

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

## COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

### PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

#### I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** 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:** Seminario de Diseño Gráfico
- 5. Clave:** 40146
- 6. HC:** 03 **HT:** 00 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 03 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



#### Equipo de diseño de PUA

Carolina Medina Zavala

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

Daniela Mercedes Martínez Plata

Paloma Rodríguez Valenzuela

Fecha: 25 de marzo de 2021

## **II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

El estudiante analizará desde la historia hasta los conceptos básicos de diseño gráfico y sus áreas de conocimiento: diseño, tecnología, comunicación y humanidades a través de ejercicios y prácticas de manera que pueda reflexionar sobre la aplicación en un caso real y dar solución a proyectos de diseño, así lograr un dominio y comprensión de los términos y tener una ventaja competitiva al ejercer como diseñador; es una asignatura que se ubica en la etapa terminal del mapa curricular.

## **III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Reafirmar, discutir y aplicar los conceptos elementales de diseño y comunicación visual en conjunto con sus áreas afines a través de diversas actividades para interpretar los términos y generar tanto una aplicación como la solución a situaciones reales, así lograr un dominio y comprensión de los términos con ética y una actitud de disciplina, responsabilidad y profesionalismo.

## **IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE**

Elaborar y entregar un reporte en forma de portafolio o memoria aplicativa que incluya los resultados de todas las actividades realizadas de cada tema, siendo cuestionarios, mapas mentales, tablas comparativas, estudios de casos, infografías, y la resolución de problemas.

**V. DESARROLLO POR UNIDADES**  
**UNIDAD I. Comunicación visual, fundamentos y metodología de diseño**

**Competencia:**

Distinguir e interpretar los fundamentos y elementos del diseño, así como la comunicación visual, retórica, semiótica, identidad corporativa y el proceso metodológico por medio de la comprensión y el análisis para poder realizar y argumentar una composición con el lenguaje y gráfica idónea con una actitud de crítica, responsabilidad y profesionalismo.

**Contenido:**

**Duración:** 16 horas

- 1.1 Diseño y comunicación visual
  - 1.1.1 Diseño y sus antecedentes
  - 1.1.2 Diseño gráfico para la solución de diversos problemas
  - 1.1.3 Diseño de comunicación visual
- 1.2. Fundamentos y elementos del diseño
  - 1.2.1 Elementos conceptuales
  - 1.2.2 Elementos visuales
  - 1.2.3 Elementos de relación
  - 1.2.4 Elementos prácticos
- 1.3. Comunicación en el diseño gráfico
  - 1.3.1 Proceso de comunicación
  - 1.3.2 Tipos de comunicación
  - 1.3.3 Elementos de la comunicación
- 1.4. Imagen, retórica y semiótica
  - 1.4.1 Conceptos básicos de retórica, imagen y semiótica
  - 1.4.2 Diseño de mensajes gráficos
  - 1.4.3 Los íconos, símbolos, signos
  - 1.4.4 Imagen e identidad corporativa
- 1.5. Metodología de diseño
  - 1.5.1 Metodologías de diseño por diversos autores
  - 1.5.2 Planeación del proceso de diseño con una metodología

## UNIDAD II. Sistemas de impresión, producción y registro de proyectos editoriales

### Competencia:

Identificar y recolectar una búsqueda de los sistemas de impresión, tipos de papeles y acabados en diversos productos de diseño a través de síntesis de materiales impresos, digitales y el análisis de imágenes para saber lo esencial y poder reflexionar e interpretar para tomar decisiones sobre necesidades, tiempo, calidad, acabados, tipos de encuadernación u otros términos que se aplican a los proyectos de diseño con una actitud de conciencia crítica, responsabilidad y respeto.

### Contenido:

**Duración:** 18 horas

#### 2.1 Los sistemas de impresión

2.1.1. Conceptos básicos de impresión

2.1.2. Historia de los sistemas de impresión

2.1.2.1 Sistemas rústicos

2.1.2.2 Sistemas tecnológicos

2.1.3. Sistemas de impresión

2.1.3.1. Xerografía

2.1.3.2. Offset

2.1.3.3. Flexografía

2.1.3.4. Hecograbado

2.1.3.5. Serigrafía

2.1.3.6. Tampografía

2.1.3.7. Sublimación

2.1.3.8. Impresión en gran formato

#### 2.2. Pre-prensa y post-prensa

2.2.1. Tipos de sustratos

2.2.2. Tipos de acabados

2.2.3. Tipos de encuadernados

#### 2.3. Producción de proyectos de diseño

2.3.1 Medios de reproducción del proyecto

2.3.2 Materiales y formatos del proyecto

2.3.3 Costos de la producción de un proyecto

2.3.4 Proveedores y soluciones de producción del proyecto

#### 2.4. Diseño editorial y proyectos de publicaciones

2.4.1. Elementos del diseño editorial

2.4.1.1 Caja tipográfica

2.4.1.2 Retícula

2.4.1.3 Color

2.4.1.4 Tipografía

2.4.1.5 Imagen

2.4.1.6 Formato

2.4.2 Tipos de publicaciones

2.4.3 Roles en el diseño editorial

2.4.3 Derechos de autor

2.4.4 Normatividad en el diseño

## UNIDAD III. Plan estratégico en campañas y medios de publicidad, marketing o audiovisuales

### Competencia:

Estudiar y sustentar los términos de marketing, planes estratégicos de trabajo, administración y desarrollo de proyectos por medio del análisis de una campaña de publicitaria para resolver un problema real de diseño con sentido crítico, de responsabilidad y profesionalismo.

### Contenido:

**Duración:** 14 horas

#### 3.1. Marketing y publicidad

- 3.1.1 Conceptos básicos de marketing y publicidad
- 3.1.2 Tipos de marketing
- 3.1.3 Tipos de publicidad
- 3.1.4 Medios de difusión
- 3.1.5 Costos y beneficios del marketing y la publicidad

#### 3.2. Plan estratégico

- 3.2.1 Conceptos básicos de un plan estratégico
- 3.2.2 Diseño de la estrategia
- 3.2.3 Enfoques para la planeación
- 3.2.4 La cultura y la planeación estratégica aplicada
- 3.2.5 Roles dentro del plan estratégico
- 3.2.5 Auditorías, aspectos legales y normativos

#### 3.3. Campañas publicitarias

- 3.3.1 Tipos de campañas publicitarias
- 3.3.2 Planeación de una campaña publicitaria
- 3.3.3 Estrategias para una campaña publicitaria
- 3.3.4 Cómo hacer un calendario para de una campaña publicitaria

#### 3.4. Medios audiovisuales

- 3.4.1 Conceptos básicos de los medios audiovisuales
- 3.4.2. Tipos de medios audiovisuales
- 3.4.3. Diseño aplicado en medios audiovisuales

## 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
- Debates
- Análisis de la información
- Análisis de casos
- Instrucción guiada
- Solución de problemas

### **Estrategia de aprendizaje (alumno)**

- Investigación documental
- Metodología de diseño
- Participación en debate
- Trabajo en equipo y colaborativo
- Portafolio de evidencias

## 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**

- Evaluaciones teóricas .....	55%
- Actividades a través de metas.....	30%
- Reporte/portafolio final (evidencia de aprendizaje) .....	15%
<b>Total</b> .....	<b>100%</b>

## IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Amaru, A.C. (2008) <i>Administración para emprendedores</i>. Pearson Education. [clásica]</p> <p>Ambrose, G. &amp; Harris P. (2015) <i>Bases del diseño: Metodología para el diseño</i>. Parramón. [Clásico]</p> <p>Behance. (s.f.). <i>Publicidad</i>. <a href="https://www.behance.net/search?search=publicidad">https://www.behance.net/search?search=publicidad</a></p> <p>Best, K., (2010) <i>Fundamentos del management del diseño</i>. España: Parramón, Arquitectura y diseño, Ediciones S.A. [Clásico]</p> <p>Caldwell, C. y Zappaterra, Y. (2014). <i>Diseño editorial: periódicos y revistas, medios impresos y digitales</i> (2da. ed.). Gustavo Gili. [Clásico]</p> <p>Chaves, N. (1988). <i>Imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional</i>. Gustavo Gili. [Clásico]</p> <p>Costa, J. (2007). <i>Identidad corporativa</i>. México, Trillas. [Clásico]</p> <p>Costa, J. (2010). <i>La Marca. Creación, diseño y gestión</i>. México: Trillas. [Clásico]</p> <p>Cuevas, S. (2012) <i>Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México: Guía básica de costos y procedimientos</i>. Gustavo Gili. [Clásico]</p> <p>Dabner, D. (2018). <i>Diseño gráfico, fundamentos y prácticas</i>. Blume.</p> <p>Diseño es negocio. (s.f.). <a href="http://www.disenoesnegocio.com/">http://www.disenoesnegocio.com/</a></p> <p>Dondis, A. (2017). <i>La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual</i> (2da. ed.). Gustavo Gili, SL.</p> <p>Eisenman, S. (2008). <i>Building Design Portfolios, innovative concepts for presenting your work</i>. Rockport Publishers Inc. [Clásico]</p> <p>Emerald X, LLC. (2021). <i>Revista How design</i>. <a href="http://www.howdesign.com/">http://www.howdesign.com/</a></p> <p>Figuroa, R. (1999). <i>Cómo hacer publicidad, un enfoque teórico-práctico</i>. Prentice Hall [Clásico]</p>	<p>Dabner, D. (2007). <i>Diseño gráfico, Fundamentos y prácticas</i>. Blume. [Clásico]</p> <p>Herriott, L. (2009). <i>Dirección de Arte</i>. Proyectos impresos. Gustavo Gili. [Clásico]</p> <p>Kenly, Eric, &amp; Beach, Mark, (2004). <i>Getting It Printed: How to Work With Printers and Graphic Imaging Services to Assure Quality, Stay on Schedule and Control Costs</i> (4 ed.) 208 pp. Cincinnati: How Desing Books. [Clásico]</p> <p>Moles, A. (1991). <i>La imagen, comunicación funcional</i>. Trillas. [Clásico]</p> <p>Munari, B. (2002). <i>Diseño y comunicación visual</i>. Gustavo Gili. [Clásico]</p> <p>Soddon, T. (2010). <i>Dirección de arte: Proyectos impresos</i>. Editorial GG. [Clásico]</p> <p>Swann, A. (2004). <i>Bases del diseño gráfico</i>. Gustavo Gili. [Clásico]</p>

Foroalfa (s.f.). *Artículos y Seminarios sobre Diseño, Branding y Comunicación*. <https://foroalfa.org/>

Frascara, J., y Fontana, R. (2004). *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Infinito. [Clásico]

Frascara, J. (2006). *El diseño de la comunicación*. Infinito. [Clásico]

Johansson, K., Lundberg, P. y Ryberg, R. (2011). *Manual de producción gráfica, recetas* (2da. ed). Gustavo. Gili. [clásico]

Lupton, E. (2011). *Pensar con tipos*. Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores. Gustavo Gili. [Clásico]

Mercadotecnia publicidad marketing noticias. *Revista Merca 2.0*. (2017) <https://www.merca20.com/>

Pipes, A. (2011). *How to design websites*. Laurence King Publishing. [Clásico]

Revista a! Diseño. (2017). <http://www.a.com.mx/>

Treviño, R. (2006) *Publicidad, Comunicación Integral en Marketing*. Ed. McGraw-Hill. [Clásico]

Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional* (7ma ed). Gustavo Gili. [Clásico]

Wong, W. (2011). *Fundamentos del diseño* (17ª tirada) Gustavo Gili. [Clásico]

Wheeler, A.(2012). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (4th ed.). John Wiley and Sons[Clásico]

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Gustavo Gili. [Clásico]

## **X. PERFIL DEL DOCENTE**

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Seminario de Diseño Gráfico, debe contar con título de Licenciado en diseño gráfico, comunicación visual o área afín, con conocimientos de los fundamentos y elementos del diseño, así como la comunicación visual aplicada a los medios impresos y digitales que conlleva un proyecto de diseño integral. De igual manera debe tener conocimientos de cómo se debe llevar a cabo una campaña de medios; preferentemente con posgrado en diseño; con experiencia docente de al menos dos años. Debe ser puntual y responsable, con facilidad de expresión, motivador en la participación de los estudiantes, tolerante y respetuoso de las opiniones.