



"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:	Diseño Publicitario II
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t-3p)
Requisitos:	Diseño Publicitario I
Créditos:	5.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

Introducción:

Este taller es una de las dos asignaturas que componen la especialización en Diseño publicitario y editorial, en donde se profundiza en cuanto a conocimientos, y se practica de manera especializada el diseño publicitario en varias de sus modalidades. Es precedido por la asignatura Diseño publicitario I. Específicamente, en esta segunda parte, se trabajan proyectos publicitarios de corte social.

Objetivo general:

Identificará el proceso general de diseño y producción de la publicidad, aplicando para ello distintas técnicas y metodologías de comunicación visual así como diversas tecnologías de medios impresos y electrónicos que han comprobado su efectividad en los mensajes gráficos.

Objetivos específicos:

El alumno:

- Estudiará e investigará a nivel de campo diferentes ámbitos sociales para detectar necesidades de comunicación y/o concientización que se resuelvan con campañas publicitarias y propagandísticas.
- Elaborará propuestas de campañas publicitarias para clientes reales.
- Planteará y desarrollará proyectos comunitarios de diseño, que satisfagan con eficiencia y eficacia las necesidades de comunicación.
- Practicará las disciplinas de formación de proyectos publicitarios.

- Practicará los procesos de producción y pre-prensa aplicándolos en proyectos de diseño publicitario.

Contenido temático:

1. Evaluación de necesidades
2. Diálogo: intención y comunicación
3. Campañas
4. Formatos y medios

Estrategias didácticas:

De enseñanza:

- Asesoría para selección de soluciones
- Exposición de información

De aprendizaje:

- Investigación de campo: visitas, fotografías, sondeos, etc.
- Entrevistas con usuarios de los proyectos
- Exposición y presentación de proyectos terminados.

Modalidades y requisitos de evaluación y acreditación:

- | | |
|-------------------------|-----|
| 1. Trabajos parciales | 40% |
| 2. Trabajos extra-clase | 10% |
| 3. Trabajo final | 50% |

Bibliografía:

González Solas, Javier, 2002. Identidad visual corporativa. La imagen de nuestro tiempo, Ed. Síntesis.
Carter, David, 1981. Corporate identity manuals, Century Communication, New York.
Costa, Joan, 1993. Imagen Global: evolución del diseño de identidad, CEAC, Barcelona.
Chaves, Norberto, 2001. La imagen corporativa. Teoría y metodología de la id. institucional, Ed. GG Barcelona.
Chaves, Norberto y Raúl Belluccia, 2003. La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos, Paidós, Buenos Aires.
De Jong, Cees y Ernst Schilp, 1991. Manual de imagen corporativa, Gustavo Gili, Barcelona..
Frutiger, Adrian, 1981. Signos, símbolos, marcas, señales, Gustavo Gili, Barcelona.

González Solas, 2002. Javier, Identidad visual corporativa. La imagen de nuestro tiempo, Ed. Síntesis.

Otros recursos y materiales:

Aula con mesas de trabajo. PC y proyector. Acceso al centro de cómputo para prácticas.

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:	Diseño Editorial II
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t-3p)
Requisitos:	Diseño Editorial I
Créditos:	5.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

Introducción:

Este taller es una de las dos asignaturas que componen la especialización en Diseño publicitario y editorial, en donde se profundiza en cuanto a conocimientos, y se practica de manera especializada el diseño editorial. Tiene como antecedente la asignatura Diseño Editorial I

Objetivo general:

El alumno conocerá las estructuras y conceptos del entorno del diseño editorial informativo, en el ámbito de publicaciones diarias (periódico) y publicaciones formales (libro).

Objetivos específicos:

- Conocer los elementos y reglas del diseño editorial informativo.
- Conocer los lineamientos y alternativas del diseño editorial informativo.
- Entender los objetivos del diseño editorial para llevar a cabo proyectos con objetivos fijos y criterios establecidos.
- Practicar las disciplinas de formación de proyectos editoriales publicitarios.

Contenido temático:

1. Introducción al diseño editorial informativo
2. Elementos que interactúan en el diseño editorial del libro
3. Formatos y aplicaciones

4. La retícula /aplicación
5. Análisis de estructuras (retículas y distribución)
 - 5.1 Proporción
 - 5.2 Tipografías
 - 5.3 Imágenes
 - 5.4 Elementos Gráficos
6. El Diseño aplicado
 - 6.1 Libros impresos
 - 6.2 e-books
7. Diseño editorial aplicado al periódico
8. Elementos que interactúan en el diseño editorial del periódico
9. Formatos y aplicaciones
10. La retícula /aplicación
11. Análisis de estructuras (retículas y distribución)
 - 11.1 Proporción
 - 11.2 Tipografías
 - 11.3 Imágenes
 - 11.4 Elementos Gráficos
12. Iconografía
13. Manejo de Gráficas Informativas
14. El infográfico
15. Ilustración como elemento editorial
16. Conceptos de pre prensa en el ámbito editorial

Estrategias didácticas:

- Técnicas de exposición -actividades, planteamientos de los ejercicios de composición, criterios de evaluación, análisis y presentación de trabajos.
- Técnicas de demostración. Material didáctico y referencias bibliográficas.
- Técnicas de participación. Lectura y estudio de textos, material audiovisual, análisis y evaluación de los ejercicios planteados.

Modalidades y requisitos de Evaluación y Acreditación:

- | | |
|-------------------------|-----|
| 1. Trabajos parciales | 40% |
| 2. Trabajos extra-clase | 10% |
| 3. Trabajo final | 50% |

Bibliografía:

Brahman, Bert, Manual del diseñador gráfico, Celeste Ediciones, España, 1994.

De Buen, Jorge, Manual de diseño editorial, Santillana, México, 2000.
Fawcett-Tang, Roger, Diseño de libros contemporáneo, Gustavo Gili, Barcelona, 2004.
Frutiger, Adrian, En torno a la tipografía, Gustavo Gili, Barcelona, 2002.
Gäde, Reinhard, Diseño de periódicos. Sistema y método, Gustavo Gili, Barcelona, 2002.
Jury, David, Tipos de fuentes. Regreso a las normas tipográficas, Index Book, Bar. 2002.
King, Stacey, Diseño de revistas. Pasos para conseguir el mejor diseño, Ed. GG. Bar. 2001
Leslie, Jeremy, Nuevo diseño de revistas 2,. Gustavo Gili, Barcelona, 2003.
Manguel, Alberto, Una historia de la lectura, Editorial Norma, Santa Fe de Bogotá, 1999.
Müller-Brockmann, Josef, Sistemas de retículas, Barcelona, Gustavo Gili, 1992.
Owen, William, Diseño de revistas, Gustavo Gili, México, 1991.
Perfect, Christopher,. Guía completa de tipografía, Blume, Madrid, 1994.
Wilson, Adrian, The design of books, Chronicle Books, San Francisco, 1993.
Zavala, Roberto, El libro y sus orillas, 3a. Edición, UNAM, México, 1997.

Recursos y materiales:

Aula con restiradores. Equipo de proyección (ordenador y cañón) para el aula, Acceso al centro de cómputo para prácticas.

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:	Diseño Digital II
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t-3p)
Requisitos:	Diseño Digital I
Créditos:	5.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

Introducción:

Este taller forma parte de la especialización en Diseño Digital, junto con la asignatura de Animación Digital, particularmente esta materia, desarrolla en el alumno habilidades para producir en software aquellos proyectos de diseño que estén destinados exclusivamente al ámbito digital. Trabajando conjuntamente con Animación digital, el alumno desarrollará técnicas y habilidades que le permitan desempeñarse en el campo digital de aplicación del diseño. Esta asignatura tiene como requisito Diseño Digital I.

Objetivo general:

El alumno adquirirá conocimientos avanzados de multimedia e interactividad para su aplicación en el ámbito digital, desarrollando proyectos que pueden o no complementar coadyuvar en la producción de diseño de otras materias.

Objetivos específicos:

- Desarrollará proyectos de diseño interactivos para web
- Producirá interfaces que involucren video, audio y animación interactiva
- Afinará los conocimientos con ejercicios sobre casos específicos de diseño a resolver
- Conocer herramientas, lineamientos y alcances del diseño digital

Contenido temático:

1. Interactividad
 - 1.1 Botones
 - 1.2 Audios y sonidos
 - 1.3 Navegación
 - 1.4 Formularios
2. Filtros
3. Video en multimedia
4. Action Script
5. Aplicación de multimedia en el web

Estrategias didácticas:

- Técnicas de exposición -actividades, planteamientos de los ejercicios de composición, criterios de evaluación, análisis y presentación de trabajos.
- Técnicas de demostración. Material didáctico y referencias bibliográficas.
- Técnicas de participación. Lectura y estudio de textos, material audiovisual, análisis y evaluación de los ejercicios planteados.

Requisitos y Modalidades de evaluación y Acreditación:

- | | |
|-------------------------|-----|
| 1. Trabajos parciales | 40% |
| 2. Trabajos extra-clase | 10% |
| 3. Trabajo final | 50% |

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-Guption 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:	Animación Digital II
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t-3p)
Requisitos:	Animación Digital I
Créditos:	5.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

Introducción:

Este taller es una de las asignaturas que componen la especialización en Diseño Digital, se manejan en esta asignatura conceptos avanzados de animación y de elaboración de modelos en dos y tres dimensiones. La asignatura está precedida por Animación Digital I.

Objetivo general:

El alumno practicará conceptos avanzados para animación digital en 2 y 3 dimensiones.

Objetivos específicos:

- Conocer el espacio digital 3D en escenarios de animación
- Aplicación de conceptos teóricos y prácticos del modelado a la animación
- Conocer diagramas de Maquetación o story board
- Conocer las técnicas y procedimientos para una correcta aplicación de un modelo 3D para animación
- Integrar conocimientos teóricos a la práctica

Contenido temático:

1. Introducción a escenarios digitales en 3D
2. El campo de la animación

3. Definición del espacio virtual
 - 3.1 Espacio tridimensional
 - 3.2 Distancias virtuales del escenario
4. Herramientas numéricas
 - 4.1 Aplicación de datos reales en espacio virtual
5. Orientación de la cámara en el espacio
6. Luz
 - 6.1 Teoría de la luz reflejo y refracción
 - 6.2 Tipos de iluminación
 - 6.3 Uso de la iluminación en el campo del 3D
7. Cámara
 - 7.1 Tipos de cámaras
 - 7.2 Movimientos de cámara
 - 7.3 Teoría básica de encuadres
8. Línea de tiempo
 - 8.1 Medición de tiempos
 - 8.2 Ajustes de tiempo con respecto a la animación
9. Animación básica
 - 9.1 Creación de objetos geométricos animados
 - 9.2 Creación de objetos orgánicos básicos animados
10. Animación de formas humanas
 - 10.1 Creación de personajes
 - 10.1.1 Rostros / Gestos / Fonemas
 - 10.1.2 Procedimiento para aplicación de Huesos
 - 10.1.3 Movimientos generales del cuerpo
 - 10.1.4 Animación por interpolación
11. Animación de personaje humanoide en escena compuesta
12. Creación de corto animado
 - 12.1 Combinación de animaciones
13. Render
 - 13.1 Salida a video de animaciones terminadas
14. Conceptos de post producción
 - 14.1 Musicalización / audio del proyecto

Estrategias didácticas:

- Técnicas de exposición -actividades, planteamientos de los ejercicios de composición, criterios de evaluación, análisis y presentación de trabajos.
- Técnicas de demostración. Material didáctico y referencias bibliográficas.
- Técnicas de participación. Lectura y estudio de textos, material audiovisual, análisis y evaluación de los ejercicios planteados.

Crterios y Modalidades de evaluaci3n:

- Participaci3n 10%
- Trabajos 40%
- Trabajo final 50%

Bibliograf3a:

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 gu3a 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, M3xico, 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 dise1o b3sico para la creaci3n de sitios web, .
Gustavo Gili, Barcelona, 2000
McKelvey, Roy, Gr3ficos para el hiperespacio, Mc Graw Hill-Interamericana Editores, M3xico, 1999.
Mumaw, Stefan, Simple website, Rockport, Orange, 2002.

Otros recursos y materiales:

Aula con equipo de c3mputo, una maquina u ordenador por alumno, paquete de software para la materia, equipo de c3mputo con accesorio de proyecci3n (ca13n) para impartir la materia.

Perfil acad3mico deseable en el docente:

Licenciatura en dise1o gr3fico o af3n 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:	Administración de Proyectos de Diseño
Unidad didáctica:	Curso
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Profesionalizante
Horas de clases:	3t
Requisitos:	Ninguno
Créditos:	6.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

Introducción:

A través de los procesos administrativos es como se logra la circulación de la economía y la productividad. Un profesionalista, independientemente de su disciplina, deberá estar capacitado para trabajar de manera interdisciplinaria con otros. Esta asignatura provee al estudiante de nociones administrativas que lo llevan a tener una capacidad de autogestión de su trabajo.

Objetivo general:

El alumno obtendrá la capacidad de la administración de tiempos y recursos en la ejecución de proyectos de diseño.

Objetivos específicos:

- Asumirá una actitud solidaria y emprendedora, que considere al diseñador como responsable de la administración del tiempo y los recursos en el proceso del diseño.
- Identificará problemas administrativos en las diversas modalidades del ejercicio profesional del diseño.
- Analizará los principios administrativos para su aplicación en problemas relacionados al diseño.
- Aplicará las herramientas administrativas, legales, contables y otras de carácter básico a casos específicos.
- Resolverá en casos específicos los mecanismos de control administrativos.

Contenido temático:

1. Modalidades en el ejercicio profesional.
2. La administración y el diseño, puntos de contacto.
3. El fenómeno administrativo. Su naturaleza.
4. Planeación y control de proyectos.
5. Organización de recursos humanos.
6. Manejo de sistemas de información.
7. Control financiero de proyectos.
8. Mercadotecnia de servicios de diseño.
9. Aspectos legales del diseño. Derechos de autor.

Estrategias didácticas:

- Exposiciones en clase
- Análisis de lecturas
- Mesas redondas
- Estudios de caso
- Investigaciones de trámites y requisitos de los mismos en instancias legales-
- Visitas de profesionales de la administración y la legislación en clase.
- Ejercicios prácticos de índole real.

Modalidades y requisitos de evaluación:

- | | |
|-----------------------|-----|
| 1. Participación | 20% |
| 2. Trabajos parciales | 30% |
| 3. Trabajo final | 30% |
| 4. Examen teórico | 20% |

Bibliografía:

Goslett, Dorothy. The Professional Practice of Design. Design Center. London, 1984.
Morgan. Marketing para la pequeña empresa de diseño. Ed. Gustavo Gili. Bracelona, 1989.
Koontz, H. y Weinrich, H. Administración, una perspectiva global. Ed. McGraw Hill. México, 1995.
Gold. Bussines of Graphic Design. Ed. Watson - Gunptill.
Abad, Antonio S. Manual de diseñador. Ed. Miguel A. Porrúa. México, 1983.
Leftwich, R. Sistema de precios y asignación de recursos. Ed. Nueva. Ed. Interamericana. México, 1975.

Otros recursos y materiales:

Aula teórica equipada con computadora y video proyector.

Perfil académico deseable en el docente:

Licenciatura en administración o afín con conocimientos de diseño 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:	Taller de Diseño Gráfico Integral
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Obligatoria
Eje de formación:	Integración
Horas de clases:	6 (1t-5p)
Requisitos:	37 créditos correspondientes al eje de integración.
Créditos:	7.00
Departamento de servicio:	Bellas Artes

Introducción:

Aplicando los conocimientos compositivos adquiridos en los talleres de diseño básico, el alumno, en esta asignatura desarrollará un proyecto completo que puede o no abarcar todas las fases de los talleres de diseño integral anteriores. El nivel de este proyecto debe de ser a nivel profesional, abarcando desde la fase de la investigación hasta el producto final. Puede ser utilizado a su vez, como plataforma para desarrollar el proyecto gráfico que el seminario de titulación está sustentando. Por lo que el nivel de calidad que se exigirá en la asignatura será con estándares profesionales.

Objetivo general:

El estudiante desarrollará un proyecto completo de diseño gráfico, abarcando desde la fase de investigación hasta su fase de presentación, en dummy o maqueta.

Objetivos específicos:

El estudiante:

- Realizará investigaciones previas a su trabajo que den como resultado el planteamiento de los problemas de diseño.
- Sabrá evaluar las prioridades en las necesidades detectadas y será capaz de ofrecer soluciones visuales a estas necesidades.
- Elaborará un proyecto que incluya las tres fases que sustenten el proyecto de diseño aprovechando al máximo las técnicas y recursos disponibles del usuario de su trabajo.

Contenido temático:

1. Fase de Investigación
2. Definición del problema de diseño
3. Generación de alternativas
4. Evaluación de alternativas
5. Producción de dummies y originales para impresión

Estrategias didácticas:

Estrategias de enseñanza:

- Exposición de los temas por parte del profesor.
- Delimitación de las características de un proyecto a realizar por tema.
- Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual.
- Implementación de dinámicas grupales (repentinadas, mesas de discusión, investigaciones).
- Pláticas con expositores: especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia.

Estrategias de aprendizaje:

- Búsqueda de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica.
- Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase.
- Análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos.

Modalidades y requisitos de evaluación:

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

Bibliografía:

Acha, Juan, Introducción a la teoría de los diseño, 3a. Edición, Trillas, México, 1995.
Bürdek, Bernhard E., Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial, Gustavo Gili, Barcelona, 1994
Chaves, Norberto, El oficio de diseñar, Gustavo Gili, Barcelona, 2001.
Esqueda, Román, El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa,

Designio, México, 2a. Edición, 2003.

Gutiérrez, M.L. y otros, Contra un diseño dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional UAM

Frascara, Jorge, diseño gráfico para la gente, Infinito, Buenos Aires, 2a. Edición, 2000.

_____ Diseño y comunicación, Infinito, Buenos Aires, 2a. Edición, 2000.

Rodríguez Morales, Luis, Para una teoría del diseño, UAM-A/ Tilde, México, 1989.

Vilchis, Luz del Carmen, Metodología del diseño, UNAM, México, 1998.

Otros recursos y materiales:

Aula con mesas de trabajo y mesa de luz y corte, aula 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.