



PROGRAMA SINTÉTICO.

1. Datos de identificación:	
• Nombre de la institución y de la dependencia	Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de arquitectura Licenciatura en Diseño Industrial
• Nombre de la unidad de aprendizaje	Diseño de la información y la imagen 1
• 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 6
• 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:	MDP. Marta Molina, MC. Magdalena Loredo Gómez, L.D.I. Jessica Wah Robles, LDI. Roberto Rangel
2-.Propósito(s):	
El diseño de la información y la imagen es la composición y comunicación grafica de la observación y extracción de rasgos esenciales o particulares para abstraer los elementos y enfatizar un concepto deseado ,en el ámbito laboral podrá desarrollar logotipos comerciales transmitiendo el mensaje visual de manera correcta y efectiva dentro de su segmentación de mercado sobresaliendo de manera positiva ante competidores, esta UA es base para captar la esencia y aterrizarla en la UA diseño de la información y la imagen 2.	
3-.Competencias del perfil de egreso	
<ul style="list-style-type: none"> • Competencias generales a las que contribuye esta unidad de aprendizaje <ol style="list-style-type: none"> 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.
<ul style="list-style-type: none"> Competencias específicas del perfil de egreso a las que contribuye la unidad de aprendizaje <ol style="list-style-type: none"> 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 1 al 9 Evidencias 10 al 12 CD de evidencias derecho a calificación
3. Producto integrador de aprendizaje
Evidencia 13 proyecto de enfoque institucional dentro de reuniones de negocios a proveedores y distribuidores.
4. Fuentes de apoyo y consulta (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas).
<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. 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



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ARQUITECTURA

1. Datos de identificación:	
• Nombre de la institución y de la dependencia	Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de arquitectura Licenciatura en Diseño Industrial
• Nombre de la unidad de aprendizaje	Diseño de la información y la imagen 1
• 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 6
• 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:	
<p>Se desarrolla en una fase Introducción a la Comunicación Gráfica en la cual se analizaran los formatos que componen una composición gráfica, visualización de patrones a través de la observación de imágenes, optimización efectiva de la comunicación en el mensaje, con estos el estudiante podrá identificar elementos tipográficos, sus estilos y sus rasgos fundamentales para la determinación de su patrón lógico de construcción, avanzando el curso desarrollara logotipos comerciales sobresaliendo de manera positiva ante competidores y finalmente para concluir el estudiante o aprendiz participará en la elaboración y desarrollo de un proyecto objetivo para hacer gráficos agradables en ambientes institucionales.</p>	
3. Propósito(s)	
<p>El diseño de la información y la imagen es la composición y comunicación grafica de la observación y extracción de rasgos esenciales o particulares para abstraer los elementos y enfatizar un concepto deseado ,en el ámbito laboral podrá desarrollar logotipos comerciales transmitiendo el mensaje visual de manera correcta y efectiva dentro de su segmentación de mercado sobresaliendo de manera positiva ante competidores, esta UA es base para captar la esencia y aterrizarla en la UA diseño de la información y la imagen 2.</p>	
4. Enunciar las competencias del perfil de egreso	
a. Competencias de la Formación General Universitaria a las que contribuye esta unidad de aprendizaje	
<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>	

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: Introducción a la Comunicación Gráfica.

Elementos de competencias: A1-. Reconocimiento de los formatos que componen una composición gráfica y sus usos. Conocimiento de conceptos y términos empleados relacionados con la comunicación gráfica y las técnicas usadas.

Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 1 Investigar e identificar los significados de los conceptos que se manejarán en la clase para tener una completa calidad de entrega. Ejercicio de comprobación e identificación de los conceptos de imagen	Buena Fidelidad de apariencia en la digitalización a comparación del gráfico original. Presentación impecable y calidades en formatos de salida Identificación correcta de	Por parte del docente Presentación del curso, mecánica de trabajo, reconocimiento de herramientas vectoriales que se deben dominar para realizar los ejercicios de la materia y sus responsabilidades como alumno autodidacta en	El diseño gráfico su historia y sus conceptos básicos de elementos y usos. Factores que intervienen en el proceso de comunicación gráfica y su entorno, normas, tipos de papel, resolución, color, etc Tipos y formatos de papel, Imágenes vectoriales vs imágenes de bits, formatos de salida (JPG, GIF, PNG,	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



<p>gráfica abordados</p>	<p>los conceptos en el gráfico.</p> <p>Evaluar la investigación coherentemente</p>	<p>software. Expectativas del curso Por medio del análisis de gráficos realizados en previas experiencias, descubrir las causas de los elementos que tuvieron resultados no esperados en calidades o formatos gráficos.</p> <p>El alumno realizara un Ejercicio de integración y adaptación al software vectorial. Digitalización de una imagen (logotipo) a vectores con salida en diferentes gamas de color y diferente calidad de resolución impresas Con una imagen de producto identificar los conceptos dados en clase. Y dará una retroalimentación grupal.</p>	<p>BMP, PDF, EPS, PSD, CDR, AI) Gammas de color RGB (aditivo) y CMYK (sustractivo), resoluciones en mapas de bits (DPI).</p>	<p>In focus</p> <p>Proyector</p> <p>Lap top</p>
--------------------------	--	---	--	---



A2-. Capacidad de generar elementos gráficos creativos con impacto y amplia usabilidad de manera monocromática.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 2 de composición simple para aplicación con uso monocromático	Identificación correcta y habilidad para construir diseños básicos, creativos de alta usabilidad en una sola tinta	El docente Explicara los elementos básicos de la composición y su importancia para realizar propuestas creativas con la simpleza de elementos. El alumno realizara Ejercicio de aplicación de los elementos básicos de la composición, desarrollando un “sello de goma” (material libre respetando su funcionalidad) ó “icono” , aplicando formas básicas de composición.	Identificación y descripción de punto, línea, contorno, plano, teoría gestalt, fondo, figura, forma, contraste, volumen, etc.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top
A3-. Capacidad de observación y extracción de rasgos esenciales o particulares para abstraer los elementos y enfatizar un concepto deseado				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 3 de abstracción y esquematización de una imagen figurativa conservando su concepto o propósito.	Buen Manejo de los elementos básicos. Fidelidad correcta del sentido o concepto de la imagen original e impacto visual como resultado.	El docente Explicara la importancia de la abstracción en la comunicación visual para generar un mayor impacto sin perder el objetivo de dicha abstracción, a través de líneas y figuras	Identificación del concepto abstracción y análisis profundo de los detalles de la misma en logotipos reales y el sentido que evocan dentro de su empresa, marca o	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector

		<p>esquemáticas. El alumno realizará la Abstracción de elementos figurativos mediante formas simplificadas que proyectan el mensaje sin perder la información en el concepto original. “Logotipo comercial” a través de una imagen figurativa.</p>	<p>producto. Fotografía vs Ilustración</p>	Lap top
A4-. Capacidad de elaborar composiciones con sentido y armonía. Capacidad de visualización de patrones a través de la observación de imágenes.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 4 de elementos gráficos inspirados en imágenes, objetos o naturaleza, aplicado a patrones de repetición dentro de un complemento visual de un producto o el mismo producto.	Bien presentados los Patrones gráficos individuales de repetición, aplicación de repetición y armonía en gama cromática.	El docente Ejemplificara los distintos tipos de patrones de repetición así como el proceso mental que requiere su identificación. El alumno Realizara “Envoltura para regalo / para producto comercial” ó “Estampado de playera” mostrando las habilidades del concepto de repetición en elementos gráficos.	<p>Definición de Icono, signo, símbolo y sus usos comunes. Teoría de los colores, combinaciones y elección de colores.</p> <p>Elementos de repetición.</p> <p>Ritmo, Movimiento, Equilibrio. Definición de Anomalías y tipos: semántica, formal y cromática.</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>

A5-. Dominio del plano o campo visual de trabajo, reconociendo el aprovechamiento de áreas y optimización efectiva de la comunicación en el mensaje.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 5 donde los elementos gráficos son empleados de manera eficiente con respecto al plano de trabajo elaborándose éste con un análisis previo de los componentes de un plano	Excelente Manejo del espacio de trabajo, distribución, encuadre, separación de elementos y peso visual según importancia, eficacia tipográfica	El docente hará Que el alumno comprenda el uso del plano para crear una composición con distintos elementos y saber integrarlos dentro de manera correcta a través de la alineación, agrupación, proximidad, etc. El alumno Aplicando los conceptos mencionados realizara la composición de un "Cartel" que incluya elementos gráficos como: logotipo principal, título o eslogan, subtítulo de información, imagen/ilustración, elemento de fondo	El uso del espacio, el espacio en blanco, la composición, el espacio no deseado, agrupamiento, proximidad, separación de elementos, tamaño, encuadre y color.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top
A6-. Capacidad para el desarrollo de creatividad en base a limitantes gráficas estimulando al reducir la posibilidad de utilizar de elementos de apoyo complementarios.				

Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
<p>Ejercicio 6 mediante la utilización de una sola tipografía como elemento grafico y un fondo donde estos serán el concepto limitante para desarrollar composiciones gráficas completas en base a un tema.</p>	<p>Debe contener Creatividad, impacto visual, lectura, énfasis o sentido de comunicación</p>	<p>El docente expondrá La importancia de la distribución gráfica dentro del plano.</p> <p>El uso y los tipos de márgenes, retículas, alineaciones, marcos y líneas, explicando las aplicaciones de las mismas.</p> <p>El alumno En base a los conocimientos de conceptos en actividades anteriores, realizar la tarea de diseño de un “Cartel Tipográfico Creativo” el cual será realizado con la limitante de utilizar solamente letras como texto o elementos gráficos y un fondo en el plano de composición en base a un tema libre o sugerido por el maestro.</p>	<p>La creatividad dentro de las limitantes en el diseño. El peso tipográfico, el impacto, legibilidad, los contrastes, tamaños y colores en las letras. Analizar ejemplos en clase donde se utiliza tipografía de manera creativa en carteles.</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>

A7-. Capacidad para desarrollar diseños editoriales en base a sus componentes esenciales de manera adecuada y de calidad. Empleando un criterio preciso y objetivo.

Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 7 de integración de elementos dentro de una revista de contenido con diferentes estilos de paginación en base a diferentes estilos de contenido dentro de una misma temática de diseño.	La correcta utilización de los conceptos vistos y analizados en clase. Su alineación, márgenes, retículas, enlaces visuales, etc	El docente explicara La importancia del contenido editorial y su distribución dentro de los medios editoriales impresos, los efectos visuales en libros o revistas, los impactos visuales de la paginación y la ubicación de un elemento y su diferente impacto por su ubicación en página. El alumno realizara un Ejercicio de integración de conceptos vistos en clase para la realización de plantillas para “Paginación de revista o folleto” (tema libre o sugerido por el maestro	La estructura y alineación dentro del plano para contenidos editoriales. Fluidez visual, organización de elementos, enlaces visuales, retículas y plantillas, elección de medidas, márgenes, líneas, tipos de línea y marcos.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top

A8-. Capacidad para identificar elementos tipográficos, sus estilos y sus rasgos fundamentales para la determinación de su patrón lógico de construcción				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
<p>Ejercicio 8 Desarrollo de propuestas de fuentes tipográficas definiendo elementos de la anatomía de la letra encontrando su propio estilo. Bocetaje de alternativas Desarrollo de una fuente tipográfica creando elementos creativos dentro de la anatomía de la letra y desarrollar un alfabeto completo de mayúsculas, minúsculas, signos básicos y numeración. Investigar marcas o productos comerciales para su rediseño de imagen, presentando varias propuestas de posibles candidatos.</p>	<p>Revisión de Avance Diseño de estilos y su congruencia entre letras, anatomía de la tipografía en cada una de sus partes aplicada al diseño tipográfico, originalidad y funcionalidad.</p>	<p>El docente hará Que el alumno conozca los elementos básicos de las letras, terminología, sus clasificaciones por peso, familias, legibilidad, etc. Para tener la capacidad de modificación o creación de sus propios diseños tipográficos en la aplicación de composiciones visuales. La importancia del conocimiento de software como apoyo en hacer reales nuestras propuestas tipográficas y emplearlas como apoyo a la comunicación visual. Apoyarse en programas como Font Creator, para hacer las fuentes tipográficas funcionales</p> <p>El alumno Elaborara un “Diseño de Tipografía Vectorizada y Funcional”,</p>	<p>Definición de tipografía, fuente tipográfica, familia.</p> <p>Anatomía de la letra, altura x, Asta, brazo, cola, ligadura, blanco interno, oreja, anillo, Serif o remate, bastones ascendentes descendentes, etc.</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>

		apoyándose en los conocimientos adquiridos por el análisis tipográfico, sus familias y sus componentes. Entrega de Tipografía completa vectorizada y elaboración de tipografía funcional.		
A9-. Capaz de desarrollar logotipos comerciales transmitiendo el mensaje visual de manera correcta y efectiva dentro de su segmentación de mercado sobresaliendo de manera positiva ante competidores.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 9 de logotipo comercial con eficaz comunicación visual del producto o marca que se representa. Etapa de bocetaje de alternativas y variantes de color en el mismo generando amplia gama de opciones, seleccionando la mejor opción para su respectiva entrega.	Solución correcta, impacto visual, aplicación de elementos de composición. Revisión de propuestas y sus alteraciones y variantes, en fecha acordada	El docente indicara a los alumnos a que tengan La capacidad de analizar logotipos existentes con cada uno de sus componentes y relacionar con los valores u objetivos de la marca o producto, así como conociendo su segmentación de mercado. El alumno Entregara la Tipografía funcional digital y además Desarrollara un “logotipo de producto o marca comercial” (nuevo o	Definición de logotipo, anatomía del logotipo, Clasificaciones de logotipo: Tipográfico, Caligráfico, Ilustrativo, Simbólico y Abstracto. Mencionar los entornos de texto en un logotipo: Estilo gráfico, esquema de colores, Tipografía, Nombre, Eslogan, Actividad, Ventaja competitiva, Nombre antiguo de la empresa	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top

		rediseño). Una imagen en base a el objetivo, políticas de la empresa o lo que busca transmitir el producto.		
A 10-. Habilidad para detectar los elementos esenciales en la creación de empaques y que influyen en la toma de decisión del consumidor y en la identificación con el mismo.				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 10 de integración del producto con su envase para transmitir un lenguaje coherente e innovador.	<p>Revisión de propuestas de logotipo y bocetos con muestra gráfica de aplicación en empaque de producto estos deberán estar bien presentados.</p> <p>Buen Impacto visual, Interpretación del consumidor y competencia gráfica en el mercado.</p>	El docente explicara La importancia de la imagen que se proyecta en los gráficos que aparecen en cada producto, como carta de presentación en un mundo de competidores El alumno Desarrollara la “Imagen visual en empaque de producto” o flyer promocional del mismo. Aplicando los conocimientos vistos previamente durante el semestre.	<p>Definición de logotipo, anatomía del logotipo, Clasificaciones de logotipo: Tipográfico, Caligráfico, Ilustrativo, Simbólico y Abstracto.</p> <p>Mencionar los entornos de texto en un logotipo:</p> <p>Estilo gráfico, esquema de colores, Tipografía, Nombre, Eslogan, Actividad, Ventaja competitiva, Nombre antiguo de la empresa.</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>

A11-. Capacidad creativa para conceptualizar ideas de artículos que apoyen la promoción de productos				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 11 de desarrollo de artículo promocional o souvenir del producto con un lenguaje de apoyo y persuasivo que sea memorable y conserve la presencia de la marca o producto en el posible consumidor.	Debe contener Creatividad, Innovación, Estética y su relación con producto o empresa	<p>El docente explicara La creatividad que se necesita para permanecer en la mente de las personas para ser recordado y la disposición del usuario por conservar un artículo que prolonga por más tiempo la marca en su inconsciente.</p> <p>El alumno Conociendo el perfil de los usuarios que consumen la marca o producto elaborara un “Diseño de Artículo promocional” en base a la marca o producto que se está diseñando.</p>	<p>Definición de logotipo, anatomía del logotipo, Clasificaciones de logotipo: Tipográfico, Caligráfico, Ilustrativo, Simbólico y Abstracto.</p> <p>Mencionar los entornos de texto en un logotipo:</p> <p>Estilo gráfico, esquema de colores, Tipografía, Nombre, Eslogan, Actividad, Ventaja competitiva, Nombre antiguo de la empresa.</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>
A12- Sensibilidad y juicio objetivo para hacer gráficos agradables y persuasivos con actitud de compra				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio12 para la identificación del tipo producto, empaque, el mensaje y su exhibición al público.	<p>Revisión de Avance</p> <p>Debe contener Creatividad, Innovación, Estética y su relación con producto o</p>	El docente hara que el alumno Reconozca los distintos tipos de exhibición y su lenguaje empleado así como su entorno físico	Definición de logotipo, anatomía del logotipo, Clasificaciones de logotipo: Tipográfico, Caligráfico,	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos</p> <p>Salón de clase</p>

	empresa.	y sus ángulos visibilidad La presencia de la marca en las tiendas elaborando el alumno una adecuada “Comunicación visual en exhibidor o punto de venta” empleando al máximo los elementos compositivos	Ilustrativo, Simbólico y Abstracto. Mencionar los entornos de texto en un logotipo: Estilo gráfico, esquema de colores, Tipografía, Nombre, Eslogan, Actividad, Ventaja competitiva, Nombre antiguo de la empresa.	Pizarrón In focus Proyector Lap top
A13-, Sensibilidad y juicio objetivo para hacer gráficos agradables en ambientes institucionales				
Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Ejercicio 13 proyecto que estimula el enfoque institucional dentro de reuniones de negocios a proveedores y distribuidores, mediante la comunicación visual adecuada.	Revisión de Avance Debe contener Creatividad, Innovación, Estética y su relación con producto o empresa.	El docente expondrá la Identificación del ambiente en las exposiciones de negocios, conociendo sus principales enfoques, demandas y necesidades para tomar decisiones y lograr una imagen visual exitosa. El alumno realizara Exposiciones de negocios corporativas generando la “Comunicación visual en Stand” para	Definición de logotipo, anatomía del logotipo, Clasificaciones de logotipo: Tipográfico, Caligráfico, Ilustrativo, Simbólico y Abstracto. Mencionar los entornos de texto en un logotipo: Estilo gráfico, esquema de colores, Tipografía, Nombre, Eslogan, Actividad, Ventaja competitiva, Nombre antiguo de la empresa.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos Salón de clase Pizarrón In focus Proyector Lap top

		dar una amplia presencia ante los distribuidores o clientes mayoritarios.		
7. Evaluación integral de procesos y productos (ponderación / evaluación sumativa).				
Evidencia 1 al 9 70%				
Evidencia 10 al 12 20%				
8. Producto integrador del aprendizaje de la unidad de aprendizaje (señalado en el programa sintético).				
Evidencia 13 10% proyecto de enfoque institucional dentro de reuniones de negocios a proveedores y distribuidores				
9. Fuentes de apoyo y consulta (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas).				
<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. 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 				

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



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA

PROGRAMA ANALITICO: UNIDAD DE APRENDIZAJE DE DISEÑO DE LA INFORMACIÓN Y LA IMAGEN 1

RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA: MDP. Marta Molina, MC. Magdalena Loredo Gómez, L.D.I. Jessica Wah Robles, LDI. Roberto Rangel

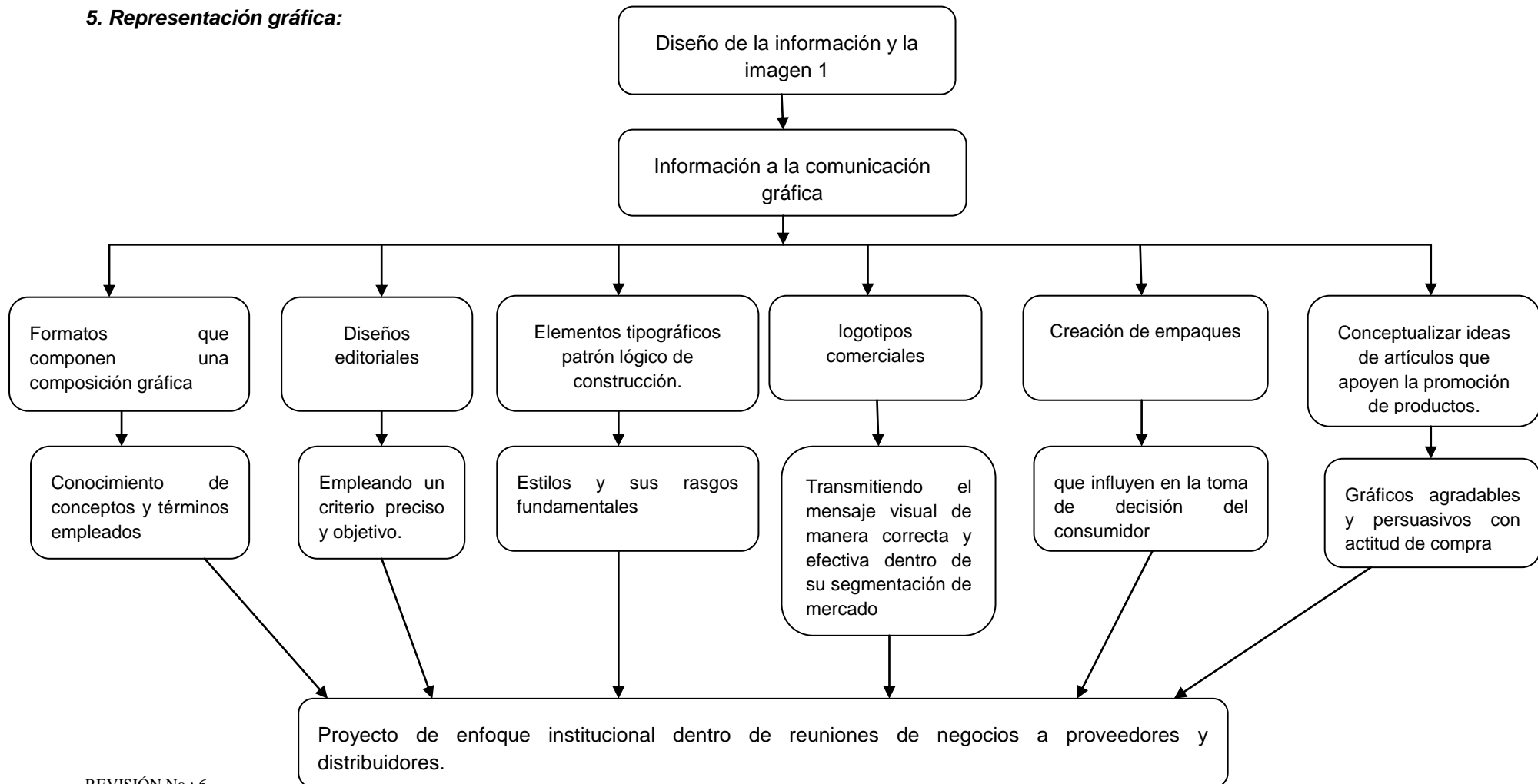
LDI. Jessica Wah Robles
COORDINACIÓN DEL ÁREA DE EXPRESION GRAFICA

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:





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ARQUITECTURA

PROGRAMA SINTETICO: UNIDAD DE APRENDIZAJE DE DISEÑO DE LA INFORMACIÓN Y LA IMAGEN 1

RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA: MDP. Marta Molina, MC. Magdalena Loredó Gómez, L.D.I. Jessica Wah Robles, LDI. Roberto Rangel

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



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA