

PROGRAMA SINTÉTICO.

1. Datos de identificación:	
• Nombre de la institución y de la dependencia	Universidad Autónoma de Nuevo Leon Facultad de arquitectura Licenciatura en Diseño Industrial
• Nombre de la unidad de aprendizaje	Diseño de la información y la imagen 2
• Horas aula-teoría y/o práctica totales	90 hrs. totales 20 aula-teoría 40 hrs. aula-practica
• Horas extra aula	30 hrs
• Modalidad	escolarizada
• Periodo académico	Semestre 7
• Tipo de Unidad de aprendizaje	Obligatoria
• Área Curricular (ACFGU, ACFBP, ACFP, ACLE)	ACFBP
• Créditos UANL	3
• Fecha de elaboración	06 Mayo del 2008
• Fecha de última actualización	21Junio del 2011
• Responsable (s) del diseño:	MC. Magdalena Loredó Gómez, LDI. Roberto Rangel, LDI. Jessica Wah Robles
2-.Propósito(s):	
El diseño de la información y la imagen 2 son los medios impresos, la identidad corporativa ,estos consisten en la proyección de valores, proyectar una imagen sólida para hacer reproducible un logotipo, en el ámbito laboral reestructurara los propósitos de la empresa y el enfoque al nuevo mercado realizará archivos con especificaciones correctas respecto a la normativa de impresión y será la base de la UA diseño y empresa en cuanto solución de proyectos web y su estructura didáctica de navegación.	
3-.Competencias del perfil de egreso	
• Competencias generales a las que contribuye esta unidad de aprendizaje	
1-.Aplica estrategias de aprendizaje autónomo en los diferentes niveles y campos del conocimiento que le permitan la toma de decisiones oportunas y pertinentes en los ámbitos personal, académico y profesional	
2-.Utiliza los lenguajes lógico, formal, matemático, icónico, verbal y no verbal de acuerdo a su etapa de vida, para comprender, interpretar y expresar ideas, sentimientos, teorías y corrientes de pensamiento con un enfoque ecuménico	
3-.Maneja las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en	



conocimiento, así como para el aprendizaje y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad

7-Elabora propuestas académicas y profesionales inter, multi y transdisciplinarias de acuerdo a las mejores prácticas mundiales para fomentar y consolidar el trabajo colaborativo.

- **Competencias específicas del perfil de egreso a las que contribuye la unidad de aprendizaje**

1-Emplear los recursos del entorno, considerando las estrategias de sustentabilidad local y global en el diseño para lograr la competitividad de los productos en el mercado

2-Desarrollar proyectos de diseño industrial, aplicando nuevas formas y funciones a los productos utilizando técnicas y herramientas creativas para dar soluciones innovadoras a las necesidades de la empresa

3-Diseñar productos, de manera prospectiva mediante la evaluación de escenarios futuros, para satisfacer anticipadamente las necesidades de los usuarios

5-Representar el objeto industrial, utilizando diferentes técnicas gráficas asumiendo las normativas internacionales de dibujo, para la interpretación y comunicación eficaz en las diferentes áreas de trabajo dentro de la empresa.

2. Factores a considerar para la evaluación de la unidad de aprendizaje

Evidencias de fase A

Evidencia Análisis de logotipos

Evidencia Logotipo rápido reflejando valores

Evidencia Construcción Gráfica de logotipo

Evidencia Desarrollo de Misión, visión y objetivos

Evidencia Manual de Identidad y aplicaciones

CD de evidencias Derecho a calificación

3. Producto integrador de aprendizaje

Evidencia Desarrollo web y Newsletter

4. Fuentes de apoyo y consulta (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas).

- Seddon, Tony & Waterhouse, Jane. (2010). DISEÑO GRAFICO PARA NO DISEÑADORES. Barcelona. Editorial Océano S.L.
- Aicher, Otl. (1991). SISTEMAS DE SIGNOS EN LA COMUNICACION VISUAL. México. G. Gili.
- Cooper, J. C. (2000). DICCIONARIO DE SÍMBOLOS. México. G. Gili.
- Laing, Jhon. (1997). ENCICLOPEDIA DE SIGNOS Y SIMBOLOS. 2° Ed. México. G. Gili.
- Frutiger, Adrian. (1981). SIGNOS, SÍMBOLOS Y LOGOS EN MEXICO. México. Eduardo Teles Editor.
- Lewis, Jhon. (1974). LOS PRINCIPIOS BASICOS DE TIPOGRAFIA. México. Ed. Trillas.
- Dupont, Luc. (2006). 1001 TRUCOS PUBLICITARIOS. Q Graphics.
- Lesur, Luis. (2009). PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. México. Editorial Trillas.
- Costa, Joan. (1989). SEÑALETICA: DE LA SEÑALIZACION AL DISEÑO DE PROGRAMAS. Barcelona. 2° Ed. CEAC.
- Murphy, John. (1989). COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS. México. G. Gili

Tabl. Formato para la presentación de los programas sintéticos de las UA



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA

1. Datos de identificación:	
• Nombre de la institución y de la dependencia	Universidad Autónoma de Nuevo Leon Facultad de arquitectura Licenciatura en Diseño Industrial
• Nombre de la unidad de aprendizaje	Diseño de la información y la imagen 2
• Horas aula-teoría y/o práctica totales	90 hrs. totales 20 aula-teoría 40 hrs. aula-practica
• Horas extra aula	30 hrs
• Modalidad	escolarizada
• Periodo académico	Semestre 7
• Tipo de Unidad de aprendizaje	Obligatoria
• Área Curricular (ACFGU, ACFBP, ACFP, ACLE)	ACFBP
• Créditos UANL	3
• Fecha de elaboración	06 Mayo del 2008
• Fecha de última actualización	21Junio del 2011
• Responsable (s) del diseño:	L.D.I. Jessica Wah Robles
2. Presentación:	
Se desarrolla en una fase Medios Impresos Identidad Corporativa en la cual el estudiante desarrollara la capacidad de identificar los elementos que hacen una imagen corporativa además de la sensibilidad para la detección de necesidades de las empresas y capacidad de desarrollar técnicas para el hallazgo de identidades para plasmar los propósitos de una empresa en cuanto sus necesidades , desarrollara manuales de identidad institucionales de manera efectiva , conocerá las necesidades de las empresas tanto en su proyección al personal de la misma, como en su proyección fuera y para finalizar el estudiante comprenderá el desarrollo web y sus etapas, adquiriendo sensibilidad .	
3. Propósito(s)	
El diseño de la información y la imagen 2 son los medios impresos, la identidad corporativa ,estos consisten en la proyección de valores, proyectar una imagen sólida para hacer reproducible un logotipo, en el ámbito laboral reestructurara los propósitos de la empresa y el enfoque al nuevo mercado realizará archivos con especificaciones correctas respecto a la normativa de impresión y será la base de la UA diseño y empresa en cuanto solución de proyectos web y su estructura didáctica de navegación.	
4. Enunciar las competencias del perfil de egreso	
a. Competencias de la Formación General Universitaria a las que contribuye esta unidad de aprendizaje	
1.-Aplica estrategias de aprendizaje autónomo en los diferentes niveles y campos del conocimiento que le permitan la toma de decisiones oportunas y pertinentes en los ámbitos personal, académico y profesional	
2.-Utiliza los lenguajes lógico, formal, matemático, icónico, verbal y no verbal de acuerdo a su etapa de vida, para comprender, interpretar y expresar ideas, sentimientos, teorías y corrientes de pensamiento con un enfoque ecuménico	

REVISION: 6

VIGENTE A PARTIR DEL: 22 de Marzo de 2012



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA

3-.Maneja las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en conocimiento, así como para el aprendizaje y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad
7-.Elabora propuestas académicas y profesionales inter, multi y transdisciplinarias de acuerdo a las mejores prácticas mundiales para fomentar y consolidar el trabajo colaborativo.

b. Competencias específicas del perfil de egreso a las que contribuye la unidad de aprendizaje

- 1-.Emplear los recursos del entorno, considerando las estrategias de sustentabilidad local y global en el diseño para lograr la competitividad de los productos en el mercado
- 2-.Desarrollar proyectos de diseño industrial, aplicando nuevas formas y funciones a los productos utilizando técnicas y herramientas creativas para dar soluciones innovadoras a las necesidades de la empresa
- 3-.Diseñar productos, de manera prospectiva mediante la evaluación de escenarios futuros, para satisfacer anticipadamente las necesidades de los usuarios
- 5-.Representar el objeto industrial, utilizando diferentes técnicas gráficas asumiendo las normativas internacionales de dibujo, para la interpretación y comunicación eficaz en las diferentes áreas de trabajo dentro de la empresa.



5. Estructuración en capítulos, etapas, o fases, de la unidad de aprendizaje				
FASE A: Medios Impresos Identidad Corporativa				
Elementos de competencias: A1-. Capacidad de identificar los elementos que hacen una imagen corporativa ,Amplia capacidad de análisis para la interpretación y satisfactoria proyección de valores.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 1 Identificación de cada uno de los elementos de los que forman parte y sus diferencias específicas Identificar la anatomía de los diferentes tipos de logotipos y su función	Participación en clase. Precisión para interpretar valores e identidades visuales	El docente hará la Presentación del curso, mecánica de trabajo, reconocimiento de herramientas vectoriales que se deben dominar a lo largo del curso para realizar los ejercicios de la materia y sus responsabilidades como alumno autodidacta en software. Expectativas del curso. El alumno investigara Como se forman los valores en las empresas y como crean su propia identidad dentro de la empresa y la imagen proyectada al exterior de la misma. Interpretación de los valores plasmados en la	Definir la Identidad Corporativa, sus componentes, sus signos (Lingüística, Icónica y Cromática). Concepto de Identidad e Identificación. El acto de identificar y sus tres elementos (sustancia, forma y papel). Imagen corporativa, conceptos logotipo, anagrama, monograma, siglas, marca, símbolo. Componentes de la identidad visual.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos en cuanto a su formato, calidad color y resolución. Ejemplos gráficos físicos donde se perciba claramente. Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top Investigación en los libros de identidad corporativa, imagen empresarial.



		imagen gráfica y viceversa. Dinámica de ejemplos de recordación de la empresa Análisis de 5 logotipos sus valores y análisis de conceptos gráficos en base a lo que proyecta en sus valores.		
A2-. Sensibilidad para la detección de necesidades de las empresas y capacidad de desarrollar técnicas para el hallazgo de identidades y proyectar una imagen sólida				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 2 de creatividad plasmando las ideas conceptuales de una empresa mediante gráficos en corto plazo.	Precisión para plasmar los valores e identidades visuales en un logotipo	El docente explicara los Beneficios de los programas de identidad corporativa. Misión visión y objetivos. ¿Cuándo es necesario un programa de identidad?, ¿Cómo se elabora un programa de identidad?, Técnicas para el hallazgo de nombres. EL alumno Elaborara un logotipo rápido para empresa buscando	Programa de identidad. Auto-concepto de la empresa, filosofía y objetivos institucionales y comerciales. Principios para el desarrollo de identidad (coherencia, exclusividad, perceptibilidad y duración). Logotipo y su carácter significativo y estético.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA

		transmitir 3 conceptos o valores, apoyados mediante sus signos. Bocetaje y revisión		
A3-. Habilidad para hacer reproducible un logotipo.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 3 de retículas de construcción de logotipo y de símbolo..	Claridad y Eficiencia de la información para su reproducción	<p>El docente hará que alumno Identifique las proporciones del logotipo, alineaciones y estructura para crear un correcto balance en el mismo y una reproducción eficiente</p> <p>El alumno elaborara una Construcción gráfica de logotipo para su reproducción. Identificara las necesidades para 3 empresas candidatas para la elaboración de un nuevo programa de identidad. Conocer su imagen actual y sus valores.</p>	<p>Características formales del logotipo.</p> <p>Construcción gráfica o formal.</p> <p>Retículas de construcción de Símbolo y de logotipo. Utilización y difusión. Identificador (logotipo, símbolo y colores).</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos</p> <p>Salón de clase</p> <p>Pizarrón</p> <p>In focus</p> <p>Proyector</p> <p>Lap top</p>



A4-. Capacidad de cambio en las identidades corporativas reestructurando sus propósitos de empresa y el enfoque al nuevo mercado Capacidad para plasmar los propósitos de una empresa en cuanto sus necesidades				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 4 de análisis de la empresa, sus ideales y proyección a futuro dentro del mercado. Ejercicio gráfico conceptual de logotipo, propuestas y variantes	Identificación correcta del crecimiento o progreso en la proyección de la empresa. Avance casi del 80 %	El docente hará Comprender la importancia de la identidad de la empresa en base a lo que significa para los mismos empleados y lo que es para los involucrados indirectamente en la misma. El alumno Identificara los puntos esenciales teóricos y la imagen a proyectar, y poder representarlos a través de ideas gráficas realizara Creación o rediseño de Misión visión y objetivos de la empresa seleccionada de las analizadas anteriormente. Propuestas Conceptuales de logotipo en bocetos para	Entorno de la empresa, competidores, proveedores, distribuidores, empleados, clientes y compromiso social Técnicas creativas en el desarrollo de imagen corporativa, analogía, metáfora, alegorías, abstracción, etc	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top

		manual de identidad		
A5 Capacidad de desarrollar manuales de identidad institucionales de manera efectiva.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 5 Integración de información en la estructura de contenidos del manual de identidad	Presentación, calidad de información, contenido	El docente explicara para que el alumno Comprenda la gran importancia de un manual de identidad y como repercute en las empresas la ausencia del mismo. El alumno Elaborara un Manual de Identidad.	Manual de identidad. Definición, función, normativa, colores y componentes del manual. Motivación de la identidad, folletos, TV, campañas, eventos, audiovisuales, etc.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top
A6-. Capacidad para conocer las necesidades de las empresas tanto en su proyección al personal de la misma, como en su proyección fuera. Capacidad de generar el proceso previo a la imprenta, mediante archivos con especificaciones correctas respecto a la normativa de impresión.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 6 Plasmar a través de la comunicación	Creatividad y utilización correcta de la imagen	El docente explicara los medios impresos que son	Papelería / aplicaciones creativas. Tarjetas, folletos,	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA

<p>gráfica la identidad corporativa eficiente y congruente respecto a los valores que posee la empresa. Integración de especificaciones técnicas para los medios impresos en papelería institucional</p>	<p>proyectada, utilización correcta de registros, guías de corte, guías de color, etc.</p> <p>Avance del 80%</p>	<p>esenciales para las empresas diariamente como institución o como proyección de marca Comprender la diversidad de aplicaciones existentes y sus estilos. Revisión de avance de Manual de Identidad</p> <p>El alumno Elaborara las aplicaciones impresas Entrega de Manual de Identidad</p> <p>Revisión de Aplicaciones</p>	<p>tríptico, brouchers, poster, rotulaciones en vehículos empresariales.</p> <p>Aplicación de herramientas para el desarrollo de la Identidad en Papelería. (Guías, Retículas, Registros, Color, aislamiento, separación de color.</p>	<p>gráficos</p> <p>Salón de clase</p> <p>Pizarrón</p> <p>In focus</p> <p>Proyector</p> <p>Lap top</p>
<p>A7-. Capacidad de comprensión sobre el desarrollo web y sus etapas, adquiriendo sensibilidad para la solución de proyectos web y su estructura didáctica de navegación. Capacidad para plasmar la identidad empresarial mediante conceptos creativos en el desarrollo visual de la web. Capacidad para trabajar en el ambiente técnico que se requiere en diseño web concretando sus ideas gráficas en formato web. Competente para la actualización y edición de los conceptos en desarrollo web. Capacidad de crear formatos de boletines o catálogos empresariales para su distribución electrónica.</p>				
<p>Evidencias de aprendizaje (2)</p>	<p>Criterios de desempeño (3)</p>	<p>Actividades de aprendizaje (4)</p>	<p>Contenidos (5)</p>	<p>Recursos (6)</p>
<p>. Ejercicio 7 Desarrollo de web y news letter .En base a una previa investigación de la empresa, planificar la</p>	<p>Coherencia identidad corporativa e imagen web. Estructura de navegación, Interfaz gráfica,</p>	<p>El docente explicara la importancia de las herramientas digitales en la actualidad y el papel</p>	<p>Diseño gráfico en la web, Principios de la navegación, tipos de páginas web, elementos</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos</p> <p>Salón de clase</p>

REVISION: 6

VIGENTE A PARTIR DEL: 22 de Marzo de 2012



<p>estructura de la web que se realizará incorporando las técnicas para una buena navegabilidad web Ejercicio conceptual sobre la proyección de la identidad corporativa en cuanto a la comunicación gráfica de la web. Ejercicio de pre-visualización y formateo dentro de la plataforma web. Ejercicio de simulación y navegación web local Ejercicio de implementación de material digital en apoyo a la empresa.</p>	<p>funcionamiento y composición. Avance del 80% Creatividad, manejo de la identidad, posicionamiento de la imagen, proporciones y composición.</p>	<p>importante que desempeñan en el crecimiento de las empresas. Conocer los tipos de empresa y los tipos de imagen que transmiten en la web. Que comprenda los conceptos que integran el proceso de desarrollo web, el papel que desempeñan cada uno de ellos y su manejo. Que el alumno asimile la importancia del proceso gráfico y sus repercusiones en la interfaz gráfica Comprender el lenguaje la edición y actualización de información. Conocer medios digitales que apoyan el crecimiento y expansión en el mercado por parte de las empresas hoy en día.</p> <p>El alumno elaborara un "Diseño Web" en varias etapas. Primera etapa:</p>	<p>dentro de la interfaz web. Reticulas y formatos. Leyes y Pautas para el desarrollo de páginas. Análisis de interfaz web. Colores, Letras, legibilidad. Usabilidad y principios. División de contenidos dentro de la interfaz, ordenamiento, márgenes y columnas. Desarrollo e interacción de comandos. Otras herramientas digitales y su importancia en el desarrollo empresarial. Catálogos electrónicos, Boletines electrónicos, publicidad electrónica, etc.</p>	<p>Pizarrón In focus Proyector Lap top</p>
--	--	--	---	--



		<p>estructura de contenidos y mapa del sitio. Segunda etapa: “propuestas conceptuales gráficas” (opciones respetando la estructura de contenido definida anteriormente)</p> <p>Tercera etapa: Elaboración de plantilla html y estilos para web. (<i>photoshop, fireworks o dreamweaver</i>)</p> <p>Cuarta etapa: Vaciado de contenidos y detalles al formato web</p> <p>Quinta etapa: “Newsletter informativo” (boletín electrónico de la empresa). Ó “Catálogo electrónico”. Simulación local del funcionamiento web</p>		
7. Evaluación integral de procesos y productos (ponderación / evaluación sumativa).				
<p>Evidencias de fase A</p> <p>Ejercicio Análisis de logotipos 5%</p> <p>Ejercicio Logotipo rápido reflejando valores 5%</p> <p>Construcción Gráfica de logotipo 5%</p> <p>Desarrollo de Misión, visión y objetivos 5%</p>				



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA

<p>Ejercicio Manual de Identidad y aplicaciones 50%</p> <p>CD de evidencias..... Derecho a calificación</p>
<p>8. Producto integrador del aprendizaje de la unidad de aprendizaje (señalado en el programa sintético).</p>
<p>Evidencia Desarrollo web y Newsletter 30%</p>
<p>9. Fuentes de apoyo y consulta (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seddon, Tony & Waterhouse, Jane. (2010). DISEÑO GRAFICO PARA NO DISEÑADORES. Barcelona. Editorial Océano S.L. • Aicher, Otl. (1991). SISTEMAS DE SIGNOS EN LA COMUNICACION VISUAL. México. G. Gili. • Cooper, J. C. (2000). DICCIONARIO DE SÍMBOLOS. México. G. Gili. • Laing, Jhon. (1997). ENCICLOPEDIA DE SIGNOS Y SIMBOLOS. 2º Ed. México. G. Gili. • Frutiger, Adrian. (1981). SIGNOS, SÍMBOLOS Y LOGOS EN MEXICO. México. Eduardo Teles Editor. • Lewis, Jhon. (1974). LOS PRINCIPIOS BASICOS DE TIPOGRAFIA. México. Ed. Trillas. • Dupont, Luc. (2006). 1001 TRUCOS PUBLICITARIOS. Q Graphics. • Lesur, Luis. (2009). PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. México. Editorial Trillas. • Costa, Joan. (1989). SEÑALETICA: DE LA SEÑALIZACION AL DISEÑO DE PROGRAMAS. Barcelona. 2º Ed. CEAC. • Murphy, John. (1989). COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS. México. G. Gili

Tabla 1. Formato para la presentación de los programas analíticos de las UA



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA

PROGRAMA SINTETICO: UNIDAD DE APRENDIZAJE DE DISEÑO DE LA INFORMACIÓN Y LA IMAGEN II

RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA: MC. Magdalena Loredo Gómez, LDI. Roberto Rangel, LDI. Jessica Wah Robles

LDI. Jessica Wah Robles
COORDINACIÓN DEL ÁREA DE EXPRESION GRAFICA

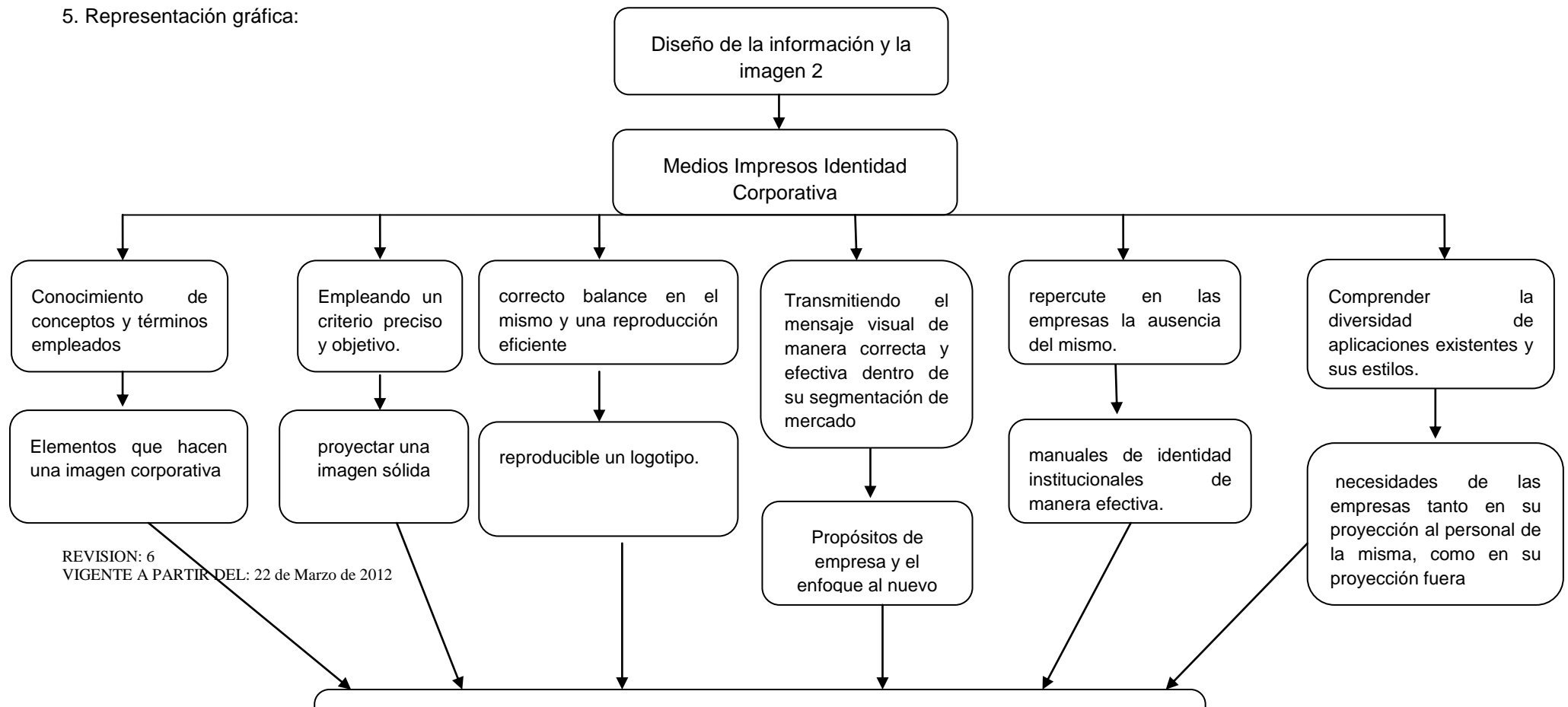
M.M. Mario Cantú Cantú
JEFATURA DE DEPARTAMENTO



L.D.I. Francisca Leticia Morales
JEFATURA DE CARRERA

M.C. Ma. De los Ángeles Stringel Rodríguez
SUBDIRECCIÓN ACADEMICA

5. Representación gráfica:



REVISION: 6
 VIGENTE A PARTIR DEL: 22 de Marzo de 2012