

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
1. Unidad Académica: Facultad de Arquitectura y Diseño	
2. Programa de estudio: Licenciatura en Diseño Gráfico	3. Vigencia del plan: 2006-2
4. Unidad de aprendizaje: Portafolios Profesionales	5. Clave: 21420
6. HC: 2 HL: HT: 1 HPC: HE: 2 CR: 5	
7. Ciclo escolar: 2016-1	8. Etapa de formación a la que pertenece: Terminal
9. Carácter de la unidad de aprendizaje: Optativa	
10. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje:	Ninguno

Elaboró: MDG Paloma Rodríguez Valenzuela y MMER. Beatriz Adriana Torres Román	Vo.Bo.: Arq. Mario Macalpin Coronado
Fecha: Noviembre 2015	Puesto: Subdirector

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO.

Este curso optativo de la etapa terminal y del área de diseño tiene como propósito que el alumno comprenda la importancia del portafolio profesional como medio para comunicar la experiencia profesional de un individuo o colectivo, y adquiera las herramientas y metodologías para diseñarlos.

III. COMPETENCIA DEL CURSO.

Diseñar portafolios profesionales por medio del proceso metodológico, la investigación y la creación de propuestas gráficas para generar una herramienta que comunique la experiencia, las competencias y las habilidades de un profesionista o de una empresa para la cual se crea el portafolio; con creatividad, sensibilidad y determinación de soluciones y alternativas.

IV. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO.

Durante el curso el alumno aplicará la metodología para diseñar un Portafolio de trabajos. Al finalizar la asignatura contará con una propuesta gráfica que comunique las competencias y las habilidades en el campo profesional de la persona o una empresa para la cual se realiza el portafolio.

V. DESARROLLO POR UNIDADES.**Introducción:****Duración: 1 hora****ENCUADRE E INTRODUCCIÓN AL CONTENIDO DEL CURSO**

Presentación del programa de la asignatura y el calendario de actividades, explicando el propósito del curso, las competencias, los contenidos temáticos generales de cada unidad, la forma de trabajo, condiciones de revisiones periódicas, uso de la bibliografía y apoyo de propuestas, entregas, reportes, así como el criterio de evaluación, asignación de calificaciones y requisitos de acreditación.

Unidad I**Duración: 6 horas****EL MERCADO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL****Competencia:**

Conocer, comprender y valorar la situación actual del diseño gráfico por medio del reconocimiento de este como actividad profesional y la investigación del mercado del diseñador gráfico, para realizar una negociación efectiva que logre la contratación de sus servicios; con actitud entusiasta, el diálogo y la capacidad para tomar decisiones.

Contenido:

1.1 La situación actual del diseño gráfico.

1.1.1 El diseñador gráfico.

1.1.2 La competencia.

1.1.3 Los clientes.

1.1.4 El mercado.

1.1.5 Ética y diseño.

1.2 El diseño gráfico como actividad profesional.

1.2.1 Áreas de especialidad de un diseñador gráfico.

1.2.2 Etapas y funciones del diseñador gráfico en una empresa de comunicación visual.

1.3 El mercado del diseñador gráfico.

1.3.1 Definición e identificación de clientes potenciales: análisis prospectivo.

1.3.2 La cartera de clientes.

1.3.3. Contratando diseño: La negociación y sus estrategias. 1.2.5 Evaluación de resultados que obtienen.

1.3 Solución y prevención de posibles problemas.

Unidad II:

Duración: 15 horas

IMAGEN VISUAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO

Competencia:

Diseñar la imagen gráfica para un profesional o una empresa, por medio del análisis de casos y realización de ejercicios prácticos de identidad corporativa, para generar la papelería y auxiliares de un profesional o empresa; con pensamiento crítico, trabajo en equipo y uso efectivo de la comunicación visual.

Contenido:

2.1 Concepto e imagen gráfica de una empresa de diseño.

2.1.1 Definición de ventaja competitiva y concepto creativo.

2.1.2 El nombre de la empresa.

2.1.3 Logotipo corporativo.

2.1.4 Personalidad visual y gráficos auxiliares.

2.2 Papelería corporativa y auxiliares.

2.2.1 Tarjeta de presentación.

2.2.2 Hoja membretada.

2.2.3 Elementos de papelería secundarios.

2.2.4 Elementos gráficos publicitarios.

2.3 Formatos y documentación del diseñador gráfico.

2.3.1 El formato de cotización.

2.3.2 El contrato de trabajo: Tipos de contrato de trabajo.

2.3.3 La minuta.

2.3.4 Calendario de proyectos.

2.3.5 El brief.

2.3.6 Reportes de avance de proyecto.

2.4 El currículum vitae.

2.4.1 Elementos del currículum vitae.

2.4.2 Modelos de currículum vitae.

2.4.3 Estrategias para la elaboración de un currículum vitae.

Unidad III:

Duración: 25 horas

EL PORTAFOLIO DE TRABAJOS

Competencia:

Diseñar y presentar el portafolio profesional para un cliente ya sea una persona o una empresa, por medio de la investigación, el análisis de portafolios y la selección adecuada de materiales, para crear una propuesta gráfica estructurada, creativa y convincente; con racionalización, argumentación, innovación y creatividad.

Contenido:

3.1 El Portafolio de trabajos del diseñador gráfico.

3.1.1 Definición.

3.1.2 Elementos.

3.1.3 Características.

3.1.4 Modelos de Portafolios de trabajos.

3.1.5 Análisis de Portafolios de trabajos.

3.2 Diseño y estructuración de un Portafolio de trabajos.

3.2.1 Concepto creativo.

3.2.2 Estructura y contenido.

3.2.3 Selección y clasificación de proyectos.

3.2.4 Jerarquización de información en un Portafolio de trabajos.

3.2.5 Tipos de Portafolios.

3.2.5.1 Materiales y acabados.

3.2.5.2 Requerimientos técnicos.

3.3. Presentación del Portafolio de trabajos

3.3.1 Logística para la presentación de un Portafolio de trabajos.

3.3.2 Preparación del guión y estructura de la presentación.

3.3.3 Estrategias para la presentación formal del Portafolio de trabajos.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRACTICAS				
No. de Práctica	Competencia	Descripción	Material de Apoyo	Horas
1	Conocer, comprender y valorar la situación actual del diseño gráfico por medio del reconocimiento de este como actividad profesional y la investigación del mercado del diseñador gráfico, para realizar una negociación efectiva que logre la contratación de sus servicios; con actitud entusiasta, el diálogo y la capacidad para tomar decisiones.	Investigación y análisis de la situación actual del diseño gráfico en México por medio de lecturas y recopilación de información para generar un reporte en formato de presentación que se compartirá con el grupo.	Revistas de diseño, bibliografía específica del área, software para realización de presentación, proyector y laptop.	2
2	Conocer, comprender y valorar la situación actual del diseño gráfico por medio del reconocimiento de este como actividad profesional y la investigación del mercado del diseñador gráfico, para realizar una negociación efectiva que logre la contratación de sus servicios; con actitud entusiasta, el diálogo y la capacidad para tomar decisiones.	Realización de entrevista a un profesional del diseño gráfico o propietario de una Agencia creativa para conocer las etapas y funciones del diseñador gráfico en una empresa de comunicación visual.	Videocámara, computadora y proyector.	3
3	Diseñar la imagen gráfica para un profesionista o una empresa, por medio del análisis de casos y realización de ejercicios prácticos de identidad corporativa, para generar la papelería y auxiliares de un profesionista o empresa; con pensamiento crítico, trabajo en equipo y uso efectivo de la comunicación visual.	Diseño de imagen gráfica personal para la gestión de la profesión del diseñador gráfico.	Software para la realización de gráficos vectoriales y edición de fotografía. Computadora y proyector.	6
4	Diseñar la imagen gráfica para un profesionista o una empresa, por medio del análisis de casos y realización de ejercicios prácticos de identidad corporativa, para generar la papelería y auxiliares de un profesionista o empresa; con pensamiento crítico, trabajo en equipo y uso efectivo de la comunicación visual.	Elaboración de papelería corporativa y formatos de aplicación para el diseñador gráfico mediante un concepto creativo y unificado.	Software para la realización de gráficos vectoriales y edición de fotografía, material de impresión, computadora y proyector.	4.5

5	Diseñar la imagen gráfica para un profesionalista o una empresa, por medio del análisis de casos y realización de ejercicios prácticos de identidad corporativa, para generar la papelería y auxiliares de un profesionalista o empresa; con pensamiento crítico, trabajo en equipo y uso efectivo de la comunicación visual.	Elaboración de currículum vitae personal mediante la utilización de un concepto creativo y la identidad gráfica del diseñador.	Software para la realización de gráficos vectoriales y edición de fotografía, material de impresión, computadora y proyector.	4.5
6	Diseñar y presentar el portafolio profesional para un cliente ya sea una persona o una empresa, por medio de la investigación, el análisis de portafolios y la selección adecuada de materiales, para crear una propuesta gráfica estructurada, creativa y convincente; con racionalización, argumentación, innovación y creatividad.	Análisis de Portafolios de trabajos de diferentes diseñadores gráficos para identificar sus elementos, estructura y concepto gráfico.	Computadora, Internet, computadora y proyector.	1.5
7	Diseñar y presentar el portafolio profesional para un cliente ya sea una persona o una empresa, por medio de la investigación, el análisis de portafolios y la selección adecuada de materiales, para crear una propuesta gráfica estructurada, creativa y convincente; con racionalización, argumentación, innovación y creatividad.	Diseño de Portafolio de trabajos del diseñador gráfico mediante la metodología establecida en clase.	Computadora, software especializado de diseño, material para la realización del Portafolio, proyector.	12
8	Diseñar y presentar el portafolio profesional para un cliente ya sea una persona o una empresa, por medio de la investigación, el análisis de portafolios y la selección adecuada de materiales, para crear una propuesta gráfica estructurada, creativa y convincente; con racionalización, argumentación, innovación y creatividad.	Presentación formal del Portafolio personal de trabajos ante clientes potenciales.	Software para la elaboración del Portafolio de trabajos, computadora, material de impresión, micrófono y proyector.	6

VII METODOLOGÍA DE TRABAJO.

Exposición de los temas por parte del profesor.
 Investigación y análisis de los temas vistos en clase.
 Realización de proyectos conceptuales e impresos.
 Elaboración de reportes y prácticas.
 Presentación de Portafolio de trabajos final.

VIII CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Criterios de acreditación:

Tener 80% de asistencia como mínimo.
 El promedio de calificación de los ejercicios debe ser aprobatorio.
 Cumplir con al menos el 80% de los ejercicios.
 Elaborar todos los exámenes parciales.

Criterios de calificación y valor porcentual de las actividades realizadas:

Los exámenes tienen el mismo valor que las tareas, sin embargo el examen final valdrá 20% de la calificación final.
 La calificación promedio de los ejercicios tienen un valor del 80% de la calificación final.

Criterios de evaluación cualitativos:

Entrega puntual de los ejercicios
 Limpieza y calidad en los trabajos.

VIII. BIBLIOGRAFÍA.	
Básica.	Complementaria.
<p>Airey, David. <i>Logo design love: a guide to creating iconic Brand identities.</i> New Riders. 2010.</p> <p>Chaves, Norberto. <i>La Marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos.</i> Paidós. 2003.</p> <p>Costa, Joan. <i>Identidad corporativa.</i> Trillas: SIGMA. 1993.</p> <p>Cuevas Pallares, Sergio. <i>Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México: guía básica de costos y procedimientos.</i> Gustavo Gili. 2012.</p> <p>Farrelly, Liz. <i>Tarjetas comerciales 2: nuevas formas de saludar.</i> Gustavo Gili. 2006.</p> <p>Foges, Chris. <i>Papelaría e identidad corporativa.</i> Mc.Graw-Hill. 1999.</p> <p>Giménez, Darío. <i>Diseño de logotipos 5.</i> Gustavo Gili. 2008.</p> <p>Mono. <i>Identidad corporativa: del brief a la solución final.</i> Gustavo Gili. 2006.</p> <p>Morgan, Conway Lloyd. <i>Logos: logotipos, identidad, marca, cultura.</i> McGraw-Hill. 1999.</p> <p>Linton, Harold. <i>Diseño de portfolios.</i> Gustavo Gili. 2000.</p> <p>Pickar, Roger L. <i>Marketing para empresas de diseño de proyectos.</i> Gustavo Gili. 1997.</p> <p>Silver, Lisa. <i>Diseño de logotipos: pasos para conseguir el mejor diseño.</i> Gustavo Gili. 2001.</p> <p>Stasiowski, Frank. <i>Cómo conseguir mejores honorarios.</i> Gustavo Gili. 1997.</p>	<p>Carter, Rob. <i>Diseñando con tipografía 2: logotipos, papelería de empresa, identidad corporativa.</i> Rotovisión: Interbooks. 1999.</p> <p>Ind, Nicholas. <i>La imagen corporativa: estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces.</i> Diaz de Santos. 1992.</p> <p><i>Logotipos.</i> Gustavo Gili. 1995.</p> <p>Murphy, John. <i>Cómo diseñar marcas y logotipos.</i> Gustavo Gili. 1992.</p> <p>Olins, Wally. <i>Imagen corporativa internacional.</i> Gustavo Gili. 1995.</p> <p>RECURSOS DIGITALES:</p> <p>Página de Behance. Portafolios y proyectos de creativos. https://www.behance.net/</p> <p>Página de Awwwards. Reconocimiento y promoción del diseño. http://www.awwwards.com/</p> <p>REVISTA HOW http://www.howdesign.com/</p> <p>REVISTA Communication arts http://www.commart.com/</p> <p>REVISTA a! Diseño http://www.a.com.mx/</p>