

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Instituto Facultad de Arquitectura y Diseño, Mexicali, Facultad de Ciencias de la Ingeniería y la Tecnología, Valle de las Palmas.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Diseño Gráfico
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Diseño de Identidad Gráfica
- 5. Clave:** 40100
- 6. HC:** 02 **HT:** 04 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 08
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Semiótica



Equipo de diseño de PUA

Anabel Cortez Burciaga
Paloma Rodríguez Valenzuela

Firma

**Vo.Bo. de subdirector(es) de
Unidad(es) Académica(s)**

Daniela Mercedes Martínez Plata
Paloma Rodríguez Valenzuela

Firma

Fecha: 10 de febrero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es la comprensión de los elementos conceptuales de una empresa o institución que permitan el diseño de un proyecto de identidad gráfica integral.

La utilidad de esta radica en que le permite al estudiante desarrollar propuestas de diseño que proyecten la personalidad visual de empresas públicas y privadas.

Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Diseño.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de identidad gráfica, a través del uso de los métodos y fundamentos teóricos del proceso de diseño, para generar propuestas que proyecten la personalidad visual de empresas públicas y privadas, con una actitud creativa, ética y responsable.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Desarrollo de proyectos complejos de identidad gráfica siguiendo la metodología del diseño y los fundamentos de composición. Dentro de los cuales se incluyen los siguientes elementos: diseño de logotipos, papelería corporativa, manual de identidad gráfica y aplicaciones de uso interno y externo. Su entrega será en formato digital o impreso.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos básicos de la identidad gráfica

Competencia:

Aplicar los fundamentos de composición, mediante el análisis de los conceptos de la identidad gráfica y las necesidades del proyecto, para el diseño de logotipos corporativos, con actitud creativa, responsable y honestidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1 Concepto de Identidad Gráfica
- 1.2 Identidad gráfica e Identidad corporativa
- 1.3 Elementos básicos de la Identidad Gráfica
- 1.4 Funciones de la Identidad Gráfica
- 1.5 El Nombre como identidad verbal
 - 1.5.1 Tipos de nombres
 - 1.5.2 Características del nombre
 - 1.5.3 Funciones del nombre
 - 1.5.4 Textos complementarios
- 1.6 El logotipo como elemento principal de la identidad gráfica
 - 1.6.1 Definición
 - 1.6.2 Clasificación de composiciones logotípicas
 - 1.6.2.1 Logotipo
 - 1.6.2.2 Isotipo
 - 1.6.2.3 Isologo
 - 1.6.2.4 Imagotipo
 - 1.6.2 Estructuras para la creación de logotipos
 - 1.6.2.1 Metáforas visuales
 - 1.6.3 Psicología de logotipos
 - 1.6.4 Tipografía
 - 1.6.5 Color
 - 1.6.6 Composición
 - 1.6.7 Textos descriptivos

UNIDAD II. Aplicaciones de la Identidad Gráfica

Competencia:

Analizar las principales aplicaciones de identidad gráfica, a través de la identificación de sus formatos, características y funciones, para el diseño oportuno de gráficos auxiliares papelería corporativa, mascotas corporativas y rediseño de identidad, con actitud creativa, reflexiva y propositiva.

Contenido:

Duración: 20 horas

- 2.1 Uso de gráficos auxiliares
 - 2.1.1 Patrones y texturas visuales
 - 2.1.2 Elementos gráficos de identidad
 - 2.1.3 Aplicación de gráficos auxiliares
- 2.2 Diseño de Papelería corporativa
 - 2.2.1 Papelería básica
 - 2.2.2 Hoja Membretada
 - 2.2.2.1 Función
 - 2.2.2.2 Elementos
 - 2.2.2.3 Consideraciones técnicas
 - 2.2.3 Tarjeta de presentación
 - 2.2.3.1 Función
 - 2.2.3.2 Características
 - 2.2.3.3 Formatos
 - 2.2.3.4 Sustratos – materiales
 - 2.2.3.5 Impresión y acabados
 - 2.2.3.6 Consideraciones técnicas
 - 2.2.4 Otras aplicaciones de Papelería corporativa
- 2.3 Diseño de mascotas corporativas
 - 2.3.1 Valores físicos
 - 2.3.2 Valores psicológicos
 - 2.3.3 Características de los personajes corporativos
 - 2.3.4 Clasificación de personajes corporativos
 - 2.3.5 Uso de mascotas corporativas como elementos de influencia social
- 2.4 Rediseño de identidad gráfica
 - 2.4.1 Concepto de Rediseño de identidad
 - 2.4.2 Motivos para rediseñar

2.4.2.1 Reubicar

2.4.2.1 Gestionar el cambio

2.4.2.1 Modernizar

2.4.3 Análisis y casos de estudio

UNIDAD III. Desarrollo de identidad gráfica

Competencia:

Desarrollo de un proyecto integral de identidad gráfica, aplicando la metodología y los fundamentos del diseño, para representar la personalidad visual de un producto o servicio, con responsabilidad, honestidad y creatividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1 Definición del Manual de Identidad
- 3.2 Características del Manual de Identidad
- 3.3 Usos del Manual de Identidad
- 3.4 Componentes del Manual de Identidad
 - 3.4.1 Introducción
 - 3.4.2 Normas básicas de construcción
 - 3.4.2.1 Concepto visual
 - 3.4.2.2 Construcción geométrica
 - 3.4.2.3 Espacio vital
 - 3.4.2.4 Reducción mínima
 - 3.4.2.5 Usos
 - 3.4.2.6 Color
 - 3.4.2.6.1 Reproducción a una tinta
 - 3.4.2.6.2 Gama cromática
 - 3.4.2.6.3 Escala de grises
 - 3.4.2.6.4 Colores secundarios
 - 3.4.3 Tipografía y elementos de aplicación interna
 - 3.4.3.1 Tipografía corporativa
 - 3.4.3.2 Tipografía complementaria
 - 3.4.3.3 Tamaños y especificaciones
 - 3.4.3.4 Papelería corporativa
 - 3.4.4 Señalética interna y externa
 - 3.4.5 Parque móvil
 - 3.4.5.1 Automóviles corporativos
 - 3.4.5 Equipamiento y uniformes
 - 3.4.6 Aplicaciones en productos
 - 3.4.7 Aplicaciones en publicidad, promoción y relaciones públicas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Infografía	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza los conceptos básicos de identidad gráfica: tipos de nombres, composiciones logotípicas y psicología de logotipos. 2. Sintetiza la información y elige la que se considere más importante. 3. Diseña una infografía que incluya todos los elementos considerados: tipos de nombres, composiciones logotípicas y psicología de logotipos. 4. Entrega al docente en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Recursos bibliográficos - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	4 horas
2	Ejercicio aplicativo de las estructuras para la creación de logotipos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza las estructuras para la creación de logotipos y selecciona 3 recursos para utilizar en la composición. 2. Boceta una composición gráfica por cada estructura para la creación de logotipos. 3. Vectoriza las composiciones realizadas. 4. Entrega al docente en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Recursos bibliográficos - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	4 horas
3	Diseño de logotipo corporativo para empresa o producto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza una investigación visual y conceptual del producto o empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Software de diseño 	8 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Boceta un logotipo que responda a las necesidades de comunicación de la empresa o producto. 3. Vectoriza las composiciones realizadas. 4. Genera una presentación formal con la propuesta de logotipo. 5. Entrega al docente en formato digital e impreso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Software para presentaciones digitales - Material impreso - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	
UNIDAD II				
4	Diseño de gráficos auxiliares para producto o servicio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza el logotipo y la personalidad gráfica de una empresa o producto. 2. Determina los elementos auxiliares que acompañarán a la identidad gráfica de la empresa o producto. 3. Vectoriza los elementos propuestos. 4. Integra los gráficos auxiliares y el logotipo en una sola composición. 5. Entrega al docente en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	4 horas
5	Diseño de logotipo personal y gráficos auxiliares.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Genera el concepto de una empresa, producto o servicio personal. 2. Boceta un logotipo que responda a las necesidades de comunicación de esa empresa o producto. 3. Vectoriza las composiciones realizadas. 4. Diseña los gráficos auxiliares que acompañarán a esa empresa o producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	6 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Genera una presentación formal con la propuesta de logotipo y gráficos auxiliares. 6. Entrega al docente en formato digital. 		
6	Diseño de papelería corporativa personal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de formatos, características, métodos de impresión y acabados para la elaboración de la papelería personal. 2. Diseño de papelería personal. 3. Elección de formatos, características, métodos de impresión y acabados para la elaboración de la papelería corporativa. 4. Entrega al docente de la papelería impresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	6 horas
7	Diseño de mascota corporativa para empresa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza las características de la identidad gráfica de una empresa o corporativo. 2. Determina los valores físicos y psicológicos que debe tener una mascota para representar visualmente a la empresa o corporativo. 3. Boceta e ilustra un personaje que funcionará como mascota de la empresa o corporativo. 4. Entrega al docente en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	4 horas
8	Análisis de Rediseño de identidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza un caso de rediseño 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet 	4 horas

	gráfica.	<p>de un logotipo de una empresa, producto o servicio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Emite un juicio de valor con respecto al rediseño del logotipo analizado. 3. Elabora un ensayo que exponga tu opinión. 4. Entrega al docente en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Computadora - Software de diseño - Software para edición de textos 	
UNIDAD III				
9	Rediseño de identidad gráfica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determina las áreas de oportunidad de un logotipo a fin de ofrecer una propuesta que mejore su identidad gráfica actual. 2. Boceta un logotipo que responda a las nuevas necesidades de comunicación de esa empresa o producto. 3. Vectoriza las composiciones realizadas. 4. Genera aplicaciones gráficas con la identidad gráfica rediseñada. 5. Genera una presentación formal con la propuesta de rediseño. 6. Entrega al docente en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	4 horas
10	Desarrollo integral de un proyecto de identidad gráfica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la metodología para la creación de un proyecto de Identidad gráfica integral. 2. Diseña un logotipo corporativo para una empresa o producto de 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Software de diseño - Lápices - Colores - Cuaderno de bocetos 	16 horas

servicio.

3. Diseña los elementos internos de aplicación de un desarrollo integral de identidad gráfica: elementos básicos de composición, construcción, tipografía, color, usos, gráficos auxiliares y aplicaciones complementarias.
4. Integra los elementos diseñados.
5. Entrega de manera formal al docente de manera impresa y digital.

- Material impreso

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Estudio de caso
- Método de proyectos
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Ejercicios prácticos

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Ensayos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Proyectos de diseño

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 2 evaluaciones parciales.....	10%
- Participación y tareas.....	20%
- Prácticas de taller.....	30%
- Desarrollo de proyectos complejos de identidad gráfica	40%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Airey, D. (2015). *Logo design love: A guide to creating iconic brand identities*. New Riders.
- Costa, J. (2011). *Identidad corporativa*. Trillas. [clásica].
- Evamy, M. (2016). *Logotype*. Laurence King Publishing.
- Frutiger, A. (2015). *Signos, símbolos, marcas, señales: elementos, morfología, representación, significación*. Gustavo Gili. [clásica].
- Gardener, B. (2014). *Logo creación: el misterio, la magia y el método: detrás del diseño, grandes logos*. Parramon. [clásica].
- Herrera, E; Leire, I. (2018). *Historias que marcan: origen y significado de 50 marcas gráficas*. Gustavo Gili.
- Hoyos, R. (2016). *Branding: el arte de marcar corazones*. Ecoe ediciones.
- Identidad corporativa: Del brief a la solución final*. (2007). Gustavo Gili. [clásica].
- Pagés, S. P. (2006). *Tarjetas comerciales 2: Nuevas formas de saludar*. Gustavo Gili. [clásica].
- París, J. (2015). *La marca y sus significados*. Ediciones Haber. [clásica].
- Saldanha, A. (2016). *Marcas*. Alfragide, Caminho.

Complementarias

- Brands of the World™ an All Creative World site. (n.d.). *Brands of the world*. <https://www.brandsoftheworld.com/>
- Home. (n.d.). *Logopond*. <https://logopond.com/>

Slade-Brooking, C. (2016). *Creating a brand identity: a guide for designers*. Laurence King Publishing.

Thomas, G. (2003). *How to design logos, symbols and icons*. How Design. [clásica].

Wang, S. (2014). *Logograma: logo design for dynamics identities = Creation de logos pour des identites dynamiques = Diseño de logos para identidades dinámicas = design de logos para identidades dinámicas*. Promopress. [clásica].

Wiedemann, J. (2015). *Logo design*. Taschen. [clásica].

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Identidad Gráfica debe contar con título de Licenciado en Diseño Gráfico o área afín, con conocimientos avanzados de uso y aplicación de la identidad gráfica, diseño de logotipos y manejo de la personalidad visual de empresas públicas y privadas; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Ser creativo, analítico e innovador para la generación de proyectos y técnicas grupales.