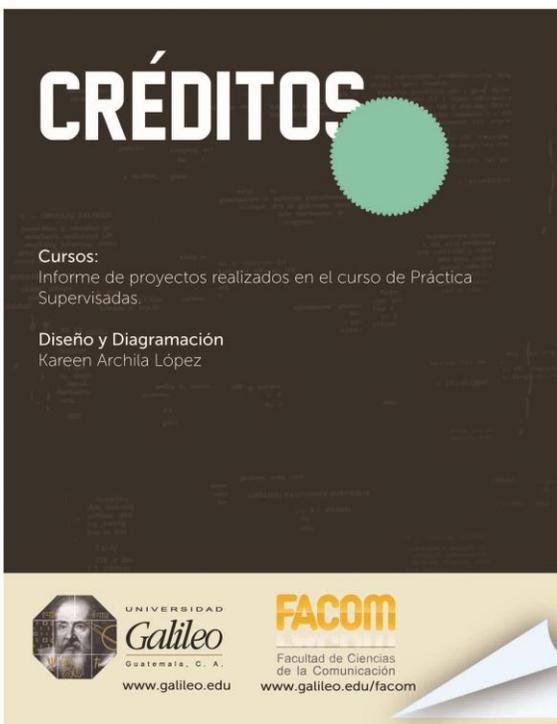


Antes

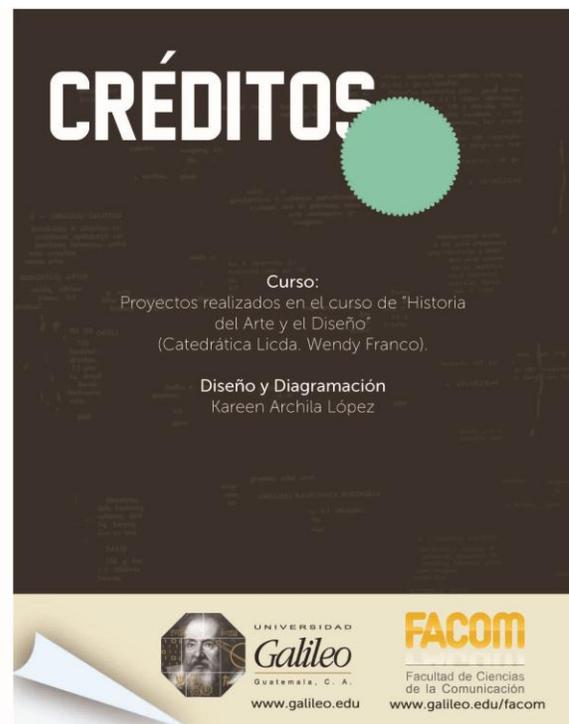


Después

Contra portada: Para esta última página se actualizó la información de los créditos, también se corrigió el detalle de la pestaña inferior.



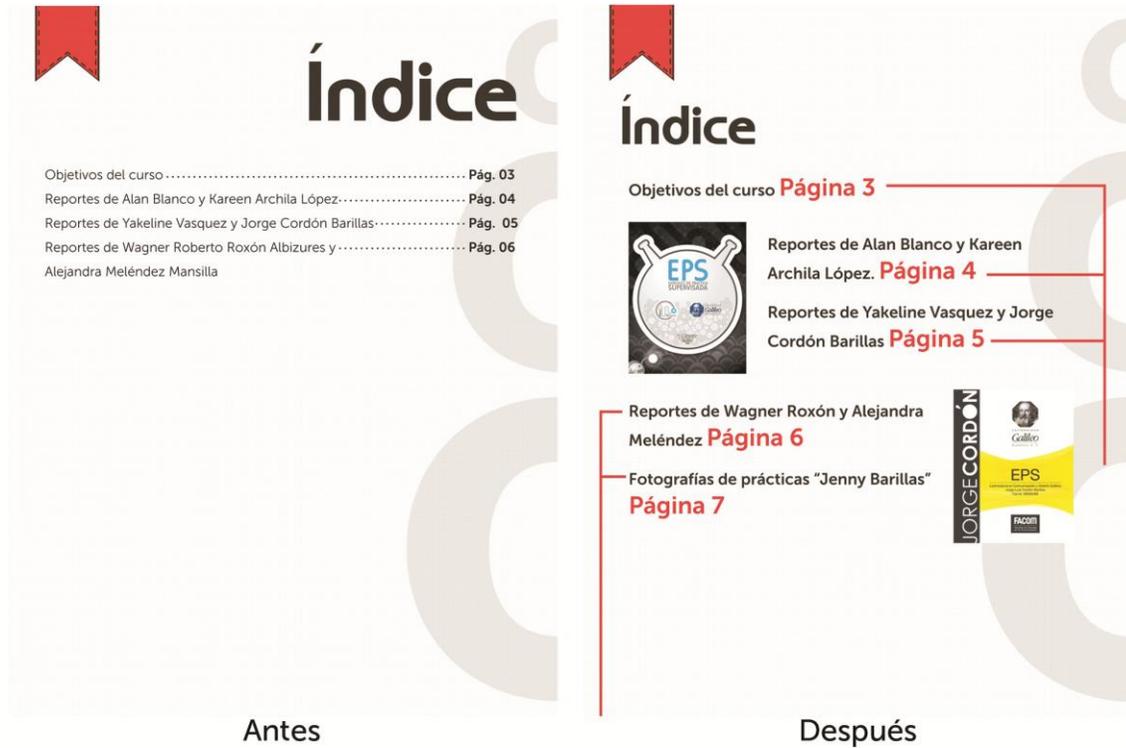
Antes



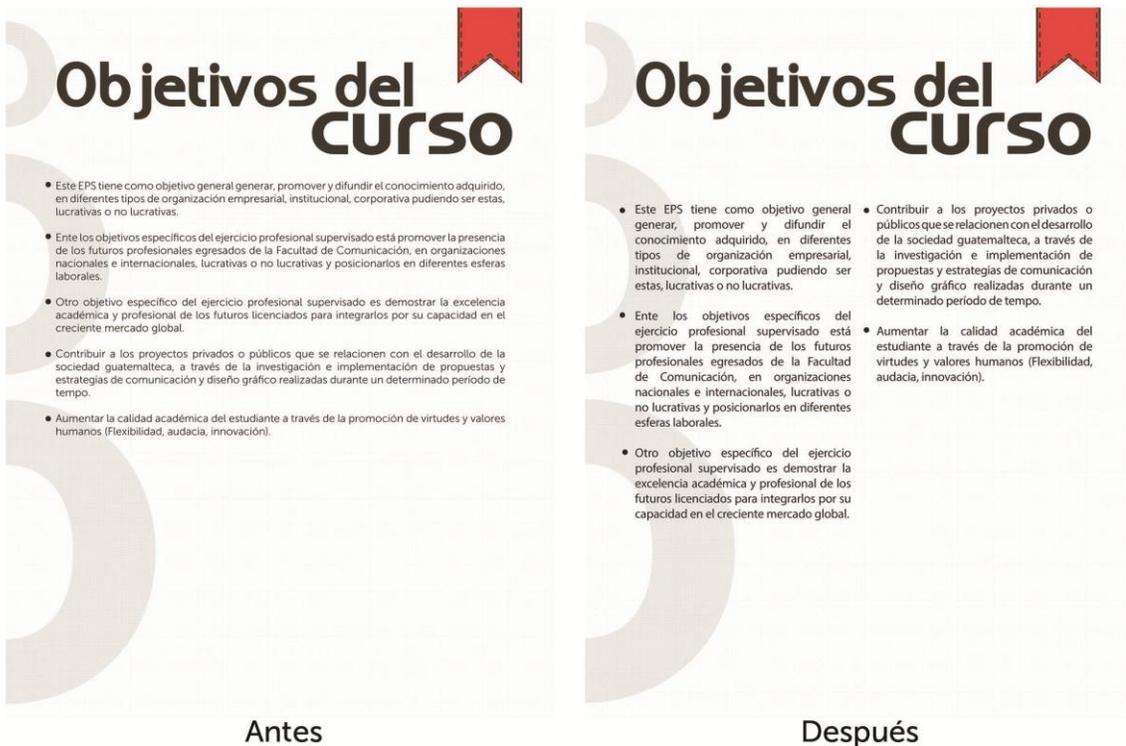
Después

• **Catálogo Digital del curso de Prácticas Supervisadas**

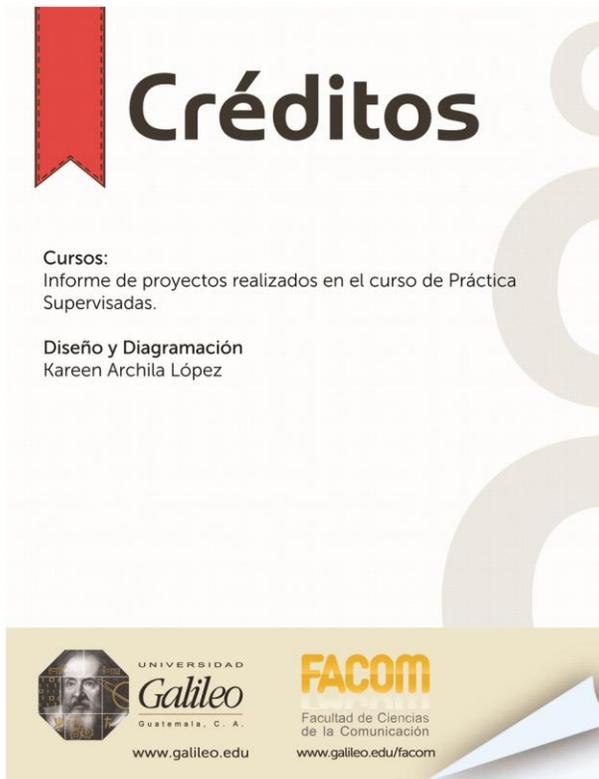
Página 2: Se mejoró la diagramación del catálogo con un diseño más balanceado. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.



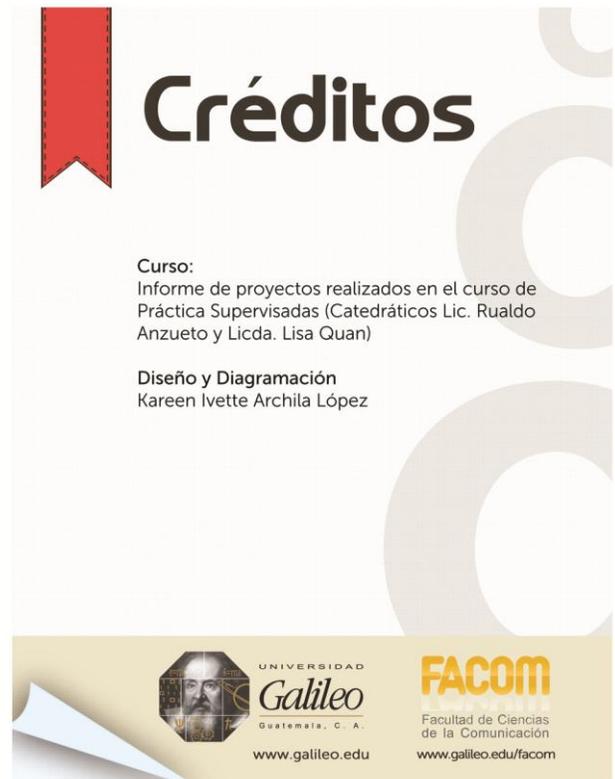
Página 3: Se mejoró la diagramación del texto y presentación gráfica. A continuación presentamos el antes y después del diseño.



Contra portada: Para esta última página se corrigió el detalle de la pestaña inferior. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.



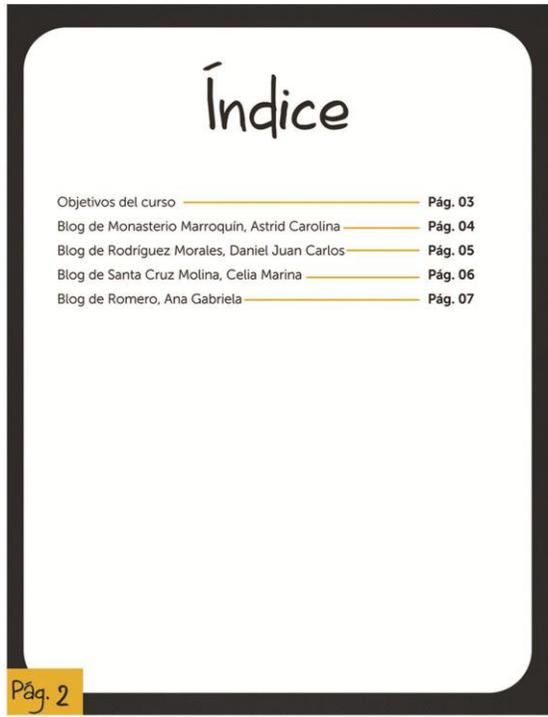
Antes



Después

• **Catálogo Digital del curso de Comunicación**

Página 2: Se mejoró la diagramación y creatividad de la sección. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.

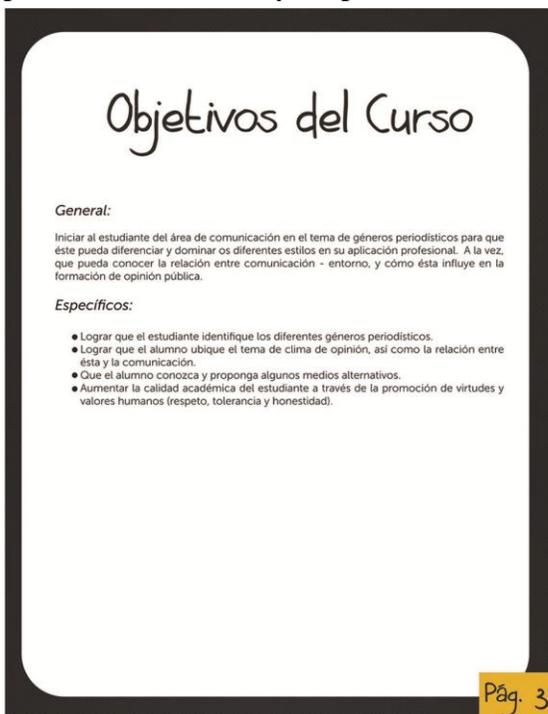


Antes

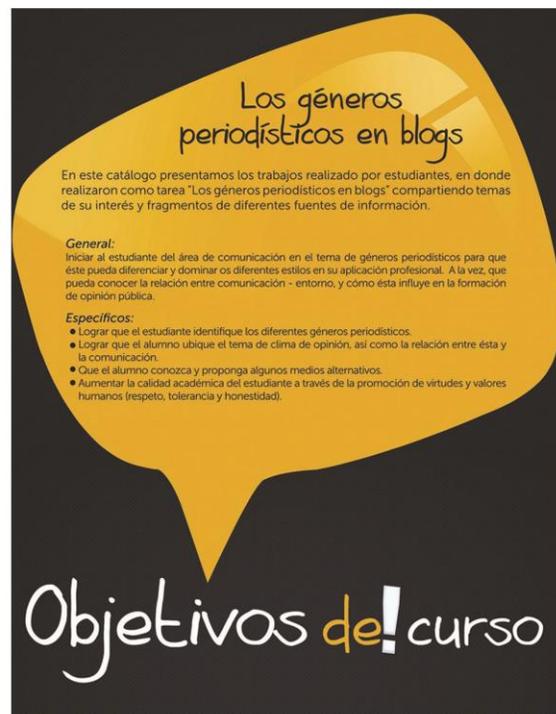


Después

Página 3: Se mejoró la diagramación del texto y presentación gráfica. A continuación presentamos el antes y después del diseño.



Antes

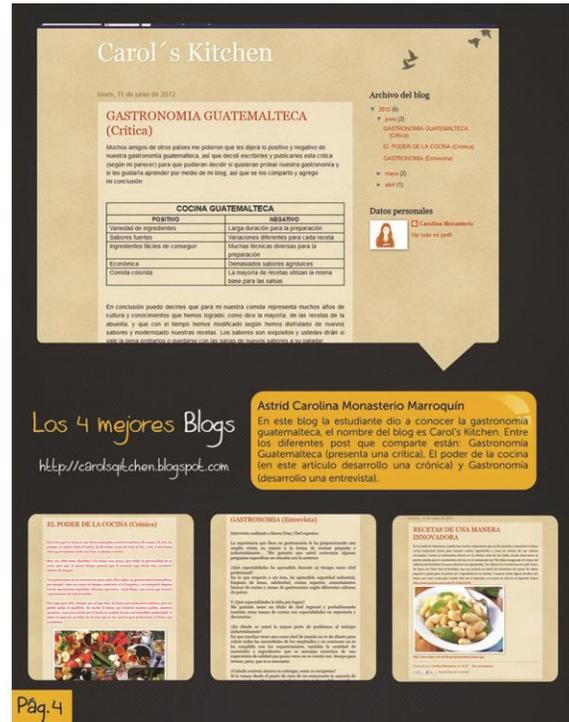


Después

Páginas internas: Se presentó una diagramación diferente, para mejorar la presentación. A continuación presentamos el antes y después del diseño.



Antes



Después



Antes



Después

Contra portada: Se actualizó la información de los catálogos y se corrigió la pestaña inferior. A continuación presentamos el antes y después del diseño y diagramación.



Antes



Después

CAPÍTULO IX

Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta gráfica final

De acuerdo a la solicitud del cliente, se elaboraron cinco catálogos digitales, para fundamentar el proyecto de graduación, que se titula:

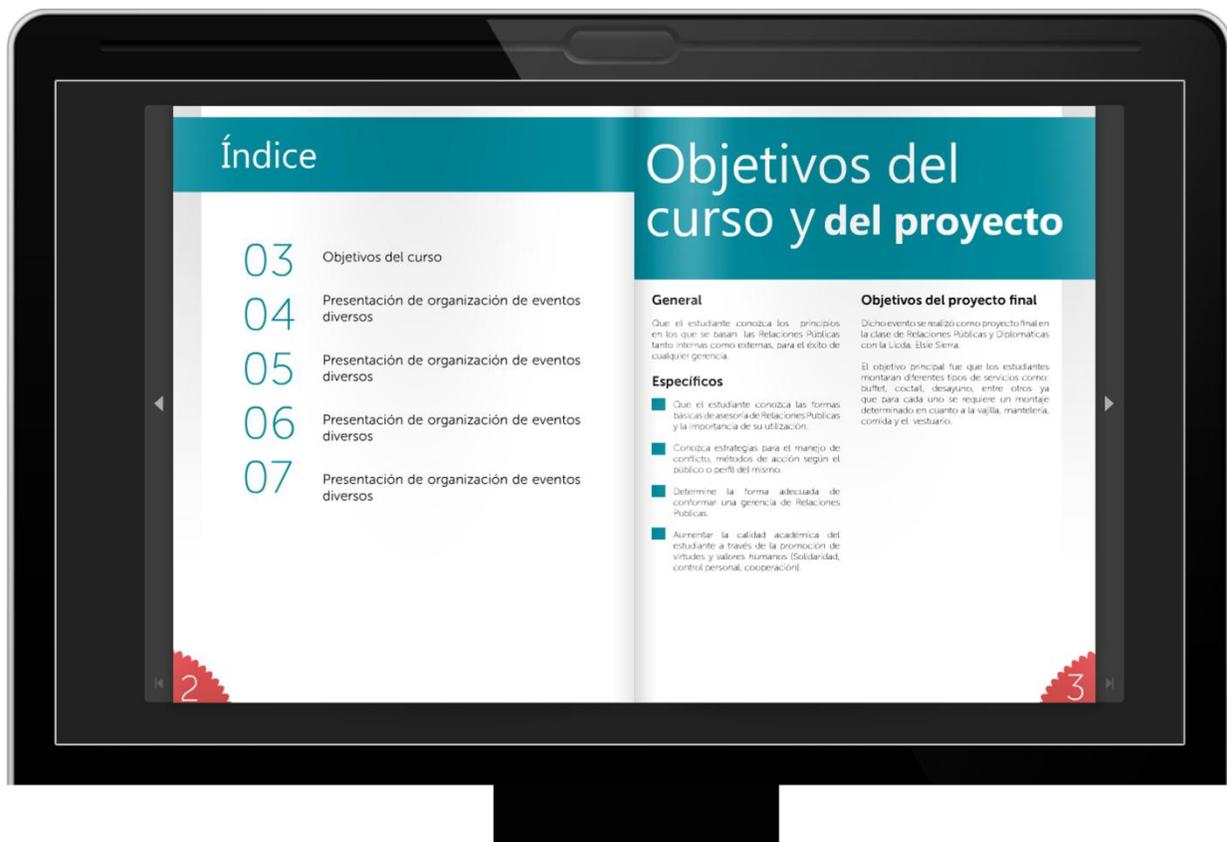
“Diseño de catálogo digital de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM- en el Portal de Universidad Galileo”.

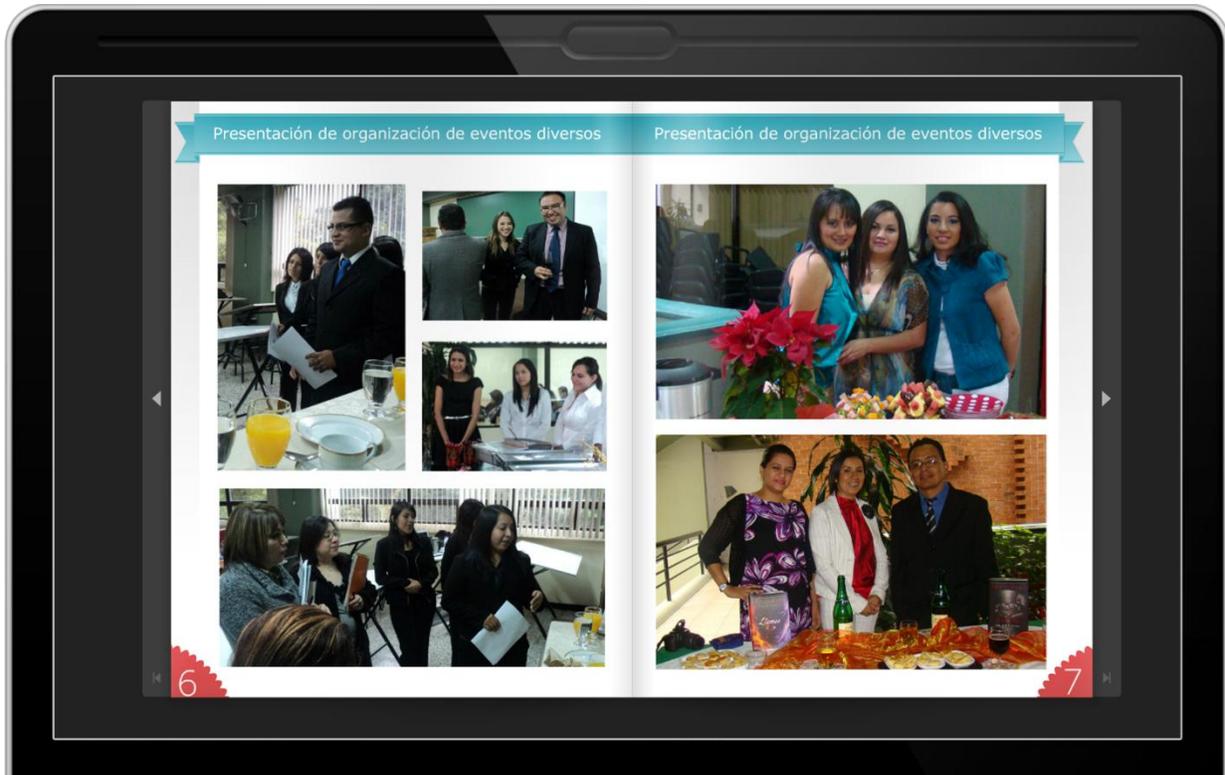
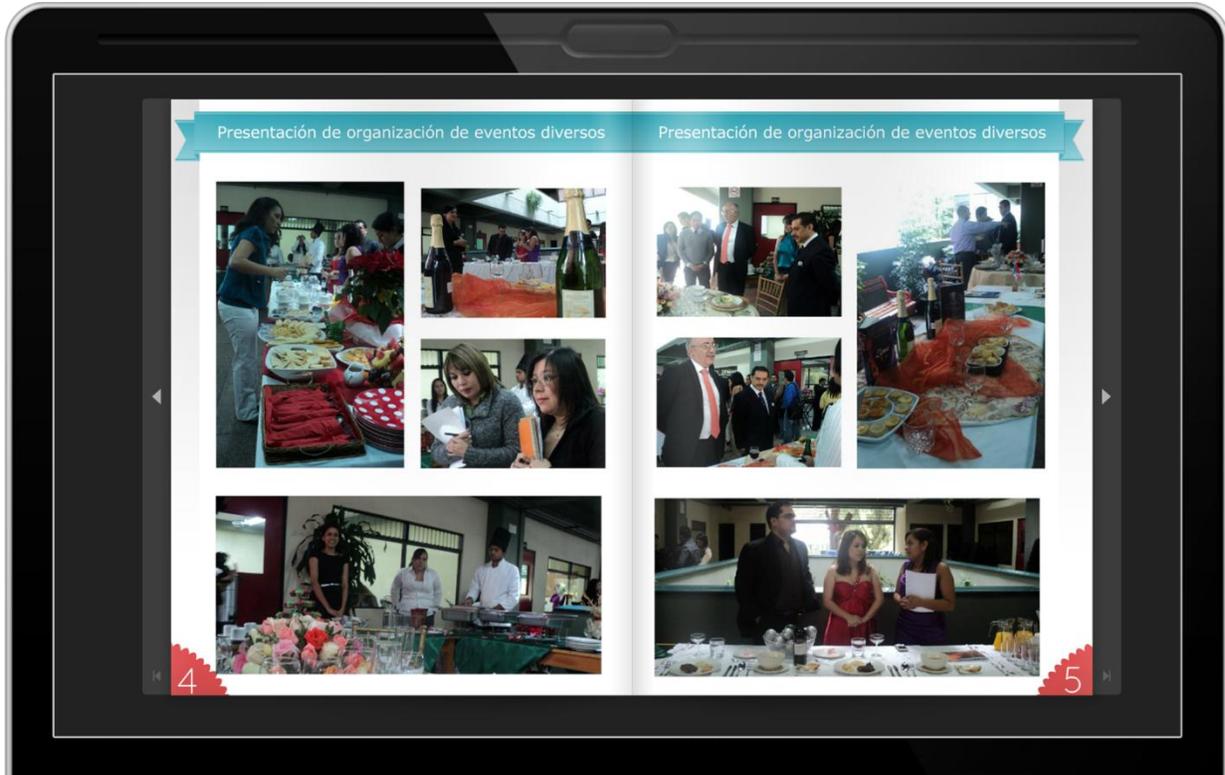
Los catálogos son materiales gráficos, que darán a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la carrera, con el fin de visualizar en un formato accesible, las actividades que se llegan a realizar dentro de la carrera.

Los diseños de los catálogos serán presentados en formato digital, los que se podrán encontrar dentro del Portal de Universidad Galileo, en la sección de “Trabajos de Estudiantes” de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Como presentación innovadora se publicarán los catálogos utilizando la herramienta ISSUU, para visualizarlos en un formato dinámico.

A continuación se dan a conocer las propuestas gráficas finales de los cinco catálogos digitales, dando un ejemplo de cómo se visualizarán por medio de la herramienta web 2.0 ISSUU.

- **Catálogo digital “Relaciones Públicas y Diplomáticas”**

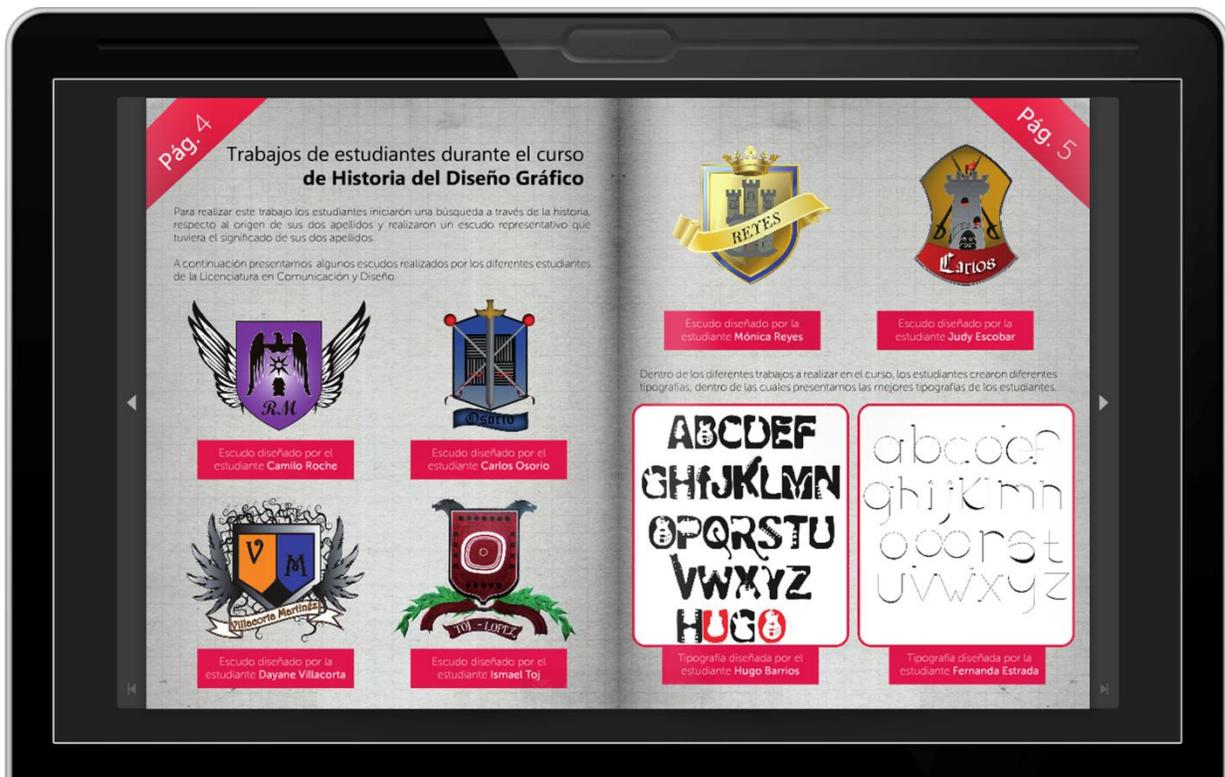
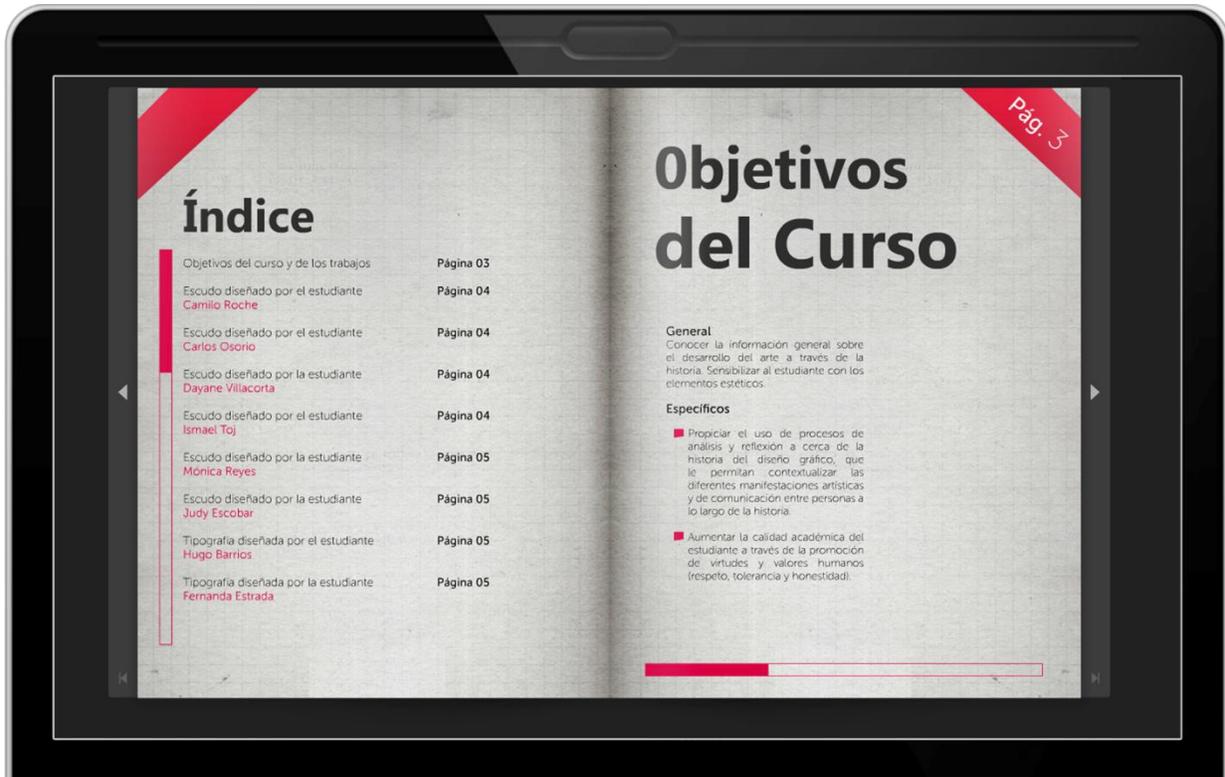






- **Catálogo digital “Historia del Diseño Gráfico”**







- **Catálogo digital "Historia del Arte y el Diseño"**

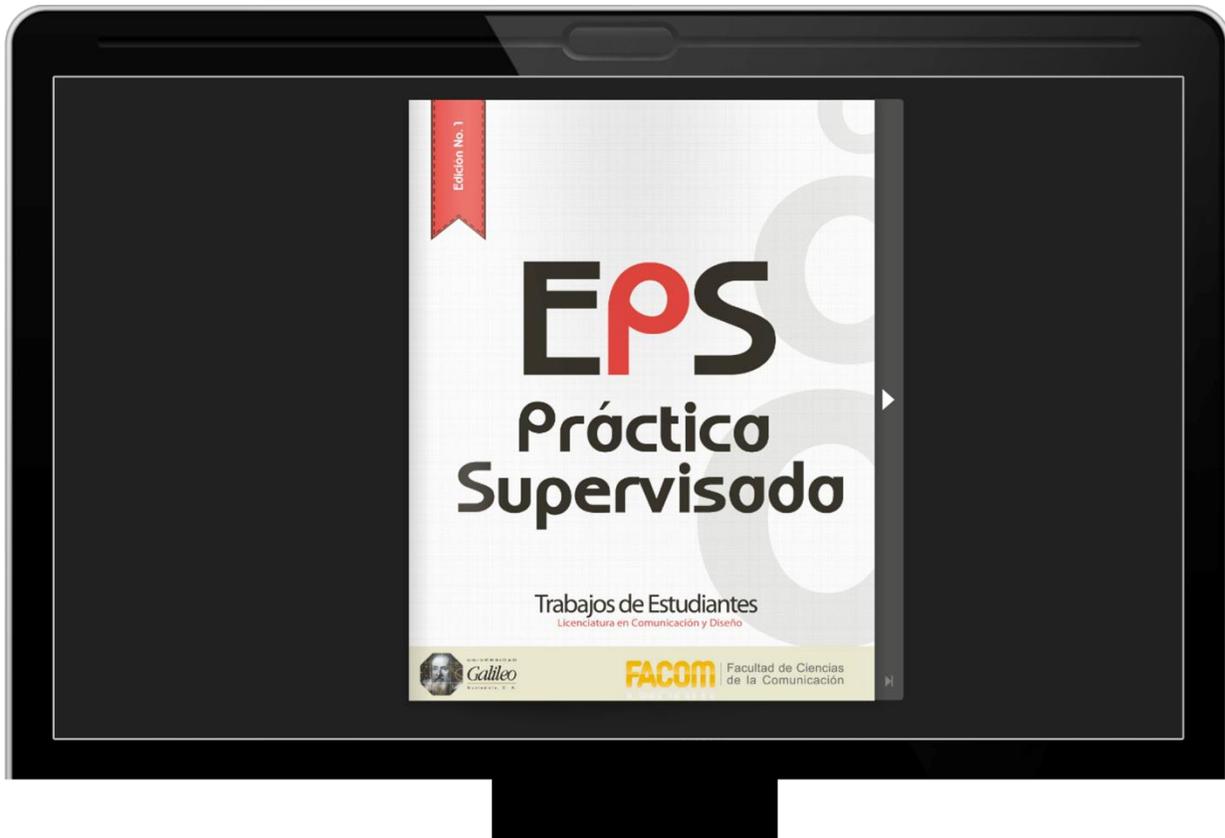


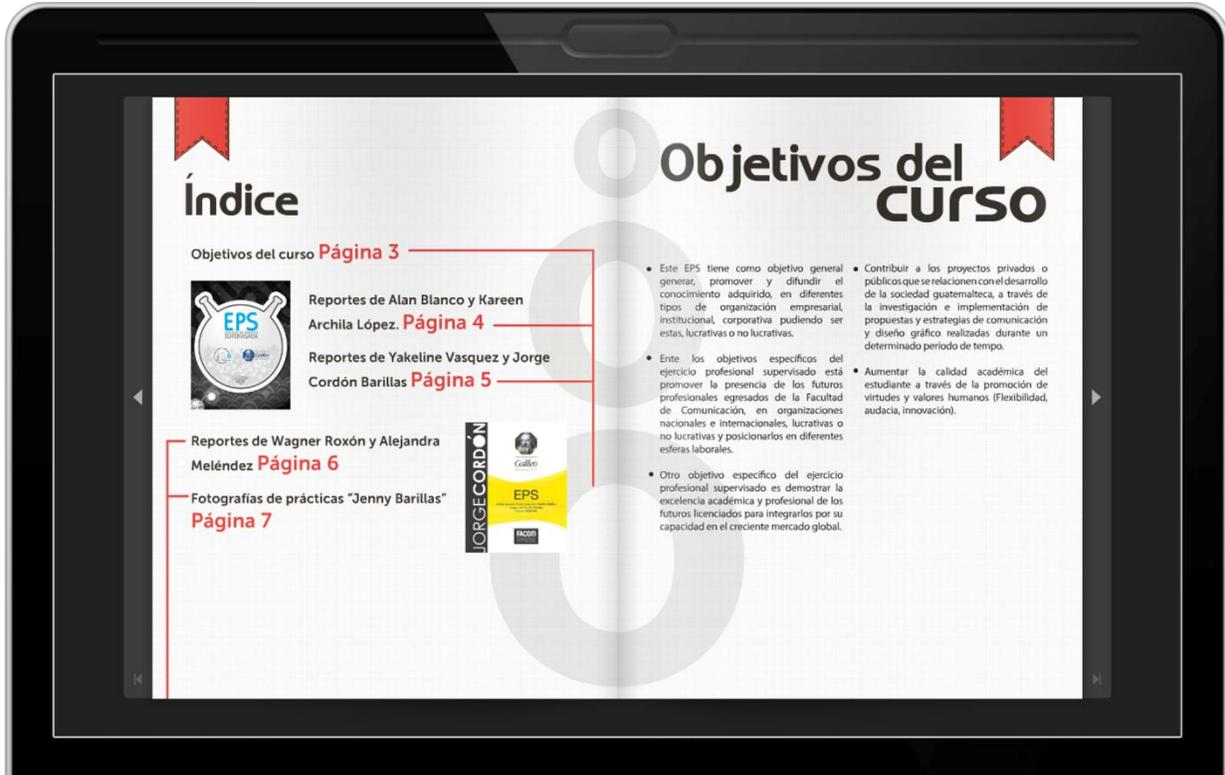


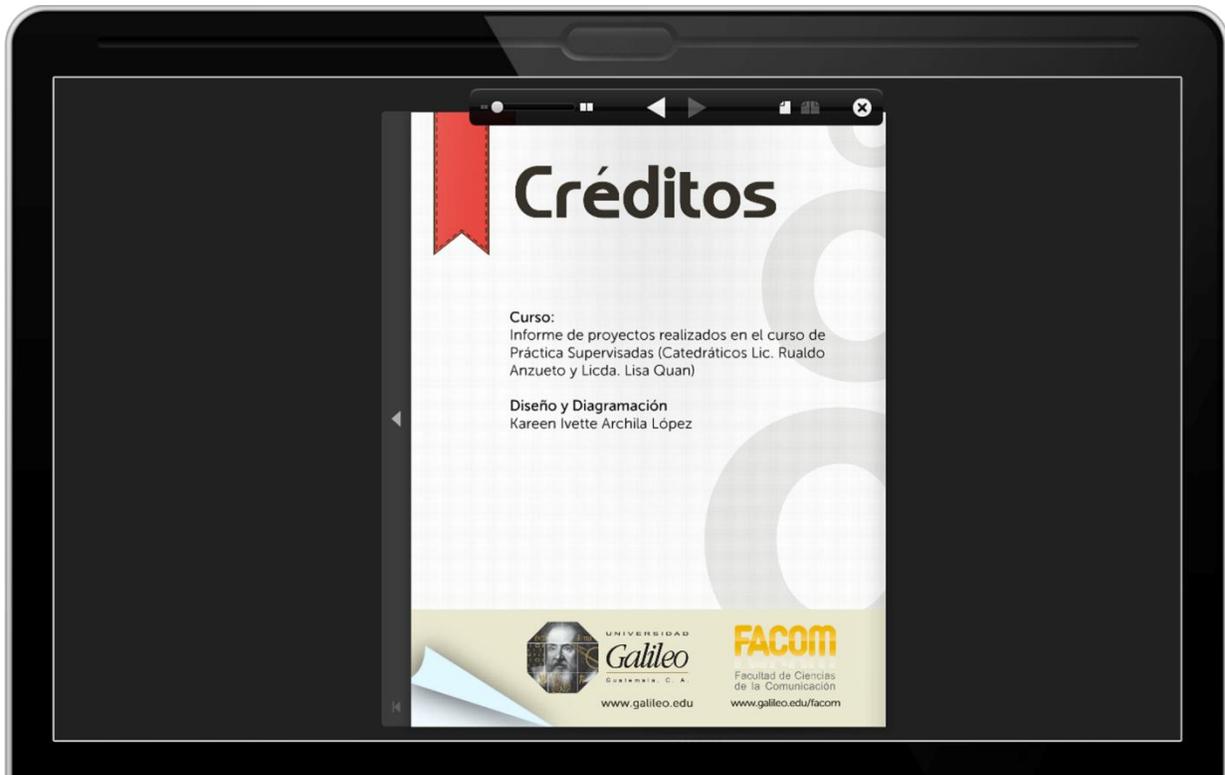




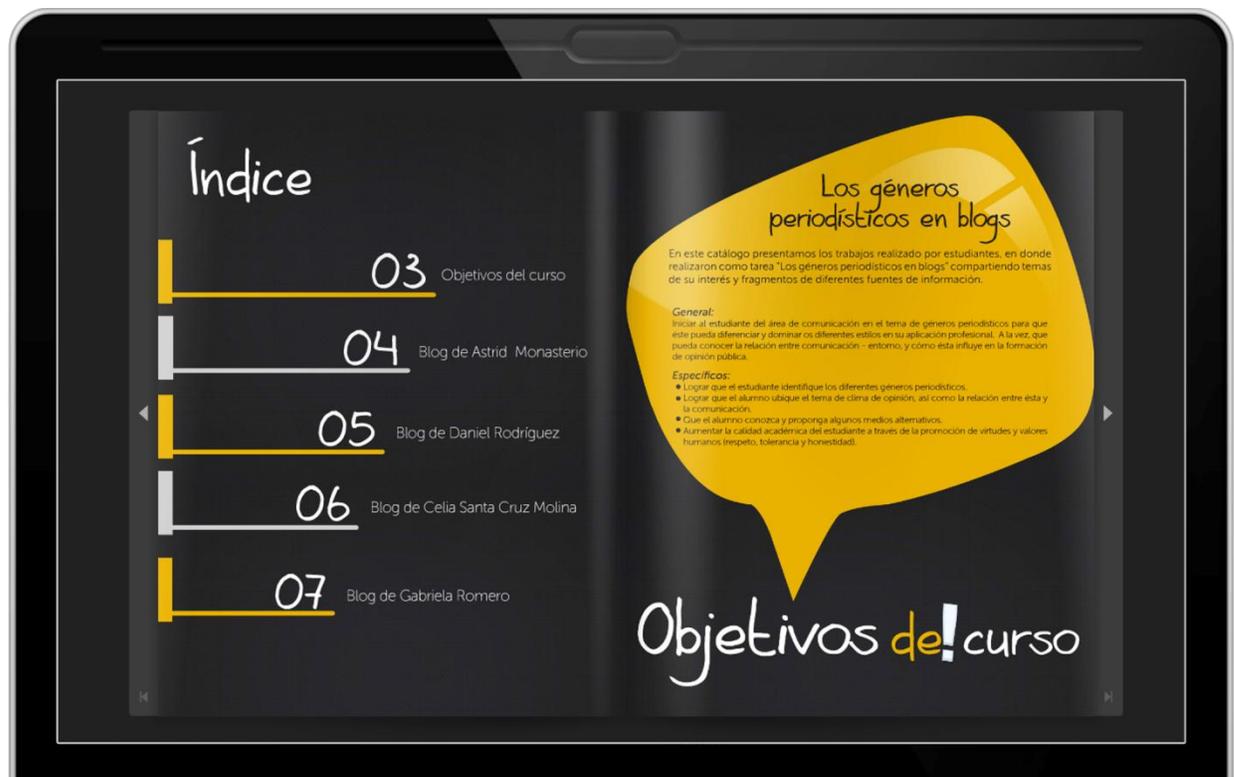
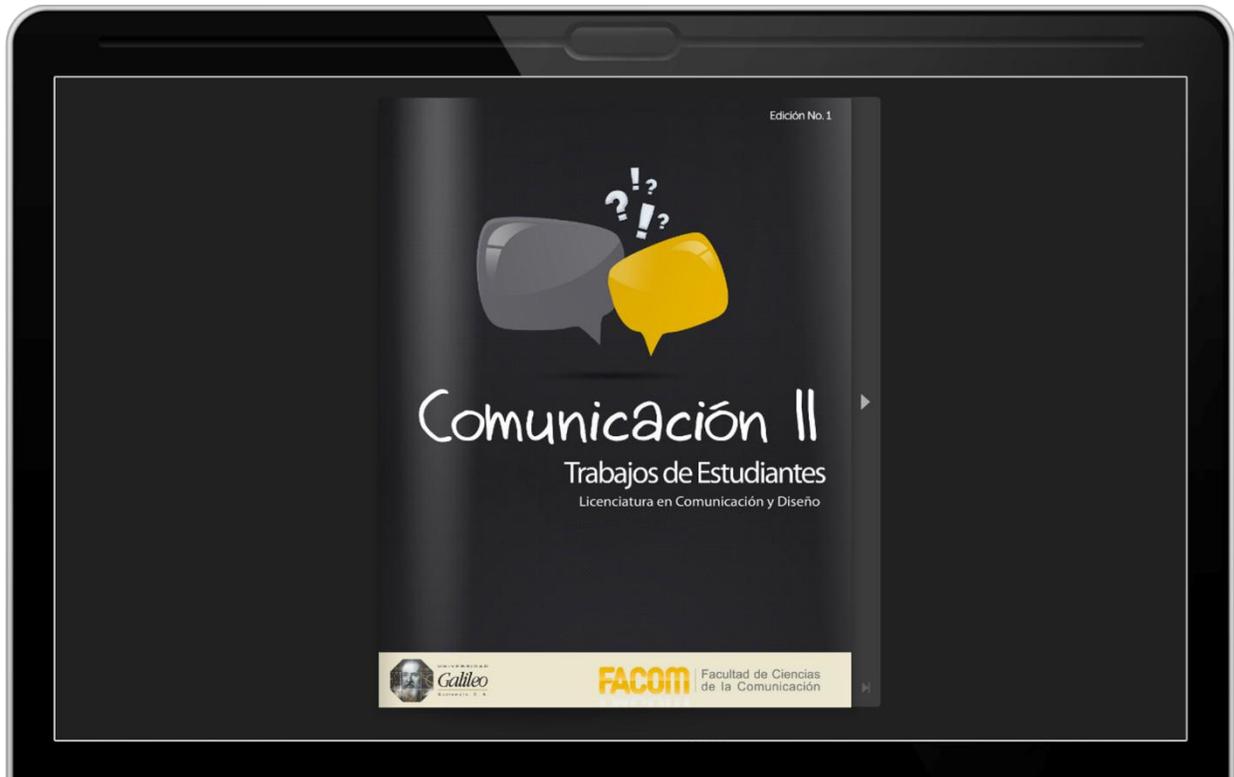
- **Catálogo digital “Práctica Supervisada”**







- Catálogo digital “Comunicación II”





CAPÍTULO X

Producción, reproducción y distribución

A continuación presentamos la información de costos de producción, reproducción y distribución de los catálogos. Entre los requerimientos a satisfacer están la pre-producción y publicación de los cinco catálogos digitales de trabajos y proyectos de estudiantes, que se publicaran dentro del Portal de Universidad Galileo.

10.1 Plan de costos de elaboración

Las piezas elaboradas para este proyecto fueron cinco catálogos, que tienen la finalidad de dar a conocer al grupo objetivo los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Diseño. Los catálogos serán digitales y se publicarán dentro del Portal de Universidad Galileo, en la sección de "Proyectos de Estudiantes" de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM-.

Se gestionó la información para la realización del marco teórico, el cual sustenta las técnicas de diseño, su concepto y la comunicación a utilizar dentro de los cinco catálogos digitales.

- Total de semanas de trabajo: 3 semanas
- Total de días trabajados: 15 días
- Total de horas trabajadas: 75 horas. (5 hrs. diarias)

Se realizó la conceptualización de los “Catálogos digitales: Realismo y unión tecnológica”, la actividad fue crear el esquema del catálogo, bocetaje y diseño preliminar el cual fue presentado a los cliente con la finalidad de aprobar los conceptos de diseño inicial, con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente y grupo objetivo.

- Total de semanas de trabajo: 4 semanas
- Total de días trabajados: 24 días
- Total de horas trabajadas: 96 horas. (4 hrs. diarias)

Para obtener los costos de elaboración se tomó en cuenta los estándares de costos que se manejan actualmente en el mercado, como las horas de trabajo de diseño en donde el

salario promedio mensual asciende a los Q. 5,500.00, el pago por día laboral promedio es de Q. 250.00 (Q. 31.25 por hora).

A continuación presentamos la tabla de costos por elaboración:

Actividad	Horas	Costo por hora	Total
Gestión de información	75 hrs.	Q. 31.25	Q. 2,343.75
Conceptualización, esquema, bocetaje y diseño preliminar	96 hrs.	Q. 31.25	Q. 3,000.00
Costos operativos, energía eléctrica e internet	171 hrs.	Q. 7.00	Q. 1,197.00
Costo total de elaboración de los catálogos digitales asciende a:			Q. 6,540.75

10.2 Plan de costos de producción

Se presenta los recursos que fueron necesarios para realizar los diseños y los parámetros para la elaboración de los catálogos digitales. En esta etapa se digitalizo los diseños finales aprobados por el cliente, parte del proceso fue la diagramación, edición de texto e imágenes, exportado en PDF y publicación en ISSUU, herramienta web 2.0 utilizada para la presentación de catálogos animados.

Se realizó la validación de los cinco catálogos publicados en ISSUU, con la finalidad de evaluar si cumplían con las necesidades del grupo objetivo y satisfacía las expectativas del mismo, del cliente y expertos que apoyaron en la validación.

- Total de semanas de trabajo: 5 semanas
- Total de días trabajados: 25 días
- Total de horas trabajadas: 125 horas. (5 hrs. diarias)

Para obtener los costos de elaboración se tomó en cuenta los estándares de costos que se manejan actualmente en el mercado, como las horas de trabajo de diseño en donde el salario promedio mensual asciende a los Q. 5,500.00, el pago por día laboral promedio es de Q. 250.00 (Q. 31.25 por hora).

A continuación presentamos la tabla de costos de producción:

Actividad	Horas	Costo por hora	Total
Gestión de información	125 hrs.	Q. 31.25	Q. 3,906.25
Costos operativos, energía eléctrica e internet	125 hrs.	Q. 7.00	Q. 875.00
Costo total de producción de catálogos digitales asciende a:			Q. 4,781.25

10.3 Plan de costos de reproducción

Para la reproducción de los catálogos digitales se tiene en cuenta que su publicación será dentro del Portal de Universidad Galileo, por medio del Área de Gestión de Información -AGI- del Departamento GES, por lo tanto no tendrá ningún costo la publicación del mismo.

Para tener conocimiento de los gastos que se tendrían que realizar, si en este caso no se contara con el apoyo del Área de Gestión de Información –AGI- del Departamento GES, para publicar dentro del Portal de Universidad Galileo, se realizaron tres cotizaciones en donde se presentan el costo que tendría la gestión de publicación de los catálogos digitales dentro del portal web. **Ver anexo "J" para visualizar las cotizaciones.*

10.4 Plan de costos de distribución

La distribución de los catálogos digitales para la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM- no tiene ningún costo, debido a que el mismo se publicará dentro de la sección de “Trabajos de Estudiantes”, que es pública en el portal de Universidad Galileo (www.galileo.edu).

Dentro del portal de Universidad Galileo, la sección de Trabajos de Estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación llega a tener aproximadamente alcance de 4,445 visitas mensualmente.

10.5 Cuadro resumen

A continuación presentamos el costo total del proyecto en sus fases de: Elaboración, producción, reproducción y distribución.

Costo de fase:	Total
Plan de costos de elaboración	Q. 6,540.75
Plan de costos de producción	Q. 4,781.25
Plan de costos de reproducción	Q. 00.00
Plan de costos de distribución	Q. 00.00
El costo total del proyecto asciende a:	Q. 11,322.00

CAPÍTULO XI

Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se diseñaron los catálogos digitales de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - FACOM- en el Portal de Universidad Galileo.
- Se investigaron diferentes conceptos de diseño y tendencias de colores a través de sitios web 2.0, para crear un concepto visual que se implementará a los catálogos digitales para la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Se recopiló la información de los cursos, a través de los proyectos proporcionados por los catedráticos, para realizar los catálogos que se podrán publicar dentro de la sección de Trabajos de Estudiantes de FACOM.
- Se diagramaron los catálogos a través de programas de Adobe y herramientas web 2.0, para publicar en formato digital que podrán visualizar los estudiantes dentro del Portal de Universidad Galileo.
- Se convirtieron los catálogos .pdf a catálogos digitales a través de herramientas virtuales, para publicarlos en formato flash y navegar por las páginas, para que estudiantes de FACOM y estudiantes prospecto puedan verlos.
- Se incluyeron los catálogos digitales dentro de la sección de Trabajo de Estudiantes, para ver y conocer los trabajos que los futuros estudiantes podrán realizar.

11.2 Recomendaciones

- Diseñar catálogos digitales de los cursos, para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- en el Portal de Universidad Galileo.
- Investigar diferentes conceptos de diseño y tendencias de colores a través de sitios web 2.0, para crear un concepto visual que se implementará a los catálogos digitales para la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Recopilar la información de los cursos, a través de los proyectos proporcionados por los catedráticos, para realizar los catálogos que se podrán publicar dentro de la sección de Trabajos de Estudiantes de FACOM.
- Diagramar los catálogos a través de programas de Adobe y herramientas web 2.0, para publicar en formato digital que podrán visualizar los estudiantes dentro del Portal de Universidad Galileo.
- Convertir los catálogos .pdf a catálogos digitales a través de herramientas virtuales, para publicarlos en formato flash y navegar por las páginas, para que estudiantes de FACOM y estudiantes prospecto puedan verlos fácilmente.
- Incluir los catálogos digitales dentro de la sección de Trabajo de Estudiantes, para ver y conocer los trabajos que los futuros estudiantes podrán realizar.
- Realizar los proyectos y trabajos de los diferentes catedráticos trimestralmente, para que se vayan actualizando y enriqueciendo la sección de “Trabajos de Estudiantes” dentro de la página de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

CAPÍTULO XII

Conocimiento general

CAPÍTULO XIII

Referencias

12.1 Referencias en libros

- Alcalá, A. (1999). *Andragogía, Libro Guía de Estudio, Postgrado U.N.A.* . Caracas, Venezuela: Editora Géminis.
- Berlo, D. K. (s.f.). *El proceso de comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica.* Buenos Aires: Editorial Ateneo.
- Byron, L. (3 de Mayo de 2012). Informe de estudiantes por medio de la plataforma GES. (K. Archila, Entrevistador)
- Charisse Esmeralde Editora. (2004). eHow Contributor. Charisse Esmerald, 20.
- Ching, F. (1989). *Arquitectura: forma, espacio y orden.* México D.F. Editorial Gustavo Gili.
- Costa, J. (s.f.). *Imagen global, Enciclopedia del Diseño.* España: Editorial Grafos.
- Dondis, D. A. (1992). *La sintaxis de la Imagen, introducción al alfabeto visual.* Editorial Gustavo Gili.
- Dowling, G. (1994). *Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand.* London: Kogan Page.
- Frascara, J. (1998). *Diseño Gráfico y Comunicación.* Buenos Aires, Argentina: Editorial Ediciones Infinito.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente.* Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- García, L. S. (28 de julio de 2012). Diseñadora del Departamento GES.
- GOETHE, J. W. (1992). *Teoría de los colores.* Madrid – España: Colegio Arquitectura Técnica de Murcia.
- Grupo Editorial Norma. (2000). *Diccionario de la Lengua Española.* Santa Fe de Bogotá: Editora Géminis.
- Jorge, F. L. (2004). “Mercadotecnia”, (Tercera Edición). México: Mc Graw Hill.
- KÜPPERS, H. (1978). *Fundamentos de la teoría de los colores.* Barcelona – España: Gustavo Gili.
- Larousse. (2007). *Diccionario Manual de la Lengua Española Vox.* Larousse Editorial, S.L.
- Moheno, L. v. (1990). *Aproximación a la semiótica de Charles S. Peirce.* Iztapalapa, México: Gustavo Gili.
- MÜNSELL, A. H. (1995). *A Color Notation.* Boston – USA: Editorial G. H. Ellis Co.
- Muralles, A. (2010). *Enlaces Ciencias Sociales 11.* Guatemala: Editorial Santillana, S.A.

- Project Management Institute. (2005). Guía de los Fundamentos de la Dirección de Proyectos. Project Management Institute, 48.
- Roelofs, G. (1999). PNG: The Definitive Guide”. (1ra. Edición). Estados Unidos: O’Reilly & Associates, Inc.
- Rubio, A. (1992). El color. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rudolph, V. (1999). Comunícate (9na. edición). México: International Thomson Editores, S.A.
- Scott, R. G. (1997). Fundamentos del diseño. Buenos Aires: Editorial Víctor Leru.
- Toner, J. P. (1982). Semiótica de la publicidad, análisis del lenguaje publicitario. Barcelona: Editorial Miltre.
- Toner, S. J. (1982). Semiótica de la publicidad, análisis del lenguaje publicitario. Barcelona: Editorial Miltre.
- Tschichold, J. (1967). Asymmetric Typography. Nueva York, Estados Unidos: Reinhold, English ed.
- Universidad de Barcelona. (2001). Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Scripta Nova, 13.
- Valdespino, A. L. (2008). Elementos de diseño, material didáctico para curso de inducción.
- Wong, W. (1989). Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Barcelona: Gustavo Gili.
- Wood, J. (2004). Communication Theories in Action. Wadsworth.

12.2 Referencias en páginas web

- uiah. (21 de agosto de 2012). 2 uiah. Obtenido de www2.uiah.fi/projects/metodi/223.htm
- Apocalipticos TD. (29 de agosto de 2012). Apocalipticos TD. Obtenido de www.apocalipticos-td.blogspot.com/2010/02/elementos-conceptuales-del-diseno.html
- Catalogue Designers. (9 de agosto de 2012). Catalogue Designers. Obtenido de www.catalogue-designers.com/Catalogo-Electronico.aspx
- Color Interactivo. (3 de Septiembre de 2012). Color Interactivo. Obtenido de www.colorinteractivo.com/disenio-minimalista-y-algunos-ejemplos/
- Color Proyectos. (24 de agosto de 2012). Color Proyectos. Obtenido de www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/modelos-de-color/modelo-rgb/

- Crita Lab. (28 de agosto de 2012). Crista Lab. Obtenido de www.cristalab.com/tutoriales/fundamentos-del-diseno-grafico-c126l/
- Definición. (18 de Junio de 2012). Definición. Obtenido de www.definicion.org/decano
- Definición de. (25 de Junio de 2012). Definición de. Obtenido de <http://definicion.de/docente/>
- Desarrollo Web. (26 de agosto de 2012). Desarrollo Web. Obtenido de www.desarrolloweb.com/articulos/1509.php
- Distintiva. (26 de agosto de 2012). Distintiva. Obtenido de www.distintiva.com/lab/los-pasos-del-proceso-creativo
- Dragones Comando. (28 de agosto de 2012). Teoría del diseño minimalismo. Obtenido de www.dragonescomandoaguilafruc.blogspot.com/2008/09/teoria-del-diseo-minimalismo.html
- e-Book Browse. (15 de agosto de 2012). e-Book Browse. Obtenido de www.ebookbrowse.com/decarregar-elementos-del-proceso-de-comunicacion-pdf-d309411198
- El Ergonomista. (18 de agosto de 2012). El Ergonomista. Obtenido de www.elergonomista.com/comunicacionproceso.html
- El Rehilete. (26 de agosto de 2012). El Rehilete. Obtenido de www.elrehilete.wordpress.com/tag/elementos-de-relacion/
- Emagister. (26 de agosto de 2012). Emagister. Obtenido de www.emagister.com/curso-metodologia-diseno/fases-proceso-diseno
- EUMED. (12 de agosto de 2012). EUMED. Obtenido de www.eumed.net/libros/2007c/333/comunicacion%20externa.htm
- FACSO Universidad. (13 de Junio de 2012). FACSO Universidad. Obtenido de www.facso.uchile.cl/noticias/67245/que-es-una-universidad-publica
- Formación Online. (24 de agosto de 2012). Formación Online. Obtenido de www.formaciononline.us.es/asignaturas/asigntae/apartados/tema6/baleares/pdf/etapas.pdf
- Foto Nostra. (25 de agosto de 2012). Foto Nostra. Obtenido de www.fotonostra.com/grafico/contrastestono.htm
- Fundeu. (31 de julio de 2012). Fundeu. Obtenido de www.fundeu.es/consultas-P-pensum-4675.html
- Google Analytic. (5 de Mayo de 2012). Google Analytic . Obtenido de <http://www.google.com/analytics/>

- Hezkuntza. (s.f.). Hezkuntza. Obtenido de www.hezkuntza.ejgv.euskadi.net/r43573/es/contenidos/informacion/dia6_sigma/es_sigma/adjuntos/sigma_21/8_las_formas_en_el_plano.pdf
- Innovacionate. (2 de agosto de 2012). Innovacionate. Obtenido de www.innovacionate.com/sabias-que/54-significado-de-sitio-web.html
- Instituto Nacional de Estadística. (20 de Abril de 2012). www.ine.gov.gt/np/poblacion/index.htm.
- International Council of Societies of Industrial Sign. (6 de Agosto de 2012). International Council of Societies of Industrial Sign. Obtenido de www.icsid.org
- Inti Gov. (24 de agosto de 2012). Inti Gov. Obtenido de www.inti.gov.ar/prodiseno/pdf/n141_proceso.pdf
- La Webera. (28 de agosto de 2012). La Webera. Obtenido de www.lawebera.es/disenoweb/principios-diseno-web.php
- IDefinición ABC. (25 de Junio de 2012). IDefinición ABC. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/genera>
- Más adelante. (29 de agosto de 2012). Más adelante. Obtenido de www.masadelante.com/faqs/jpg
- Meggs, P. B. (1991). Historia del Diseño Gráfico. México: Editorial Trillas.
- Mi mente. (s.f.). Mi mente. www.mimente.com.mx/blog/?cat=3.
- Odmstudio. (4 de Agosto de 2012). Odmstudio. Obtenido de www.odmstudio.com.mx/ws/dossier/articulos-de-interes/que-es-el-diseno-web-2.0.htm
- PETRA UPEU. (7 de Agosto de 2012). PETRA UPEU. Obtenido de www.petra.upeu.edu.pe/creatividad/creatividad.htm
- Portal de Universidad Galileo. (15 de Junio de 2012). Portal de Universidad Galileo. Obtenido de www.galileo.edu
- Principios Básicos de Diseño para Web. (25 de agosto de 2012). Principios Básicos de Diseño para Web. Obtenido de www.un.org/spanish/Depts/dpi/seminario/pdf/principiosfireworks.pdf
- Promoción y Turimos Galeon. (20 de agosto de 2012). Promoción y Turimos Galeon. Obtenido de www.promocionyturismo.galeon.com/productos2058802.htm
- Psicología Laguina. (27 de agosto de 2012). Psicología Laguina. Obtenido de <http://psicologia.laguia2000.com/general/la-psicologia-de-la-gestalt>

- Publicidad y Páginas web. (29 de agosto de 2012). Publicidad y Páginas web. Obtenido de www.publicidadypaginasweb.com/disenio-web/articulos/152-el-equilibrio-en-el-disenio-de-paginas-web.html
- Raquel, A. (2 de septiembre de 2012). El color, material de apoyo para la materia de Diseño Gráfico del área de CICOM. Obtenido de www.slideshare.net/rakelaguilar/psicologia-del-color
- Real Academia Española. (15 de Mayo de 2012). Real Academia Española. Obtenido de www.lema.rae.es/drae/?val=universidad
- Salon Hogar. (10 de agosto de 2012). Salon Hogar. Obtenido de www.salohogar.net/Sagrado_contenido/El_codigo.htm
- Sites Google. (6 de agosto de 2012). Sites Google. Obtenido de www.sites.google.com/site/recursosdweb20idiomas/creacion-de-actividades-on-line/publicar-documentos-con-issu
- Slideshare. (25 de agosto de 2012). Slideshare. Obtenido de www.slideshare.net/alexei.hidalgo/principios-del-diseo
- Tabla de Niveles Socio Económicos. Multivex. (12 de Mayo de 2009). Tabla de Niveles Socio Económicos. Multivex. Obtenido de <http://www.multivexsigmadados.com/nosotros.html>
- Tareas de Universidad. (10 de Junio de 2012). Tareas de Universidad. Obtenido de www.tareasdeuniversidad.com/tag/definicion-de-universidad-privada
- Tendencias Educativas. (2 de Agosto de 2012). Tendencias Educativas. Obtenido de www.tendenciaseducativas.es/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=88
- The Free Dictionary. (2 de Agosto de 2012). The Free Dictionary. Obtenido de www.es.thefreedictionary.com/licenciatura
- Tinta Latina. (28 de agosto de 2012). Tinta Latin. Obtenido de www.tintalatina.com/disenio/fundamentos-del-disenio-iii-disenio-bi-y-tri-dimensional
- UniversidadesGT.com. (21 de Abril de 2012). www.universidadesgt.com/universidades.
- Web desarrollo. (15 de Agosto de 2012). Web desarrollo. Obtenido de www.desarrolloweb.com/articulos/2085.php
- Wordreference. (19 de Junio de 2012). Wordreference. Obtenido de www.wordreference.com/definicion/

CAPÍTULO XIV

Anexos

En este capítulo, se adjunta toda información relevante que sirve de soporte del proyecto. A continuación presentamos la información que contiene cada anexo:

Anexo A: Requerimiento de comunicación y diseño.

Anexo B: objetivos del diseño.

Anexo C: Información del cliente (Brief).

Anexo D: Encuesta para definición de grupo objetivo.

Anexo E: Diagrama de conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

Anexo F: Diagrama de conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

Anexo G: Diagrama de conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

Anexo H: Diagrama de conceptos fundamentales relacionados con las ciencias auxiliares, teorías y tendencias.

Anexo I: Fotografías realizadas durante la validación con los expertos y grupo objetivo.

Anexo J: Cotizaciones propuestas de reproducción.

REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

No se cuenta con	La Facultad de Ciencias de la Comunicación no cuenta con una sección en donde se puedan presentar los diferentes trabajos y proyectos realizados por estudiantes que cursan actualmente las diferentes clases de la maya curricular 2012 de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño
No existe	En Universidad Galileo, no existe una "Salón de Investigación", para catedráticos.
No se tiene	En Universidad Galileo no se tiene un estándar de calidad respecto a procesos de enseñanza de cursos.
Se carece de	En Universidad Galileo, se carece de cursos con modalidad e-Learning en todas las entidades académicas.
No hay	En Universidad Galileo no hay un lugar de estudio con comodidad para el estudiante.
Hace falta	Hace falta otra opción de comida rápida y con precios accesibles dentro de Universidad Galileo.

OBJETIVOS

A continuación se presenta la tabla de objetivos dividida en el tipo de objetivo general y los diferentes objetivos específicos, a la vez cada uno de ellos responde el objetivo de ¿Qué?, ¿A través de qué?, ¿Para qué?, ¿Para quién?

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar	catálogos digitales de los cursos	en el Portal de Universidad Galileo.	para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados	por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - FACOM-
Específico	Investigar	diferentes conceptos de diseño y tendencias de colores	a través de sitios web 2.0	para crear un concepto visual que se implementará a los catálogos digitales	para la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Específico	Recopilar	la información de los cursos	a través de los proyectos proporcionados por los catedráticos	para realizar los catálogos	que se podrán publicar dentro de la sección de Trabajos de Estudiantes de FACOM
Específico	Diagramar	los catálogos	a través de programas de adobe y herramientas web 2.0	Publicar en formato digital	que podrán visualizar los estudiantes dentro del Portal de Universidad Galileo.
Específico	Convertir	los catálogos .pdf a catálogos digitales	A través de la herramientas virtuales	para publicarlos en formato flash y navegar por sus páginas	para que estudiantes de FACOM y estudiantes prospecto puedan verlos.
Específico	Incluir	los catálogos digitales	dentro de la seccion de trabajo de estudiantes	para ver y conocer los trabajos	que los futuros estudiantes podrán realizar

BRIEF

BRIEF: *Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.*

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Kareen Ivette Archila López

No. de Carné: 08000133

Celular: 41284430

Email: kareenarchila@gmail.com

Proyecto: Diseño de catálogo digital de los cursos para dar a conocer los trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM- en el Portal de Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2012.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente: Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- Universidad Galileo

Dirección: Universidad Galileo 7ª. Avenida, calle Dr. Eduardo Suger Cofiño, Zona 10

Email: coordinacionfacom@galileo.edu

Tel: 24238000 ext. 2383 y 2386

Contacto: Licda. Wendy Franco

Celular: 2423-8000 Ext: 2383 y 2384

Antecedentes:

En el año 2002 inicia el programa de Técnico en Comunicación y Diseño en la Universidad Galileo. El cuatro de enero de dos mil seis, ante la solicitud del Dr. Eduardo Suger, Rector de la Universidad Galileo, se crea la Facultad de Ciencias de la Comunicación y se integran el Técnico Universitario en Comunicación y Diseño y la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en una nueva carrera denominada, Licenciatura en Comunicación en Diseño.

En la Facultad de Ciencias de la Comunicación se forman profesionales en la comunicación y el diseño preparados para la investigación, elaboración, producción y distribución de materiales gráficos, audiovisuales y digitales que incluyen los factores de movimiento, tiempo y espacio virtual, que rompen y mejoran los espacios tradicionalmente utilizados para la comunicación.

Asimismo, se generan nuevos procesos y teorías cognitivas que dan forma clara y comprensible a toda clase de mensajes informativos, persuasivos, educativos, lúdicos y corporativos.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Oportunidad identificada:

El diseño de catálogos digitales, es una oportunidad en donde la Facultad de Ciencias de la Comunicación dentro del Portal de Universidad Galileo sería la primera universidad en Guatemala en publicar los diferentes proyectos y trabajo de sus estudiantes.

La oportunidad de estos diseños es para que todo estudiante o futuro estudiante pueda ver a través de un medio digital lo trabajos y proyectos que se han realizado dentro de la carrera y tener conocimiento de como va a poder implementar sus conocimientos en el transcurso de los diferentes cursos.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión:

Somos una entidad académica dedicada a la formación de comunicadores con énfasis en diseño gráfico y creatividad en los niveles de técnico y licenciatura, para su desarrollo integral y actualización continua. De esta manera los estudiantes serán orientados para que se desarrollen personal y profesionalmente con responsabilidad social, al estimular la creación de productos de comunicación significativa entre las personas.

Inculcamos valores fundamentados en la libertad de investigación y expresión, al motivar el uso de las tecnologías y los medios de comunicación, para la creación de contenidos y competencias con una actitud de superación crítica, reflexiva y ética. En este contexto contribuimos al desarrollo nacional en el marco de la globalización.

Visión:

Esta facultad lidera la generación de profesionales que crean materiales de comunicación y diseño, apoyados en la tecnología más avanzada y marca la pauta acerca de la tendencia educativa universitaria, nacional e internacional, en materia de nuevas formas y medios de comunicación. Utiliza la educación con metodologías andragógicas a través de un cuerpo docente experimentado, efectivo y motivado.

La estructura organizacional de esta unidad educativa cumple con los más altos estándares y eficientes prácticas, apegados a los objetivos de la Universidad Galileo y a las aspiraciones de nuestra población estudiantil. Nos consolidamos como la Facultad que integra la comunicación y el diseño como el eje fundamental de la formación profesional.

Delimitación geográfica:

Esta ubicada dentro de la Republica de Guatemala, suproyección de población 2011 es de catorce millones setecientos trece mil setecientos sesenta y tres (14,713,763), según el Instituto Nacional de Estadística, el departamento de Guatemala cuenta con una proyección de población del 2011 de dos millones quinientos cuarenta y un mil quinientos ochenta y uno (2,541,581) según el Instituto Nacional de Estadística.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Grupo objetivo:

El grupo objetivo son hombres y mujeres de 18 a 27 años, se caracteriza por el nivel C-, la educación es media completa debido a que se encuentra cerrando pensum de bachillerato, perito o carrera a fin, el desempeño es comerciante o dependiente, en donde los ingresos son de ocho mil quetzales (Q8,000.00)

Principal beneficio al grupo objetivo:

Comunicar los diferentes proyectos y trabajos realizados por los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño de FACOM, en la cual se presentan los trabajos más destacados de los alumnos, los cuales realizan en el transcurso de su carrera y estos podrán verse por un medio de comunicación alternativo que es el internet el cual tendrá acceso todo estudiantes y estudiantes prospecto.

Competencia:

- La carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad de la Universidad del Istmo, según el sitio web www2.unis.edu.gt/index.php/oferta-academica/facultad-de-arquitectura-y-diseno/217-licenciatura-en-diseno-grafico-en-comunicacion-y-publicidad
- La carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar, según el sitio web www.url.edu.gt/PortalURL/Contenido.aspx?o=4328&s=172&sm=c2
- La carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala, según el sitio web www.farusac.com/dgadministracion.htm
- La carrera de Licenciatura en Diseño de la Universidad Mariano Gálvez de Guatemala, según el sitio web www.umg.edu.gt/es/licenciaturas
- La carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Salesiana Mesoamericana, según el sitio web www.umes.edu.gt/index.php?section=tecnico-y-lic-ciencias-comunicacion-social

Posicionamiento:

Universidad Galileo se destaca por su avanzada tecnología e innovación, cabe resaltar que es el primer sitio web universitario el cual cuenta con una plataforma de herramientas e información completa, dentro de los parámetros de gestión de información y presentación de diseño web 2.0.

Dentro de las 6 universidades que imparten la carrera de Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico, Universidad Galileo ofrece el pensum de Licenciatura en Comunicación y Diseño, por lo que es la primera universidad que dentro de una facultad presentan dos carreras en uno, también se presenta su sistema avanzado de pensum el cual se inclina más al diseño gráfico pero se complementan con una variedad de cursos que son créditos indispensables para el cierre de pensum.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Dentro de Universidad Galileo hay una población en el 2012 de 18,893 estudiantes, según el Departamento Galileo Educational and System GES y dentro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, existe una población en el 2012 de 1,064 estudiantes, según el Departamento Galileo Educational and System GES.

Factores de diferenciación:

Universidad Galileo se puede diferenciar por su imagen visual que presenta en el portal web, dentro del portal de Universidad Galileo se puede encontrar las diferentes facultades, escuelas e institutos, dentro de ellas esta la Facultad de Ciencias de Comunicación, en la cual presentan diferentes páginas internas las cuales destacan por su imagen visual.

Es la primera Universidad que dentro de la Facultad de Ciencias de Comunicación presentará digitalmente y por un medio de diseño gráfico visualmente creativo e institucional los trabajos y proyectos realizados por sus estudiantes. Estos se trabajarán en diferentes ediciones y por cursos.

Objetivo de mercadeo:

Proyectar a los estudiantes prospecto, acerca de los diferentes trabajos y proyectos que se llevan a cabo dentro de los diferentes cursos.

Objetivo de comunicación:

Comunicar los diferentes temas y trabajos que pueden llegar a realizar, a la vez crear un conocimiento más amplio acerca de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño acerca de y la destreza y creatividad que podrán generar en la misma.

Mensajes claves a comunicar:

- Dar a conocer los trabajos y proyectos que diferentes estudiantes han realizado durante los cursos de la carrera.
- Presentar los mejores proyectos y el talento que dentro de la carrera se podrá llegar a crear.
- Comunicar los temas que se trabajan durante la carrera.

Estrategia de comunicación:

Se implementaran diferentes catálogos de los cursos con sus mejores proyectos realizados por estudiantes, los cuales se complementaran con el diseño del catálogo y se podrá publicar dentro de ISSUU, que es una herramienta Web 2.0.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Se implementara la proyección de cada catálogo virtual dentro de la sección de "Trabajos de Estudiantes" de la Facultad de Ciencias de Comunicación del Portal de Universidad Galileo.

Reto del diseño y trascendencia:

Crear diferentes catálogos virtuales de trabajos y proyectos de estudiantes, los cuales son los primeros a nivel universitario de presentar los trabajos y proyectos realizados de estudiantes de la carreras de comunicación o diseño, a la vez se presenta la línea gráfica personalizada de cada curso respetando siempre los requisitos de diseños institucional que Universidad Galileo mantiene

Materiales a realizar:

Se trabajaran diferentes catálogos virtuales, en los cuales se clasificaran por curso y ediciones, en ellos se presentarán los mejores trabajos y proyectos realizados por los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores:

Negro: 0C, 0M, 0Y, 100K



Beish: 0C, 22M, 62Y, 35K



Tipografía:

- Arial
- **Arial Black**
- **Bombardier**
- Garamond

BRIEF

DATOS DEL LOGOTIPO

Forma:

El logo está formado por los siguientes elementos:

OCTÁGONO: Es el símbolo del renacimiento, la reafirmación de la capacidad infinita de mejorar cualquier proyecto o meta humana.

$E = mc^2$: Representa el gran logro de la Teoría de la Relatividad de Einstein que explica la fuente energética de las estrellas del Universo.

Galileo Galilei: Reconocido como el padre de la ciencia en el renacimiento europeo, genera una nueva visión del mundo con dos manifestaciones antagónicas, la material y la espiritual. Galileo es el fundador del método científico, impulsor de la experiencia como vía para conocer la naturaleza de las cosas y precursor de la Revolución Newtoniana que cambiaría la forma de pensar de los seres humanos.

Saturno y sus anillos: Representa el cambio radical en la visión del universo en la que el mundo sideral deja de ser considerado como una forma especial e ignota de la materia permitiendo el surgimiento de la Mecánica Celeste. Nada es imposible de desentrañar para la mente del ser humano.

$F = ma$: La relación causal entre la interacción y el cambio en el estado de movimiento que simboliza la nueva era en la que el hombre puede entender cómo los cuerpos se influyen unos a otros. La mayor parte de la tecnología contemporánea está basada en esta ley y su modelo.

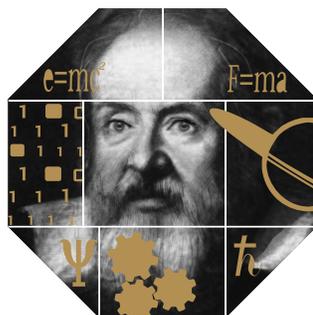
\hbar : Representa la constante cruzada de Planck, cifra característica del comportamiento del micro mundo que vincula las indeterminaciones y relaciona el comportamiento dual onda-partícula. Es la base de la microelectrónica moderna.

Ψ : Representa la mecánica cuántica, el concepto probabilística en física, que permitió hacer física del microcosmos, lo que dio lugar a la era digital.

Los engranajes: Representan la tecnología que permite que el hombre conviva con la naturaleza, una tecnología basada en la física y la matemática contemporánea.

0 1: los símbolos por antonomasia, origen y fin en el registro y procesamiento de la información actual.

LOGOTIPO



UNIVERSIDAD

Galileo

Guatemala, C. A.

BRIEF

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores:

Negro: 0C, 0M, 0Y, 100K

Amarillo: 2C, 29M, 100Y, 5K



Tipografía:

- Arial Bold

*La tipografía de las siglas FACOM fue diseñada únicamente para el logotipo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

DATOS DEL LOGOTIPO

Forma:

El logo está formado con tipografía, el cual presenta el diseño en negro o color amarillo. Mantiene unidad entre las siglas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM- y presenta un lineamiento con el nombre completo.

LOGOTIPO

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

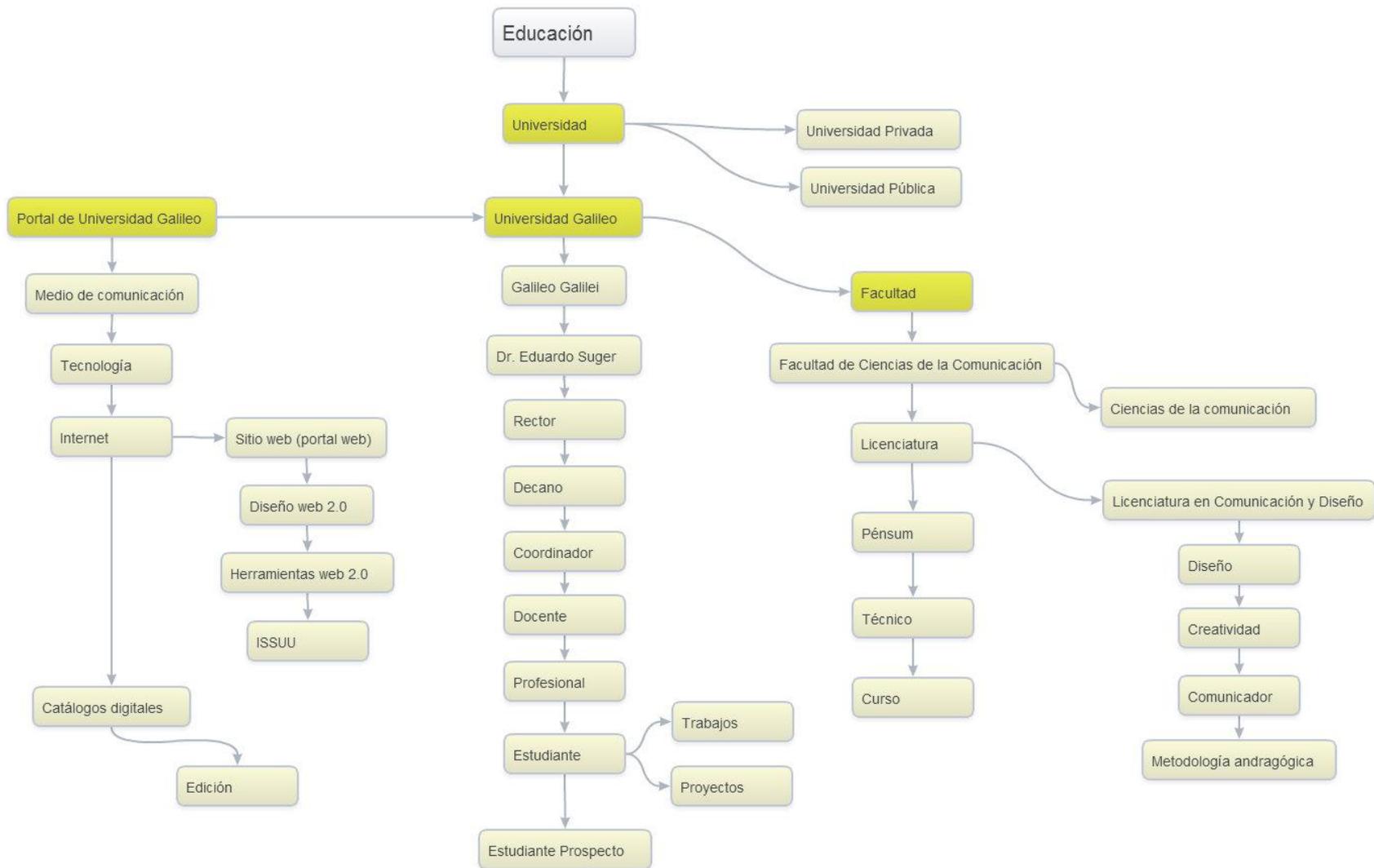
FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

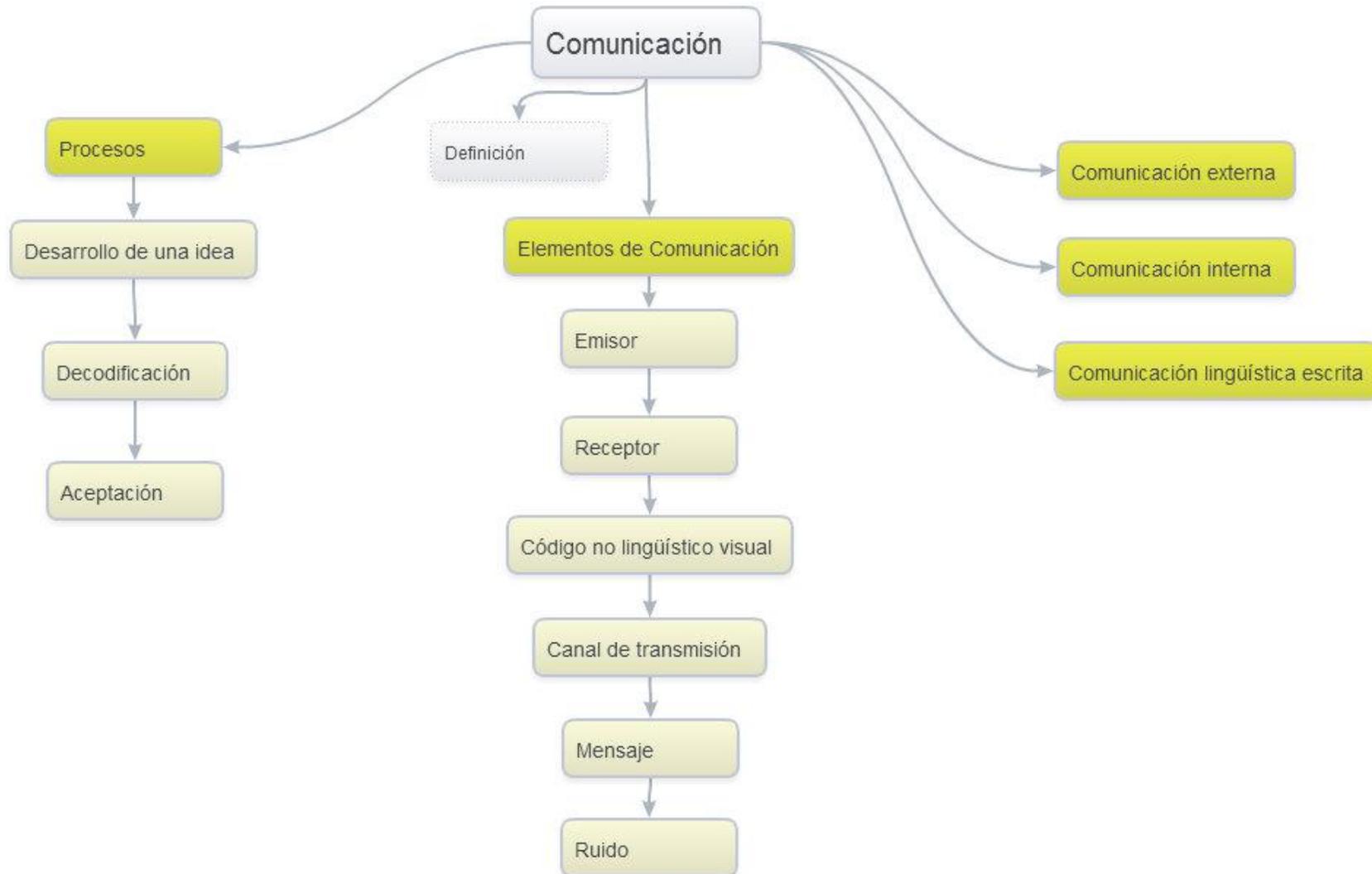
ENCUESTA

1. Edad:
2. Género;
M: F:
3. Grado académico:
 - Bachiller
 - Técnico
 - Licenciatura
4. ¿Cuáles son tus 2 hobbies favoritos? (marca 1 o 2 hobbies)
 - Diseñar
 - Navegar por internet (redes sociales)
 - Leer
 - Escuchar música
 - Pintar
 - Dibujar
5. ¿Qué actividades realizas?
 - Gimnasio
 - Acampar
 - Voluntariado
 - Caminar
 - Deportes extremos
 - Componer canciones
 - Fotografía
 - Salir a fiestas
6. ¿Se considera una persona con tradiciones y costumbres guatemaltecas y por qué?
7. ¿Qué te gusta hacer en la web?
8. ¿Cuánto tiempo pasas navegando en la web?
 - 1 hora
 - 3 horas
 - 6 horas
 - 9 o más horas
9. ¿Has visitado el Portal de Universidad Galileo (la página web)?
10. ¿Qué es lo que más te entretiene en la web?
 - Redes sociales
 - Películas o T.V.
 - Juegos
 - Documentales

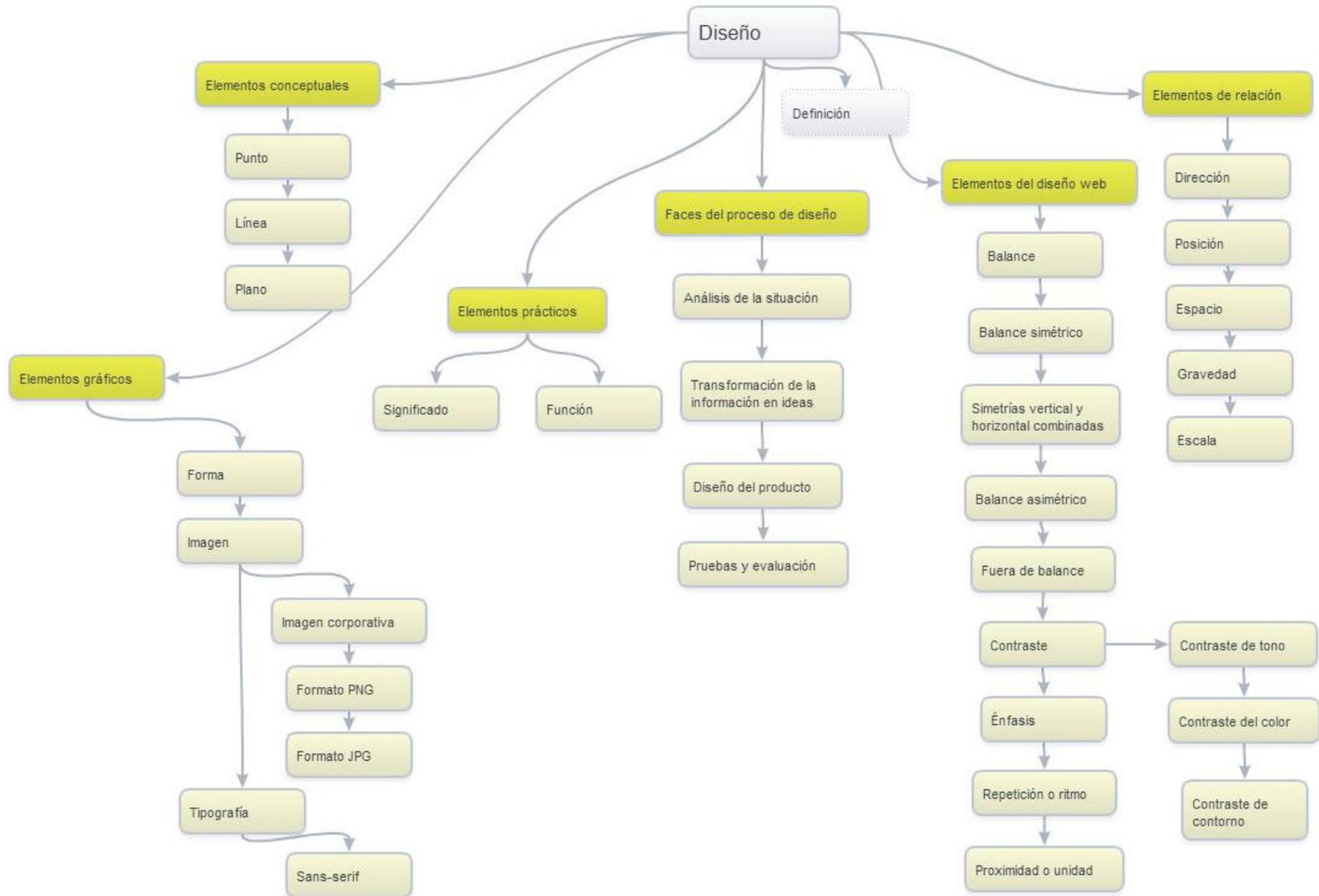
CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON EL PRODUCTO O SERVICIO



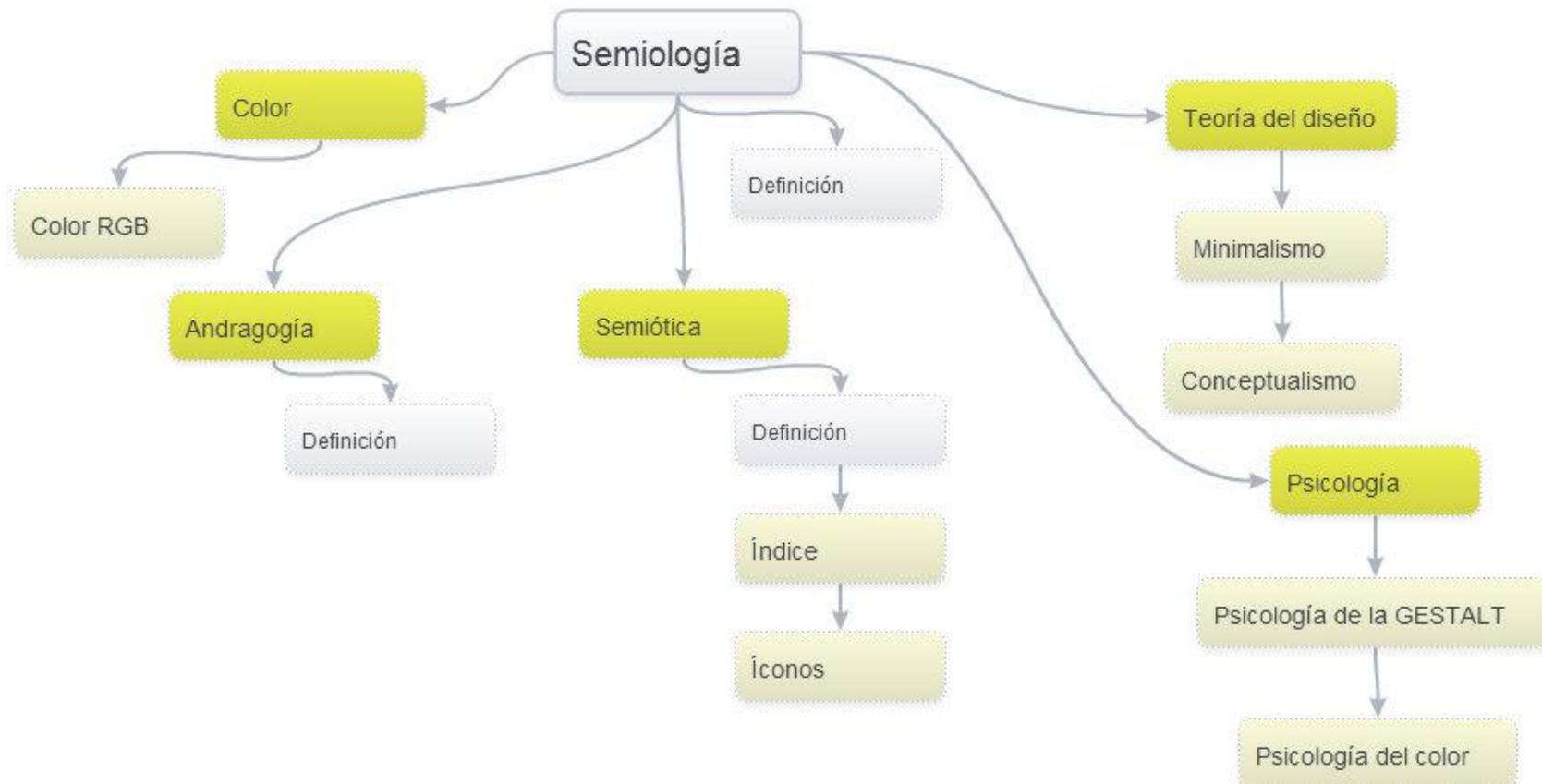
CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN



CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS DEL DISEÑO



CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON CIENCIAS AUXILIARES, TEORÍAS Y TENDENCIAS



A continuación presentamos algunas fotografías del grupo objetivo y profesionales que apoyaron respondiendo la encuesta para evaluar la parte objetiva, semiológica y operativa de los catálogos digitales.

- Encuestas realizadas por expertos:



- Encuestas realizadas por el grupo objetivo:



Cotización Mantenimiento web Universidad Galileo

Mantenimiento trimestral en portal web Galileo en la cual se estará actualizando el contenido de la sección "Proyectos De Estudiantes".

OBJETIVOS

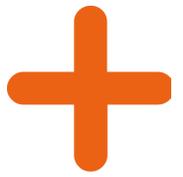
- Brindar un mejor servicio a los estudiantes manteniendolos actualizados con los últimos proyectos de tesis, creatividad y diseño.
- Contar con una herramienta que sirva como canal de información entre la Universidad y los estudiantes en donde tengan fácil acceso a los proyectos destacados.

DESCRIPCIÓN del Proyecto

Se brindará el servicio de mantenimiento trimestral para el portal web de la Universidad Galileo, en la sección de "Proyectos De Estudiantes" la cual contendrá los proyectos de tesis, diseño y creatividad de los alumnos de diferentes carreras.

Esta sección estará categorizada por carrera, año y nombre del estudiante. Los proyectos podrán visualizarse como una revista interactiva, con opción para calificar por medio de estrellas, agregar comentarios y compartir con las redes sociales.

En la portada de la sección habrá un rotador donde se mostrarán los proyectos mejores calificados, también se contará con un buscador para encontrar proyectos fácilmente. También contiene un formulario de contacto.



ESTRUCTURA **Sugerida**

Proyectos de Estudiantes:

- Portada
 - Proyectos destacados (Rotador)
- Buscador
- Proyectos
 - Facultades
 - ✓ Listado de facultades
 - ❖ Año
 - ❖ Estudiante
 - Escuelas
 - ✓ Listado de Escuelas
 - ❖ Año
 - ❖ Estudiante
 - Instituciones
 - ✓ Listado de Instituciones
 - ❖ Año
 - ❖ Estudiante
- Formulario

FUNCIONALIDAD **del Sitio**

A continuación se describen las características del servicio de mantenimiento web:

- Administración de Portada
- Administración de proyectos
- Administración de comentarios
- Administración de formulario de contacto
- Reporte de tráfico de visitas a la sección trimestral

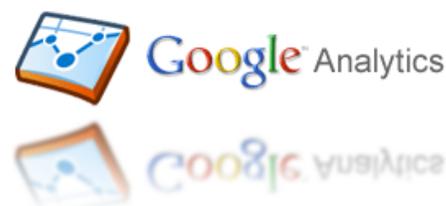


ESTADISTICAS

Sitio web incluye sistema para estadísticas de tráfico de visitas. *Google Analytics* es una solución de analítica web para empresas que proporciona información muy valiosa sobre el tráfico del sitio web y la eficacia del plan de marketing.

Conocer más en

<http://www.google.com/intl/es/analytics/features.html>



PROPUESTA

Económica

MAS MANTENIMIENTO WEB

Mantenimiento de sección “Proyectos De Estudiantes” en el portal web de la Universidad Galileo.

- Actualización de contenidos: Proyectos
- Actualización trimestral
- Contrato anual

Al contratar servicio se definirá la forma de trabajo y compromisos del cliente.

Total: \$ 500.00 + IVA mensuales

COTIZACIÓN PAGINA WEB

Esta cotización es para realizar el mantenimiento de la Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM. Se cubrirá trimestralmente la actualización y publicación de nuevos catálogos en formato ISSUU dentro del sitio.

Mantenimiento Web

Fecha: 25 de noviembre de 2012

Nombre del Solicitante: Kareen Archila

Teléfono: 41284430

Email: kareenarchila@gmail.com

Nombre del Proyecto: Mantenimiento Web

Tipo del Proyecto:

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Proyecto Nuevo Web | <input checked="" type="checkbox"/> Publicación para Web | <input type="checkbox"/> Revisión Menor |
| <input type="checkbox"/> Sólo Copia | <input type="checkbox"/> Sólo Gráfica | <input type="checkbox"/> Demo de Proyecto |

Paquete Web

Diseño y publicación de los catálogos según los requisitos de la empresa.

3 Catálogos Digitales que contienen:

- Portada
- Página interna índice
- Página interna objetivos
- Páginas internas de proyectos y trabajos
- Contraportada

Publicación en ISSUU

Publicación en el Portal de Universidad Galileo

Presupuesto del diseño y publicación:

Q 600.00 (Incluye IVA)

**El pago del diseño se realiza 60% anticipado y el 40% al finalizar el diseño y entrega al cliente.*

Calendario

La entrega del diseño tiene un estimado de 15 días hábiles, varía según el tiempo en donde se proporcionara la información de la empresa y los objetivos que desea transmitir por medio del diseño.

Nota

La cotización solicitada es por cada creación de catálogos, el pago se realizaría trimestralmente.

Ing. Roberto Guzman
 Director de Producción
 guzmanrc@gmail.com

22 de noviembre del 2012

Cliente: Kareen Archila
Teléfono: 41284430
Email: kareenarchila@gmail.com

Cotización parfa Diseño y Publicación Web

Esperando se encuentre muy bien, le compartimos la cotización para el "Diseño y Publicación Web" de este proyecto.

Esta sección estará categorizada por carrera, año y nombre del estudiante. Los proyectos podrán visualizarse como una revista interactiva, con opción para calificar por medio de estrellas, agregar comentarios y compartir con las redes sociales.

Estructura de Diseños de Catálogos:

- Portada
- Contra portada
- Páginas internas personalizadas

Estructura de Publcicación dentro del sitio web:

- Administración de Portada
- Administración de proyectos

Presupuesto Total "Diseño y Publicación": Q1500.00 (Pago anual)

Esperamos sea de su interés, estamos para servirle.

Carlos
Cell: 47485515
Correo: cjimenezilustrador@gmail.com