

CURSO : **INVESTIGACIÓN PARA DISEÑO GRÁFICO**
DURACIÓN : **32 Horas (8 Sesiones o 16 Sesiones)**
PRE – REQUISITO : **Conocimientos de Illustrator o Photoshop.**

SUMILLA

Este curso introduce al estudiante en los métodos de investigación aplicados al diseño gráfico, con un enfoque práctico para generar soluciones visuales basadas en análisis y observación. Se busca que el diseñador aprenda a investigar contextos, usuarios y tendencias, traduciendo hallazgos en propuestas gráficas coherentes y creativas.

El objetivo es que el estudiante comprenda los fundamentos de la investigación aplicada al diseño gráfico, desarrolle la capacidad de analizar y sintetizar información para respaldar decisiones creativas e integre la investigación visual como herramienta estratégica en proyectos de diseño.

REQUISITOS

MATERIALES Y EQUIPOS - PRESENCIAL

Cuaderno y lapicero, laptop o celular.

MATERIALES Y EQUIPOS - ONLINE

Computadora de escritorio o laptop con cámara web y micrófono (También es posible llevarlo desde un celular).

Audífonos con micrófono

Buena conexión a internet

Espacio libre de distracciones y ruidos

Este curso NO requiere de la instalación de ningún programa o aplicación

Cuaderno o libreta de anotaciones y lapicero

Descargar e instalar Google Meet: <https://meet.google.com/>

SES	CONTENIDO
1	INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN DISEÑO • Concepto de investigación aplicada al diseño • Rol del diseñador como investigador
2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN • Investigación básica vs aplicada • Investigación cualitativa y cuantitativa
3	FUENTES DE INFORMACIÓN • Bibliografía, observación, encuestas, entrevistas • Herramientas digitales de investigación
4	INVESTIGACIÓN VISUAL Y ANÁLISIS DE TENDENCIAS • Observación y registro de tendencias culturales y gráficas.
TRABAJO	ANÁLISIS 1: REPLANTEAR LAS BASES DE INVESTIGACIÓN DE UN CASO REAL Elegir una marca que no sea coherente en su ejecución, sustentar.
5	INVESTIGACIÓN DE USUARIOS Y PÚBLICOS • Definición de público objetivo • Métodos de investigación de usuarios: encuestas, entrevistas, focus groups.

6	INVESTIGACIÓN CONTEXTUAL • Análisis de contexto social, cultural y económico.
7	TÉCNICAS DE OBSERVACIÓN • Observación participante y no participante • Registro visual y de notas
8	ANÁLISIS DE REFERENTES VISUALES • Benchmarking y moodboards
TRABAJO	ANÁLISIS 2: DESARROLLAR PERSONALIDAD DE MARCA Realizar el desarrollo de un logotipo para una marca a elección
9	ENTREVISTAS Y ENCUESTAS APLICADAS AL DISEÑO • Diseño de preguntas efectivas • Métodos de recolección de información
10	TÉCNICAS DE SÍNTESIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS • Diagramas, mapas de información, infografías.
11	ANÁLISIS CRÍTICO DE RESULTADOS • Interpretación de hallazgos • Extracción de insights aplicables al diseño
12	INVESTIGACIÓN APLICADA A BRANDING • Cómo la investigación respalda identidad visual.
TRABAJO	ANÁLISIS 3: PROPONER UN CONCEPTO DE MARCA BASADO EN INVESTIGACIÓN
13	INVESTIGACIÓN APLICADA A DISEÑO EDITORIAL • Investigación de públicos, contenidos y estilos gráficos.
14	INVESTIGACIÓN APLICADA A DISEÑO DIGITAL • Usabilidad y experiencia de usuario (UX)
15	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN • Formatos de presentación profesional. • Documentación visual y escrita.
TRABAJO	ANÁLISIS 4: BENCHMARK PARA UNA REVISTA, Y UNA WEB Análisis de la competencia de una revista o catálogo y análisis del estilo web para una web de servicio.
16	EXAMEN FINAL: PROYECTO FINAL DE INVESTIGACIÓN APLICADA Desarrollo de un proyecto gráfico completo respaldado en investigación. Presentación final frente al grupo.

Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores
Telf: 242-6890 / 242-6747
arteydiseno@ipad.edu.pe

ipad.pe

AMJ/11.25