

## CARTA DESCRIPTIVA (FORMATO MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

### I. Identificadores de la asignatura

<b>Instituto:</b> IADA	<b>Modalidad:</b> Presencial
<b>Departamento:</b> Diseño Gráfico	<b>Créditos:</b> 6
<b>Materia:</b> Procesos y Costos en el Diseño	<b>Carácter:</b> Obligatoria
<b>Programa:</b> Licenciatura en Diseño Gráfico	<b>Tipo:</b> Taller
<b>Clave:</b> DIS-1438-00	
<b>Nivel:</b> Avanzado	
<b>Horas:</b> 4 <b>Teoría:</b> 2 <b>Práctica:</b> 2	

### II. Ubicación

<b>Antecedentes:</b>	<b>Clave</b>
Metodología del diseño	DIS-1407-00
Introducción a la mercadotecnia	DIS-1419-00
<b>Consecuente:</b>	
Ninguno	

### III. Antecedentes

**Conocimientos:** El estudiante debe contar con el conocimiento de las metodologías del diseño, principios básicos de mercadotecnia y conocimiento del campo profesional.

**Habilidades:** Razonamiento, manejo de información, habilidad para aplicar el conocimiento, manejo de tecnologías, trabajo en equipo, toma de decisiones, solución de problemas, habilidad para investigar y administración de personas y tareas.

**Actitudes y valores:** Respeto, honestidad, responsabilidad. Actitud crítica, ética profesional, productividad y tolerancia.

#### IV. Propósitos Generales

Los propósitos fundamentales del curso son comprender los procesos y el valor del diseño para poder desarrollar y cotizar proyectos por medio de metodologías de diseño y herramientas mercadológicas.

Aprender a trabajar en equipo, administrar y delegar responsabilidades y tareas para solucionar un problema de forma integral.

#### V. Compromisos formativos

**Intelectual:** El estudiante comprenderá la situación actual del diseño gráfico y podrá planear la elaboración de proyectos y cotizarlos.

**Humano:** El estudiante reflexionará acerca de la importancia del diseño gráfico y las implicaciones éticas de los procesos en relación con su desempeño profesional como diseñador gráfico.

**Social:** El estudiante analizará y comprenderá el valor del diseño gráfico en el contexto social.

**Profesional:** El estudiante tendrá la capacidad analítica para administrar y optimizar su flujo de trabajo, saber valorar y cotizar su trabajo como profesionista y saber cómo llevar la relación con clientes y proveedores.

#### VI. Condiciones de operación

**Espacio:** Aula

**Laboratorio:** No aplica

**Población:** 30

**Material de uso frecuente:** Computadora y proyector

**Condiciones especiales:** No aplica

**Mobiliario:**  
Mesabancos, sillas y pizarrón.

## VII. Contenidos y tiempos estimados

Temas	Contenidos	Actividades	Tiempo
<b>Introducción al curso</b>	Planteamiento del curso Forma de evaluar Introducción	Presentación de la materia y forma que se evaluara la materia.	1 clase
<b>Visión general del diseño gráfico</b>	¿Qué es el diseño gráfico?  ¿Qué es un diseñador?  El valor del diseñador	Presentación de los temas. Dar una lectura para analizar y debatir la siguiente clase.	2 clase
	Visión general del diseño gráfico en México  Ramas del diseño gráfico <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos</li> </ul>	Presentación del diseño gráfico en México. Agrupar a los alumnos y pedir que investiguen las diferentes ramas del diseño gráfico y los productos que pueden desarrollar estas. Exponer investigación en la siguiente clase.	2 clases
<b>Procesos del diseño gráfico</b>	Metodología del diseño gráfico <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruno Munari</li> <li>• Victor Papanek</li> <li>• Cristopher Jones</li> <li>• Gui Bonsiepe</li> <li>• Abraham Moles</li> <li>• UAM AZT</li> </ul>	Repaso de las metodologías del diseño gráfico. Que el alumno sintetice la información otorgada, relacione cada uno de los conceptos y realice un mapa mental de las metodologías.	2 clases
	¿Qué es un brief?  Definir el problema/trabajo	Presentación de que es un brief. Organizar por grupos y dar un brief a cada uno para que identifiquen las partes, componentes y variables del problema planteado.	2 clases
	Investigar <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recaudar información</li> <li>• Grupos meta</li> <li>• Muestreo</li> <li>• Retroalimentación</li> </ul>	Exposición del tema. Los grupos tendrán que hacer una investigación de acuerdo al brief anteriormente dado.	2 clases
	Idear <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño básico</li> <li>• Pensamiento</li> <li>• Inspiración</li> <li>• Evaluación</li> <li>• Bocetar</li> <li>• Presentar ideas</li> </ul>	Presentación del tema con ejemplos visuales. Los grupos bocetaran dentro del aula y basándose en el brief y la información anteriormente recaudada.	2 clases
	Prototipo <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo</li> <li>• Tipos de prototipo</li> </ul>	Presentación del tema con ejemplos visuales. Los grupos realizaran sus prototipos y se harán revisiones dentro del aula.	2 clases
	Seleccionar  Implementar	Presentación del tema y revisión del proyecto Exposiciones del resultado final de los proyectos donde mencionaran cada uno de los procesos que se llevaron a cabo para realizar el trabajo.	2 clases

<b>Costos</b>	<p>Valor del diseño gráfico</p> <p>Administración del flujo de trabajo</p> <p>Optimización del tiempo, calendarización de proyectos</p>	<p>Presentación del valor del diseño gráfico.</p> <p>Otorgar lecturas a los alumnos para discusión en el aula y creación de un mapa mental para plasmar la importancia del flujo de trabajo.</p>	2 clases
	<p>Gastos fijos</p> <p>Gastos indirectos</p> <p>Forma de presupuestar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por hora</li> <li>• Por proyecto</li> <li>• Por íguala</li> <li>• Por uso o utilización</li> <li>• Por regalías</li> <li>• Por consulta</li> </ul>	<p>Exposición del tema y las diferentes formas de presupuestar.</p> <p>El alumnos sintetizara la información dada en clases, hará una investigación de sus gastos y decidirá una de las formas de presupuestar para trabajar en el aula.</p>	4 clases
	<p>Entrevista con el cliente</p> <p>Términos, convenios y contratos</p> <p>Trabajo como Freelance</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación con clientes y proveedores</li> </ul> <p>¿Cómo conseguir clientes?</p>	<p>Exposición de los temas.</p> <p>Se otorgaran lecturas a los alumnos para debatir la siguiente clase y después puedan sintetizar la información y realizar un ensayo sobre los temas vistos.</p>	2 clases
<b>Proyecto final</b>	<p>Realización de un proyecto que contenga procesos, flujo de trabajo, costos, términos y contratos.</p>	<p>Se dividirán en grupos y se les darán proyectos a realizar de un grupo a otro, de esta manera los alumnos podrán estar en ambos papeles, tanto diseñadores como en clientes, tendrán que detallar procesos, tiempos, costos, términos y contratos en una exposición.</p>	4 clases

## VIII. Metodología y estrategias didácticas

### Metodología Institucional:

- a) Elaboración de ensayos, monografías e investigaciones (según el nivel) consultando fuentes bibliográficas, hemerográficas y en Internet.
- b) Elaboración de reportes de lectura de artículos en lengua inglesa, actuales y relevantes.

### Estrategias del Modelo UACJ Visión 2020 recomendadas para el curso:

- a) Búsqueda, organización y recuperación de información.
- b) Ejecución-ejercitación.
- c) Investigación.

- d) Sensibilización.
- e) Trabajo colaborativo.

## IX. Criterios de evaluación y acreditación

### a) Institucionales de acreditación:

Acreditación mínima de 80% de clases programadas

Entrega oportuna de trabajos

Calificación ordinaria mínima de 7.0

Permite examen único: No

### b) Evaluación del curso

Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:

Trabajos de Investigación :	20%
Prácticas:	10%
Proyectos:	50%
Proyecto final	20% □

## X. Bibliografía

### • Bibliografía obligatoria:

- Cuevas, Sergio. Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México. Editorial Gustavo Gili. España 2011.
- Fischer Laura, Espejo Jorge, Mercadotecnia, 4ta edición, Mc Graw Hill, México 2011.
- Pelta, Raquel. Diseñar hoy, temas contemporáneos de diseño gráfico. Paidós Diseño. España 2004.
- Robbins, Stephen. Fundamentos de Administración. Pearson educación. México 2002.
- Vilchis, Luz del Carmen. Diseño Universo de conocimiento, Investigación de proyectos en la comunicación gráfica. Centro Juan Acha. Mexico 1999.
- Vilchis, Luz del Carmen. Metodología del Diseño, Fundamentos Teóricos. Centro Juan Acha. México 2002.

**•Bibliografía de lengua extranjera:**

- Ambrose, Gavin. Approach and Language. AVA Publishing. Suiza 2011.
- Ambrose, Gavin. Design Thinking. AVA Publishing. Suiza 2010.
- Ambrose, Gavin. Fundamentals of Graphic Design. AVA Publishing. Suiza 2009.
- Ambrose, Gavin. The production manual. AVA Publishing. Suiza 2008.
- Heller, Steven. The education of a graphic designer. Allworth Pres. Canada 2005

**X. Perfil deseable del docente**

Perfil de licenciatura afín a la mercadotecnia: diseño, comunicación, mercadotecnia o administración

**XI. Institucionalización**

**Responsable del Departamento:** Mtra. Guadalupe Gaytán Aguirre

**Coordinador/a del Programa:** Lic. Saulo Ángel Favela Castro

**Coordinador de la Academia:** Mtro. César Camacho

**Fecha de elaboración:** Diciembre 2013

**Elaboró:** Héctor López González