

Formar Licenciados en Diseño Gráfico capaces de analizar, generar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación visual en los ámbitos de diseño gráfico de servicios y productos, reproducción de la imagen y de gestión estratégica para intervenir problemas complejos en entornos impresos y digitales, de forma creativa, innovadora, ética, responsable, sostenible y con liderazgo.

## PLAN DE ESTUDIOS

**1**

Taller de Experimentación Gráfica  
Taller de Composición Gráfica  
Gráfica Vectorial  
Dibujo Tridimensional  
Color para el Diseño  
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras  
Programa Institucional de Formación Humanista

**2**

Taller de Redacción  
Taller de Conceptualización Visual  
Edición de Imagen Digital  
Dibujo del Natural y Figura Humana  
Semiótica  
Fundamentos de la Tipografía  
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras  
Programa Institucional de Formación Humanista

**3**

Dibujo Creativo  
Fotografía  
Diseño Tipográfico  
Maquetación Editorial  
Taller de Significación Visual  
Historia de la Imagen Visual  
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras  
Programa Institucional de Formación Humanista

**5**

Mercadotecnia Básica  
Diseño Editorial Avanzado  
Tecnologías de Reproducción Gráfica II  
Ilustración Aplicada  
Tendencias del Diseño  
Diseño y Usuario  
Programa Institucional de Prácticas Profesionales (Curso de inducción)

# Lic. en Diseño Gráfico

### PERFIL DEL ASPIRANTE

- Interés por la publicidad, el diseño de marcas y productos editoriales
- Capacidad creativa y de observación
- Capacidad de síntesis de información
- Interés por la cultura visual
- Iniciativa y espíritu propositivo
- Apreciación de la diversidad y la multiculturalidad
- Habilidad para el uso de software y nuevas tecnologías
- Habilidad para el dibujo y la representación gráfica
- Actitud analítica y sensible hacia los diferentes entornos sociales
- Disposición para el trabajo individual y grupal
- Disciplina en el trabajo
- Capacidad de autocrítica
- Capacidad de autoaprendizaje
- Respeto



 **9 SEMESTRES**

**PLAN 2020**

**4**

Psicología del Diseño  
Diseño Editorial  
Tecnologías de Reproducción Gráfica I  
Ilustración  
Teoría de la Imagen Visual  
Diseño de Información  
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras  
Programa Institucional de Formación Humanista

**6**

Diseño de Sistemas de Identidad de Marca  
Cotización de Proyectos de Diseño Gráfico  
Teoría de la Publicidad  
Metodología de la Investigación  
Pensamiento Sistémico  
Animación Digital Aplicada  
Programa Institucional de Servicio Social (Curso de inducción)  
Programa Institucional de Prácticas Profesionales

**7**

Estudios Integrales de Diseño  
Comunicación Organizacional  
Diseño de Experiencias Digitales  
Diseño Gráfico Publicitario  
Diseño de Sistemas de Valor de Marca  
Optativa Profesionalizante I  
Programa Institucional de Servicio Social  
Programa Institucional de Prácticas Profesionales

**8**

Contratos y Lineamientos Legales del Diseño Gráfico  
Diseño y Gestión para Redes Sociales  
Diseño Estratégico  
Desarrollo de Emprendedores  
Ética Profesional  
Optativa Profesionalizante II  
Programa Institucional de Servicio Social  
Programa Institucional de Prácticas Profesionales

**9**

Plataformas de Difusión del Diseño Gráfico  
Taller de Diseño Integral  
Evaluación de Proyectos de Diseño Gráfico  
Diseño Sostenible  
Optativa Profesionalizante III  
Programa Institucional de Servicio Social  
Programa Institucional de Prácticas Profesionales

## CAMPO DE TRABAJO

El profesional del Diseño Gráfico podrá desempeñarse en puestos de diseño y gestión de la comunicación visual interna y externa en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas a nivel local, nacional e internacional, organismos públicos o privados y organizaciones no gubernamentales. Asimismo, puede desarrollar práctica profesional independiente y/o emprender empresas propias en el área de diseño gráfico.

El rol de un diseñador gráfico en el ámbito de la gestión empresarial, corporativa o institucional es fundamental para el éxito visual y la identidad de una marca. Su destreza técnica y creativa se convierte en un activo valioso en la creación de materiales de marketing, publicidad y comunicación que impactan positivamente en la percepción del público.

