

OBJETIVO:

Formar profesionales del Diseño Gráfico que resuelvan problemas de comunicación visual, atendiendo a los usuarios de dichas soluciones, generando ideas y conceptos creativos representados gráficamente, capaz de estructurarlos bajo términos de estética, producción y comunicación, con capacidad para ejercer las gestiones administrativas y mercadológicas inherentes a esta actividad, ya sea en empresas propias o como empleados, enmarcado todo esto en una conciencia social.

PERFIL DEL ASPIRANTE:

- Habilidad para el dibujo y la representación.
- Destreza manual constructiva.
- Actitud favorable a la lectura, la observación y el estudio.
- Actitud de iniciativa.
- Capacidad de comprensión del pensamiento abstracto.
- Disposición analítica de la comunicación visual.

PERFIL DEL EGRESADO:**CONOCIMIENTOS:**

- De aspectos de la Comunicación como la ciencia que estudia las teorías, los elementos, los procesos y agentes sociales y culturales de la vinculación humana para tener un marco teórico que le permita observar, analizar, interpretar y comprender el problema de comunicación gráfica a resolver.
- De las áreas del Diseño Gráfico, sus géneros y características para elegir y proyectar con objetividad la solución a un problema de comunicación visual.
- De la metodología del Diseño Gráfico que le permita el análisis de los problemas de la comunicación visual y la obtención de resultados coherentes y eficaces.
- De los procedimientos en la proyección de soluciones a problemas de comunicación gráfica para controlar las decisiones creativas a cada caso o necesidad.
- De la teoría filosófica estética, semiótica y hermenéutica del Diseño Gráfico, para la reflexión acerca de la profesión y de los productos del diseño y su función en el desarrollo de la sociedad.
- De las técnicas de representación gráfica para la formalización de ideas y conceptos.
- De las técnicas y tecnologías de producción del Diseño Gráfico.
- De las técnicas para la cotización y proyección adecuada y económica del Diseño Gráfico.
- De los principios de la sociología y psicología inherentes a los procesos de comunicación visual que le orienten en las decisiones acerca del cómo y con qué argumentar el mensaje gráfico para resolver el problema Diseño.
- De las bases de la Mercadotecnia que permitan la incorporación del Diseño Gráfico de elementos que favorezcan la competitividad del producto o servicio.
- De los principios de la estadística, para la sistematización de la información en la investigación de los mercados y de los usuarios del Diseño Gráfico.
- De las áreas funcionales de las empresas para facilitar la comunicación interdepartamental.
- De los procesos administrativos para que pueda planear, organizar, dirigir y controlar los recursos en el Diseño Gráfico.

HABILIDADES:

- Para investigar, analizar y resolver problemas de Diseño Gráfico, detectando las características culturales de los grupos sociales a través de la investigación del entorno social, cultural y económico, para dirigir los tipos de agentes de la comunicación visual hacia los usuarios en particular, concretando los lineamientos del diseño del mensaje.
- Para generar ideas y conceptos creativos con diferentes alternativas y soluciones manejando materiales, instrumentos y herramientas integrados en el proceso de diseño, generando de manera operacional los mensajes diseñados.
- Para supervisar el control de calidad en la reproducción de las imágenes diseñadas.
- Para evaluar los mensajes diseñados en función de sus efectos sobre la conducta del usuario.
- Para desarrollar el criterio analítico y crítico ante el fenómeno del Diseño Gráfico.

- Para emitir juicios de pertinencia estética e interpretativa acerca del Diseño Gráfico.
- Para emitir y desarrollar su propia empresa.
- Para comprender textos y conversaciones en inglés, francés o italiano, en su nivel intermedio.

ACTITUDES:

- Ética, observando y reflexionando ante los fenómenos de la comunicación social general.
- De disciplina y orden para dar respuestas de comunicación visual a diferentes problemas en su ejercicio profesional.
- De interacción con profesionales de otras disciplinas.
- De apertura ante las diferentes corrientes estéticas, semióticas y filosóficas, las tendencias e innovaciones en la comunicación visual y las manifestaciones culturales.
- De seguridad en la toma de decisiones.
- Competitiva, propositiva y emprendedora.
- Comprometida con su entorno social.

CAMPO DE TRABAJO:

Tomando en cuenta los alcances previstos en los rubros anteriores, el egresado estará preparado para integrarse como empleado, director creativo, independiente o asociado a despacho, en los sectores:

- Industrial, en la comunicación interna, a través de la solución con mensajes visuales a problemas diversos, contribuyendo a las aspiraciones del logro de calidad de las empresas. Y en la comunicación externa, con el desarrollo de la imagen de la empresa y sus productos para promoción de los mismos.
- Comercial, desarrollando la imagen de las empresas para diseño publicitario.
- Turística, apoyando a la infraestructura turística a través de su promoción y venta de servicios por medio de la comunicación visual.
- Agropecuario, con apoyos didácticos visuales en el proceso de capacitación de dicho sector.
- Servicios profesionales, desarrollando su imagen para promoción de sus servicios profesionales.
- Educativo y cultural, desarrollando la comunicación visual para la promoción y difusión de la cultura.
- Gubernamental, en el área de comunicación social de todas las dependencias.
- Político e ideológico, desarrollando imágenes visuales para la propaganda de ideas.

DURACIÓN:

Nueve semestres.

PLAN DE ESTUDIOS

PLAN 2001
CARRERA 27

	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Primer Semestre					
INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DEL DISEÑO	3	0	6	C. DIS. Y CONST.	TEORÍA Y METODOS
REDACCIÓN	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	LETRAS
DISEÑO BÁSICO	3	6	12	C. DIS. Y CONST.	DIS. DEL HÁBITAT
DIBUJO AL NATURAL	1	3	5	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
DIBUJO TÉCNICO	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
REPRESENTACIÓN DIGITAL I	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
FOTOGRAFÍA	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	MANUFAC. DE PROT.
Segundo Semestre					
TEORÍA DEL DISEÑO I	3	0	6	C. DIS. Y CONST.	TEORÍA Y METODOS
REDACCIÓN DE TEXTOS ESPECIALIZADOS	2	2	6	C. SOC. Y HUM.	LETRAS
TALLER DE INVESTIGACIÓN I	3	1	7	C. DIS. Y CONST.	TEORÍA Y METODOS
PROCESOS DE CONFIGURACIÓN GRÁFICA	3	6	12	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
TALLER DE INVENTIVA	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
DIBUJO DE LA FIGURA HUMANA	1	3	5	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
GEOMETRÍA	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
REPRESENTACIÓN DIGITAL II	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
Tercer Semestre					
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA	3	0	6	C. SOC. Y HUM.	PSICOLOGÍA
TALLER DE INVESTIGACIÓN II	3	1	7	C. DIS. Y CONST.	TEORÍA Y METODOS
INTRODUCCIÓN A LA TIPOGRAFÍA	3	6	12	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
SIGNO, SÍMBOLO Y LOGOTIPO	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
TECNICAS DE REPRESENTACION I	1	5	7	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
REPRESENTACIÓN DIGITAL III	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACIÓN
COLORIMETRÍA	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACIÓN
Cuarto Semestre					
SEMIÓTICA	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
TEORÍA DE LA ARGUMENTACIÓN	2	1	5	C. SOC. Y HUM.	FILOSOFÍA
DISEÑO EDITORIAL I	3	6	12	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
GRÁFICA DEL ENTORNO	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
TECNICAS DE REPRESENTACION II	1	5	7	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACION
REPRESENTACIÓN DIGITAL IV	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACIÓN
ARTES GRÁFICAS	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	MANUFAC. DE PROT.
ESTADÍSTICA I	4	0	8	C. BASICO	ESTADÍSTICA
Quinto Semestre					
TEORÍA DEL DISEÑO II	3	0	6	C. DIS. Y CONST.	TEORÍA Y METODOS
TALLER DE EVALUACIÓN DEL DISEÑO	3	0	6	C. DIS. Y CONST.	TEORÍA Y METODOS
DISEÑO EDITORIAL II	3	6	12	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
INT. DE DISEÑO GRÁFICO DE ENVASE Y ETIQUETA	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
MEDIOS AUDIOVISUALES	4	0	8	C. DIS. Y CONST.	MANUFAC. DE PROT
ESTADÍSTICA II	4	0	8	C. BASICO	ESTADÍSTICA
INTRODUCCIÓN A LA FUNCIÓN EMPRESARIAL	4	0	8	C. ECO. ADMVO.	ADMÓN. BÁSICA
Sexto Semestre					
TEORÍA DEL DISEÑO III	3	0	6	C. DIS. Y CONST.	TEORÍA Y METODOS
DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA	3	6	12	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
INT. AL DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO	2	2	6	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
ILUSTRACIÓN	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACIÓN
FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	4	0	8	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
ADMINISTRACIÓN GENERAL	3	1	7	C. ECO. ADMVO.	ADMÓN. BÁSICA
Séptimo Semestre					

ÉTICA DEL DISEÑO	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	FILOSOFIA
TECNOLOGÍA DE PRESENTACION DE PROYECTOS	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	REPRESENTACIÓN
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4	0	8	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE					

Octavo Semestre	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
SEMINARIO DE TEORIA DEL DISEÑO	3	0	6	C. DIS. Y CONST.	TEORIA Y METODOS
COTIZACION DE PROYECTOS DE DISEÑO	2	1	5	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
PROYECTO EMPRESARIAL	0	6	6	C. ECO. ADMVO.	ADMÓN. BÁSICA
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE					

Noveno Semestre	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
ASPECTOS LEGALES DEL DISEÑO	4	0	8	C. SOC. Y HUM.	DERECHO
TALLER INTEGRAL	3	6	12	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
OPTATIVA PROFESIONALIZANTE					

OPTATIVAS PROFESIONALIZANTES:

	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Módulo I: Diseño Publicitario					
TEORÍA DE LA PUBLICIDAD	1	3	5	C. SOC. Y HUM.	COMUNICACIÓN
DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO I	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO II	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO

Módulo II: Empaque y etiqueta	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
TEORÍA DEL DIS. GRAF. DE EMPAQUE Y ETIQUETA	1	3	5	C. DIS. Y CONST.	TEORIA Y METODOS
DISEÑO GRÁFICO DE EMPAQUE Y ETIQUETA II	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO
DISEÑO GRÁFICO DE EMPAQUE Y ETIQUETA III	2	4	8	C. DIS. Y CONST.	DIS. DE I. Y PRODUCTO

Módulo III: Mercadotecnia de servicios	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
MERCADOTECNIA DE SERVICIOS	3	1	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
PROMOCIÓN DE SERVICIOS	3	1	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA
ESTRUCTURA DE VENTA DE SERVICIOS	3	1	7	C. ECO. ADMVO.	MERCADOTECNIA

ÉNFASIS Diseño Publicitario
ÉNFASIS Empaque y Etiqueta
ÉNFASIS Mercadotecnia de Servicios

PROGRAMAS INSTITUCIONALES

- Prácticas Profesionales
- Servicio Social
- Tutorías
- Movilidad e Intercambio Académico
- Fomento a las Lenguas Extranjeras
- Programa de Formación Humanista

REQUISITOS DE TITULACIÓN

- Haber cumplido con el requisito del servicio social.
- Comprobar que no se tiene adeudo alguno con la Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Haber cubierto con la cuota establecida en el plan de arbitrios para la obtención del título.
- Haber presentado el examen de egresados.
- Haber acreditado un segundo idioma.

Además de los requisitos antes señalados, el egresado deberá cubrir los siguientes aspectos:

- 9 créditos de Formación Humanista
- 240 horas de Prácticas Profesionales

