



"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 I
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t - 3t)
Requisitos:	Ninguno
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 los conceptos básicos de animación, y los principios de la elaboración de modelos en dos y tres dimensiones. La asignatura está precedida por Animación Digital II.

Objetivo general:

El alumno conocerá los conceptos y las bases para la animación digital en 2 y 3 dimensiones.

Objetivos específicos:

- Conocerá el entorno de animación digital.
- Comprenderá el comportamiento de los cuerpos en el espacio.
- Desarrollará habilidades para el desarrollo de modelos para animación.
- Comprenderá los aspectos que influyen en el movimiento de los cuerpos a animar.
- Conocerá diferentes ambientes de animación digital, ergonomía, procesos y lineamientos en la elaboración de trabajos.

Contenido temático:

1. Introducción a la animación digital
2. El campo de la animación
3. Los cuerpos en el espacio

- Orgánicos
- Geométricos
- 4. Ergonomía de los cuerpos
- 5. Movimientos
- 6. Planos en el espacio
 - Profundidad y distancia
- 7. La línea de Tiempo

- 8. Animación en 2D dos dimensiones
 - Cuerpos en 2 dimensiones
- 9. Movimiento
- 10. Tipos de animación
- 11. Animación cuadro a cuadro
- 12. Interpolaciones de movimiento
 - Rostros
 - Gestos
- 13. Animación de facciones
- 14. Ilustración de vectores para la animación 2D

- 15. Animación en 3D (tres dimensiones)
- 16. Conceptos de animación
- 17. Cuerpos geométricos
- 18. Cuerpos sólidos / planos en dos y tres dimensiones
- 19. Construcción de cuerpos
- 20. La línea en el campo de 3D
- 21. Cuerpos orgánicos
- 22. Modelado en modo de alambres
- 23. Edición de modo de alambre

- 24. Texturas
- 25. Mapeos de texturas
- 26. La luz
- 27. Proyecciones en cuerpos regulares e irregulares

- 28. Huesos
- 29. Conceptos aplicados de ergonomía de los cuerpos
- 30. Nodos / nulls

- 31. Animación básica práctica

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. Participación 10%
2. Trabajos 40%
3. Trabajo final 50%

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.

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 - 3t)
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 conocerá los conceptos y las bases para la 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

- Espacio tridimensional
- Distancias virtuales del escenario
- 4. Herramientas numéricas
 - Aplicación de datos reales en espacio virtual
- 5. Orientación de la cámara en el espacio
- 6. Luz
 - Teoría de la luz reflejo y refracción
 - Tipos de iluminación
 - Uso de la iluminación en el campo del 3D
- 7. Cámara
 - Tipos de cámaras
 - Movimientos de cámara
 - Teoría básica de encuadres
- 8. Línea de tiempo
 - Medición de tiempos
 - Ajustes de tiempo con respecto a la animación
- 9. Animación básica
 - Creación de objetos geométricos animados
 - Creación de objetos orgánicos básicos animados
- 10. Animación de formas humanas
 - Creación de personajes
 - Rostros / Gestos / Fonemas
 - Procedimiento para aplicación de Huesos
 - Movimientos generales del cuerpo
 - Animación por interpolación
- 11. Animación de personaje humanoide en escena compuesta
- 12. Creación de corto animado
 - Combinación de animaciones
- 13. Render
 - Salida a video de animaciones terminadas
- 14. Conceptos de post producción
 - 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.

Modalidades y requisitos de evaluación y acreditación:

4. Participación	10%
5. Trabajos	40%
6. 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.

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:	Diseño Digital I
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t - 3t)
Requisitos:	Ninguno.
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 seriación con Diseño Digital II.

Objetivo general:

El alumno dominará herramientas de software que le facilitarán el desarrollo digital del diseño en diversas áreas de aplicación profesional, específicamente de diseño web.

Objetivos específicos:

- Manejará de software para diseño web.
- Afinará los conocimientos realizando ejercicios sobre casos específicos de diseño a resolver.
- Conocer herramientas, lineamientos y alcances del diseño digital
- Practicará la ilustración digital

Contenido temático:

1. Programación en el web
 - Los formularios

- Los estilos (CSS)
- 2. Publicación de proyectos en el web
 - Sitios servidores remotos
 - Sitios servidores locales
- 3. Tipos de sitios y su funcionamiento
 - Estáticos
 - Dinámicos
 - CMS
 - Blogs
- 4. Ilustración digital
 - Trazos
 - Color
 - Sombras y luz
 - Degradados como volumen
- 5. Generar y publicar proyectos

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:

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-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 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 - 3t)
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 seriación con 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
 - Botones
 - Audios y sonidos
 - Navegación
 - 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.

Modalidades y requisitos de evaluación y acreditación:

4. Trabajos parciales	40%
5. Trabajos extra-clase	10%
6. 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 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 Editorial I
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t - 3t)
Requisitos:	Ninguno.
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 seriación la asignatura Diseño Editorial II

Objetivo general:

El alumno conocerá en base a la estructuración de conceptos y objetivos el entorno profesional del diseño editorial para poder desarrollar proyectos editoriales publicitarios y editoriales informativos.

Objetivos específicos:

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

Contenido temático:

1. Diseño editorial aplicado a Revista
2. Tipos de publicaciones
 - Formatos impresos

- Revista
 - Gacetas
 - Fancine
3. Formatos digitales

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.

Otros recursos y materiales:

Aula con Restiradores. 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 - 3t)
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)
 - Proporción
 - Tipografías
 - Imágenes
 - Elementos Gráficos
6. El Diseño aplicado
 - Libros impresos
 - 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)
 - Proporción
 - Tipografías
 - Imágenes
 - 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.

Otros 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 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 Publicitario I
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t - 3t)
Requisitos:	Ninguno.
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. Tiene como seriación la asignatura Diseño Publicitario II.

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 estudiante:

- Elaborará propuestas de campañas publicitarias para clientes reales o de ejercicios escolares.
- Planteará y desarrollará proyectos publicitarios de diseño, que satisfagan con eficiencia y eficacia las necesidades publicitarias y mercadológicas de los proyectos planteados.
- 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. Diálogo: intención y comunicación
2. Campañas publicitarias
3. Formatos y medios

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:

- | | |
|-------------------------|-----|
| 4. Trabajos parciales | 40% |
| 5. Trabajos extra-clase | 10% |
| 6. 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 Publicitario II
Unidad didáctica:	Taller
Tipo de materia:	Optativa
Eje de formación:	Especializante
Horas de clases:	4 (1t - 3t)
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 estudiante:

- 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.