

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de la Ciénega



Programa de Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de Aprendizaje				Clave							
TEORÍA DEL DISEÑO				IA751							
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						
No aplica	☐ Curso C ☐ Práctica P ☒ Curso-Taller CT ☐ Seminario S ☐ Laboratorio L ☐ Clínica N ☐ Curso-Laboratorio CL ☐ Taller T ☐ 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											
Taller de Promoción y Publicidad (I5323)											
Área de Formación	División	Departamento		Academia							
Especializante Selectiva	Ciencias Económico Administrativas	Negocios		Mercadotecnia							
Presentación											
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.											

Vinculación con otras Unidades de Aprendizaje

Taller de Promoción y Publicidad (I5323)

Impacto de la Unidad de Aprendizaje en el perfil de egreso

Impacta específicamente en tres de las características del Perfil de Egreso del Estudiante de la Licenciatura en Mercadotecnia:

- 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.

Ámbito de Aplicación Profesional de la Unidad de Aprendizaje

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. Diseñar, como cualquier otra actividad humana, es una actividad compartida. Por ello, requiere el consenso, la colaboración y el esfuerzo de los demás. Es una actividad dirigida a satisfacer necesidades, deseos y aspiraciones de la sociedad o de una parte de ella.

Competencia Profesional de la Unidad de Aprendizaje

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. Este curso enriquece la experiencia práctica con una reflexión teórica que permita al alumno desarrollar una mirada propia y una postura crítica frente al diseño, sus manifestaciones y sus alcances. Entrega conocimientos y herramientas conceptuales que permiten comprender el diseño y su dinámica relación con el contexto exterior.

Competencias Básicas de la Unidad de Aprendizaje

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.

Competencias de Aprendizaje de la Unidad de Aprendizaje

Participan en el desarrollo de identidades gráficas como monogramas, marcas y logotipos, siendo visualizadas en cualquier soporte gráfico. Revisando marcos conceptuales provenientes de otras disciplinas y contruidos desde la misma disciplina, que han acompañado y orientado la práctica del diseño, desde sus inicios.

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: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO	Subtema 1. Orígenes del diseño gráfico Subtema 2. Proceso del diseño gráfico Subtema 3. Psicología del color Subtema 4. Elementos visuales en el plano	8 Hrs. 8 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs
Unidad de Competencia Tema 2: LENGUAJE	Subtema 1. Lenguaje y su interpretación Subtema 2. Lenguaje y Expresión Visual Subtema 3. La percepción y su enfoque visual Subtema 4. Creatividad visual	4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs
Unidad de Competencia Tema 3: COMUNICACIÓN	Subtema 1. Sistema y proceso Subtema 2. Comunicación visual y cultura Subtema 3. El mensaje visual y su función Subtema 4. Aspectos comunicativos a través del lenguaje visual	4 Hrs. 4 Hrs. 8 Hrs. 8 Hrs
Unidad de Competencia Tema 4: TIPOGRAFÍA Y DISEÑO	Subtema 1. Letra, palabra y tipografía Subtema 2. Anatomía de la letra Subtema 3. Tipografía creativa Subtema 4. La identidad gráfica como logotipo	4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs
		Total: 80 Hrs.

ESTRATEGIAS			
TEMAS Y SUBTEMAS	Estrategias de enseñanza	Estrategias de aprendizaje en aula	Estrategias de aprendizaje extra-aula
TEMA 1. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO	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: Encuadre y Diagnóstico sobre los conocimientos previos que 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 Orígenes del diseño gráfico	Estrategia de enseñanza: Proporcionar la información sobre las corrientes del diseño. Tales como el Barroco, Cubismo entre otros.	Estrategia de aprendizaje en Aula: En equipo los alumnos buscarán las tendencias y corrientes del diseño, para preparar presentación en clase.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: Investigación y trabajo colaborativo para exposición de corrientes del diseño.
Subtema 2.1 Proceso del diseño gráfico	Estrategia de enseñanza: Compartir la importancia que tiene conocer el proceso de diseño y sus etapas.	Estrategia de aprendizaje en Aula: Material didáctico (diapositivas)- Prácticas sobre el diseño de su marca personal.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica
Subtema 3.1 Psicología del color	Estrategia de enseñanza: Mostrar mediante exposición gráfica la importancia de la psicología del color y el impacto que genera en la comunicación visual.	Estrategia de aprendizaje en Aula: Exposición por parte de los alumnos, asignando a cada uno un color y su significado para presentación en clase.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: Investigar la aplicación y significado del color en la mercadotecnia.
Subtema 4.1 Elementos visuales en el plano.	Estrategia de enseñanza: Compartir la información de los elementos que se deben considerar en el proceso de diseño de un cartel.	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; se desarrollan por su parte el diseño de carteles considerando estos aspectos.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica

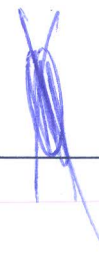
TEMA 2. LENGUAJE Subtema 1.2 Lenguaje y su interpretación Subtema 2.2. Lenguaje y Expresión Visual Subtema 2.3 La percepción y su enfoque visual Subtema 2.4 Creatividad visual	Estrategia de enseñanza: Se comparte lo importante que es el lenguaje para realizar el proceso de comunicación de ideas, situandolos a través de conceptos base. Estrategia de enseñanza: Compartir que al hablar de lenguaje verbal tenemos que decir que es un sistema formado por signos lingüísticos; es decir, por palabras. Estrategia de enseñanza: Permite entender a los estudiantes que los métodos tradicionales para la medición de la agudeza o del poder de resolución espacial se refiere principalmente al tamaño de un detalle que el observador pueda discriminar. Estrategia de enseñanza: Es importante comentar que dentro del término creatividad podemos encontrar diferentes aspectos que colaboran y determinan el concepto.	Estrategia de aprendizaje en Aula: Desarrollar la capacidad de comunicación oral, escrita y gráfica en los alumnos. Esto a través de ejercicios de comunicación. Estrategia de aprendizaje en Aula: Se presenta la información propiciando la participación del grupo. Aplicación de dinámica de Expresión visual. Compartir que si el signo lingüístico es el elemento básico de la lengua, el signo icónico lo es para el lenguaje visual. Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo. Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio.</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo. Manifestando los niveles de eficiencia: Cognoscitivo (Conocimiento), Afectivo (Sentimiento) y Psicomotriz (Habilidad).	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula No aplica Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica
---	---	--	--

Tema 3. COMUNICACIÓN			
Subtema 3.1 Sistema y proceso	Estrategia de enseñanza: Se comparten los elementos y etapas del proceso y sistema de comunicación, con la finalidad de propiciar un punto de partida para situarse en el impacto que genera una comunicación eficiente del lenguaje gráfico.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: Realizar un sistema de comunicación gráfica.
Subtema 3.2 Comunicación visual y cultura	Estrategia de enseñanza: Mediante carteles, se explica la comunicación visual y la cultura. Para detectar las bases de una comunicación eficiente.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación en binas para lograr una retroalimentación sobre la aplicación del tema en cartelería.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica
Subtema 3.3 El mensaje visual y su función	Estrategia de enseñanza: Mediante carteles, se explica que el mensaje visual es particularmente apto para transmitir emociones, sensaciones, afectos, informaciones, que a menudo las palabras no logran expresar con la misma precisión.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica
Subtema 3.4 Aspectos comunicativos a través del lenguaje visual	Estrategia de enseñanza: Se propicia que el estudiante, a través de imágenes, conceptos, contenidos, ideas alternativas y propuestas del medio llamado Arte.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Se presenta la información propiciando la participación del grupo.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica

TEMA 4. TIPOGRAFÍA Y DISEÑO Subtema 4.1 Letra, palabra y tipografía	Estrategia de enseñanza: Compartir como la letra como partícula visual mínima de la gráfica de una palabra, convierte al sonido breve en voz humana en algo que se evapora y desaparece en su misma emisión.	Estrategia de aprendizaje en Aula: Análisis del tema y práctica en el laboratorio. Se llevan a cabo ejercicios de tipografía.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica
Subtema 4.2 Anatomía de la letra	Estrategia de enseñanza: Conocer las partes de las que está formada una fuente tipográfica ayudará a los estudiantes a conocer como están creadas para facilitar su uso en determinados diseños.	Estrategia de aprendizaje en Aula: <i>Análisis del tema y práctica en el laboratorio</i> Cualquier fuente tipográfica, tiene un proceso de elaboración más o menos complicado. Desde las más sencillas de palo hasta las decorativas ornamentales, tienen que pasar por un estudio muy elaborado y seguir unas pautas y normas obligadas para poder convertirse en fuentes utilizables.	Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula: No aplica
Subtema 4.3 Tipografía creativa	Estrategia de enseñanza: Explicar que la tipografía creativa y de edición constituyen en sí mismas un arte, pudiendo actuar de forma conjunta o individualmente, dependerá de los objetivos que se marquen la elección de un tipo u otro.	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 La identidad gráfica como logotipo	Estrategia de enseñanza: Definir cómo es que algunos logotipos están formados con ciertos componentes metafóricos que permiten leer y ver al mismo tiempo su concepto.	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
Tema 1: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO Subtema 1: Orígenes del diseño gráfico Producto: Exposición de cada corriente de diseño.	Criterio: El alumno desarrollará la exposición de la corriente de diseño que se le fue asignada, realizando la investigación con las características más relevante del tema en cuestión. Indicadores: Presentación ante el grupo, con apoyo de materiales gráficos y de una manera creativa, implementando la tendencia de diseño asignada.	5 %
Tema 1: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO Subtema 2: Proceso del diseño gráfico Producto: Diseño de boceto y cartel publicitario	Criterio: Generar un boceto de un cartel publicitario de la marca asignada, bajo los lineamientos del proceso de diseño. Uso de materiales de diversas texturas. Indicadores: Presentación de un cartel publicitario con el boceto previo para su validación.	5 %
Tema 1: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO Subtema 3: Psicología del color Producto: Circulo Cromatico	Criterio: Desarrollar un círculo cromático que contenga los colores básicos para indicar el número de mezclas que se pueden generar a partir de los colores primarios. Indicadores: Círculo cromático dibujado y coloreado con acuarelas.	5 %
Tema 1: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO Subtema 4: Elementos visuales en el plano Producto: Cartel publicitario	Criterio: Aplicar por lo menos 3 elementos visuales en el diseño de un cartel publicitario de acuerdo a la marca asignada y el segmento de mercado idóneo. Indicadores: Creatividad, elementos visuales aplicados y cartel con limpieza y colorimetría acorde a la marca.	5 %




Tema 2: LENGUAJE Subtema 1: Lenguaje y su interpretación Producto: Elaboración de mapa mental	Criterio: Desarrollar de manera individual un mapa mental que contenga los elementos base del lenguaje, de manera creativa. Indicadores: Mapa mental con gráficos acorde al lenguaje y de manera creativa.	5 %
Tema 2: LENGUAJE Subtema 2: Lenguaje y Expresión Visual Producto: Tarjetas de emotion	Criterio: Elaborar tarjetas que contengan imágenes que contribuyan a la comunicación de emociones y que permitan ser interpretadas a manera de evaluar la importancia del mensaje. Indicadores: Tarjetas creadas para expresar de manera visual un mensaje, que faciliten la interpretación de este.	5 %
Tema 2: LENGUAJE Subtema 3: La percepción y su enfoque visual Producto: Boceto de percepción de un objeto	Criterio: Se desarrolla la actividad con dos frutas y con los ojos vendados para que a través del tacto, puedan reconocer las características propias de la fruta y posteriormente realizar un boceto de percepción. Indicadores: Generar un boceto a partir de la fotografía que quedó en su mente, se plasma en una hoja en blanco únicamente con lápiz.	5 %
Tema 2: LENGUAJE Subtema 4: Creatividad visual Producto: Elaboración de un cartel para espectacular	Criterio: Diseñar un cartel que evoque la creatividad en la transmisión de un mensaje al segmento de mercado establecido acorde a la marca que se le otorgue al alumno. Indicadores: Cartel para espectacular, con la colorimetría acorde al segmento que va dirigido.	5 %
Tema 3: COMUNICACIÓN Subtema 1: Sistema y proceso Producto: Dinámica de comunicación	Criterio: Se coloca en binas a los estudiantes, con la finalidad de propiciar una comunicación en tres fases, la primera será de espaldas y solo uno de ellos tendrá la oportunidad de hablar, el otro solo escucha y viceversa; la fase dos se mueven a lo largo del aula y estarán de frente, en la tercera fase se les permite generar una conversación más cercana, esto a manera de demostrar que en el proceso de comunicación es importante eliminar todo tipo de ruido para que realmente se obtenga el mensaje que se desea compartir. Indicadores: Participación grupal en dinámica de comunicación.	5 %

Tema 3: COMUNICACIÓN Subtema 2: Comunicación visual y cultura Producto: Infografía de comunicación	Criterio: Desarrollar de manera individual una infografía que contenga los elementos base de la comunicación de manera creativa y haciendo uso de una colorimetría idónea al mensaje. Indicadores: Infografía con gráficos acorde a la emisión de un mensaje, en formato impreso de manera creativa.	5 %
Tema 3: COMUNICACIÓN Subtema 3: El mensaje visual y su función Producto: Cartel para mercado de consumo	Criterio: Haciendo uso de la persuasión, generar un cartel publicitario donde la esencia sea el neuromarketing, la relación del sujeto con el objeto. Indicadores: Cartel con colorimetría y elementos base del diseño.	5 %
Tema 3: COMUNICACIÓN Subtema 4: Aspectos comunicativos a través del lenguaje visual Producto:	Criterio: Considerar que la creatividad y el arte debe causar un efecto en la memoria y activar el sentido del gusto estético; con base en esto se diseñarán dos carteles uno con imagen visual decorativa y otro de visual natural. Indicadores: Mostrar una imagen que proyecte un mensaje que contenga armonía en gráfico y color.	5 %
Tema 4: TIPOGRAFÍA Y DISEÑO Subtema 1: Letra, palabra y tipografía Producto: Cartel con muestra de tipografías personales	Criterio: Se les comparte un número determinado de palabras que cada alumno debe desarrollar con diferente tipografía dando movimiento y énfasis dependiendo el significado de la palabra. Indicadores: Cartel con la cantidad exacta de palabras establecidas y con variedad de tipografías.	5 %
Tema 4: TIPOGRAFÍA Y DISEÑO Subtema 2: Anatomía de la letra Producto: Cartel publicitario	Criterio: Se les entrega la información de los tipos de letras y su implementación para que generen un cartel con la tipografía idónea a la marca y producto. Indicadores: Criterio: Diseño de un cartel que contenga un producto, de una marca asignada; haciendo uso de tipografía creativa, considerando palabras o servicios que describan su implementación. Indicadores: Formar la silueta del producto utilizando únicamente palabras.	5 %

: TIPOGRAFÍA Y DISEÑO a 3: Tipografía creativa o: Diseño de un cartel con tipografía creativa	Criterio: Repentina con tiempos determinados para cada actividad del desarrollo de la maqueta. Indicadores: Rúbrica de evaluación de repentina	5 %
: TIPOGRAFÍA Y DISEÑO a 4: La identidad gráfica como logotipo o: Maqueta de promoción de un producto específico		25 %
		SUMA 100%

Fuentes de Información

Jez Díaz, Joaquín (2009) La palabra como signo creativo. COEDI MEX
ópez, Anna María (2014) Curso de Diseño Gráfico, Fundamentos y Técnicas. Anaya Multimedia.
Ambrose, Paul Harris (2014) Fundamentos del diseño gráfico. Parramón Paidotribo.

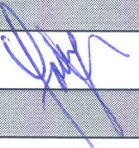
ementaria

s web o recursos digitales

www.fotonostra.com/grafico/index.htm

Perfil Docente Deseable

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

ado por	Fecha
Mtra. Adriana Karina Ruiz Aguiar 	Junio 2017
zado por	Fecha
Mtra. Adriana Karina Ruiz Aguiar 	Julio 2018



Revisado por Presidente de Academia	Fecha
Mtra. Aurora Abigail Águila Zendejas	
Autorizado por Colegio Departamental de Negocios:	Fecha
Mtro. Mario Gerardo Reyes Garcidueñas	

Perfil del Egresado.

Disponible en www.guiadecarreras.udg.mx