



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

**Universidad de Sonora**  
Unidad Regional Centro  
División de Humanidades y Bellas Artes  
Licenciatura en Diseño Gráfico



**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

Nombre de la Asignatura:	<b>Historia del Diseño Gráfico II</b>
Unidad didáctica:	Curso
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Básica
Horas de clases:	4t
Requisitos:	Historia del Diseño Gráfico I
Créditos:	8.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

**Introducción:**

La semántica es una disciplina inherente al diseño gráfico, ya que a través del uso de elementos con significado codificado, como el diseñador gráfico puede garantizar la entrega de su mensaje en el proceso de comunicación. Los procesos de percepción, aunados a la semántica, son los vehículos que logran la correcta entrega del mensaje del diseñador. Este curso otorga al alumno las herramientas semánticas de las que se podrá valer para sustentar sus proyectos de diseño.

**Objetivo general:**

El alumno identificará los principales factores influyentes y componentes del diseño gráfico de la era moderna y actual, a través de exposiciones y lecturas.

**Objetivos específicos:**

- Identificará la influencia política, social y religiosa de cada época y su injerencia en la evolución o retroceso en lo que concierne a trabajos impresos, desde diseño de tipos de letra, trabajos tipográficos, aparición de libros, periódicos, enciclopedias, carteles y publicidad, y otros tipos de diseño gráfico.
- Trabajará con elementos de contenido semántico dentro de un proceso de diseño, a través de análisis de casos y de creación de trabajos de diseño con este tipo de contenidos.

**Contenido temático:**

1. Movimiento Moderno y Neomoderno.
2. El nacimiento de Weimar y la Bauhaus
3. Principales Representantes del Diseño hasta 1914.
4. Influencia del Arte Pop
5. El diseño gráfico en Latinoamérica.
6. El diseño computarizado

**Estrategias didácticas:**

- Exposiciones en clase
- Análisis de lecturas
- Investigación documental del estudiante.
- Conducción de análisis grupal.
- Elaboración de líneas del tiempo.

**Modalidades y requisitos de evaluación y acreditación:**

1. Se evaluará mediante examen teórico, como resultado sumativo de los temas desarrollados a través del semestre.
2. Se requiere la asistencia mínima del 75% de las sesiones establecidas en el programa de asignatura.
3. Cumplimiento en tiempo y forma con las actividades, tareas y ejercicios de la asignatura.
4. Se evaluará haber cumplido satisfactoriamente con los objetivos planteados en la Asignatura.

**Bibliografía:**

Albretch, Dontald. Design Culture Now. Princeton Architectural Press, Nueva York, 2000.  
Hellen, Steven. Looking Closer 3, Alworth Press. Nueva York, 1999.  
Hollis, Richard. El diseño gráfico. Destino. Barcelona, 2000.  
Meggs, Philip. Historia del diseño gráfico. Mc Graw Hill. México, 2000.  
Newark, Quentin. ¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño. Gustavo Gili, México, 2002.  
Satué, Erik. El diseño Gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días. 10ª. Edición. Alianza forma, Madrid 2000.

**Otros recursos y materiales:**

Aula teórica equipada con computadora y video proyector.

**Perfil académico deseable en el docente:**

Licenciatura en diseño gráfico o afín y los requisitos que marque la normatividad universitaria.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

**Universidad de Sonora**  
Unidad Regional Centro  
División de Humanidades y Bellas Artes  
Licenciatura en Diseño Gráfico



**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

Nombre de la Asignatura:	<b>Semiótica</b>
Unidad didáctica:	Curso
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Profesional
Horas de clases:	3t
Requisitos:	Ninguna
Créditos:	6.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

**Introducción:**

En este curso, se estudiarán el conocimiento de los procesos de percepción y la conciencia de los mismos a la hora de diseñar, que son una herramienta que al diseñador gráfico le garantiza una adecuada función de sus diseños. Es por eso que esta asignatura hace tomar conciencia al estudiante de esos procesos y lo obliga a establecer metodologías para la aplicación de los mismos. Por lo que la asignatura trabajará en interrelación con los Talleres Integrales de Diseño, así como con algunas otras asignaturas.

**Objetivo general:**

El alumno distinguirá las principales líneas teóricas que componen el campo de la semiótica del diseño gráfico, a través de análisis y proyectos.

**Objetivos específicos:**

1. Identificar los diferentes modelos de comunicación dentro del contexto cultural de nuestra sociedad.
2. Manejará una serie de modelos teóricos que le permitan explicar qué es y cómo funciona un signo.
3. Usará diferentes métodos de análisis semiótico en el campo de la imagen visual.
4. Descubrirá el uso de la semiótica como una herramienta creativa.

**Contenido temático:**

1. Los modos de comunicación.
2. Introducción a la semiótica.
3. Breve historia de la semiótica (escuela anglosajona/escuela europea).
4. Signos (Saussure y Pierce).
5. Modalidad y representación.
6. Paradigmas y sintagmas.
7. Estudio de los signos.
8. Retórica general.
9. Retórica fundamental.
10. Teoría general de las figuras del lenguaje.
11. Análisis sintagmático.
12. Análisis paradigmático.
13. Tropos retóricos.
14. Códigos.
15. Crítica de la semiótica.

**Estrategias didácticas:**

## De enseñanza:

- Exposiciones en clase
- Conducción de análisis grupal.

## De aprendizaje:

- Realización de trabajos visuales como ejemplo de aplicación de las diversas teorías.
- Investigación documental del estudiante.
- Análisis de lecturas

**Modalidades y requisitos de Evaluación y Acreditación:**

1. Se evaluará mediante examen teórico, como resultado sumativo de los temas desarrollados a través del semestre.
2. Se requiere la asistencia mínima del 75% de las sesiones establecidas en el programa de asignatura.
3. Cumplimiento en tiempo y forma con las actividades, tareas y ejercicios de la asignatura.
4. Se evaluará haber cumplido satisfactoriamente con los objetivos planteados en la Asignatura.

**Bibliografía:**

- Elizondo, Jesús. #Signo en acción=. México: Universidad Iberoamericana, 2003.
- García, Canclini, Néstor. #Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización=. México: Ed. Grijalbo, 1995.
- Sebeok, Thomas. #Sherlock Holmes y Charles S. Peirce. El método de la investigación=. Barcelona: Paidós, 1994.
- Sebeok, Thomas. #Signos: una introducción a la semiótica=. Barcelona: Paidós, 1996.

**Recursos y materiales:**

Aula teórica equipada con computadora y video proyector.

**Perfil académico deseable en el docente:**

Licenciatura en diseño gráfico o afín y los requisitos que marque la normatividad universitaria.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

**Universidad de Sonora**  
Unidad Regional Centro  
División de Humanidades y Bellas Artes  
Licenciatura en Diseño Gráfico



**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

Nombre de la Asignatura:	<b>Ilustración I</b>
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Básica
Horas de clases:	6 (1t-5p)
Requisitos:	Expresión Gráfica IV
Créditos:	7.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

**Introducción:**

Este taller trabaja en aplicar la ilustración como apoyo en la comunicación de ideas. Usando como medio el uso adecuado de las técnicas secas y a su vez manejando la abstracción y representación de las formas en el espacio para una comunicación de manera más efectiva, y estimulando el trabajo en equipo.

**Objetivo general:**

Que el alumno realizará ilustraciones apoyado en el uso de las técnicas secas, para que, a través de esto, logre una mayor calidad en sus presentaciones.

**Objetivos específicos:**

Con los ejercicios prácticos del taller al usar técnicas secas, se pretende que el alumno pueda comunicar de manera efectiva la abstracción y representación de las formas en el espacio.

**Contenido temático:**

1. Los degradados
2. Las texturas
3. Los pasteles secos
4. El carboncillo
5. Papeles y cartulinas como sustratos
6. Luz y sombras

### **Estrategias didácticas:**

- Por ser una materia eminentemente práctica se apoya en ejercicios realizados en el taller a través de plasmar sus ideas.
- Apoyar el desarrollo del alumno a través de estimulación en ejercicios que le permitan un nivel de abstracción a sus ideas.
- Técnica de representación y ejercicios de aplicación de la misma.
- Técnicas de participación. Lectura y estudio de textos, material audiovisual, análisis y evaluación de los ejercicios planteados.

### **Requisitos y Modalidades de evaluación y Acreditación:**

- La evaluación se tomará a partir de los ejercicios de taller y ejercicios extra clase.
- Sumativa: ir incorporando la información a los procesos de aprendizaje del alumno e ir observando su desarrollo progresivo.
- Formativa: esto se realizará al observar el desarrollo del alumno en la presentación de sus trabajos, tanto en el proceso, como en el trabajo final, para así poder observar y evaluar si en su aprendizaje logró lo expresado en los objetivos generales del curso.
- Asistencia mínima del 75% de las sesiones establecidas en el programa de asignatura.
- Cumpliendo en tiempo y forma con las actividades, tareas y ejercicios de la asignatura.
- Cumpliendo satisfactoriamente con los objetivos planteados en la asignatura.
- tura.
- Calificación con trabajos parciales álbum general de ejercicios del semestre.

### **Bibliografía:**

BRIAN, LEWIS. Introducción a la ilustración. Ed. Trillas, México. 1997  
PARRAMON, JOSÉ MA. Así se pinta con lápices de colores. Ed. Parramón. Barcelona. 1982  
PARRAMON, JOSÉ MA. Manuales Parramón de dibujo. Ed. Parramón. Barcelona. 1985  
PARRAMON, JOSÉ MA. Mezcla de colores técnicas secas. Ed. Parramón. Barcelona. 1985  
MAYOR, RALPH. Materiales y técnicas de arte. Ed. Herman Blume. Madrid 1988.  
MURRAY, RAY. Manual De técnicas para directores artísticos y diseñadores. Gustavo Gili. Barcelona. 1982  
MAGNUS, GUNTEHER HUGO. Manual de Dibujantes e ilustradores. Gustavo Gili. Barcelona. 1987.  
MULHERIN, JENNY. Técnicas de presentación para el artista gráfico. Gustavo Gili. Barcelona 1993  
PORTER, TOM Y BOB GREENSTREET. Manual de técnicas gráficas para arquitectos, diseñadores y artistas. Gustavo Gili. Barcelona, 1993.



**Otros recursos y materiales:**

Aula con mesas amplias de trabajo o restiradores.

**Perfil académico deseable en el docente:**

Licenciatura en arquitectura, diseño gráfico o afín y los requisitos que marque la normatividad universitaria.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

**Universidad de Sonora**  
Unidad Regional Centro  
División de Humanidades y Bellas Artes  
Licenciatura en Diseño Gráfico



**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

Nombre de la Asignatura:	<b>Taller de Diseño Gráfico Integral III</b>
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Integración
Horas de clases:	6 (1t-5p)
Requisitos:	Taller de Diseño Básico II. / Metodología del Diseño III
Créditos:	7.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

**Introducción:**

El propósito de esta materia es proporcionarle al estudiante los elementos prácticos formales para el diseño publicitario. Mismo que abarca diversos medios y diversos formatos, los cuales es preciso conocer para poder codificar los canales visuales adecuados a cada uno de ellos. Intervienen en esta asignatura elementos como la semiótica y las teorías del diseño. Se desarrollarán en ella proyectos que puedan ser utilizados de alguna manera en el ámbito local, de preferencia proyectos que sean útiles a la comunidad. El diseño de una campaña publicitaria como tal, implica un trabajo fuertemente interdisciplinario, pues se requiere de especialistas de varias materias para poder conjuntar un trabajo adecuado. Con la conciencia de eso, el profesor de esta asignatura trabajará campañas publicitarias sencillas donde el estudiante pueda resolver estas necesidades auxiliándose de sus conocimientos adquiridos en otras asignaturas.

**Objetivo general:**

El estudiante conocerá los principios fundamentales del diseño publicitario aplicándolo en los diversos formatos y soportes y produciendo proyectos publicitarios reales o didácticos.

**Objetivos específicos:**

- Conocerá los diversos tipos de diseños en los diferentes medios publicitarios.
- Dominará los principales formatos de publicidad impresa, así como el lenguaje visual predominante en ellos.
- Manejará el lenguaje técnico utilizado en los medios electrónicos publicitarios tendrá la capacidad de producir material publicitario para estos.

**Contenido temático:**

1. Medios impresos
  - 1.1 Formatos
  - 1.2 Códigos Publicitarios
  - 1.3 Tipos de imagen publicitaria
2. Medios de gran formato.
3. Medios electrónicos.
4. Otros medios.

**Estrategias didácticas:**

## De enseñanza:

- Exposición de clase
- Preguntas indagatorias
- Demostraciones prácticas
- Estudios de caso.

## De aprendizaje:

- Ejercicios de diseño.
- Trabajo colaborativo.
- Mesas de discusión.
- Monitoreo de medios.

**Criterios y Modalidades de evaluación:**

1. Sumativa: Se evaluará el desarrollo completo de los proyectos, desde su concepción hasta su presentación final, así como la metodología utilizada.
2. Formativa: Cumplimiento en tiempo y forma con las actividades, tareas y ejercicios de la asignatura.
3. Asistencia mínima del 75% de las sesiones establecidas en el programa de asignatura.
4. Cumplimiento satisfactorio de los objetivos planteados en la Asignatura.

**Bibliografía:**

DANTZIC, CINTHIA MARIS,. Diseño Visual, introducción a las artes visuales. ED. Trillas, México, 1994  
KANDINSKY V.. Punto y línea sobre el plano. Ed. Premia, México. 1988.  
C CRUZ MORENO HERNANDO. 2004.

SATUE, ERIC.El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días, Editorial Alianza Forma, Madrid.  
FERRER RODRIGUEZ EULALIO.Por el ancho mundo de la propaganda política. Editorial DAMAE. 2ª. Edición. México. 1994  
FERRER RODRIGUEZ EULALIO. De la lucha de clases a la lucha de frases. De la propaganda a la publicidad Editorial El País/ Aguilar. Madrid.1992  
FURONES A MIGUEL. . El mundo de la publicidad. Editorial Aula Abierta Salvat. Colección Salvat. Temas Claves tomo 2 Barcelona.1980.  
KLEPPNER'S OTTO. Manual de publicidad Tomo I, II, III. Editorial Prentice – Hall Hispanoamericana. 9 Edición. México.1988.

**Otros recursos y materiales:**

Aula equipada con mesas amplias y mesa de corte. Proyector y computadora.

**Perfil académico deseable en el docente:**

Licenciatura en Diseño Gráfico o afín, y los requisitos que marque la normatividad universitaria.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

**Universidad de Sonora**  
Unidad Regional Centro  
División de Humanidades y Bellas Artes  
Licenciatura en Diseño Gráfico



**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

Nombre de la Asignatura:	<b>Informática para el Diseño IV</b>
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Profesional
Horas de clases:	4p
Requisitos:	Informática para el diseño III
Créditos:	4.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

**Introducción:**

En este curso el alumno conocerá el ambiente multimedia y las herramientas para llevar a cabo proyectos de tipo interactivo y aplicaciones web, complementando sus capacidades como diseñador de imagen. Al mismo tiempo que va aplicando los conocimientos adquiridos, en los semestres previos de esta misma asignatura.

**Objetivo general:**

El alumno desarrollará habilidades para llevar a cabo proyectos multimedia, por medio del conocimiento de software especializado para ello, conocerá la correcta aplicación de las herramientas digitales para elaborar aplicaciones que soporten el ambiente web y los medios interactivos.

**Objetivos específicos:**

El alumno:

- Aplicará correctamente las herramientas digitales en proyectos de interactivos y multimedia.
- Demostrará capacidad propositiva en el ambiente grafico digital con alta calidad y desempeño.
- Desarrollará habilidades para dar propuestas y soluciones a problemas gráficos que se le presenten.
- Adquirirá conocimientos sobre las herramientas correctas para el desarrollo de proyectos multimedia e interactivos.
- Formará un criterio para la toma correcta de decisión al momento de la planeación y desarrollo de proyectos.

### **Contenido temático:**

1. Introducción
2. Proyección y Maquetación
  - 2.1 Arquitectura de un interactivo
  - 2.2 Finalidad del proyecto
  - 2.3 Planeación del desarrollo multimedia
3. Criterios de producción
4. Alcances y limitaciones
5. El entorno de trabajo
6. Paletas de trabajo
7. Capas
8. Herramientas de trazo
9. Tipografías
10. Línea de tiempo
11. Conceptos de animación multimedia
  - 11.1 Símbolos
  - 11.2 Gráficos
  - 11.3 Clips de película
12. Animaciones básicas
  - 12.1 Interpolación de movimiento
  - 12.2 Interpolación de forma (morfos)
  - 12.3 Interpolación de color
13. Animación cuadro por cuadro

### **Estrategias didácticas:**

#### De enseñanza:

- Técnicas de exposición -actividades, planteamientos de los ejercicios de composición, criterios de evaluación, análisis y presentación de trabajos y proyectos propios de la materia (exposición de trabajos).
- Técnicas de demostración. Material didáctico y referencias bibliográficas (Ejercicios en base a temas de materiales didácticos).
- Técnicas de participación. Evaluación de proyectos en grupo e individuales
- Mesa de discusión de conceptos hacia temáticas según el tema central para trabajar (fomentar creatividad)

#### De aprendizaje:

- Realización de prácticas para reforzar los conocimientos adquiridos en clase.

**Modalidades y requisitos de evaluación:**

1. Asistencia mínima del 75% de las sesiones establecidas en el programa de asignatura.
2. Cumpliendo en tiempo y forma con las actividades, tareas y ejercicios de la asignatura.
3. Cumpliendo satisfactoriamente con los objetivos planteados en la Asignatura.
4. Calificación de proyectos, parcial y final.

**Bibliografía:**

Cotton, Bob, The cyberspace lexicon, Phaidon Press Limited, London, 1995.  
Understanding hypermedia 2000, Phaidon Press Limited, London, 1997.  
Chapman, Nigel, Digital multimedia, John Wiley & Sons, England, 2000.  
Elliot, Joe, Multimedia guía completa, Ediciones B, Barcelona, 1996.  
Heller, Steven, The digital designer, Watson-Guptill, New York, 1997.  
Baggerman, Lisa, Design for interaction, Rockport, San Francisco, 2002.  
Eaton, Eric, Designing website interface elements, Rockport, Portland, 2002.  
Kahn, Paul, Mapas de webs, Mc Graw Hill-Interamericana Editores, México, 2001.  
Goux, Melanie, Onscreen: in time, Rockport, Estados Unidos, 2003.  
Grayson, James, This way, Rockport, Washinton, 2000.  
Holzschlag, Molly E., Color for websites, Rotovision, Reino Unido, 2001.  
Lynch, Patrick J. y Sarah Horton, Principios de diseño básico para la creación de sitios web, Gustavo Gili, Barcelona, 2000.  
McKelvey, Roy, Gráficos para el hiperespacio, Mc Graw Hill-Interamericana Editores, México, 1999.  
Mumaw, Stefan, Simple website, Rockport, Orange, 2002.  
Nielsen, Jakob, Usabilidad de páginas de inicio, Pearson Educación, Madrid, 2002.  
Pring, Roger, Watson-Guptill Publications, Nueva York, 1999.

**Otros recursos y materiales:**

Aula con equipo de cómputo, una maquina u ordenador por alumno, paquete de software para la materia, equipo de cómputo con accesorio de proyección (cañón) para impartir la materia.

**Perfil académico deseable en el docente:**

Licenciatura en diseño gráfico o afín y los requisitos que marque la normatividad universitaria.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

**Universidad de Sonora**  
Unidad Regional Centro  
División de Humanidades y Bellas Artes  
Licenciatura en Diseño Gráfico



**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

Nombre de la Asignatura:	<b>Mercadotecnia</b>
Unidad didáctica:	Curso
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Básica
Horas de clases:	3t
Requisitos:	Ninguno
Créditos:	6.00
Departamento de servicio:	Contabilidad

**Introducción:**

El conocer y plantear el enfoque de la satisfacción de necesidades por medio de las herramientas de la mercadotecnia, afectan las composiciones del diseño y la transforman. Hoy en día, el mercado diseña en función del consumidor, y es preciso conocer estos procedimientos de inserción en el diseño y saber manejar la interacción con especialistas de esta índole. Es por eso que esta asignatura otorga al alumno las bases necesarias para diseñar de acuerdo a los procesos y necesidades del público.

**Objetivo general:**

El alumno utilizará los conceptos básicos de la mercadotecnia como factor básico en la concepción de diseño de soluciones gráficas.

**Objetivos específicos:**

- Conocerá los principales tipos de economía, reflexionando sobre el concepto, función y enfoque de la mercadotecnia.
- Conocerá el proceso administrativo referente a la mercadotecnia, así como los términos de segmentación, comportamiento e investigación de mercados.



**Contenido temático:**

1. Economía: Micro y Macro
2. Mercadotecnia
3. Enfoque mercadológico de la mercadotecnia
4. Producción, Finanzas, Mercadotecnia,
5. Administración y proceso de administrativo
6. Segmentación, Comportamiento e, investigación de mercados
7. Organización de la empresa y funciones administrativas
8. Precio, producto, plaza, promoción y distribución

**Estrategias didácticas:**

## De enseñanza:

- Exposiciones en clase
- Análisis de lecturas
- Conducción de análisis grupal.

## De aprendizaje:

- Investigación documental del estudiante.
- Realización de trabajos visuales como ejemplo de aplicación de las diversas teorías.

**Modalidades y requisitos de evaluación:**

1. Se evaluará mediante examen teórico, como resultado sumativo de los temas desarrollados a través del semestre.
2. Se requiere la asistencia mínima del 75% de las sesiones establecidas en el programa de asignatura.
3. Cumplimiento en tiempo y forma con las actividades, tareas y ejercicios de la asignatura.
4. Se evaluará haber cumplido satisfactoriamente con los objetivos planteados en la Asignatura.

**Bibliografía:**

Aaker A., Davi, Gestión del valor de la marca, Ediciones Díaz de Santos, Madrid, 1994.  
Flasher, Laura y Alma Navarro, Introducción a la investigación de mercado, Mc Graw Hill, México, 1994.  
Hartley F., Robert, Errores en el marketing, Colección Éxito, 1991.  
Klepper's, Otto, Publicidad, Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1986.  
Kotler, Philip, Dirección de mercadotecnia, Diana, México, 2004.  
\_\_\_\_\_, Fundamentos de marketing, Pearson-Prentice Hall, México, 2003.

Meyers, Williams, Los creadores de la imagen, Planeta, México, 1988.  
Ries Al y Trout Jack, Posicionamiento, Mc Graw Hill, México, 1992.

**Otros recursos y materiales:**

Aula teórica equipada con computadora y video proyector.

**Perfil académico deseable en el docente:**

Licenciatura en mercadotecnia o afín y los requisitos que marque la normatividad universitaria.



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"

**Universidad de Sonora**  
Unidad Regional Centro  
División de Humanidades y Bellas Artes  
Licenciatura en Diseño Gráfico



**DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

Nombre de la Asignatura:	<b>Proceso Productivo del diseño I</b>
Unidad didáctica:	Curso
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Profesional
Horas de clases:	3t
Requisitos:	Metodología del Diseño III
Créditos:	6.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

**Introducción:**

Esta asignatura y sus subsecuentes series, otorgan a los proyectos de diseño de estudiantes que cursan la segunda mitad de su carrera, sustentabilidad y consistencia a sus proyectos, ya que la investigación, organización, análisis y evaluación de la información, deben dar como resultado estos factores, que son la base de una buena resolución en todo proyecto de diseño. La asignatura propone la investigación y establecimiento de la metodología para el proyecto del taller integral de diseño IV, mismo que se refiere al diseño publicitario.

**Objetivo general:**

El estudiante desarrollará la información pertinente a proyectos de señalética dentro de un ámbito regional, aplicando metodologías que logren desarrollar un marco teórico para el desarrollo de dichos proyectos.

**Objetivos específicos:**

El estudiante reunirá, organizará, analizará y evaluará la información sobre proyectos de señalética, logrando la fundamentación del resultado como parte del proceso de diseño, y otorgándole certeza a su trabajo. El producto de la materia serán documentos que establecen requerimientos de diseño para distintos casos.

**Contenido temático:**

1. Definición del planteamiento de la investigación
2. Aplicación e integración de elementos productos de investigaciones documentales.
3. Investigación de temas
4. Dirección de diseño
5. Análisis de caso
6. Establecimiento de los requerimientos de diseño.

**Estrategias didácticas:**

De enseñanza:

- Exposición de temas por parte del profesor
- Investigaciones documentales, hemerográficas y sitiográficas.
- Asesorías personalizadas
- Análisis de casos
- Proyecciones audiovisuales

De aprendizaje:

- Análisis de lecturas
- Exposiciones en clase
- Trabajo colaborativo

**Modalidades y requisitos de evaluación:**

Evaluación:

1. Asistencia mínima al menos del 75% de las sesiones establecidas en el programa de asignatura.
2. Cumplimiento en tiempo y forma de actividades, tareas y ejercicios definidos en la asignatura.
3. Cumplimiento satisfactorio de los objetivos planteados en la asignatura.
4. Desarrollo pertinente del(los) producto(s) final(es)

**Bibliografía:**

Cotton, Bob, The cyberspace lexicon, Phaidon Press Limited, London, 1995.  
Understanding hypermedia 2000, Phaidon Press Limited, London, 1997.  
Chapman, Higel, Digital multimedia, John Wiley & Sons, England, 2000.

Elliot, Joe, Multimedia guía completa, Ediciones B, Barcelona, 1996.  
Heller, Steven, The digital designer, Watson-Guptill, New York, 1997.  
Baggerman, Lisa, Design for interaction, Rockport, San Francisco, 2002.  
Eaton, Eric, Designing website interface elements, Rockport, Portland, 2002.  
Kahn, Paul, Mapas de webs, Mc Graw Hill-Interamericana Editores, México, 2001.  
Goux, Melanie, Onscreen: in time, Rockport, Estados Unidos, 2003.  
Grayson, James, This way, Rockport, Washinton, 2000.  
Holzschlag, Molly E., Color for websites, Rotovision, Reino Unido, 2001.  
Lynch, Patrick J. y Sarah Horton, Principios de diseño básico para la creación de sitios web, Gustavo Gili, Barcelona, 2000.  
McKelvey, Roy, Gráficos para el hiperespacio, Mc Graw Hill-Interamericana Editores, México, 1999.  
Mumaw, Stefan, Simple website, Rockport, Orange, 2002.  
Nielsen, Jakob, Usabilidad de páginas de inicio, Pearson Educación, Madrid, 2002.  
Pring, Roger, Watson-Guptill Publications, Nueva York, 1999.

**Otros recursos y materiales:**

Aula de teoría equipada con proyector y Pc.

**Perfil académico deseable en el docente:**

Licenciatura en Diseño Gráfico, Letras o carrera afín, y los requisitos que marque la normatividad universitaria.