


ASIGNATURA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Competencias	Desarrollar e implementar planes estratégicos de mercadotecnia a partir del análisis situacional del entorno, la mezcla de mercadotecnia, las políticas internas y la normatividad vigente, para contribuir al logro de los objetivos organizacionales y a una posición competitiva en el ámbito nacional e internacional.
2. Cuatrimestre	Cuarto
3. Horas Teóricas	19
4. Horas Prácticas	56
5. Horas Totales	75
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	5
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno elaborará soluciones gráficas utilizando software de vectorización y edición fotográfica para la presentación de la imagen de productos.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Fundamentos de diseño gráfico	6	6	12
II. Diseño vectorial	8	25	33
III. Edición fotográfica	5	25	30
Totales	19	56	75


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DISEÑO GRÁFICO


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Fundamentos de diseño gráfico
2. Horas Teóricas	6
3. Horas Prácticas	6
4. Horas Totales	12
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno propondrá bocetos para diseñar campañas publicitarias.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Funciones del diseño gráfico	<p>Explicar el concepto de diseño gráfico.</p> <p>Identificar las funciones del diseño gráfico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicativa - Publicitaria - Formativa - Estética 		<p>Deductivo</p> <p>Iniciativa</p> <p>Investigador</p> <p>Analítico</p>
Teoría del color	<p>Identificar el concepto de luz cromática.</p> <p>Diferenciar el color en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colores luz - Colores pigmento - Colores primarios - Colores secundarios <p>Identificar la clasificación de los colores por:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tono - Luminosidad - Saturación 	-	<p>Analítico</p> <p>Creativo</p> <p>Innovador</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Psicología del color	Explicar la psicología del color y su aplicación en el área mercadológica.	Proponer colores de campañas aplicando la psicología del color.	Analítico Creativo Innovador Proactivo Objetivo Uso de razonamiento Asertivo Habilidad para comunicarse correctamente
Tipografía	<p>Describir el concepto de tipografía.</p> <p>Identificar la clasificación tipográfica y su aplicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Serif - San Serif - Manuscrita - Decorativas - Símbolos - Condensada - Cursivas o Itálicas - Bold o negrillas 	Proponer tipografía de campañas aplicando su clasificación.	Creativo Deductivo Trabajo en equipo Habilidad de comunicarse correctamente Iniciativa Capacidad de planeación
Elementos de un anuncio publicitario	<p>Identificar los elementos que componen un anuncio publicitario:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Balazo - Fotografía - Encabezado - Cuerpo - Logotipo - Eslogan de campaña - Información del contacto - Composición de una pieza 	Elaborar bocetos de anuncios publicitarios.	Creativo Deductivo Trabajo en equipo Habilidad de comunicarse correctamente Iniciativa Capacidad de planeación Innovador

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Justificación gráfica	Identificar las diferentes composiciones gráficas en una retícula: <ul style="list-style-type: none"> - La escala - La sección áurea - Equilibrio simétrico - Regla de tres 	Realizar composiciones en una retícula gráfica.	Creativo Deductivo Innovador Trabajo en equipo Habilidad de comunicarse correctamente Iniciativa Capacidad de planeación

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DISEÑO GRÁFICO

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Diseñar un dummy publicitario que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementos de una publicidad - Aplicación de la teoría del color - Justificación tipográfica - Psicología del color - Justificación gráfica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender la función del diseño gráfico. 2. Identificar la teoría y psicología del color. 3. Comprender el concepto y clasificación de la tipografía. 4. Identificar los elementos de un anuncio publicitario. 5. Analizar los componentes de una publicidad a través de retículas. 	<p>Proyecto</p> <p>Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


DISEÑO GRÁFICO

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Práctica demostrativa Realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Internet Impresos Software especializado de diseño Videos Pantone

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DISEÑO GRÁFICO


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. Diseño vectorial
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	25
4. Horas Totales	33
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno presentará propuestas de logotipos para crear una imagen de marca.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Vectores	Explicar el concepto de vectores y su utilidad. Identificar la curva de Bézier.		Creativo Iniciativa Capacidad de planeación Paciente Investigador
Herramientas del software para vectorizar	Distinguir las herramientas que componen el programa de diseño gráfico vectorial: - Elipse - Rectángulo - Curvas - Relleno - Contorno - Tipografía - Imágenes prediseñadas - Herramientas interactivas - Formas perfectas	Reproducir imágenes aplicando las herramientas del software de diseño vectorial.	Creativo Innovador Iniciativa Capacidad de planeación Proactivo Ordenado Capacidad de tomar decisiones Habilidad para comunicarse correctamente

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
El color	Identificar las formas de los colores que se utilizan en imágenes digitales: <ul style="list-style-type: none"> - RGB - CMYK - Pantone 	Elaborar figuras empleando los tipos de colores para su impresión.	Creativo Innovador Iniciativa Capacidad de planeación Proactivo Ordenado Capacidad de tomar decisiones Habilidad para comunicarse correctamente
El logotipo	Reconocer los elementos del logotipo y sus tipos. Identificar las características del logotipo: <ul style="list-style-type: none"> - Simplicidad - Legibilidad - Equilibrio - Color - Originalidad - Adaptabilidad - Vigencia - Homogeneidad - Veracidad - Ritmo 	Proponer logotipos.	Creativo Innovador Iniciativa Capacidad de planeación Proactivo Ordenado Capacidad de tomar decisiones Habilidad para comunicarse correctamente
Medio de salida	Identificar los formatos de salida: <ul style="list-style-type: none"> - Impresos - Digitales - Multimedia 		Creativo Analítico Ordenado Objetivo Observador

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Formatos de imagen	<p>Identificar los tipos de formatos de imágenes para impresión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - JPEG - TIFF - GIF - BMP - PNG <p>Comprender las ventajas, desventajas y aplicación de los formatos de imágenes.</p>	Proponer tipos de formatos de imágenes.	<p>Creativo</p> <p>Innovador</p> <p>Iniciativa</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Proactivo</p> <p>Ordenado</p> <p>Capacidad de tomar decisiones</p> <p>Habilidad para comunicarse correctamente</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DISEÑO GRÁFICO

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Presentar un portafolio de prácticas que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none">- Logotipo, isologo, imagotipo e isotipo- Justificación de cada uno de los elementos utilizados- Medio de salida- Formato de salida- Conclusiones	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar el concepto de vectores y la curva de Bézier.2. Identificar las herramientas de un programa de diseño gráfico vectorial3. Distinguir las formas de colores que se usan en las imágenes.4. Analizar las características de los logotipos.5. Identificar los medios de salida y formatos de imagen.	<p>Portafolio de evidencias</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


DISEÑO GRÁFICO

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Aprendizaje basado en proyectos Prácticas de laboratorio	Equipo de cómputo Software especializado Pantone Impresos Videos Internet

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DIEÑO GRÁFICO


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Edición fotográfica
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	25
4. Horas Totales	30
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno realizará propuestas de imagen de productos para su posicionamiento en el mercado.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Fundamentos de Fotografía	Identificar los elementos de la fotografía: <ul style="list-style-type: none"> - Exposición - Diafragma - Velocidad - Campo y plano de la imagen Comprender las reglas para fotografía: <ul style="list-style-type: none"> - De mirada - De horizonte - De tercios 	Realizar fotografías.	Creativo Analítico Ordenado Objetivo Observador Asertivo
Software para edición fotográfica	Identificar el uso de las paletas del software de edición fotográfica: <ul style="list-style-type: none"> - paleta de herramientas - paleta de canales - paleta de colores - paleta historial 	Realizar la edición de fotografías.	Creativo Analítico Ordenado Objetivo Observador Asertivo Paciente Ético Responsable

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Composición fotográfica	<p>Identificar los elementos de una composición fotográfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Color - Equilibrio - Encuadre - Retícula - Dirección <p>Identificar los elementos de la imagen del producto y sus requisitos legales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etiqueta - Empaque - Envase - Marca 	<p>Elaborar composiciones fotográficas.</p> <p>Proponer la imagen de productos.</p>	<p>Creativo</p> <p>Innovador</p> <p>Habilidad de comunicarse correctamente</p> <p>Responsable</p> <p>Iniciativa</p> <p>Asertivo</p> <p>Proactivo</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Ético</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DISEÑO GRÁFICO

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
A partir de un caso de lanzamiento de producto, elaborar una propuesta de imagen que contenga: - marca - envase - etiqueta - empaque - justificación	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender los elementos y reglas de la fotografía.2. Comprender el uso de las paletas del software de edición fotográfica.3. Identificar los elementos de la composición fotográfica.4. Reconocer los elementos de presentación de un producto.5. Realizar propuestas de presentación de un producto.6. Imprimir carteles publicitarios.	Proyecto Rúbrica

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


DISEÑO GRÁFICO

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Prácticas de laboratorio	Equipo de cómputo Software especializado Pantone Impresos Videos Internet Cámara fotográfica

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DISEÑO GRÁFICO

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA


Capacidad	Criterios de Desempeño
Formular estrategias de producto a partir del diagnóstico de las necesidades del mercado nacional e internacional y los recursos de la organización, para el logro de los objetivos de mercadotecnia.	Elabora una estrategia de producto que contenga la descripción del: <ul style="list-style-type: none"> - Producto real - Producto esencial - Producto aumentado - Línea de producto - Ciclo de vida del producto - Elementos del producto: <ul style="list-style-type: none"> - marca, - empaque, - envase, - embalaje y - etiqueta
Estructurar estrategias de comunicación integral de mercadotecnia mediante la integración de la mezcla promocional, para posicionar el producto en el mercado objetivo.	Presenta estrategias de comunicación integral que incluya: <ul style="list-style-type: none"> - Venta personal - Publicidad - Promoción de ventas - Relaciones públicas - Comercio electrónico - S-Commerce - Marketing digital - Mercadotecnia de punto de venta - Mercadotecnia directa
Elaborar planes estratégicos de mercadotecnia a partir del análisis del entorno y de la organización, para el cumplimiento de los objetivos comerciales.	Formula un plan estratégico de mercadotecnia que incluya: <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Estrategias de mercadotecnia - Presupuesto de mercadotecnia - Cronograma de actividades - Estimación de los resultados de ventas - Mecanismos de control - Conclusiones y recomendaciones

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

DISEÑO GRÁFICO

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Philip B, Meggs y Alston W, Purvis	(2012)	<i>Historia del diseño gráfico. 4ta. Edición</i>	Ciudad de México	México	Trillas ISBN: 9789682441257
Chaves, Norberto	(2015)	<i>La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identidad institucional. 3a. Edición</i>	Madrid	España	Gustavo Gili ISBN: 9788425220791
Kelby, Scott	(2015)	<i>Manipula tus fotografías digitales con Photoshop CC</i>	Madrid	España	Anaya Multimedia Photoclub ISBN: 9788441537002
López López, Anna María	(2013)	<i>Curso Diseño Gráfico. Fundamentos y técnicas</i>	Barcelona	España	Anaya Multimedia ISBN: 9788441532533
Ochoa, Lisandro	(2013)	<i>Illustrator CS. Claves para abordar un proyecto real de diseño</i>	México	México	RU Red Users ISBN: 9789871949045

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	