

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:** Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico
- 5. Clave:** 40104
- 6. HC:** 01 **HT:** 03 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 01 **CR:** 05
- 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:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Salvador Fierro Silva
Oscar Gutiérrez Ruiz

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

Daniela Mercedes Martínez Plata
Paloma Rodríguez Valenzuela

Fecha: 09 de febrero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta asignatura promueve y desarrollo del pensamiento creativo a través del estudio y aplicación de las técnicas y métodos de la creatividad. Esto le permitirá a estudiante innovar y dar soluciones creativas a cualquier proyecto de diseño dentro de su trayecto formativo y en el campo profesional. Es una asignatura de carácter obligatorio e integradora de la etapa disciplinaria y contribuye al área de conocimiento Comunicación Visual.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar soluciones innovadoras y creativas de diseño a través del estudio de las fases, técnicas y métodos de la creatividad, para analizar y proponer procesos creativos de diseño, con una actitud colaborativa, propositiva, responsable y respetuosa.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Proyectos de comunicación visual de formato análogo y digital en los cuales se experimente y explore con diferentes materiales y métodos para su planeación y conceptualización, mismos que serán expuestos en clase para su retroalimentación y evaluación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Creatividad

Competencia:

Analizar la teoría que subyace la creatividad a través de sus conceptos básicos, procesos e implicaciones, para comprender la importancia de la creatividad e innovación en el diseño gráfico, con objetividad y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Concepto de Innovación y creatividad
 - 1.1.1. Diversas definiciones de la creatividad
 - 1.1.2. Características asociadas a la creatividad
 - 1.1.3. Productos de la creatividad
- 1.2. Proceso creativo
 - 1.2.1. Fases del proceso creativo
 - 1.2.2. La creatividad y la inventiva
- 1.3. La creatividad y sus bloqueos
 - 1.3.1. B bloqueos de la creatividad
 - 1.3.2. Estrategias para vencer los bloqueos

UNIDAD II. Técnicas y métodos de creatividad

Competencia:

Proponer proyectos de diseño basados en las técnicas y métodos de creatividad para la solución de problemas de comunicación visual, con responsabilidad, respeto y trabajo colaborativo.

Contenido:

Duración: 5 horas

2.1. Técnicas para el desarrollo de la creatividad

2.2. Métodos creativos de innovación

2.2.1. Empleo de técnicas y métodos creativos en el proceso de diseño gráfico

2.2.1.1. Objetivos

2.2.1.2. Consecuencias

2.2.1.3. Posibilidades

2.2.1.4. Prioridades

2.2.1.5. Puntos de vista

2.2.1.6. Patrones de pensamiento

2.3. Pensamiento creativo

UNIDAD III. Creatividad aplicada al diseño

Competencia:

Diseñar un concepto creativo e innovador a partir de la selección de técnicas y métodos del proceso creativo para su aplicación en un proyecto publicitario, con responsabilidad social y ética profesional.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 3.1. Briefing creativo
- 3.2. Construcción del mensaje creativo
 - 3.2.1. Creatividad publicitaria
 - 3.2.2. Pragmática creativa en la publicidad
 - 3.2.3. Creatividad en medios publicitarios
- 3.3. Creatividad gráfica en medios y soportes impresos
- 3.4. Creatividad y producto
- 3.5. Evaluación de la creatividad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Peluca creativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga cómo se construye una peluca 2. Elabora una peluca innovadora que refleje su personalidad. 3. Boceta el producto. 4. Selecciona herramienta y materiales. 5. Elabora el producto 6. Presenta la peluca al grupo destacando el proceso y su representatividad o significancia. 7. Documenta la práctica 8. Entrega la práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno y lápices para bocetos. • Materiales diversos y reutilizables. 	6 horas
2	El proceso creativo en productos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunirse en equipos. 2. Identifica las fases de proceso creativo en la elaboración de productos. 3. Planea la elaboración de un producto. 4. Presenta el producto al grupo y explicar su construcción destacando las fases que siguieron. 5. Documenta la práctica 6. Entrega la práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno y lápices para bocetos. 	6 horas
UNIDAD II				
3	Cartel Digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determina un proyecto (cartel). 2. Elige la técnica creativa. 3. Aplica el proceso de la técnica creativa. 4. Evalúa el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo y herramientas tecnológicas. 	3 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Presenta el proyecto ante el grupo. 6. Documenta la práctica 7. Entrega la práctica al profesor. 		
4	Montar una exposición de un producto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunirse en equipo. 2. Identifica un producto a presentar. 3. Diseña una presentación innovadora del producto elegido 4. Presenta el producto ante el grupo. 5. Documenta el proceso de la práctica 6. Entrega práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto a elección de los estudiantes. 	3 horas
5	Tablero de mesa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunirse en equipo. 2. Establece las características del usuario. 3. Elabora un tablero de mesa innovador con base en técnicas y métodos creativos. 4. Evalúa el proyecto. 5. Presenta el proyecto ante el grupo. 6. Documenta la práctica 7. Entrega la práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno y lápices para bocetos. • Materiales diversos y reutilizables. • Equipo y herramientas tecnológicas. 	12 horas
UNIDAD III				
6	Brief creativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunirse en equipo. 2. Determina un proyecto. 3. Elige la técnica y método creativo. 4. Presenta el proyecto ante el grupo. 5. Evalúa el proyecto. 6. Documenta la práctica 7. Entrega la práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno y lápices para bocetos. • Equipo y herramientas tecnológicas. 	3 horas

7	Concepto publicitario	<ol style="list-style-type: none">1. Reunirse en equipo previamente conformado.2. Aplica el proceso creativo en el diseño de un concepto publicitario.3. Elabora y producir las piezas gráficas4. Presenta el proyecto ante el grupo.5. Evalúa el proyecto.6. Documenta la práctica7. Entrega la práctica al profesor.	<ul style="list-style-type: none">• Cuaderno y lápices para bocetos.• Materiales diversos y reutilizables.• Equipo y herramientas tecnológicas.	15 horas
---	-----------------------	--	---	----------

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):

- Técnica expositiva
- Práctica guiada
- Solución de problemas
- Lecturas guiadas
- Análisis de casos

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Portafolio de aprendizaje
- Investigación documental
- Exposición
- Trabajo en equipo y colaborativo
- Mapas conceptuales
- Mapas mentales
- Bocetaje
- Ensayo
- Resumen

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

- Reporte de lecturas 20%
- Prácticas de taller 30%
- Exposiciones..... 10%
- Proyectos de comunicación visual.....40%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Berzbach, F. (2013). <i>Psicología para creativos: Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo</i>. Gustavo Gili. [clásica]</p> <p>De Bono, E. (2014). <i>Seis sombreros para pensar</i>. Paidós [clásica]</p> <p>De Bono, E. (2018). <i>Creatividad</i>. Paidós.</p> <p>Hinojosa, M. y Marcela, E. (2009). <i>Pensamiento creativo</i>. Trillas. [clásica]</p> <p>Mootee, I. (2019). <i>Design thinking para la innovación estratégica</i>. Empresa Activa.</p> <p>Rodríguez, D. y Rodríguez, A. (2015). <i>Innovación por design thinking, creatividad para los negocios</i>. Consulting Design Editores.</p> <p>Sherwin, D. (2010). <i>Creative Workshop: 80 Challenges to sharpen your design skills</i>. Simon & Schuster. [clásica]</p> <p>Tanner, C. (2015). <i>The creativity challenge: Design, experiment, test, innovate, build, create, inspire, and unleash your genius</i>. Simon & Schuster.</p> <p>Wong, M. A. (2010). <i>Psicología de la creatividad. El pensamiento creativo y el pensamiento convergente</i>. Trillas. [clásica]</p>	<p>Balderrama, B. (2012). <i>Creatividad inteligente. Guía para convertir las ideas en innovación</i>. Pearson Educación. [clásica]</p> <p>Bohm, D. (2012). <i>Sobre la creatividad</i>. Kairós. [clásica]</p> <p>De Bono, E. (2009). <i>El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas</i>. Paidós. [clásica]</p> <p>Esquivas, T. (2004). Creatividad: Definiciones, antecedentes y aportaciones. <i>Revista Universitaria</i>, 5, 1-17. https://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/ene_art4.pdf[clásica]</p> <p>Gerard, J. (2011). <i>Imagina lo imposible manual práctico y caja de herramienta para la innovación</i>. Ril Editores. [clásica]</p> <p>Hinojosa, M. E. (2009). <i>Pensamiento creativo</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Krysa, D. (2014). <i>Get unstuck, discover new ideas. Advice & projects from 50 successful artists</i>. Chronicle Books Digital. [clásica]</p> <p>Maisel, E.(2013). <i>Making your creative mark: Nine keys to achieving your artistic goals</i>. New World Library. [clásica]</p> <p>Picken, M. (2008). <i>Creative advertising</i>. Thames& Hudson [clásica]</p> <p>Scott, B. (2010). <i>Markings ideas happened</i>. Penguin Group. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico debe contar con título de Licenciatura en Diseño Gráfico, Mercadotecnia, o área afín, con conocimientos diseño y estrategias creativas de publicidad y mercadotecnia; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Ser creativo, innovador y que fomente el trabajo en equipo.