



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

DISEÑO GRÁFICO

| | | |
|---------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Elaboró: | Prof. Juan Martín Olivares Orozco | Facultad de Ciencias Políticas y Sociales |
| | Mtro. Alejandro Cuadros Medina | Facultad de Ciencias Políticas y Sociales |
| Fecha de aprobación: | H. Consejo Académico | H. Consejo de Gobierno |
| | 17 de octubre de 2018 | 17 de octubre de 2018 |
| | Facultad de Ciencias Políticas y Sociales | |



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Estudios profesionales

Unidad de aprendizaje Clave

Carga académica
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Carácter Tipo Periodo escolar

Área curricular Núcleo de formación

Seriación

UA Antecedente

UA Consecuente

Formación común

No presenta



II. Presentación del programa de estudios

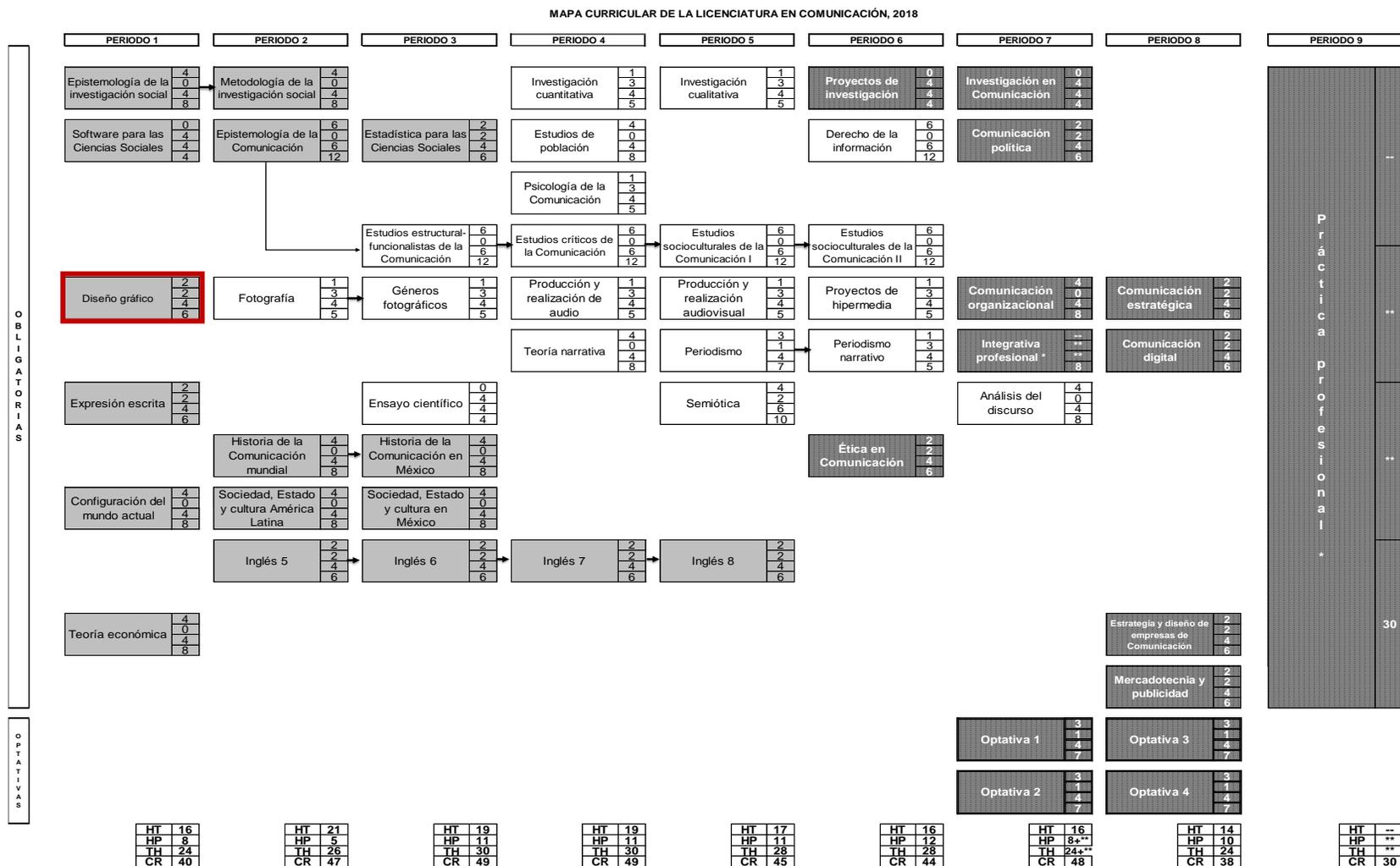
La unidad de aprendizaje “Diseño gráfico” es parte del Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación. Forma parte del área curricular “Comunicación” dentro de una línea destinada a la generación de productos comunicativos e integrada por otras unidades de aprendizaje como Fotografía, Géneros fotográficos, Producción y realización de audio, Producción y realización audiovisual y Productos de hipermedia.

En la actualidad somos testigos de cómo los mensajes visuales intencionados se suceden uno tras otro sin cesar, desde señales de tránsito, letreros, espectaculares, grafitis, publicidad fija y móvil, carteles, revistas, periódicos, envases, etiquetas; además de los mensajes visuales contenidos en los medios electrónicos de comunicación masiva: televisión, cine e internet. Todos ellos intentan captar nuestra atención de una u otra manera, con mayor o menor éxito.

La gran mayoría de estos mensajes han sido elaborados con un fin determinado empleando la teoría y herramientas del diseño gráfico. Por ello, para el estudiante de la Licenciatura en Comunicación es de suma importancia conocer y aplicar los elementos de esta disciplina para desarrollar e implementar con acierto estrategias y técnicas de la comunicación visual que lo convertirá en profesionalista competitivo y crítico de su entorno.



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





**Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales**



| DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---|--|---|--|---|--|---|
| PERIODO 1 | PERIODO 2 | PERIODO 3 | PERIODO 4 | PERIODO 5 | PERIODO 6 | PERIODO 7 | PERIODO 8 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | <table border="1"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Guionismo | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | | | | | | | | | |
| Guionismo | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | <table border="1"> <tr><td>Producción editorial</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Producción editorial | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | <table border="1"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Periodismo digital | 3 | | 1 | | 4 | | 7 |
| Producción editorial | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Periodismo digital | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | <table border="1"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Comunicación y cambio social | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | <table border="1"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Comunicación y educación | 3 | | 1 | | 4 | | 7 |
| Comunicación y cambio social | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Comunicación y educación | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | <table border="1"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Relaciones públicas | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | <table border="1"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Estrategias de Comunicación política | 3 | | 1 | | 4 | | 7 |
| Relaciones públicas | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estrategias de Comunicación política | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | <table border="1"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Derechos de autor | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | | | | | | | | |
| Derechos de autor | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | <table border="1"> <tr><td><i>Intercultural communication</i>¹</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | <i>Intercultural communication</i> ¹ | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | | | | | | | | |
| <i>Intercultural communication</i> ¹ | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | <table border="1"> <tr><td>Arte y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Arte y Comunicación | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | <table border="1"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Estudios sobre cine | 3 | | 1 | | 4 | | 7 |
| Arte y Comunicación | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estudios sobre cine | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | <table border="1"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table> | Economía política de la Comunicación | 3 | | 1 | | 4 | | 7 | | | | | | | | | |
| Economía política de la Comunicación | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

SIMBOLOGÍA

| | |
|-----------------------|---------------------|
| Unidad de aprendizaje | HT: Horas Teóricas |
| | HP: Horas Prácticas |
| | TH: Total de Horas |
| | CR: Créditos |

→ 11 líneas de seriación
Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.
* Actividad académica.
** Las horas de la actividad académica.
¹ UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

| | |
|---|--------------------------------|
| ■ | Núcleo básico obligatorio. |
| □ | Núcleo sustantivo obligatorio. |
| ▨ | Núcleo integral obligatorio. |
| ▩ | Núcleo integral optativo |

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

| | |
|-----------------------------------------------------|-----|
| Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA | 52 |
| | 18 |
| | 70 |
| | 122 |

| | |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA | 58 |
| | 34 |
| | 92 |
| | 150 |

| | |
|------------------------------------------------------------|------|
| Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2 * | 16 |
| | 20** |
| | 36** |
| | 90 |

| | |
|---------------------------------------------------|----|
| Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 UA | 12 |
| | 4 |
| | 16 |
| | 28 |

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos

| TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS | |
|----------------------------|-------------------------------|
| UA obligatorias | 46 + 2 Actividades académicas |
| UA optativas | 4 |
| UA a acreditar | 50 + 2 Actividades académicas |
| Créditos | 390 |



IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.



Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.
- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.



Objetivos del núcleo de formación:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural-funcionalismo; estudios críticos; estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico-metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura.

Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y organizacional.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

Crear mensajes visuales empleando técnicas de composición, funciones del lenguaje, elementos tipográficos, manejo de la forma, el espacio y del color, tipos y funciones del texto e imagen y software específico para conceptualizar la comunicación gráfica, comprender mecanismos de percepción y analizar procesos de comunicación social, política y audiovisual.



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización

Unidad 1. El diseño gráfico y la comunicación visual

Objetivo: Relacionar el diseño gráfico con la comunicación visual, tomando en cuenta el proceso comunicativo, las funciones del lenguaje y los mecanismos de la percepción visual para analizar mensajes visuales expresados en cualquier medio de comunicación.

Temas:

- 1.1 ¿Qué es el diseño gráfico?
- 1.2 Diseño gráfico y comunicación visual
- 1.3 Percepción visual y principios de la Gestalt
- 1.4 Funciones del lenguaje y funciones de la imagen
- 1.5 Niveles de representación visual
- 1.6 Construcción de mensajes visuales

Unidad 2. Elementos y técnicas de la comunicación visual

Objetivo: Distinguir los elementos y técnicas de la comunicación visual, con el propósito de aplicarlos en la elaboración de mensajes dirigidos a un público meta específico.

Temas:

- 2.1 Elementos básicos de la comunicación visual: el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la escala, la dimensión, el movimiento.
- 2.2 El *brief* creativo
- 2.3 Técnicas de la comunicación visual
 - 2.3.1 Equilibrio – inestabilidad
 - 2.3.2 Simetría – asimetría
 - 2.3.3 Regularidad – irregularidad
 - 2.3.4 Simplicidad – complejidad
 - 2.3.5 Unidad – fragmentación
 - 2.3.6 Economía – profusión
 - 2.3.7 Reticencia – exageración
 - 2.3.8 Predictibilidad – espontaneidad
 - 2.3.9 Actividad – pasividad
 - 2.3.10 Sutileza – audacia
 - 2.3.11 Neutralidad – acento
 - 2.3.12 Transparencia – opacidad



- 2.3.13 Coherencia – variación
- 2.3.14 Realismo – distorsión
- 2.3.15 Plano – profundo
- 2.3.16 Singularidad – yuxtaposición
- 2.3.17 Secuencialidad – aleatoriedad
- 2.3.18 Agudeza – difusividad
- 2.3.19 Continuidad – episodicidad.

Unidad 3. Composición visual

Objetivo: Relacionar la percepción espacial con la inclusión de elementos compositivos a través del proceso metodológico del sistema reticular y espacial para obtener el mayor impacto visual posible en la interpretación cultural y psicológica del espacio y el color.

Temas:

- 3.1 El uso del espacio y los sistemas reticulares
- 3.3 Elementos de la composición: Equilibrio, unidad, énfasis, ritmo
- 3.4 La importancia del color

Unidad 4. Imagen y texto

Objetivo: Relacionar la imagen con el texto a través del proceso creativo y comunicativo para fortalecer los mensajes visuales.

Temas:

- 4.1 Elementos del mensaje con texto e imagen:
 - 4.1.1 Encabezado
 - 4.1.2 Subtítulo
 - 4.1.3 Cuerpo del texto
 - 4.1.4 Cierre
- 4.2 Tipografía
 - 4.2.1 Anatomía del tipo
 - 4.2.2 Familias tipográficas
 - 4.2.3 Medidas tipográficas
- 4.3 Legibilidad y leibilidad
- 4.4 Composición tipográfica



Unidad 5. Elaboración digital de mensajes visuales

Objetivo: Elaborar mensajes visuales de alto impacto, a través del empleo de programas digitales, para fortalecer las habilidades creativas y comunicativas

Temas:

5.1 Programas digitales para el diseño gráfico

5.1.1 Illustrator

5.1.2 Photoshop

5.1.3 InDesign

5.2 Funciones

5.2.1 Elaboración de imágenes vectoriales

5.2.2 Fotografías

5.2.3 Publicaciones

5.3 Herramientas

5.3.1 Selección

5.3.2 Producción de textos, líneas, figuras geométricas, formas orgánicas, transformaciones geométricas

5.3.3 Aplicación de color

5.3.4 Acercamientos, deslizamientos y visualización

5.4 Productos del diseño

5.4.1 Logotipo

5.4.2 Tarjeta de presentación

5.4.3 Volante

5.4.4 Etiqueta

5.4.5 Cartel

5.4.6 Banner

5.4.7 Página web

5.4.8 Catálogo

5.4.9 Carpeta profesional

5.5 Formatos de salida impresa y digital



Unidad 6. Aplicaciones del diseño gráfico en la comunicación

Objetivo: Crear mensajes visuales en diferentes ámbitos comunicativos a través del proceso teórico y metodológico de la creatividad y el uso tecnológico para su expresión en ámbitos comerciales, sociales, institucionales y corporativos.

Temas:

- 6.1 Mensajes en publicidad comercial y social
- 6.2 Mensajes institucionales
- 6.3 Manual de imagen corporativa

VII. Acervo bibliográfico

Básico:

- Arnheim, R. (2002). *Arte y percepción visual: psicología del ojo creador*. España: Alianza.
- Dondis, A. (2007). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. España: Gustavo Gili.
- Guiraud, P. (2006). *La semiología*. México: Siglo XXI editores.
- Munari, B. (2008). *Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica*. España: Gustavo Gili.
- Swan, A. (1993). *Cómo diseñar retículas*. España: Gustavo Gili
- Swan, A. (1993). *El color en el diseño gráfico*. España: Gustavo Gili.
- Swan, A. (2002). *Bases del diseño gráfico*. España: Gustavo Gili.
- Tondreau, B. (2009). *Principios fundamentales de composición: 100 proyectos de diseño con retículas*. España: Blume.
- Wong, W. (2002). *Fundamentos del diseño*. México: Gustavo Gili.

Complementario:

- Ambrose, G. y Harris, P. (2007). *Fundamentos de la tipografía*. España. Parramón Ediciones.
- Ambrose, G. y Harris, P. (2009). *Fundamentos del diseño gráfico*. España. Parramón Ediciones.
- Cuevas, S., Peypoch, J. y Salinas, D. (2017). *Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México*. Tercera edición. México: Gustavo Gili.
- Dabner, D. (2005). *Diseño, maquetación y composición*. España. Blume.
- Samara, T. (2010). *El diseñador como chef*. España. Gustavo Gili.