



# PRINCIPIOS DEL DISEÑO

15h. Manual incluido

## Duración:

- » 15 horas

## Incluye:

- » Diapositivas y apuntes del curso
- » Constancia de participación

## Introducción:

El diseño gráfico es una disciplina que tiene por objetivo el desarrollo y ejecución de mensajes visuales que a su vez, pueden contemplar, entre algunos otros, objetivos informativos, de identidad o de persuasión, ello, sin descuidar el aspecto funcional y estético de dicho mensaje.

Este curso, pretende que conozcas los fundamentos y teoría esencial del proceso del diseño gráfico y que, entre otras cosas, aprendas:

- » Qué es y para qué sirve el diseño gráfico
- » Áreas de aplicación del diseño gráfico
- » Procesos y metodologías para el desarrollo de proyectos de diseño
- » Técnicas de composición
- » Uso y manejo de la tipografía como elemento de diseño y comunicación
- » Teoría y aplicación del color
- » Desarrollo de campañas publicitarias.



## Unidad 1: Introducción

### 1.1 ¿Qué es el diseño gráfico?

#### 1.1.1 Función

#### 1.1.2 Áreas

### 1.2 Proceso de diseño

#### 1.2.1 ¿Cómo se logra un gran diseño?

---

## Unidad 2: Composición

### 2.0 ¿Qué es la composición?

### 2.1 Elementos básicos de composición

#### 2.2.1 Línea

#### 2.2.2 Plano

#### 2.2.3 Volumen

#### 2.2.4 Color

#### 2.2.5 Textura

#### 2.2.6 Escala

#### 2.2.7 Movimiento

### 2.2 Fundamentos Sintácticos

#### 2.2.1 Equilibrio

#### 2.2.2 Tensión

#### 2.2.3 Nivelación y Aguzamiento

#### 2.2.4 Atracción y agrupamiento

#### 2.2.5 Espacios positivos y negativos



### **Unidad 3: Tipografía**

- 3.1 ¿Qué es la tipografía?
  - 3.2 Explicación de las fuentes y tipos de letras
  - 3.3 Anatomía del tipo
  - 3.4 Terminología de los tipos
  - 3.5 Reglas tipográficas
- 

### **Unidad 4: Introducción al color**

- 4.1 Teoría del color
    - 4.1.1 Propiedades del color
    - 4.1.2 Colores luz y colores pigmento (RGB y CMYK)
  - 4.2 Psicología del color
  - 4.3 Composición y combinaciones armoniosas del color
- 

### **Unidad 5: Técnicas de composición y sintaxis de la imagen**

- 5.1 Equilibrio e inestabilidad
- 5.2 Simetría y asimetría
- 5.3 Regularidad e irregularidad
- 5.4 Simplicidad y complejidad
- 5.5 Unidad y fragmentación
- 5.6 Economía y profusión
- 5.7 Reticencia y exageración
- 5.8 Predictibilidad y espontaneidad



- 5.9 Actividad y pasividad
  - 5.10 Sutiliza y audacia
  - 5.11 Neutralidad y acento
  - 5.12 Coherencia y variación
  - 5.13 Realismo y distorsión
  - 5.14 Singularidad y yuxtaposición
  - 5.15 Secuencialidad y aleatoridad
  - 5.16 Continuidad y episodicidad
- 

## **Unidad 6. Planificación de proyectos de diseño**

- 6.1 Introducción a la metodología del diseño
  - 6.2 Metodología del diseño de Bruno Munari
    - 6.2.1 Definición del problema
    - 6.2.2 Elementos del problema
    - 6.2.3 Recopilación de información
    - 6.2.4 Análisis de datos
    - 6.2.5 Creatividad
    - 6.2.6 Materiales y tecnologías
    - 6.2.7 Experimentación
    - 6.2.8 Modelos
    - 6.2.9 Verificación
-



## Unidad 7: Introducción al desarrollo de campañas publicitarias

7.1 ¿Qué son las campañas publicitarias?

7.2 Desarrollo de una campaña