

## **Proyecto de aula asignatura Diseño de Portafolios/ Multimedia**

### **Promoción y Exposición del portafolio para dinamizar y fortalecer su presencia en el mercado Académico y laboral**

**Docente: Mcs DI Nikolai A. Narváez Caballero**

#### **Diagnostico Preliminar:**

La actividad de promoción y exposición de un producto como lo es el portafolio de los estudiantes de la asignatura Diseño de portafolios/multimedia, del programa de Diseño Gráfico de la Corporación Unificada de Educación Superior CUN, dinamizará y fortalecerá el presente proyecto de aula, siendo este un punto diferencial y un método de enseñanza, aprendizaje y evaluación, que consiste en la aportación de producciones de diferente índole por parte del estudiante a través de las cuales se pueden juzgar sus capacidades en el Mercado de una especialización para su proyección laboral.

La presente actividad es soportada bajo parámetros del desarrollo emprendedor de un profesional que soluciona de manera creativa y caracteriza su capacidad de identificar en un problema de diseño, el mayor número de variables físicas y tecnológicas y las más numerosas variables contextuales que proporcionan la cultura y contexto (JUEZ: 2002, pág. 31) , para diseñar y desarrollar la interfaz impresa y digital de su portafolio de diseño e implementar un showroom conceptualizando todos los elementos semióticos en tal evento.

Además, para efectos de proyectar tal actividad que evidenciará un punto de encuentro entre el trabajo de aula y la realidad externa, será el trabajar en conjunto con la asignatura de social media del programa de Diseño Gráfico de la CUN, puesto que al finalizar el segundo seguimiento, se promoverá de material corporativa o la marca a los estudiantes para que sean promocionadas en las diferentes redes sociales como el showroom final.

### **Descripción de la realidad situacional:**

Partiendo de la importancia y el potencial que tiene el portafolio para identificar habilidades complejas contribuyendo a su uso expansivo en diferentes ámbitos y que en sus dinámicas permite un espacio de realizar una práctica reflexiva del desempeño del estudiante, y así lograr mostrar sus mejores prácticas y haciendo ver una evaluación de sus aciertos y sus dificultades y como atender las diferentes demandas en su proyección profesional, describimos el presente proyecto que proyectará no solo a los participantes en la asignatura del programa, si no la misma CUN, ayudando en su proceso de promoción y divulgación de sus productos en el Programa de Diseño Gráfico.

Para ser más efectivos en términos de promoción se escogió la asignatura que actualmente se imparte en la CUN como lo es la de Social Media para optimizar los recursos y su efectividad, participando activamente en el posicionamiento y la rentabilidad de las actividades de la marca de los estudiantes participantes. Esto dará las pautas para trabajar bajo un trabajo temático pedagógico de carácter integrador, brindando a los estudiantes una herramienta que les permita desenvolverse como profesionales integrales con conocimientos en marketing digital, buscando comprender una serie de estrategias creativas de comunicación y promoción comercial para su seguimiento.

### **Fundamentación y justificación inicial:**

Es claro que para evidenciar el diseño, desarrollo, presentación y posterior seguimiento del portafolio de una marca, es necesario implementar alcances de promoción para que este identifique habilidades complejas que contribuyan un uso expansivo. Entonces, es pertinente tal dinámica desarrollada en el aula ya que dinamizará los procesos de presentación, lanzamiento, marketing digital, promoción convencional y no convencional, aplicándolos a diferentes saberes y destrezas de un futuro profesional, exponiendo su portafolio y la manera de construcción de un modelo cognitivo que represente en su conceptualización un proceso de interacción para que el diseño de la interfaz esté en la mete del diseñador y del usuario respectivamente (SCOLARI: 202, pag 149). Es por esto, que para llegar a tales objetivos se involucrará al abordaje de una serie de cambios en la dinámica que la empresa o marca afronta para comunicarse, lo cual apunta directamente a una transformación del trabajo a partir y con el apoyo de la asignatura de social media.

## **Construcción de objetivos y propósitos del proyecto:**

### **Objetivo general**

Diseñar y desarrollar una interfaz multimedia en el marco de la actividad “Escenario promocional de comunicación empresarial concurrente e interactiva, para exposición y promoción de los portafolios desarrollados en la asignatura Diseño de Portafolios Multimedia dinamizado y ejecutado en un showroom.

### **Objetivos Específicos**

1. Desarrollo del portafolio a partir del diseño de la interfaz Impresa partiendo de la conceptualización y evolución de un análisis comparativo de competidores y funciones.
2. Diseño de una Desarrollo de un modelo semiótico cognitivos en el diseño de la interfaz digital del portafolios.
3. Caracterizar las especialidades únicas de la marca dentro del mercado y sus elementos promocionales. Alcances comerciales para posicionar su marca.
4. Desarrollo de la logística y elementos semióticos para desarrollar el lanzamiento y presentación del portafolio.
5. Desarrollar una estrategia multimedia y posicionamiento en redes sociales caracterizando la expectativa y eventual presentación.
6. Lanzamiento y puesta en escena del showroom, en el “Escenario promocional de comunicación empresarial concurrente e interactiva”.

**Metodología, los medios, procedimientos del proyecto:**

Objetivos Específicos	Actividades	Indicadores
Desarrollo del portafolio a partir del diseño de la interfaz de la empresa partiendo de la conceptualización y evolución de un análisis comparativo de competidores y funciones.	El estudiante desarrollara proceso conceptual y evaluativo del análisis comparativo de competidores del proyecto de Identidad con aplicación gráfica para el Portafolio.	Presentación PDF (Proceso de Observación, reflexión análisis)
	Proceso de bocetación con alto contenido de síntesis y aplicación de elementos y piezas gráficas	
	Plantear el diseño y piezas comunicativos general del portafolio desde un soporte gráfico que responda a un concepto.	Diseño del Portafolios Impreso
Diseño de un modelo semiótico cognitivos en el diseño de la interfaz y herramientas digitales del portafolios.	Interfase como categoría central del diseño.	Presentación del proyecto digital
	Requerimientos del modelo cognitivo - interactividad.	
	Vista multimedia del portafolio con todo el proceso creativo del empaque del portafolio.	
Desarrollo de la logística y elementos semióticos para desarrollar el lanzamiento y presentación del portafolio.	Intervenir un espacio para presentar la entrega de los proyectos finales.	Diseño de Piezas promocionales para el evento de lanzamiento
Caracterizar las especialidades únicas de la marca dentro del mercado y sus elementos promocionales. Alcances comerciales para posicionar su marca.	Análisis y evaluación de elementos y conceptos marca - cliente. Dinámica del diseño – Uso.	
Desarrollar una estrategia multimedia y posicionamiento en redes sociales caracterizando la expectativa y eventual presentación.	Pre entrega de logística y elementos semióticos para presentación final.	Presentación y sustentación del showroom.
Lanzamiento y puesta en escena del showroom.	Entrega final: Shwroom de la marca. Proyección de piezas de promoción y posicionamiento. Entrega de piezas gráficas y digitales	Presentación y sustentación del showroom.

### **Evaluación del proyecto:**

De acuerdo con la metodología de la institución para cualificar el nivel de competencias; está compuesta por tres cortes:

1. Primer corte 30%, evaluando los conceptos teóricos práctico en el desarrollo del portafolio y su interfaz Impresa.
2. segundo corte 30% desarrollando un modelo semiótico cognitivo para diseñar la interfaz del portafolio digital
3. tercer corte 40% Presentación y puesta en escena del showroom.