



UNIVERSIDAD DE ANTOFAGASTA  
FACULTAD: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO: DEPARTAMENTO DE LAS ARTES Y EL DISEÑO  
CARRERA: DISEÑO GRÁFICO MENCIÓN DISEÑO ESTRATÉGICO

## PROGRAMA DE ASIGNATURA

### ANTECEDENTES GENERALES

Carrera	DISEÑO GRÁFICO MENCIÓN DISEÑO ESTRATÉGICO					
Nombre de la asignatura	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN					
Código de la asignatura	DGAD22					
Año/semestre	2024/ 2° Semestre					
Coordinador responsable	SUSANA PÉREZ UBEDA			susana.perez@uantof.cl		
Área de formación	FORMACIÓN BÁSICA					
Créditos sct	N° DE CRÉDITOS 04					
Horas de dedicación	DOCENCIA DIRECTA	03	TRABAJO AUTÓNOMO	03	TOTALES	06
Fecha de inicio	Agosto 2024					
Fecha de término	Diciembre de 2024					

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura desarrolla en el estudiante la capacidad para adquirir una visión holística de la comunicación, entendiendo el desarrollo de las civilizaciones como el escenario en el cual se sustenta el proceso de registro de la actividad humana y pone énfasis en la capacidad de crear el lenguaje como el tema prioritario para el análisis posterior de las teorías y modelos que explican y fundamentan ese proceso y que van desde la comunicación intra e interpersonal y social.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### COMUNICACIÓN PERSUASIVA:

**NIVEL 1:** Elaborar mensajes persuasivos verbales y no verbales para la generación, desarrollo y presentación de proyectos de diseño.

#### COMPETENCIAS GENERALES TRABAJO EN EQUIPO:

**Nivel 1:** Integra equipos de trabajo generando sinergia entre los miembros, para alcanzar objetivos personales y grupales.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 1.1.1.1. Identifica los modelos teóricos de comunicación verbal y no verbal para la solución de problemas de comunicación en diseño.
- 1.1.1.2. Distingue los diferentes códigos utilizados en comunicación para la elaboración de mensajes visuales.
- 1.1.1.3. Integra equipos de trabajo generando sinergia entre los miembros, para alcanzar objetivos personales y grupales.

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

---

### UNIDAD 1: LA COMUNICACIÓN

- ¿Qué es comunicar?
- Elementos esenciales en la comunicación.
- La comunicación interpersonal
- La comunicación asertiva
- Importancia para el diseñador.
- Comunicación verbal y no verbal.

### UNIDAD 2: EL LENGUAJE

- El Lenguaje
- El signo lingüístico.
- Tipos de signos.
- Comunicación visual.
- Comunicación persuasiva.
- Comunicación audiovisual.

## METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

---

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	*ESTRATEGIA DIDÁCTICA / TÉCNICA DIDÁCTICA	PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN
Identifica los modelos teóricos de comunicación verbal y no verbal para la solución de problemas de comunicación en diseño.	Metodología Entrega de contenido mediante clases expositivas, en donde se explicarán conceptos como principios de la comunicación, clasificación de las funciones, comunicación masiva o social, de la masa social a la sociedad de masas, la cultura de masas y medios de masas, entre otros.	Trabajos de aplicación
Distingue los diferentes códigos utilizados en comunicación para la elaboración de mensajes visuales.	Metodología Entrega de contenido mediante clases expositivas, en donde se explicarán conceptos como funciones de los medios de comunicación masiva.	Trabajos de aplicación
Integra equipos de trabajo generando sinergia entre los miembros, para alcanzar objetivos personales y grupales.	Integrado	Desarrollo proyecto conjunto Inter niveles

## **EXIGENCIAS DE LA ASIGNATURA**

---

El alumno para aprobar la asignatura deberá cumplir con los siguientes requisitos:

Nota de aprobación: mínima en la escala de 1 a 7 será de: 4,0 (Nota promedio obtenida según lo indicado en el punto evaluaciones.

Entrega de trabajo en hora y fechas establecidas.

## **EVALUACIÓN**

---

Se evaluarán las unidades a través de trabajos desarrollados de manera sincrónica, según programación, considerando: Técnica, objetivos, creatividad, pulcritud, desarrollo y otros, en relación con pautas dadas.

- **DIAGNÓSTICA:** Al inicio del programa para establecer niveles de entrada de los estudiantes. (Heteroevaluación – Check list)
- 
- **FORMATIVA (DE PROCESO):** Durante la realización de los trabajos establecidos para el aprendizaje. (Heteroevaluación – Check list)
- 
- **SUMATIVA (DE PRODUCTO):** Al término de cada ejercicio, producto o proyecto. Heteroevaluación y autoevaluación a través de tablas de desempeño.

## **PONDERACIONES**

---

Las unidades que comprenden el programa se evaluarán en el aprendizaje, ejercitación y aplicación de las técnicas, integrando dentro de los procesos trabajos de investigación, Presentaciones, informes entre otros, bajo los siguientes aspectos y ponderaciones:

UNIDAD 1	40%
UNIDAD 2	40%
INTEGRADO	20%

## **BIBLIOGRAFÍA**

---

### **BASICA**

- LÓPEZ, PARADA Y SIMONETTI. Introducción a la Psicología de la Comunicación. Ediciones Universidad Católica de Chile, edición actualizada.
- ALSINE, MIGUEL RODRIGO. Modelos de la Comunicación. Edición Tecnos S.A. 1995.
- MC ENTEE, Ayleen. Comunicación Intercultural. Editorial Mc Graw-Hill. Edición 1998.

### **COMPLEMENTARIA**

- BERLO, DAVID. El Proceso de la Comunicación. Editorial El Ateneo. 1984.
- LEÓN, JOSÉ LUIS. Persuasión de masas. Psicología y efectos de las comunicaciones sociopolíticas y comerciales. Bilbao [España] Editorial Deusto, 1993.
- MEDINA, LUIS. Comunicación, humor e imagen. Editorial Trillas. 1992.
- MC ENTEE, Ayleen. La Comunicación Oral. Editorial Mc Graw-Hill. 1996.

## CRONOGRAMA

---

<b>DÍA(S):</b>	<b>HORARIO(S):</b>	<b>SALA(S):</b>
Miércoles	15:00 – 18:15	TALLER 1

SEMANA	ACTIVIDAD	TEMÁTICA
1	Presentación del programa. ¿Qué es comunicar?	Unidad I La comunicación
2	Elementos esenciales en la comunicación.	
3	La comunicación interpersonal	
4	La comunicación asertiva, Importancia para el diseñador.	
5	Modelos de comunicación	
6	Teorías de la comunicación	
7	El lenguaje	Unidad II El lenguaje
8	El signo lingüístico	
9	Tipos de signos	
10	Comunicación visual.	
11	El lenguaje como identificador cultural Comunicación persuasiva.	
12	Comunicación audiovisual.	Integrado
13	Entrega pauta trabajo y conformación de equipos	
14		
15		
16		