

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
Centro Universitario de la Ciénega



Programa de Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de Aprendizaje				Clave							
TALLER DE DISEÑO GRÁFICO				IA752							
Programa Educativo en que se imparte			Nivel en el que se imparte la Unidad de Aprendizaje								
Licenciatura en Mercadotecnia			<table border="1"> <tr> <th>Licenciatura</th> <th>Maestría</th> <th>Doctorado</th> </tr> <tr> <td>*</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			Licenciatura	Maestría	Doctorado	*		
			Licenciatura	Maestría	Doctorado						
*											
Pre-requisitos	Tipo de Unidad de Aprendizaje		Carga Horaria Semanal		Créditos						
Teoría del Diseño (IA751)	<input type="checkbox"/> Curso C <input type="checkbox"/> Práctica P <input checked="" type="checkbox"/> Curso-Taller CT <input type="checkbox"/> Seminario S <input type="checkbox"/> Laboratorio L <input type="checkbox"/> Clínica N <input type="checkbox"/> Curso-Laboratorio CL <input type="checkbox"/> Taller T <input type="checkbox"/> Módulo M		<table border="1"> <tr> <th>Teoría:</th> <th>Práctica:</th> <th>Total:</th> </tr> <tr> <td>40</td> <td>40</td> <td>80</td> </tr> </table>		Teoría:	Práctica:	Total:	40	40	80	8
Teoría:	Práctica:	Total:									
40	40	80									
Co-requisitos											
No Aplica											
Área de Formación	División		Departamento		Academia						
Especializante Selectiva	Ciencias Económico Administrativas		Negocios		Mercadotecnia						
Presentación											
<p>Con esta Unidad de Aprendizaje (UA) en la modalidad de Curso-Taller, se favorece la formación del estudiante en al menos tres características importantes en su perfil de egreso: Poseerá amplios conocimientos respecto al análisis de la conducta del consumidor, estrategias de publicidad, desarrollo y ciclos de vida de productos, canales de distribución y normatividad sobre diseños, patentes y marcas; Impulsará el desarrollo individual y organizacional en el campo de la mercadotecnia, buscando obtenerlo por conducto de su integración en equipos de trabajo; Será un generador de proyectos de punta en el área de la mercadotecnia.</p>											



<b>Vinculación con otras Unidades de Aprendizaje</b>
Teoría del Diseño (IA751)
<b>Impacto de la Unidad de Aprendizaje en el perfil de egreso</b>
<p>Impacta específicamente en tres de las características del Perfil de Egreso del Estudiante de la Licenciatura en Mercadotecnia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Poseerá amplios conocimientos respecto al análisis de la conducta del consumidor, estrategias de publicidad, desarrollo y ciclos de vida de productos, canales de distribución y normatividad sobre diseños, patentes y marcas;</li> <li>● Impulsará el desarrollo individual y organizacional en el campo de la mercadotecnia, buscando obtenerlo por conducto de su integración en equipos de trabajo;</li> <li>● Será un generador de proyectos de punta en el área de la mercadotecnia.</li> </ul>
<b>Ámbito de Aplicación Profesional de la Unidad de Aprendizaje</b>
La preparación académica recibida mediante la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes, orienta a los alumnos a realizar diseño gráfico, a partir de ideas, conceptos, textos e imágenes, presenta mensajes de forma visualmente atractiva en medios impresos, electrónicos y audiovisuales. El diseño gráfico impone un orden y una estructura al contenido a fin de facilitar el proceso de comunicación, para que el mensaje sea captado y comprendido por el público meta.
<b>Competencia Profesional de la Unidad de Aprendizaje</b>
Forma al estudiante de Mercadotecnia en cómo relacionar las áreas de mercadotecnia, publicidad y diseño gráfico; un diseñador cumple su objetivo manipulando los elementos, que pueden ser de carácter filosófico, estético, sensorial, emocional o político. Por lo cual el estudiante debe adquirir estos conocimientos para implementarlos profesionalmente, en sus áreas de desempeño.
<b>Competencias Básicas de la Unidad de Aprendizaje</b>
Valora y aprecia los conocimientos y saberes necesarios y establecen relaciones, analogías, ejemplos, explicaciones y propuestas de diseño que orienten a realizar acciones de mercadotecnia, con eficacia y profesionalismo. De tal forma que se logra involucrar al alumno en un proceso de investigación y diseño.
<b>Competencias de Aprendizaje de la Unidad de Aprendizaje</b>
Participan en el desarrollo de identidades gráficas como monogramas, marcas y logotipos, siendo visualizadas en cualquier soporte gráfico. Cree y manipule documentos y archivos empleando distintos elementos como paneles, barras y ventanas.

**Campos Formativos por Competencias: Conocimientos, aptitudes y destrezas, actitudes y valores**  
Atributos de las Competencias

**Saber Conocer** (Saberes teóricos y procedimentales)

Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica referente a Diseño

Capacidad para identificar, planear y resolver problemas.

**Saber Hacer** (Saberes prácticos, habilidades)

Capacidad de investigación

Capacidad para actuar en nuevas situaciones.

**Saber ser** (Actitudes y Valores, Ser creativo)

Capacidad para actuar en nuevas situaciones.

Capacidad creativa.

**Saber convivir** (Aprender a vivir en sociedad, a vivir con los demás, Ser comprensivo y tolerante)

Capacidad de trabajo en equipo.

Habilidades interpersonales.

Compromiso con su medio sociocultural.

Compromiso con la preservación del medio ambiente.

Responsabilidad social y compromiso ciudadano.



Desglose de Unidades de Competencia o Contenidos		
Unidades Temáticas	Desglose en Subtemas	No. de Horas de Clase
Unidad de Competencia Tema 1: <b>FUNDAMENTOS DEL DISEÑO</b>	Subtema 1. Introducción a los gráficos digitales. Subtema 2. Tipografía. Subtema 3. El color. Subtema 4. Organización de los elementos visuales en el plano.	4 h 4 h 4 h 4 h
Unidad de Competencia Tema 2: <b>PRODUCCIÓN DE GRÁFICOS VECTORIALES</b> (Herramienta básica Illustrator).	Subtema 1. Manipulación de textos y tipografías. Subtema 2. Manejo y visualización del documento. Subtema 3. Creación digital de imágenes vectoriales. Subtema 4. Revisión y Preimpresión del proyecto gráfico.	4 h 4 h 8 h 4 h
Unidad de Competencia Tema 3: <b>OPTIMIZACIÓN Y EDICIÓN DE IMÁGENES</b> (Herramienta básica Photoshop).	Subtema 1. Conceptos básicos de imágenes digitales. Subtema 2. Formas de obtener una imagen. Subtema 3. Edición digital de imágenes. Subtema 4. Aplicación de efectos y modificación de forma.	4 h 8 h 8 h 8 h
Unidad de Competencia Tema 4: <b>DISEÑO PARA INTERNET Y MEDIOS DIGITALES</b>	Subtema 1. Derechos de autor. Subtema 2. Diseño Multi-formato. Subtema 3. Formatos Gráficos para la red. Subtema 4. Resolución y tamaño adecuado para la web. Subtema 5. Diseño para Redes Sociales.	4 h 4 h 4 h 4 h

ESTRATEGIAS			
TEMAS Y SUBTEMAS	Estrategias de enseñanza	Estrategias de aprendizaje en aula	Estrategias de aprendizaje extra-aula
<b>TEMA 1. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO</b>	Estrategia de enseñanza: Entrega del Programa y lineamientos generales y el formato para recabar la firma de cada alumno como constancia de haberlo recibido.	Estrategia de aprendizaje en Aula: Cuestionarlos sobre qué conocimientos previos tienen sobre diseño.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: Estudio individual del Programa y elaboración de dudas para ser resueltas en la siguiente clase.
Subtema 1.1 <b>Introducción a los gráficos digitales.</b>	Estrategia de enseñanza: Proporcionar y explicar lo referente a gráficos digitales.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Material didáctico (diapositivas)</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo en la aplicación de dichos conceptos.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Subtema 1.2 <b>Tipografía.</b>	Estrategia de enseñanza: Compartir la importancia que tiene conocer el origen gráfico históricamente de la tipografía.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Material didáctico (diapositivas)-Ejercicios de tipografía.</i>	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Subtema 1.3 <b>El color.</b>	Estrategia de enseñanza: Nos permite transmitir no sólo a través de mensajes sino también de la combinación de los mismos una idea clara y concisa.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Material didáctico (diapositivas)</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo en la aplicación de dichos conceptos.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Subtema 1.4 <b>Organización de los elementos visuales en el plano.</b>	Estrategia de enseñanza: Le permitirá al educando a convocar al juego de las partes (como punto, línea, color, simetría, por mencionar algunos), haciéndolas devenir en un todo unitario.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Material didáctico (diapositivas)</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo en la aplicación de dichos conceptos.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.



<p><b>TEMA 2. PRODUCCIÓN DE GRÁFICOS VECTORIALES</b> Herramienta básica Ilustrador.</p> <p>Subtema 2.1 <b>Manipulación de textos y tipografías.</b></p> <p>Subtema 2.2 <b>Manejo y visualización del documento.</b></p> <p>Subtema 2.3 <b>Creación digital de imágenes vectoriales.</b></p>	<p>Estrategia de enseñanza: Aprenderá a distinguir y trabajar con imágenes vectoriales. Ventajas y desventajas que tienen sobre los píxeles.</p> <p>Estrategia de enseñanza: Se enseñarán que para que un diseño cumpla con su objetivo es indispensable tener una tipografía.</p> <p>Estrategia de enseñanza: Le proporcionará los conocimientos para el acceso rápido a sus archivos, bibliotecas y creaciones móviles recientes en el software. Según el estado de la suscripción, este espacio de trabajo también puede mostrar contenido adaptado a sus necesidades.</p> <p>Estrategia de enseñanza: Aprenderán a usar el software especializado para convertir bocetos en imágenes vectoriales, ya que estas formas más utilizada para la producción de gráficos de calidad y bajo peso.</p>	<p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i></p> <p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.</p> <p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.</p> <p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula No aplica.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.</p>
---	--	---	--

<p>Subtema 2.4 <b>Revisión y Preimpresión del proyecto gráfico.</b></p>	<p>Estrategia de enseñanza: En esta fase se enseñarán a revisar y corregir el documento que irá a impresión. Distinguiendo entre el CMYK y el RGB.</p>	<p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.</p>
<p><b>Tema 3. OPTIMIZACIÓN Y EDICIÓN DE IMÁGENES</b> Herramienta básica Photoshop.</p>	<p>Estrategia de enseñanza: Desarrollo de habilidades para seleccionar, producir, realizar y editar imágenes fotográficas bien tratadas y optimizadas, para que dispongan de la mejor calidad posible y a su vez puedan ser manipuladas con facilidad.</p>	<p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación individual.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: Levantamiento de imágenes digitales en campo.</p>
<p>Subtema 3.1 <b>Conceptos básicos de imágenes digitales.</b></p>	<p>Estrategia de enseñanza: Aprenderán a seleccionar el formato de imagen adecuado para trabajar.</p>	<p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.</p>
<p>Subtema 3.2 <b>Formas de obtener una imagen.</b></p>	<p>Estrategia de enseñanza: Desarrollarán la capacidad para digitalizar una imagen, esto a través de las herramientas de entrada al ordenador.</p>	<p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i></p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: Levantamiento de imágenes digitales en campo.</p>
<p>Subtema 3.3 <b>Edición digital de imágenes.</b></p>	<p>Estrategia de enseñanza: Iniciará a practicar con el software especializado como herramienta principal para la edición de imágenes digitales, Photoshop.</p>	<p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i></p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.</p>
<p>Subtema 4.4 <b>Aplicación de efectos y modificación de forma.</b></p>	<p>Estrategia de enseñanza: Pondrá en práctica los conocimientos previos para aplicar efectos y modificar la imagen para el uso específico que requiera.</p>	<p>Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i></p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.</p>

<b>TEMA 4.</b> <b>DISEÑO PARA</b> <b>INTERNET, MEDIOS</b> <b>TRADICIONALES Y</b> <b>DIGITALES</b>	Estrategia de enseñanza: Aplicará los conocimientos adquiridos sobre diseño de imágenes para los diferentes formatos Tradicionales y Digitales.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i>	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Subtema 4.1 <b>Derechos de autor.</b>	Estrategia de enseñanza: Identificar el material de dominio público y privado que cuentan con derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i>	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Subtema 4.2 <b>Diseño Multi-formato.</b>	Estrategia de enseñanza: Generar un mismo diseño en diferentes formatos a través de las herramientas de optimización de imágenes para sus diferentes aplicaciones.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i>	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Subtema 4.3 <b>Formatos Gráficos para la red.</b>	Estrategia de enseñanza: Correcta exportación a los formatos de imagen estándar.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i>	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Subtema 4.4 <b>Resolución y tamaño adecuado para la web.</b>	Estrategia de enseñanza: La finalidad de un gráfico digital es ser visualizado a través de una pantalla o monitor.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i>	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.



Subtema 4.5 <b>Diseño para Redes Sociales.</b>	Estrategia de enseñanza: Todo lo aprendido le servirá para crear elementos que conformarán una identidad visual digital para RRSS.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i>	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica.
Evaluación			
Productos de Aprendizaje sugeridos		Criterios y/o indicadores de Evaluación	Porcentaje
<b>Tema 1: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO</b> Subtema 1.1: Introducción a los gráficos digitales. Producto: No aplica.		Criterio: Indicadores: Conocer de manera general los elementos básicos de un diseño.	
Subtema 1.2: Tipografía. Producto: Infografía grupal en clase.		Criterio: Desarrollar de manera grupal una infografía que contenga los elementos base de la tipografía de manera creativa. Indicadores: Infografía con gráficos mostrando variedad en tipografía.	5 %
Subtema 1.3: El color. Producto: Infografía grupal en clase.		Criterio: Desarrollar de manera grupal una infografía que contenga los elementos base de la tipografía de manera creativa. Indicadores: Infografía con gráficos mostrando las características de cada color..	5 %
Subtema 1.4: Organización de los elementos visuales en el plano. Producto: Infografía grupal en clase.		Criterio: Desarrollar de manera grupal una infografía que contenga los elementos base de la tipografía de manera creativa. Indicadores: Infografía con gráficos mostrando los diferentes elementos.	5 %
<b>Tema 2: PRODUCCIÓN DE GRÁFICOS VECTORIALES</b> Subtema 2.1: Manipulación de textos y tipografías. Producto: Práctica de laboratorio.		Criterio: Uso de la herramienta, ilustrator. Indicadores: Implementación de diferentes formas y tipografías.	5 %
Subtema 2.2: Manejo y visualización del documento. Producto: Práctica de laboratorio.		Criterio: Uso de la herramienta, ilustrator. Indicadores: Implementar los márgenes y mesas de trabajo.	5 %

Subtema 3: Creación digital de imágenes vectoriales. Producto: Práctica de laboratorio.	Criterio: Uso de la herramienta, ilustrator. Indicadores: Vectorizar una imagen con base a un boceto personal.	5 %
Subtema 4: Revisión y Preimpresión del proyecto gráfico. Producto: Práctica de laboratorio. Cartel informativo.	Criterio: Uso de la herramienta, ilustrator. Indicadores: Implementación de todas las herramientas anteriormente practicadas para armar un cartel.	5%
<b>Tema 3: OPTIMIZACIÓN Y EDICIÓN DE IMÁGENES</b> Subtema 3.1: Conceptos básicos de imágenes digitales. Producto: Infografía.	Criterio: Al desarrollar la infografía se deben establecer los diferentes formatos de una imagen, considerando la función de cada uno. Indicadores: Infografía creativa, concreta y que cubra los elementos establecidos.	5 %
Subtema 3.2: Formas de obtener una imagen. Producto: Práctica de laboratorio	Criterio: Uso de la herramienta, Photoshop. Indicadores: Uso y manejo de las diferentes formas de introducir una imagen a un ordenador, como cámara fotográficas, móviles, scanner.	5 %
Subtema 3.3: Edición digital de imágenes. Producto: Práctica de laboratorio	Criterio: Uso de la herramienta, Photoshop. Indicadores: Restauración de imágenes deterioradas, recortar y montar imágenes.	5 %
Subtema 3.4: Aplicación de efectos y modificación de forma. Producto: Práctica de laboratorio	Criterio: Uso de la herramienta, Photoshop. Indicadores: Aplicación de diferentes efectos específicos, tales como frozen, dispersión, acuarela, entre otros.	5%
<b>Tema 4: DISEÑO PARA INTERNET Y MEDIOS DIGITALES</b> Subtema 4.1: Derechos de autor. Producto: Práctica de laboratorio	Criterio: Uso de la herramienta, Illustrator y Photoshop. Indicadores: Identificar las diferentes fuentes que ayudarán para la generación y diseño de material digital.	5 %



Subtema 4.2: Diseño Multi-formato. Producto: Práctica de laboratorio	Criterio: Uso de la herramienta, Illustrator y Photoshop. Indicadores: Identificar los formatos aplicándolos y exportando para las diferentes plataformas digitales como para impresión.	5 %
Subtema 4.3: Formatos Gráficos para la red. Producto: Práctica de laboratorio	Criterio: Uso de la herramienta, Illustrator y Photoshop. Indicadores: Identificar los formatos aplicándolos y exportando para las diferentes plataformas digitales, tales como RRSS, equipos móviles, tabletas.	5 %
Subtema 4.4: Resolución y tamaño adecuado para la web. Producto: Banners publicitarios	Criterio: Uso de la herramienta, Illustrator y Photoshop. Indicadores: Diseñar banners con tamaños predefinidos de los programas de edición de imagen.	5 %
Subtema 4.5: Diseño para Redes Sociales. Producto: Portafolio de diseño para RRSS	Criterio: Uso de la herramienta, Illustrator y Photoshop. Indicadores: Diseñar banners e imágenes para las diferentes RRSS.	25 %
		<b>SUMA 100%</b>

#### Fuentes de Información

##### **Básica**

Gavin Ambrose, Paul Harris (2014) Fundamentos del diseño gráfico. Parramón Paidotribo.

##### **Complementaria**

##### **Páginas web o recursos digitales**

<http://www.fotonostra.com/grafico/index.htm>

##### **Curso de Diseño Gráfico – Fundamentos y Técnicas**

Anna María López López

Editorial: ANAYA Multimedia

2014 (Versión Digital)

<https://es.calameo.com/read/004307118d96bf09e6cf0>

### Perfil Docente Deseable

Esta Unidad de Aprendizaje es recomendable que sea impartida en primer término por un docente que tenga Licenciatura, Especialidad, Maestría en Diseño Gráfico y Comunicación, independientemente del área de especialización en esta disciplina; también puede ser impartida, por el enfoque educativo que contiene, por un docente con Licenciatura, Especialidad, Maestría en Mercadotecnia o áreas afines.

Elaborado por	Fecha
Ing. Froid Eloy Mora Isiordia	Julio 2018
Revisado por	Fecha
Mtra. Aurora Abigail Águila Zendejas	
Autorizado por el Colegio Departamental de	Fecha
Mtro. Mario Gerardo Reyes Garcidueñas	

### Perfil del Egresado.

Disponible en [www.guiadecarreras.udg.mx](http://www.guiadecarreras.udg.mx)