

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:** Tendencias Contemporáneas del Diseño Gráfico
- 5. Clave:** 40110
- 6. HC:** 01 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 01 **CR:** 04
- 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

Martha Patricia Alcaraz Flores
Jorge Alberto Cid Cruz
Marco Manolo Frausto Vazquez
Kariely Yulissie Valenzuela Rocha

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 unidad de aprendizaje tiene como propósito principal que el alumno identifique las tendencias emergentes y de décadas previas en la disciplina del diseño gráfico, en función de las demandas y necesidades del mercado global, para comprender el impacto que genera en la sociedad y lograr una ventaja competitiva al ejercer en su práctica profesional, mediante la adaptación y comprensión de los contextos contemporáneos. La unidad de aprendizaje se encuentra ubicada en la etapa disciplinaria y de carácter obligatorio, pertenece al área del diseño y se recomienda haber cursado las asignaturas de: Gráfica y Vanguardias y Gráfica Mexicana.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar las áreas en las que se desarrolla el quehacer del diseño gráfico en la actualidad, a partir de la investigación guiada y la elaboración de una comunicación hipermedial para comprender el impacto que la actividad del diseño gráfico genera en la sociedad y predecir las posibles tendencias de un futuro inmediato con una actitud crítica, disposición al cambio y sensibilidad estética.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

El alumno realiza una investigación donde desarrolla y sintetiza la información en organizadores visuales, exponiendo de manera clara y efectiva los diferentes conceptos propios de las tendencias contemporáneas del diseño y procesos culturales asociados a ellos.

Diseña un reporte de investigación en formato de comunicación hipermedial (mediante audio, video o exposición virtual) usando herramientas de uso libre disponibles en Internet. El reporte deberá exponer una tendencia contemporánea de diseño gráfico que el alumno elija.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción al estudio de las tendencias.

Competencia:

Comprender las definiciones y teorías que engloban las tendencias del diseño gráfico, mediante la revisión de características presentadas en décadas anteriores, para distinguir los elementos gráficos que la sociedad consume, con una actitud reflexiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1 Definición de tendencia
- 1.2 Tendencias de las décadas de los ochenta, noventa y dos mil
- 1.3 Aceleración de las tendencias
- 1.4 Delimitación temporal y espacial de las tendencias

UNIDAD II. Nuevas terminologías

Competencia:

Analizar las tendencias actuales utilizadas en el desarrollo de proyectos creativos del diseño gráfico, a través del estudio de inventivas derivadas de las nuevas tecnologías de información y comunicación, así como su función en la sociedad, para proponer y gestionar ideas innovadoras con una actitud crítica y creativa.

Contenido:

- 2.1 Marketing viral
- 2.2 Hashtag como trendsetters
- 2.3 Remixabilidad, memes, influencers y mashups
- 2.4 Storytelling y arquetipos de la personalidad
- 2.5 Subculturas online

Duración: 4 horas

UNIDAD III. Análisis de las últimas tendencias

Competencia:

Investigar casos de estudio de tendencias en áreas específicas del diseño gráfico, mediante el análisis del impacto en la sociedad y las variables implicadas, para plantear la traducción del fenómeno y la predicción de tendencias futuras, con una actitud analítica e innovadora.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Delimitación del tema del Diseño Gráfico
- 3.2. Proceso de investigación
 - 3.2.1. Definición
 - 3.2.2. Antecedentes
 - 3.2.3. Ramificaciones temáticas
 - 3.2.4. Contexto socio-cultural relacionado a la temática
 - 3.2.5. Exponente sobresalientes
 - 3.2.5. Tecnologías e innovaciones involucradas en la temática
 - 3.2.6. Otras aportaciones sobre el tema
 - 3.2.7. Referencias y fuentes de información
- 3.3. Análisis y Predicción de tendencias en el tema
- 3.4. Elaboración de Podcast (comunicación de investigación)

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Discusión grupal: Tendencias.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente. 2. Documenta sobre el concepto de tendencias. 3. Destaca puntos importantes y formular preguntas abiertas para invitar a discutir. 4. Participa en clase argumentado con base a lo leído. 5. Concreta una conclusión de forma grupal. 6. Finalizar la discusión del tema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno de notas • Lápiz HB • Computadora • Internet 	2 horas
2	Moodboard de tendencias.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunirse en equipos. 2. Investiga sobre las características visuales y sociales que marcaron las épocas de los ochenta, noventa, dos mil y dos mil diez. 3. Recopila información gráfica para realizar el moodboard de tendencias. 4. Realiza a mano el moodboard. 5. Presenta el moodboard al grupo y explicar las características que se destacan de la época. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartulina • Plumones • Tijeras/cutters • Pegamento • Masking tape • Computadora • Internet • Impresiones • Publicaciones impresas 	3 horas
3	Matriz de inducción: Tendencias.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presta atención a las exposiciones en moodboard sobre las tendencias. 2. Identifica los elementos y parámetros a comparar. 3. Toma nota de ellos y escribirlos en la matriz. 4. Analiza la información que se expone y buscar patrones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión de matriz de inducción • Lápiz HB • Plumas 	2 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Extrae conclusiones basándose en el patrón observado. Buscar más evidencias que confirmen o no las conclusiones. 6. Entrega la práctica al profesor. 		
UNIDAD II				
4	Matriz de clasificación: Marketing Viral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Identifica contenido o mensajes publicitarios que se hayan hecho virales. 3. Identifica los elementos que se desean clasificar en la matriz de inducción. 4. Organiza en grupos iniciales. 5. Determina los elementos y el contenido viral que se van a clasificar. 6. Identifica las características que hacen a cada contenido viral único. 7. Verifica si las características de los resultados cubren las necesidades de las categorías. 8. Da una conclusión de los resultados de la clasificación de los elementos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno de notas. • Lápiz HB • Plumas • Regla • Computadora • Internet 	2 horas
5	Cuadro comparativo: Remixabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Realiza una búsqueda en internet identificando una imagen gráfica de alguna década pasada, así como una imagen contemporánea que tenga similitudes en el estilo. 3. Genera una tabla de 3 columnas y añadir las imágenes en las primeras 2 columnas. 4. Describe qué se ve en cada una de ellas. 5. Contesta en la tercera columna un análisis sobre la similitud entre 	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión de la tabla QQQ • Lápiz HB • Plumas • Computadora • Internet 	2 horas

		<p>ambas imágenes.</p> <p>6. Entrega la práctica al profesor para retroalimentación.</p>		
6	Cuadro sinóptico: Storytelling y arquetipos de la personalidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Investiga cuáles son los arquetipos de la personalidad. 3. Identifica ideas principales, conceptos y relaciones. 4. Organiza la información abstraída de lo general a lo particular de izquierda a derecha en un orden jerárquico. 5. Utiliza conectores visuales adecuados para el cuadro sinóptico. 6. Busca ejemplos y colocarlos dentro del cuadro sinóptico. 7. Entrega la práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno de notas • Lápiz HB • Software de edición vectorial • Software de edición de texto • Computadora • Internet 	2 horas
UNIDAD III				
7	Investigación sobre tendencias contemporáneas del diseño	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende indicaciones del docente. 2. Reflexiona sobre áreas específicas del diseño gráfico de interés personal y seleccionar una, la cual se enfocará la investigación. 3. Documenta de revistas digitales, redes sociales sobre diseño, libros, repositorios de investigación, entre otros. Lo necesario para tener información reciente y confiable. 4. Delimita el tema que se abordará. 5. Analiza y organizar la información con la que se trabajará. 6. Documenta la información seleccionada atendiendo las categorías del contenido de la unidad 3. 7. Reflexiona sobre el tema investigado y realizar una predicción 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno de notas • Lápiz HB • Software de edición de texto • Computadora • Internet. 	10 horas

		de las tendencias futuras que tendrá el área del diseño gráfico estudiada. 8. Entrega la práctica al profesor para su retroalimentación.		
8	Reporte de investigación en formato de comunicación hipermedial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Analiza la investigación realizada sobre la elección de un área en específico del diseño gráfico. 3. Hace selección del formato de comunicación hipermedial con el que se trabajará. 4. Dar nombre al reporte que dé referencia al área del diseño gráfico seleccionada. 5. Trabaja en la reproducción del reporte de investigación. 6. Diseña imagen visual (branding) al reporte con referencia al contenido que se trabajará. 7. Planea los temas específicos a tratar en el reporte. 8. Desarrolla un guion técnico de contenido para el reporte. 9. Selecciona plataforma con la que se desarrollará el reporte de investigación. 10. Trabaja en la producción del informe de investigación. (Grabación) 11. Trabaja en la postproducción del reporte seleccionando las partes que servirán para la edición y montaje del reporte. 12. Sube el reporte en alguna plataforma para su difusión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Software de edición de texto • Software de edición visual • Software de edición de audio. • Software de edición de imagen • Software de edición vectorial • Computadora • Internet • Luces • Micrófonos • Auriculares 	9 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):

- Exposición de los temas por parte del profesor y de los alumnos
- Mesas redondas y de discusión sobre las tendencias del diseño gráfico
- El docente participa como facilitador en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Desarrollo de reporte de investigación basado en la reflexión de las tendencias contemporáneas analizadas mediante casos de estudios específicos
- Diseño de organizadores visuales que expliquen los diferentes conceptos que se desenvuelven alrededor de las tendencias del diseño gráfico.

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

- Exposiciones.....15%
- Actividades.....35%
- Investigación y reporte (evidencia de desempeño).....50%
- Total:**.....100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Berger, J. (2016). <i>Contagious: Why Things Catch on</i> (Reprint ed.). Simon&Schuster.</p> <p>Ferguson, K. (2016) <i>Everything is a Remix</i>. https://www.youtube.com/watch?v=nJPERZDfyWc&ab_channel=KirbyFerguson</p> <p>Fernández Aitor y Rama Alberto, (2016, febrero 15). <i>Historia del diseño gráfico</i>. https://www.youtube.com/watch?v=PAcU4XwYGzc</p> <p>Lamarre, G. (2020). <i>Storytelling como Estrategia de Comunicación: Herramientas Narrativas Para Comunicadores, Creativos y Emprendedores</i>. Gustavo Gili.</p> <p>Lupton, E. (2019). <i>El diseño como storytelling</i>. Editorial Gustavo Gili.</p>	<p>40 de fiebre. <i>Guía Social Media: todo lo que debes saber para dominar las redes sociales</i>. https://www.40defiebre.com/guia-social-media</p> <p>B. (2021, 11 febrero). <i>Best of Behance</i>. 2021 Behance. https://www.behance.net/galleries?tracking_source=nav20</p> <p>Design. (2021). <i>Communication Arts</i>. https://www.commarts.com/design</p> <p>Espínola, M. G. (2019, 12 diciembre). <i>Tendencias de diseño 2020 ¿Qué debemos esperar el próximo año?</i> paredro.com. https://www.paredro.com/tendencias-de-diseno-2020-que-debemos-esperar-l-a-proxima-decada/</p> <p>García, Karla. (2019, septiembre 15). <i>Considera utilizar podcasts para conquistar nuevos seguidores, educar a tu audiencia y ampliar aún más tu estrategia de marketing de contenidos</i>. https://marketingdecontenidos.com/que-es-un-podcast/</p> <p>Google (2020). <i>google trends</i>. https://trends.google.es/trends/?geo=ES</p> <p>Hashtagify (2020). <i>Hashtagify, Find. Analyse. Amplify</i>. https://hashtagify.me/hashtag/Christmas</p> <p>InteractiveAdvertising Bureau (2018). <i>Consultada el Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos. 10ª edición</i>. https://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2018/07/IABMx_ECMYD_2018_Ve</p>

rsion_Prensa.pdf

Rockcontent (2020). *Conoce los 12 arquetipos de marca, cómo influyen en su posicionamiento y cuál se encaja mejor con tu empresa*. <https://rockcontent.com/es/blog/arquetipos-de-marca/>

Tendencias creativas 2020: Tendencias de diseño basadas en los datos. (2020a, enero 16). *The Shutterstock Blog*. <https://www.shutterstock.com/blog/trends/es/2020-creative-trends>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Tendencias Contemporáneas del Diseño Gráfico deberá contar con título de Licenciado en Diseño Gráfico, Comunicación o Marketing o área afín y tener dos años de experiencia dando clases y demostrar experiencia profesional en el ámbito del diseño gráfico y la comunicación visual. Debe tener actitud de liderazgo, creatividad y asertividad.