

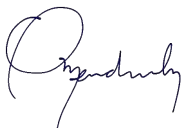


COMISIÓN PERMANENTE DE ASUNTOS TÉCNICOS

ASUNTO: SE RINDE INFORME Y DICTAMEN



DR. LUIS ENRIQUE PALAFOX MAESTRE
PRESIDENTE DEL CONSEJO UNIVERSITARIO
Presente.



Siendo las 9:00 horas del día 13 de agosto de 2026, se reunieron de manera virtual —por la plataforma Google Meet— quienes integran la COMISIÓN PERMANENTE DE ASUNTOS TÉCNICOS del Honorable Consejo Universitario de la Universidad Autónoma de Baja California, en acatamiento al citatorio girado por la M.I. EDITH MONTIEL AYALA, Secretaria de dicho cuerpo colegiado.



RESULTANDO



Que por acuerdo del pleno del H. Consejo Universitario, tomado en su sesión ordinaria del 21 de mayo de 2026, se encomendó a esta Comisión, acorde con lo establecido en el artículo 67 del *Estatuto General*, emitir dictamen respecto a la **propuesta de creación del programa educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, en modalidad semipresencial, que incorpora el programa de Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico, que presenta el Rector, por solicitud del Consejo Técnico de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño.** Revisado el proyecto por quienes participaron en la sesión— que forman parte de esta Comisión— y por integrantes de las unidades académicas proponentes, de la Coordinación General de Formación Profesional, así como de los departamentos respectivos, se formulan las presentes:



CONSIDERACIONES:



Primera. Una vez analizada la propuesta, se discutió con las personas funcionarias y académicas responsables.



Segunda. Se realizaron las observaciones y recomendaciones pertinentes.

Tercera. Dichas observaciones y recomendaciones fueron incorporadas a la propuesta.

Por tanto, la Comisión Permanente de Asuntos Técnicos emite el siguiente:



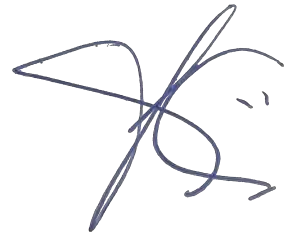
DICTAMEN:

ÚNICO.- Se aprueba la creación del programa educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, en modalidad semipresencial, que incorpora el programa de Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico, propuesta que presenta el Rector, por solicitud del Consejo Técnico de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma de Baja California, cuya vigencia iniciará a partir del ciclo escolar 2027-2.

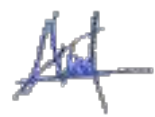
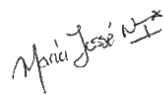
A T E N T A M E N T E

Mexicali Baja California, a 13 de agosto de 2026
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL SER"

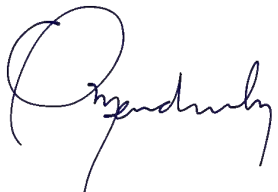
INTEGRANTES DE LA COMISIÓN PERMANENTE DE ASUNTOS TÉCNICOS



JESÚS ANTONIO PADILLA SÁNCHEZ
Director de la Facultad de Ciencias
Administrativas y Sociales



HEIDY ANHELY ZÚÑIGA AMAYA
Directora de la Facultad de Ciencias
Humanas



GRICELDA MENDÍVIL ROSAS
Directora de la Facultad de Pedagogía e
Innovación Educativa



LETICIA GABRIELA RODRÍGUEZ
PEDRAZA
Directora de la Facultad de Enfermería



DAVID ABDEL MEJÍA MEDINA
Director de la Facultad de Ciencias de la
Ingeniería y Tecnología



DIANA DENISSE MERCHANT LEY
Directora de la Facultad de
Humanidades y Ciencias Sociales



MARIO ALBERTO CURIEL ÁLVAREZ
Director del Instituto de Ingeniería

ENRIQUE RENÉ BASTIDAS PUGA
Profesor de la Facultad de Ingeniería

ANA MARÍA VÁZQUEZ ESPINOZA
Profesora de la Facultad de Ciencias
Administrativas, Sociales e Ingeniería

MARÍA JOSSE NAVARRO IBARRA
Profesora de la Facultad de Medicina y
Nutrición

MANUEL ALEJANDRO GARDEA
GONZÁLEZ
Profesor de la Facultad de Idiomas
Tijuana

ANGÉLICA REYES MENDOZA
Profesora de la Facultad de Ciencias de
la Ingeniería, Administrativas y Sociales

DANIEL SALVADOR MANZANO GUZMÁN
Alumno de la Facultad de Ciencias
Químicas e Ingeniería

FEDERICO ZAVALA MOLINA
Alumno del Instituto de Ciencias
Agrícolas



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

"2026, Año de la Educación para la Construcción de la Paz"

Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual y Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico

Propuesta de creación de programa educativo en modalidad semipresencial, que incorpora un programa de Técnico Superior Universitario, y que presenta la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada.

A faint, artistic sketch of a ram's head with large, curved horns, rendered in a light green tone, serves as a background for the bottom section of the page.

Ensenada, Baja California, México. Octubre de 2026

**Propuesta de creación del programa educativo
Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, en
modalidad semipresencial que incorpora un programa de
Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico**

Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

DIRECTORIO

Dr. Luis Enrique Palafox Maestre

Rector

M.I. Edith Montiel Ayala

Secretaria General

Dra. Lus Mercedes López Acuña

Vicerrectora campus Ensenada

Dra. Haydeé Gómez Llanos Juárez

Vicerrectora campus Tijuana

Dr. Jesús Adolfo Soto Curiel

Vicerrector campus Mexicali

Dra. Yessica Espinosa Díaz

Coordinadora General de Formación Profesional

Dr. Julián Israel Aguilar Duque

Director de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño

Dr. Antelmo Castro López

Jefe del Departamento de Diseño Curricular



PROYECTO DE CREACIÓN Y DISEÑO CURRICULAR

Coordinadores

Dra. Ana Erika Ruiz Arellano
Dra. Claudia Rivera Torres
Dr. Julio César Rincón Martínez

Coordinación metodológica y técnica del diseño curricular

Dr. Antelmo Castro López
Dra. Yessica Espinosa Díaz
Dr. Jorge Eduardo Perezchica Vega
Dra. Ananda Aracely Navarro Barrera
Mtra. Ana Luisa Ramírez Jiménez

Diseño de programas de unidad de aprendizaje

Melina Amao Cenicerros
María Fernanda Arriaga Osuna
Rubén Avilés Reyes
Gabriela de Jesús Bacelis Dorantes
Claudia Marcela Calderón Aguilera
Karina Caro Corrales
Verónica Castañeda Brown
Jhosell Rosell Castro
Laura Angélica Cervantes Guzmán
Iván de Jesús Contreras Espinoza
Pedro Cortés González
Irma Cruz Soto
Alberto Enrique Estrella Castro
Lizeth Guadalupe Félix Lugo
Jorge Luis Osiris Fernandez Arias
Aurora García García de León
Rubén Guillermo García Martínez
Blanca Rosa García Rivera
Marcos Eduardo González Trevizo
Griselda Guerrero Corrales
Antonia Veneranda Holsworth Ríos

Yuver Maceda Bravo
Karen Estrella Martínez Torres
Haydee Meléndez Guillén
Juan Antonio Molina Garnica
Annia Paola Montes Mendoza
Marisol Montiel Berumen
Iliana Berenice Muñoz López
Genaro Nájera Ocegueda
Armando Navarro Suárez
Mariel Organista Camacho
Juan Ricardo Padilla Barrios
Rosalba Pinto
Julio César Rincón Martínez
Claudia Rivera Torres
Gustavo Alonso Romero Robles
Ana Erika Ruiz Arellano
Roberto Salazar Márquez
Manuel Alejandro Sánchez Fernández
Vannessa Lucía Sandoval Benavides
Rita Sofía Trillo Gabaldon
Samara Lilian Vilchis Medina
Laura Susana Zamudio Vega
Ernesto Zúñiga Benítez

Asesoría en el diseño de programas de unidad de aprendizaje

Lic. Verónica Elizabeth Rosas Rojas
Lic. Ana Luisa Ramírez Jiménez
Mtra. Itzel Ashanty Moreno Heras
Mtra. Brianda Guadalupe García Guerrero
Mtra. Melissa Zuno Bolaños
Dra. Ananda Aracely Navarro Barrera
Dr. Antelmo Castro López

Índice

1. Introducción	9
2. Justificación	14
2.1. Fundamentación social	15
2.2. Fundamentación de la profesión	31
2.3. Fundamentación institucional	48
2.4. Justificación del Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico.....	79
3. Filosofía y enfoque educativo	83
4. Plan de estudios de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual	91
4.1. Perfil de ingreso	91
4.2. Perfil de egreso	93
4.3. Campo profesional	94
4.4. Mapa curricular de licenciatura.....	96
4.5. Distribución de créditos y de unidades de aprendizaje	100
4.6. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación	102
4.7. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento	105
4.8. Modalidades de impartición de las unidades de aprendizaje	108
4.9. Tipología de las unidades de aprendizaje	111
5. Plan de estudios de Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico.....	117
5.1. Competencia de perfil de egreso.....	117
5.2. Campo profesional	118
5.3. Mapa curricular del Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico	119
5.4. Distribución de créditos y de unidades de aprendizaje	120
6. Estructura y componentes formativos del plan de estudios.....	121
6.1. Etapas de formación	121
6.1.1. Etapa básica	122
6.1.2. Etapa disciplinaria	123
6.1.3. Etapa terminal	124
6.2. Modalidad semipresencial de impartición del programa educativo	125

6.3. Características de impartición de las unidades de aprendizaje del plan de estudios	128
6.4. Operación del programa educativo semipresencial en la unidad académica	130
6.5. Operación y titulación del TSU	132
6.6. Progresión de experiencias de aprendizaje en inglés	134
6.7. Promoción del uso de las tecnologías de la información y la inteligencia artificial para el desarrollo de la profesión	142
6.8. Integración transversal de habilidades blandas.....	152
6.9. Certificados	159
6.10. Bienestar estudiantil	161
7. Modalidades de aprendizaje y obtención de créditos	163
7.1. Modalidades curriculares (ruta estructurada del plan de estudios)	163
7.1.1. Unidades de aprendizaje obligatorias	164
7.1.2. Unidades de aprendizaje optativas	165
7.1.3. Otros cursos optativos	166
7.2. Otras Modalidades de Aprendizaje y Obtención de Créditos (OMAS)	167
7.2.1. Estudios independientes	168
7.2.2. Ayudantía docente	168
7.2.3. Ayudantía de investigación	169
7.2.4. Ejercicio investigativo.....	170
7.2.5. Ayudantía de laboratorio	171
7.2.6. Apoyo a actividades de extensión y vinculación	172
7.2.7. Proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC)	173
7.2.8. Programa de emprendedores universitarios	175
7.2.9. Unidades de aprendizaje por asesoría académica	176
7.2.10. Actividades para la formación en valores.....	177
7.2.11. Movilidad e intercambio estudiantil	178
7.2.12. Actividades artísticas, culturales y deportivas.....	179
7.2.13. Cursos intersemestrales	180
7.3. Modalidades obligatorias y requisitos institucionales de egreso	181
7.3.1. Servicio social comunitario y profesional	181

7.3.2. Prácticas profesionales	182
7.3.3. Lengua extranjera	183
7.3.4. Modalidades de titulación.....	184
8. Condiciones institucionales para la operación del plan de estudios	186
8.1. Difusión del programa educativo	186
8.2. Recursos bibliográficos y de información	189
8.3. Programa de Tutoría Académica.....	192
8.4. Servicios de apoyo al estudiantado.....	194
9. Sistema de evaluación y aseguramiento de la calidad	197
9.1. Evaluación del plan de estudios	198
9.2. Evaluación del aprendizaje	199
9.3. Evaluación colegiada del aprendizaje	202
9.4. Uso de resultados y mejora continua	203
10. Proceso de validación curricular del plan de estudios	204
10.1. Evaluación por pares externos	205
10.2. Opinión técnica del Consejo de Vinculación.....	208
10.3. Aprobación del Consejo Técnico.....	223
10.4. Validación por la Coordinación General de Formación Profesional	229
10.5. Validación técnica por el Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital	230
11. Referencias	231
12. Anexos.....	237
12.1. Anexo 1. Formatos metodológicos	237
12.2. Anexo 2. Programas de unidad de aprendizaje.....	238
12.3. Anexo 3. Estudio de pertinencia social, factibilidad y referentes	1109

1. Introducción

La formación en diseño y comunicación visual se desarrolla en un contexto de transformación disciplinar asociado con las tecnologías digitales, la convergencia de medios y plataformas en la comunicación, y la integración del diseño en procesos de comunicación, innovación y gestión (NASAD, 2026). En el ámbito nacional e internacional se identifica una tendencia hacia enfoques que articulan el diseño con la toma de decisiones, la investigación de personas usuarias, la gestión de proyectos y el uso de tecnologías digitales (AIGA, 2025). Esta evidencia muestra que el campo ha ampliado su alcance más allá de la producción gráfica, incorporando dimensiones analíticas y metodológicas. En consecuencia, resulta necesario situar la formación profesional dentro de este proceso de evolución disciplinar.

En este marco, el diseño y la comunicación visual se comprenden como disciplinas orientadas a la resolución de problemáticas mediante procesos estructurados que integran análisis de contexto, conceptualización, desarrollo y evaluación de resultados. Desde esta perspectiva, se reconoce al diseño como una disciplina que implica la definición de problemas, la valoración de alternativas y la toma de decisiones fundamentadas en condiciones sociales, tecnológicas y organizacionales. De manera congruente, los referentes de evaluación profesional incorporan competencias relacionadas con el pensamiento estratégico, la gestión de proyectos y la evaluación de soluciones (icoD, 2014; AIGA, 2025; NASAD, 2026). Por lo tanto, la formación profesional requiere integrar estos componentes en su estructura curricular.

El programa educativo propuesto de “Diseño Estratégico de la Comunicación Visual”, se sustenta en la atención de problemáticas vinculadas con la comunicación visual en contextos contemporáneos. Entre éstas problemáticas se identifican la saturación de mensajes, la diversidad sociocultural de las audiencias, la accesibilidad de la información y la construcción de identidades visuales en ámbitos institucionales, productivos y comunitarios. Asimismo, se reconoce la necesidad de desarrollar propuestas que favorezcan la comprensión y apropiación de la información, así como la atención de necesidades relacionadas con la identidad cultural y la comunicación

ambiental. Estas problemáticas identificadas en los estudios de pertinencia social y factibilidad, evidencian la necesidad de formar profesionales con capacidad de análisis contextual, toma de decisiones fundamentadas y desarrollo de soluciones de comunicación visual pertinentes en diversos ámbitos sociales y productivos.

En el ámbito institucional, el nuevo programa educativo se articula con el compromiso de la Universidad Autónoma de Baja California de ampliar el acceso a la educación superior y atender necesidades del entorno social y productivo. En el municipio de Ensenada, la oferta educativa en diseño se concentra en instituciones privadas, mientras que la universidad pública no cuenta con un programa en este campo, lo que limita el acceso de personas aspirantes a esta formación. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer la cobertura educativa en el área disciplinar. Por lo tanto, la creación del programa educativo contribuye a la diversificación de la oferta educativa pública, al tiempo que se establece correspondencia con las estrategias institucionales en materia de formación profesional y atención al entorno social.

Asimismo, la propuesta del programa educativo se vincula con el proceso de consolidación de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño en el campo del diseño y la comunicación visual. A partir del cambio de denominación aprobado por el Consejo Universitario el 23 de noviembre de 2010, se estableció una orientación multidisciplinaria que reconoce la integración del diseño como una disciplina fundamental junto con la ingeniería y la arquitectura (UABC, 2010). No obstante, esta visión no se ha materializado plenamente en la oferta educativa de la unidad académica, lo que ha generado una brecha entre su denominación institucional y los programas académicos disponibles. En este sentido, la incorporación del programa de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual contribuye a fortalecer la identidad académica de la facultad, al tiempo que otorga coherencia a su denominación y amplía su participación en el campo del diseño. De esta manera, la propuesta se alinea con la función universitaria al favorecer una formación con enfoque interdisciplinario que permite la interacción entre áreas complementarias para la atención de problemáticas contemporáneas.

Esta propuesta de plan de estudios se deriva del programa educativo de Diseño Gráfico vigente a nivel institucional y actualizado en el 2021, que se oferta en la Facultad

de Arquitectura y Diseño en Mexicali, y en la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología en la unidad Valle de las Palmas (UABC, 2021), lo que garantiza la continuidad y pertinencia de la formación en relación con las necesidades del entorno social y productivo de la región. A partir de este referente, el nuevo programa educativo incorpora una modalidad semipresencial que responde a las orientaciones del Plan de Desarrollo Institucional 2023–2027, enfocadas en ampliar la cobertura y diversificar las trayectorias formativas mediante esquemas más flexibles. Esta modalidad articula espacios presenciales, necesarios para el desarrollo de habilidades técnicas y proyectuales, con actividades en línea enfocadas en el análisis conceptual y metodológico, lo que favorece la continuidad de la formación en personas que ya se encuentran insertas en el campo laboral. De manera complementaria, el programa educativo integra el Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico, el cual permite la acreditación de un nivel técnico orientado a la inserción temprana en el mercado laboral mediante el desarrollo de competencias operativas específicas.

Por otra parte, la propuesta del programa educativo se fundamenta en estudios de pertinencia social, factibilidad y referentes, los cuales integran el análisis de la demanda, la oferta educativa, el contexto laboral y las tendencias del campo disciplinar (estos se presentan en el siguiente capítulo). En el análisis de la demanda se identifica un interés significativo de personas aspirantes por cursar el programa educativo en la región, así como la aceptación de la modalidad semipresencial, en un contexto de acceso a tecnologías digitales. En relación con el contexto laboral, se identifica una demanda sostenida de profesionales del diseño y la diversificación de sus funciones en áreas como comunicación, mercadotecnia, producción y tecnología, particularmente en el uso e integración de tecnologías digitales y emergentes en constante evolución. Los requerimientos incluyen la evaluación de soluciones, la investigación de personas usuarias y la participación en procesos de toma de decisiones. Estos elementos evidencian la necesidad de una formación que integre capacidades analíticas y estratégicas, en congruencia con el enfoque formativo propuesto en este nuevo plan de estudios.

En consideración de lo anterior, se concluye que existe una demanda potencial para el programa educativo, condiciones favorables para su implementación en

modalidad semipresencial y la necesidad de diversificar la oferta educativa pública en la región. Asimismo, se identifica la pertinencia de una formación que articule análisis, conceptualización y evaluación en el campo del diseño y la comunicación visual. Estas conclusiones, derivadas del estudio sistemático realizado, constituyen un fundamento sólido para la creación del programa educativo en atención a las necesidades del entorno social, académico y productivo.

En este contexto, se propone la creación de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial. La denominación del programa responde a la evolución del campo disciplinar, en el que la comunicación visual se comprende como un proceso que integra análisis, planeación, desarrollo y evaluación de mensajes. El término “estratégico” refiere a la incorporación de procesos en la toma de decisiones, gestión y evaluación de impacto, en correspondencia con tendencias formativas incipientes en el ámbito nacional y con mayor consolidación en el contexto global, donde el diseño se configura como una disciplina orientada a la innovación y a la resolución de problemáticas complejas mediante enfoques estratégicos. De esta manera, la denominación delimita con precisión el alcance formativo del programa educativo y su pertinencia frente a las exigencias del campo profesional contemporáneo.

En ese sentido, el programa educativo se orienta a la formación de profesionales capaces de analizar contextos, desarrollar propuestas de comunicación visual y evaluar sus resultados mediante la integración de fundamentos teóricos, metodológicos y tecnológicos. Asimismo, incorpora el uso de tecnologías digitales y entornos de aprendizaje flexibles, en correspondencia con las condiciones identificadas en la población potencial y con los lineamientos institucionales. De esta forma, se establece congruencia entre modalidad, contexto y enfoque formativo. En consecuencia, se define una propuesta coherente con las demandas del entorno.

La presente propuesta de creación y diseño curricular se estructura a partir de una lógica integral que vincula la fundamentación de su pertinencia con la definición del proyecto formativo y su concreción en el plan de estudios. En este marco, se establecen los referentes educativos y curriculares que orientan la formación, la organización y los componentes del plan de estudios, las alternativas para el desarrollo de la trayectoria

estudiantil y la obtención de créditos, así como las condiciones institucionales necesarias para su operación. Finalmente, se incorporan los mecanismos de evaluación y mejora continua, así como las evidencias del proceso de validación curricular que sustentan la propuesta.

2. Justificación

La fundamentación social de un programa educativo permite situar la formación profesional dentro del contexto histórico, social y educativo en el que se desarrolla una disciplina. En el caso del diseño gráfico y de la comunicación visual, este análisis implica reconocer los procesos históricos que dieron origen a la profesión, las transformaciones que han configurado su desarrollo disciplinar y las condiciones actuales del campo formativo y profesional en distintos ámbitos geográficos. Comprender estos elementos resulta fundamental para identificar las necesidades sociales, culturales, tecnológicas y productivas que justifican la creación o actualización de programas educativos orientados a la formación de profesionales del diseño.

A partir de este marco de referencia, se analiza la demanda potencial del programa educativo mediante la revisión de información relativa a los posibles aspirantes y a las condiciones del entorno educativo en el que se inserta la propuesta. Asimismo, se describen los nuevos escenarios laborales asociados con el ejercicio profesional del diseño y la comunicación visual, los cuales se caracterizan por la expansión de los entornos digitales, la diversificación de los medios de comunicación y la creciente integración del diseño en procesos estratégicos de comunicación, innovación y desarrollo organizacional. Adicionalmente, se describe la flexibilidad y las ventajas de la modalidad de impartición en respuesta a las necesidades de las personas aspirantes en el contexto actual y en congruencia con lo establecido en el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2023).

El análisis que se incluye en este apartado permite sustentar la pertinencia social del programa educativo y ubicar su propuesta formativa dentro de las transformaciones contemporáneas del campo del diseño y de la comunicación visual. En este sentido, estos campos se fundamentan en la necesidad de un programa académico que integre conocimientos teóricos, metodológicos y tecnológicos orientados a la atención de las necesidades en los sectores sociales y productivos.

2.1. Fundamentación social

Necesidades y problemáticas sociales

La persona egresada del programa educativo Diseño Estratégico de la Comunicación Visual atenderá problemáticas sociales vinculadas con la comunicación visual en contextos que se caracterizan por la transformación digital, saturación de mensajes visuales y diversidad sociocultural. Entre estas problemáticas se identifica la necesidad de diseñar mensajes visuales pertinentes que faciliten la comprensión interpretación y apropiación de la información por parte de distintos grupos sociales, particularmente en ámbitos institucionales, corporativos, educativos, culturales, comunitarios y sociales, donde la claridad y pertinencia de los mensajes resultan fundamentales para comunicar información, orientar a las personas, promover la participación y favorecer la interacción entre organizaciones, instituciones y sociedad.

Asimismo, interviene en problemáticas relacionadas con la construcción y gestión de identidades visuales, en un entorno donde las organizaciones, instituciones y comunidades requieren posicionar mensajes con claridad, coherencia y responsabilidad social. Esto implica atender la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación visual que respondan a objetivos específicos, considerando a las audiencias, los contextos de uso y los impactos sociales de los mensajes producidos. En este sentido, el diseño deja de centrarse exclusivamente en la producción estética y se orienta hacia la solución de problemas de comunicación con base en el análisis contextual y la toma de decisiones fundamentadas.

De igual forma, el programa educativo reconoce la necesidad de garantizar el acceso equitativo a la información y de promover condiciones de accesibilidad en la comunicación visual para diversos grupos sociales. En este sentido, la formación de la persona egresada del programa incorpora principios de accesibilidad, inclusión y equidad, en correspondencia con los ejes transversales de responsabilidad social, inclusión e interculturalidad establecidos en la educación superior. Este enfoque permite el desarrollo de propuestas de diseño orientadas a facilitar la comprensión, el uso y la apropiación de la información, considerando la diversidad de capacidades, contextos socioculturales y condiciones de acceso. Como resultado, las soluciones de diseño

favorecen la eliminación de barreras comunicativas y fortalecen la participación informada de distintos sectores de la población.

Por otra parte, la formación en la profesión responde a la necesidad de fortalecer la identidad cultural y comunitaria mediante la comunicación visual, en contextos donde los procesos de globalización y estandarización tienden a la dilución de los rasgos locales. Por lo anterior, se requiere el desarrollo de propuestas de diseño que representen de manera pertinente los valores, símbolos y prácticas culturales de los distintos grupos sociales desde sus contextos histórico, social y geográfico; orientadas a la preservación y difusión de dichos referentes culturales en distintos medios y contextos de comunicación.

Además, el programa educativo incorpora el uso de tecnologías digitales y de inteligencia artificial en la producción de contenidos visuales, en este sentido, la formación contempla la integración de estas herramientas desde un enfoque crítico, ético y estratégico considerando sus implicaciones en los procesos de comunicación y en la construcción de significados. De esta manera, el diseño y la comunicación visual se desarrollan como prácticas orientadas a la toma de decisiones informadas, en correspondencia con el modelo educativo institucional basado en el desarrollo de competencias y el compromiso con el entorno social (UABC, 2018).

Adicionalmente, frente a los retos del desarrollo sostenible existe la demanda de estrategias visuales que promuevan las prácticas responsables, la apropiación del entorno y la sensibilización frente a problemáticas como el cambio climático, el manejo de recursos y la conservación del patrimonio natural y cultural. Ante esta necesidad, la persona egresada desarrolla propuestas de comunicación visual orientadas a la divulgación de contenidos ambientales fundamentados en el análisis del contexto y el estudio de la audiencia que contribuyen a la comprensión de dichas problemáticas y en consecuencia, a la adopción de prácticas informadas por parte de distintos sectores de la sociedad.

Demanda potencial del programa educativo

El programa educativo en Diseño Gráfico es afín al programa educativo en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual presentado en este documento. De esta manera, de acuerdo con el *Estudio de vocaciones y demanda de carreras profesionales*, publicado por la UABC (2020), en el que se busca "conocer y estudiar las preferencias vocacionales y la demanda de carreras profesionales de estudiantes de último año de Educación Media Superior del estado de Baja California" (UABC, 2020, p. 2), el programa educativo en Diseño Gráfico se ubica en la posición 12, de las 16 carreras que, en conjunto, representan el 65% del total de personas egresadas a nivel estatal, mismas que figuran como carreras cuya tendencia laboral demanda profesionistas especializados. Paralelamente, ocupa el octavo lugar de las nueve carreras que han incrementado el interés y la importancia por parte de egresados y egresadas. Asimismo, es la segunda carrera en el campo profesional "persuasivo comercial", más solicitada por estudiantes de nuevo ingreso a las instituciones de educación superior.

Adicionalmente, la demanda del programa educativo en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se definió a través de un estudio vocacional que buscó determinar el alcance, los rasgos y las tendencias de interés real de estudiantes próximos a egresar del nivel medio superior. El estudio se aplicó en prácticamente todas las preparatorias públicas de Ensenada:

- Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyTE);
- Colegio de Bachilleres de Baja California, Plantel Prof. Arturo David Velázquez Rivera (COBACH);
- Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California, Plantel Ensenada (COBACH);
- Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California, Plantel Valle de Guadalupe;
- Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica Núm. 64 (CONALEP 64);
- Centro de Estudios Tecnológicos Industrial y de Servicios Núm. 74 (CETIS 74);
- y,
- Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios Núm. 41 (CBTIS 41).

A excepción de aquellas preparatorias cuya área de especialización técnica es ajena a la del área de Diseño:

- Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario Núm. 323;
- Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario Núm. 198;
- Centro de Estudios Tecnológicos Del Mar Núm. 11; y,
- Centro Emsad Punta Colonet.

El estudio se enfocó a preparatorias públicas con el fin de involucrar a personas interesadas en cursar el programa educativo y que, por sus características, necesidades y condiciones sociodemográficas, comúnmente demandan ingreso a la UABC. La participación de cada preparatoria fue equilibrada entre el total de observaciones recabadas, con el fin de asegurar la pertinencia del análisis en cuanto a la proyección real de la demanda.

En general, el procedimiento de levantamiento de observaciones y obtención de resultados se llevó a cabo de forma sistemática, durante la segunda mitad de 2025. El proceso se desarrolló a partir de la participación de cuadrillas de trabajo, la aplicación del instrumento de forma impresa o digital, la conformación y tratamiento de la base de datos, el procesamiento por medio de funciones estadísticas básicas, la graficación de resultados y la interpretación de hallazgos.

La conformación del grupo de estudio se realizó mediante un muestreo por oportunidad, ya que la participación de estudiantes fue voluntaria en función del interés genuino manifestado por el programa educativo. Así, la muestra total estudiada se conformó de 223 estudiantes de quinto y sexto semestre. Lo anterior garantiza la pertinencia de los datos recabados para el análisis de la demanda potencial del programa.

Del total de participantes, cerca del 85% visualiza la posibilidad de cursar el programa educativo en la UABC-Ensenada de forma determinante, el resto, como segunda o tercera opción; y, el 75% de ellos, cursarlo en modalidad semipresencial. En este último caso, el aislamiento domiciliario por COVID-19 revolucionó el acercamiento de la población, de todas las edades, a las tecnologías emergentes, por lo que estudiar

una licenciatura en modalidad semipresencial, actualmente ya es una opción viable entre la población.

A este respecto, el estudio también evidenció alta solvencia tecnológica y acceso a internet desde casa por parte de los encuestados, dado que cerca del 70% manifestó contar con algún tipo de dispositivo informático disponible (computadora, tableta y/o dispositivo inteligente) y, prácticamente todos, contar con acceso a internet. Características que favorecen el esquema semipresencial de impartición de la licenciatura a partir de la plataforma institucional BlackBoard. Además, actualmente cerca del 70% utilizan con cierta frecuencia herramientas digitales como Google Meet, Google Classroom, Ofimática, OBS, etcétera, con un nivel de dominio medio, en promedio.

El interés manifestado por estudiantes de educación media superior sugiere un impacto positivo en la captación de matrícula, particularmente si se acompaña de acciones institucionales de difusión y orientación vocacional que fortalezcan el conocimiento de la oferta pública en diseño. Asimismo, se observa una aceptación favorable por la modalidad semipresencial, lo que respalda la viabilidad de la modalidad de impartición propuesta, lo que prima la garantía hacia una adecuada articulación entre actividades presenciales y aquellas mediadas por tecnologías digitales.

Por otro lado, con relación a la prospectiva de quienes buscan reconvertir, actualizar o profesionalizar su trayectoria laboral, en el *I Simposio Internacional de Diseño 2026-2030* (Instituto de Investigación en Diseño, 2026) se establecieron algunas recomendaciones para el futuro del Diseño en un contexto universitario latinoamericano:

1. Un currículo flexible, modular e interdisciplinaria que articule la teoría y la práctica durante la formación de diseñadores, trascendiendo de los esquemas rígidos y convencionales;
2. La formación en diseño se redefine como un proceso flexible y colaborativo, centrado en competencias transversales y en la capacidad de responder a escenarios complejos y cambiantes;
3. Se converge en un modelo formativo que supera segmentaciones y tecnocratismos para integrar saberes, contextos y actores; instituye la

interdisciplinariedad como práctica efectiva, no yuxtapuesta, sostenida por metacognición y consolida aprendizajes situados mediante encargos reales y evaluación por competencias; articulando internacionalización, identidad local y responsabilidad socioambiental;

4. Impulso de una relectura transdisciplinar del currículo que atienda la integración de estudiantes con trayectorias laborales en curso. Esto exige revisar el currículum oculto y diseñar entornos pedagógicos que cuiden la dimensión emocional sin renunciar al rigor formativo;
5. La formación de las nuevas generaciones exige reconocer sus particularidades y anticipar escenarios de incertidumbre con estructuras pedagógicas que no sean rígidas ni homogéneas, sino que brinden acompañamiento personalizado y promuevan la autonomía. En consecuencia, la tarea docente no debería consistir en imponer modelos cerrados, sino en proveer herramientas permitan capitalizar los saberes y las experiencias que cada estudiante aporta;
6. Los marcos pedagógicos deben actualizarse hacia experiencias interactivas e integrar prospectiva y diseño especulativo con internacionalización para ampliar horizontes. La disciplina se extiende mediante investigación-acción para generar impacto verificable y ofrece formatos flexibles articulados a ecosistemas emprendedores. Este reposicionamiento no abdica del rigor académico: lo redefine en clave situada, colaborativa y transformadora.

Por lo anterior, se aboga por la promoción de un programa educativo que ofrezca un currículo flexible y modular. Este planteamiento responde a un escenario en el cual, una parte de las personas aspirantes potenciales corresponde a técnicos que cuentan con el conocimiento empírico de la disciplina, pero desean especializarlo de forma transversal a su actividad profesional. Asimismo, procuran la obtención de credenciales profesionales que contribuyan a fortalecer su trayectoria laboral y favorecer sus condiciones de desarrollo profesional y de calidad de vida.

Análisis del mercado laboral de la profesión

Para conocer los nuevos escenarios laborales de la profesión se atendieron dos estudios: (1) El estudio de inserción y proyección laboral dirigido a empleadores dentro de la ciudad de Ensenada, y (2) El estudio con personas egresadas del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico impartido en la Facultad de Arquitectura y Diseño-Mexicali (FAD) y la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología-Valle de las Palmas (FCITEC) de UABC.

En principio, el estudio de inserción y proyección laboral abordó las condiciones actuales y futuras del mercado laboral que permitieron definir la pertinencia del programa con relación a las necesidades profesionales, productivas y estratégicas del entorno regional. En él, es posible identificar los perfiles ocupacionales requeridos por los empleadores, las modalidades de contratación predominantes, las competencias prioritarias para el desempeño profesional y las tendencias que definirán la demanda de diseñadores en el mediano plazo.

Expresiones de empleadores

El grupo de empleadores que participó en este estudio se conformó por representantes de organizaciones locales dedicadas a actividades productivas y de servicios que mantienen una relación directa con la comunicación visual y el diseño gráfico. La mayoría de estas entidades pertenece a los sectores de manufactura, comercio y servicios creativos, lo que refleja un entorno laboral diverso y con necesidades diferenciadas en materia de diseño. La estructura organizacional predominante fue la micro y pequeña empresa, caracterizadas por equipos de trabajo reducidos y esquemas operativos flexibles; adicionalmente, algunas empresas de mayor escala también contribuyeron con el estudio, lo que aportó una perspectiva amplia sobre las dinámicas del sector.

Estas entidades reportaron contar con uno o dos diseñadores en su planta laboral, en promedio; algunas otras evidenciaron equipos más amplios, incluso, hubo quien manifestó la omisión interna de personal especializado, lo que genera distintos modelos de colaboración y contratación. Los participantes ocupan funciones

relacionadas con la gestión empresarial, la supervisión de procesos productivos, la coordinación de marketing, la administración de ventas o la dirección operativa, lo que garantiza que las respuestas provengan de personas con capacidad de decisión sobre la contratación, desempeño y expectativas del personal de diseño. Además, se incluyeron empresas pertenecientes a asociaciones empresariales como Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) y Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), lo que permitió ampliar la representación del sector e incorporar perspectivas de unidades económicas vinculadas tanto a actividades industriales como de servicios.

La conformación del grupo de estudio se realizó mediante un muestreo por oportunidad, ya que la participación de las empresas fue voluntaria en función de su disponibilidad. Así, a partir de una base inicial de 28 empresas vinculadas con actividades relacionadas con el diseño gráfico, la comunicación visual o actividad empresarial, la muestra se conformó por 15 empresas que mostraron interés por participar en el estudio, poco más del 50% inicial. Esta modalidad de muestreo permitió obtener información directa de unidades económicas en activo y recopilar datos de participantes inmersos en dinámicas laborales relacionadas con el ejercicio profesional del diseño gráfico.

La aplicación de cuestionarios y la obtención de resultados se llevó a cabo de forma sistemática, durante la segunda mitad de 2025. En general, el procedimiento consistió en realizar una visita introductoria a los empleadores voluntarios con el fin de dar a conocer el objetivo y los alcances del estudio y, posteriormente, recibir sus impresiones a partir de la respuesta digital al cuestionario. En lo sucesivo, se conformó y dio tratamiento y graficación a la base de datos. Este procedimiento permitió obtener información confiable, representativa y acorde con las condiciones reales del sector productivo y de servicios vinculado al diseño gráfico.

El 40% de los empleadores participantes se involucran con el sector manufacturero; el 33%, con el sector comercial; y, el resto, con agencias creativas, impresión digital de gran formato y medios-entretenimiento. De ellos, el 73% presenta una estructura operacional de microempresa con una planta laboral de uno a 10

empleados; el 20%, a pequeñas empresas con un rango de 11 a 50 empleados; y, el resto, a grandes empresas con más de 250 trabajadores.

Las áreas del conocimiento con mayor relevancia en la formación de profesionistas del Diseño Gráfico se orientan a la Tecnología (80% de los participantes), en la que se encuentran la pre prensa y gestión de color, operación de impresión digital y gran formato, producción editorial, producción audiovisual y fotográfica, diseño web y fundamentos de UI/UX; el Diseño (> 50%), en donde se trabaja con el branding, diseño editorial, señalética, empaque y embalaje, diseño y visualización de la información; la Gestión (50%), donde se ubica el marketing digital y contenidos, gestión de proyectos, gestión de la experiencia del cliente (CX); las Humanidades (50%), en las que se aborda la normatividad para el diseño, emprendimiento e historia de la comunicación gráfica; y, finalmente, la Comunicación Visual (27%), donde se incluye el dibujo e ilustración, la composición gráfica y los fundamentos del lenguaje visual.

Demandas laborales expresadas por empleadores

La medición del impacto del diseño gráfico, así como la investigación con usuarios y la validación del diseño, se posicionan como necesidades relevantes para los empleadores. Esto evidencia la importancia creciente de desarrollar productos y servicios visuales comprensibles, usables y culturalmente pertinentes, incorporando metodologías centradas en el usuario que permitan fundamentar las decisiones de diseño. Estos resultados delinear la expectativa de que el diseñador no concluya su participación con la entrega del proyecto, sino que cuente con las competencias necesarias para evaluar el impacto de sus propuestas de comunicación visual y retroalimentar los procesos de mejora continua. De igual manera, los empleadores destacan la importancia de que los diseñadores mantengan una colaboración estrecha con los equipos de desarrollo durante las fases de transferencia o *handoff*, así como con las áreas de comunicación, mercadotecnia y otros departamentos involucrados; esta articulación resulta esencial para garantizar la correcta implementación de las soluciones visuales en los distintos sistemas, plataformas o productos.

Los escenarios laborales actuales indican una clara prioridad en competencias tecnológicas, de diseño, de gestión, en humanidades y de comunicación visual. En particular, aquellas relacionadas con diseño digital, producción audiovisual, diseño web, UI/UX, manejo de software especializado, branding, diseño editorial, empaque, señalética, visualización de la información, marketing digital, emprendimiento y comprensión del entorno organizacional, lo que confirma la transición del diseño gráfico hacia un ejercicio profesional con mayor contenido estratégico y de gestión. Paralelamente, las actitudes profesionales como la ética, la responsabilidad, el trabajo colaborativo y la comunicación efectiva, son relevantes en la formación y el ejercicio del profesionista. La relevancia asignada a la evaluación del impacto, la investigación con usuarios, la validación de soluciones y el cumplimiento de marcos normativos y éticos indica que el mercado laboral demanda diseñadores capaces de sustentar sus decisiones, anticipar efectos y participar en procesos de mejora continua. Al mismo tiempo, se identifican áreas emergentes, como la sostenibilidad, el uso crítico de la inteligencia artificial y las metodologías ágiles, cuya adopción todavía es heterogénea, pero que representan oportunidades claras de formación para fortalecer la pertinencia del profesionista.

Requerimientos para el mercado laboral

Así, es posible concluir que la demanda de habilidades y conocimientos en el área de la Tecnología refiere a diseñadores capaces de manejar herramientas contemporáneas, comprender procesos de producción y adaptarse a entornos digitales en constante transformación; en el área del Diseño, a personas que permitan articular identidades visuales, la construcción de sistemas gráficos y soluciones de comunicación conceptual estratégica; en el área de la Gestión, a profesionistas con una comprensión estratégica del emprendimiento y el entorno organizacional, capaces de tomar decisiones informadas, gestionar procesos y contribuir a la coherencia comunicacional desde una perspectiva integral; en el área de las Humanidades, a personas con dominio de la normativa para el diseño y conocimientos sólidos en los antecedentes de la

comunicación visual; y, en el área de la Comunicación Visual, a diseñadores con fundamentos gráficos como base para el ejercicio profesional.

Los resultados muestran una clara tendencia hacia la expansión de competencias tecnológicas, estratégicas y vinculadas a la experiencia del usuario, lo que revela un campo profesional en transformación que demanda perfiles versátiles y actualizados. Las áreas con mayor crecimiento esperado según los empleadores se concentran principalmente en tecnologías digitales, branding y marketing, así como en la producción audiovisual.

En primer término, el Diseño Web, UI/UX para web/app y redes sociales se posiciona como la categoría con mayor proyección, alcanzando un porcentaje cercano al 67%. En este mismo sentido, el branding se ubica como una de las áreas clave, con un 60% de las respuestas, lo que evidencia la demanda constante de profesionales capaces de construir, gestionar y fortalecer identidades visuales en un contexto omnicanal. El marketing digital y la producción de contenido se proyectan como ámbitos de crecimiento relevante, con más de la mitad de los empleadores (53.3%) reconociendo su importancia futura. Esto refleja la evolución del campo hacia estrategias integradas de comunicación digital y creación de materiales orientados al posicionamiento en plataformas sociales y medios interactivos.

La producción fotográfica y audiovisual también se destaca como un campo en expansión, con un porcentaje cercano al 47%. Este comportamiento coincide con la creciente demanda de contenidos para medios digitales, campañas multimedia y proyectos de comunicación visual de alta inmediatez. De manera complementaria, áreas como Diseño y Tecnologías Emergentes y Prensa/Impresión Digital y Gran Formato alcanzan un 40% de preferencia, lo que pone de manifiesto que, aun cuando los sistemas digitales continúan avanzando, persiste la relevancia de los procesos híbridos y de la producción tradicional dentro del sector.

En el ámbito estratégico y organizacional, competencias como el emprendimiento alcanzaron poco más del 33% en la preferencia; la señalética, el empaque y embalaje cercano al 27%; así como el diseño y la visualización de la información, se consideran también áreas en crecimiento. Otras áreas emergentes incluyen la gestión de la experiencia del cliente (CX) y la normatividad para el diseño,

que empiezan a consolidarse como expectativas relevantes. Aunque su porcentaje es menor, su presencia en las respuestas refleja la incorporación progresiva de enfoques centrados en el usuario y la necesidad de cumplir con marcos normativos y estándares de calidad cada vez más exigentes. Por otro lado, áreas más tradicionales del diseño, como el dibujo e ilustración, la composición gráfica o los fundamentos histórico-teóricos, aparecen con menor proyección en términos de crecimiento, lo cual no implica una pérdida de importancia, sino una estabilidad relativa frente a campos en rápida expansión tecnológica.

Por otro lado, los criterios referidos a la preparación valoral respecto a la ética, la privacidad y el uso responsable de datos, junto con el cumplimiento de normativas y la propiedad intelectual, destacan como un conjunto de temas críticos para los empleadores. Este comportamiento sugiere la importancia de que los diseñadores actúen con responsabilidad y confidencialidad en el manejo de información sensible, manteniendo estándares éticos comparables con los requeridos en otras disciplinas en las que la protección de datos y la discreción son fundamentales.

Lo anterior se asocia con lo que identificó la instancia *The Professional Association for Design* (AIGA), en estudios prospectivos para 2026, como fenómenos clave para la profesión: adaptación a sistemas complejos de información y acelerados cambios tecnológicos (Davis, 2020). Se demanda aprendizaje continuo, integración de experiencias físicas y digitales y responsabilidad ética en los resultados; además, se prevé una evolución hacia el diseño de experiencias y nuevos perfiles laborales: en primer lugar, el diseñador de experiencia de usuario o de interfaces digitales, orientado al desarrollo de soluciones interactivas que articulan aspectos visuales, funcionales y de interacción; en segundo lugar, el diseñador web trabajando en comunicaciones en redes; en tercera posición, el director de arte, dirigiendo lo creativo; y finalmente, el diseñador gráfico para trabajos de impresión e identidad corporativa.

Empleabilidad

Adicionalmente, los resultados mostraron un panorama laboral mayormente estable y con perspectivas favorables para la contratación de diseñadores gráficos en el mediano

plazo. Cerca del 67% de los empleadores considera que la contratación se mantendrá en niveles similares a los actuales, mientras que el 20% anticipa un incremento en los próximos cinco años; únicamente el 13% prevé una disminución en la contratación. Este comportamiento consolida la formación de profesionistas capaces de insertarse en un mercado que, aunque heterogéneo, mantiene una demanda sostenida de servicios de diseño y continúa reconociendo el valor estratégico de la comunicación visual dentro de las organizaciones.

Paralelamente, el estudio también evidenció que el rol del diseñador gráfico dentro de las entidades laborales se concentra principalmente en el nivel operativo, ya que el 60% de los empleadores espera que este profesional participe en actividades directamente vinculadas con la ejecución técnica y creativa de los proyectos. Por otra parte, el 26% de las organizaciones señala que el diseñador debe desempeñar funciones de coordinación, lo cual implica una responsabilidad intermedia que articula la gestión de tareas, el seguimiento de procesos y la colaboración con otros equipos. Mientras que alrededor del 13% de los empleadores ubica al diseñador en un nivel estratégico, asociado con la toma de decisiones, la planificación de iniciativas de comunicación y la participación en procesos de gestión de marca o de desarrollo organizacional.

En ese sentido, la mercadotecnia es el principal espacio de interacción señalado por el 93% de los empleadores. Asimismo, se registra una colaboración significativa con el área de manufactura/producción y ventas con poco más del 53% en ambos casos. Las áreas de tecnología/desarrollo y operaciones alcanzan un 40% cada una, con lo que se destacan como espacios relevantes de interacción. Finalmente, el 13% de las organizaciones reporta colaboración con la dirección, principalmente para proyectos estratégicos.

Por su parte, el proceso de contratación de diseñadores gráficos se basa principalmente en la revisión del portafolio y la entrevista (73% de los empleadores), el currículum vitae que respalde la trayectoria educativa y profesional (60%), la aplicación de una prueba técnica (47%) y/o una evaluación por proyecto (27%) con el fin de valorar el desempeño del candidato en tareas específicas del puesto.

Recomendaciones de los empleadores para la creación del programa educativo

Aspectos como la sostenibilidad y el eco-diseño, junto con la integración de la inteligencia artificial en los procesos creativos y la adopción de metodologías ágiles o *Scrum* en la gestión de proyectos, se identificaron como preocupaciones emergentes dentro de las organizaciones. En este mismo sentido, la gestión de marca se destaca como una competencia que implica que el diseñador sea capaz de gestionar las marcas mediante la coordinación y mantenimiento de una experiencia coherente, continua y unificada en todos los puntos de contacto que una organización establece con sus públicos, tanto en medios físicos como en entornos digitales. Se evidenció una percepción diversa entre los empleadores respecto a la accesibilidad y al diseño inclusivo como capacidades relevantes para el desempeño profesional del diseñador.

Con relación al estudio de empleadores es posible concluir que el campo profesional del diseño gráfico y la comunicación visual en un contexto local presenta una demanda sostenida y diversificada, particularmente en sectores productivos y de servicios que requieren soluciones de comunicación visual de manera permanente o por proyectos. El diseñador gráfico ocupa un rol flexible y relevante dentro de las estructuras organizacionales, donde suele asumir funciones múltiples que combinan producción visual, comunicación, gestión de contenidos y apoyo estratégico. La contratación directa y la prestación de servicios profesionales independientes también figuran como oportunidades ante la predominancia de empresas con equipos reducidos en el área del diseño. La frecuencia moderada de contratación externa, junto con la presencia constante del trabajo *freelance*, indican que la inserción laboral no se limita al empleo tradicional, sino que se amplía hacia modelos híbridos de colaboración, autoempleo y trabajo por proyectos.

Expresiones de personas egresadas de programas afines

De acuerdo a la *Metodología de estudios para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura* (Serna y Castro, 2018) de incorporar estudios de egresados de programas iguales o similares, se retoma el estudio de egresados del

programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico de la UABC, realizado en 2021 para modificar sus planes de estudio. Se trata de un estudio empírico con una muestra de 183 egresados y egresadas de una población de 613 de ambas unidades académicas.

Demandas laborales expresadas por personas egresadas de programas afines

Las demandas laborales expresadas por personas egresadas resultaron en coincidencia con el giro de sus empleadores. A saber, la identidad corporativa fue el ejercicio reportado como mayormente desarrollado en sus empleos y, aunque están bien posicionados en ello, ampliar sus conocimientos del área por medio de unidades de aprendizaje optativas y educación continua, favorecería sus herramientas para atender las solicitudes de sus empleadores. Asimismo, la actividad más desarrollada reportada fue la identidad gráfica, seguida del diseño editorial, diseño web, aplicaciones móviles y productos interactivos, por lo que también reforzar estas áreas promueve un respaldo ante el giro de quienes los emplean.

El estudio también reveló resultados desde la dimensión profesional, donde fue posible identificar los principales avances de la disciplina:

1. La comunicación responsable y eficaz mediante la gestión adecuada de mensajes forma parte de los propósitos centrales del diseño gráfico. En ese sentido, la disciplina permite transmitir información más allá de barreras lingüísticas y culturales; constituye un recurso social que amplía las posibilidades de interacción entre los individuos a partir del logro de su función informativa, educativa y de sensibilización dentro de la comunidad.
2. La tecnología, la investigación, la ciencia, las humanidades, las metodologías proyectuales, la comunicación y el arte, son ejes transversales en la formación de un diseñador gráfico. En la actualidad, la industria se soporta en herramientas tecnológicas para el desarrollo y producción. Los sistemas de software amplían continuamente sus capacidades y, dispositivos como impresoras 3D con procesadores de inteligencia artificial, optimizan recursos y permiten reutilizar materiales (Escuela Superior de Diseño de Barcelona, 2019).

3. El ejercicio profesional del diseño gráfico requiere formación especializada en alfabetización visual, composición, creatividad y metodologías orientadas a optimizar procesos y resultados; además del manejo de gráficos y el aprendizaje de herramientas digitales, cada vez más autónomos dado el inminente acceso global y masivo a la información. Además, desde hace unos años ha revolucionado el uso de *gadgets* y equipos tecnológicos en el flujo de trabajo del diseñador gráfico, tales como: plumas digitales, pantallas táctiles de gran formato y equipos informáticos con alto rendimiento para el procesamiento gráfico.
4. Las competencias más requeridas desde 2020, incluyen: resolución de problemas complejos, pensamiento crítico, creatividad y desarrollo de productos. También destacan habilidades como coordinación de equipos —virtuales y presenciales—, inteligencia social y emocional, juicio, toma de decisiones, negociación, flexibilidad y capacidades vinculadas a mercadotecnia y contenido digital (Foro Económico Mundial, 2018).

Por otro lado, los criterios referidos a la preparación valoral respecto a la ética, la privacidad y el uso responsable de datos, junto con el cumplimiento de normativas y la propiedad intelectual, destacan como un conjunto de temas críticos. Este comportamiento sugiere la importancia de que los diseñadores actúen con responsabilidad y confidencialidad en el manejo de información sensible, manteniendo estándares éticos comparables con los requeridos en otras disciplinas en las que la protección de datos y la discreción son fundamentales.

Recomendaciones de las personas egresadas

- Reconocer que el rol del tutor trasciende la dimensión técnica debido a que su labor también implica socializar conocimiento mediante el diseño de experiencias y la gestión de procesos creativos, facilitando la interacción entre información, usuarios y contextos culturales.
- Los diseñadores deben formarse en las tendencias de diseño gráfico sustentable, eco-diseño, diseño verde y diseño socialmente responsable, para hacer frente al

inminente cambio climático a partir de un modelo de desarrollo sustentable que atienda los desafíos ambientales, económicos y de calidad de vida.

- La divulgación científica mediante infografías y la visualización de datos que facilitan la comprensión del conocimiento, son algunos de los aportes que, en su función de transmisor de mensajes, el diseño gráfico suma a la ciencia. Estos recursos utilizan iconografía y analogías visuales para generar códigos gráficos legibles. En este contexto tecnológico emergen modelos colaborativos de trabajo, favorecidos por Internet y la Web 2.0, que deben impulsar prácticas de diseño performativo centradas también en el proceso (Martin-Iglesias, 2011) y que deben incluirse en los planes de estudio.
- Reconocer que el diseño colaborativo puede manifestarse de diversas formas: (1) mediante distintas dinámicas de interacción, (2) según jerarquías y relaciones entre actores como diseñadores, usuarios y clientes, (3) a lo largo de las fases del proyecto y (4) desde múltiples disciplinas (Costa, 2015). En este contexto, el *Design Thinking* constituye un referente metodológico para promover innovación proyectual (Tiburcio, 2017).
- Los puestos con mayor demanda proyectada para diseñadores incluyen: diseñador UX/UI con funciones creativas, diseñador web orientado a comunicación en redes, director de arte responsable de la dirección creativa y, finalmente, diseñador gráfico enfocado en impresión e identidad corporativa (Davis, 2020).

2.2. Fundamentación de la profesión

Entorno de la profesión

El campo profesional del diseño gráfico se reconoce como una actividad orientada a la resolución de problemas de comunicación, mediante la construcción de soluciones visuales que articulan principios estéticos, semánticos-simbólicos, funcionales y tecnológicos. Desde esta perspectiva disciplinar, el diseño gráfico se concibe como una actividad intelectual, creativa, estratégica, técnica y administrativa, cuyo propósito consiste en generar soluciones de comunicación visual a problemáticas en contextos sociales, culturales y productivos diversos (International Council of Graphic Design

Associations [Icograda], 2011). Esta concepción sitúa al diseño en un campo de conocimiento que integra procesos de análisis, abstracción, síntesis, conceptualización y producción visual orientados a la construcción de significados y a la mediación entre las organizaciones y sus usuarios. El diseño gráfico constituye, por tanto, una práctica profesional que articula capacidades analíticas, pensamiento proyectual y dominio tecnológico, para estructurar información y transformarla en sistemas visuales accesibles y culturalmente pertinentes (Icograda, 2011).

La práctica del diseño ha trascendido la producción gráfica tradicional para integrarse en procesos más amplios de desarrollo de sistemas de identidad visual y construcción de experiencias de comunicación visual. El diseño gráfico integra actividades relacionadas con el diseño editorial, la tipografía, el diseño de información, la ilustración, la fotografía, la señalización, el diseño de empaques, la visualización de datos, el diseño de interfaces digitales, el diseño de experiencias de usuario, el diseño de interacción y otras formas de configuración visual que intervienen en entornos físicos y digitales (Icograda, 2011). Esta diversidad evidencia la amplitud del campo profesional y la necesidad de programas formativos que articulen fundamentos conceptuales, metodologías proyectuales, dominio tecnológico y visión estratégica.

La evolución del campo disciplinar también ha impulsado el uso de denominaciones más amplias que permiten describir con mayor precisión el alcance contemporáneo del diseño. Diversos organismos internacionales han señalado que el término diseño gráfico ha evolucionado hacia nociones como comunicación gráfica, comunicación visual o diseño de la comunicación, con el propósito de reconocer la expansión de la disciplina hacia entornos mediáticos múltiples y sistemas complejos de información (Icograda, 2011). Esta transición conceptual responde a la necesidad de comprender el diseño no únicamente como producción de piezas gráficas, sino como una práctica orientada a la configuración de sistemas de comunicación visual que articulan dimensiones estéticas, construcción de significados y contextos socioculturales en los que se producen y circulan los mensajes visuales.

Por otra parte, el papel del diseño en los procesos económicos contemporáneos también ha sido reconocido por organismos internacionales vinculados con la propiedad intelectual y la innovación. En contextos caracterizados por mercados altamente

competitivos, la diferenciación visual de productos y servicios constituye un factor que influye en la percepción del consumidor y en el posicionamiento de marcas en distintos sectores productivos. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual señala que el atractivo visual y estético de los productos influye en la preferencia del consumidor y contribuye a fortalecer la identidad de las empresas en los mercados (World Intellectual Property Organization [WIPO], 2019). Este reconocimiento evidencia que el diseño participa en la construcción de valor económico y en la consolidación de activos intangibles asociados con la identidad y la imagen corporativa.

En este escenario, el diseño se integra de manera creciente en procesos de innovación organizacional, posicionamiento institucional y desarrollo de estrategias de comunicación visual. El diseño contribuye a la articulación de elementos visuales, simbólicos y comunicativos con procesos de desarrollo de productos, construcción de marca y diferenciación en mercados globalizados (WIPO 2019). Esta dimensión estratégica del diseño requiere profesionales capaces de comprender la relación entre comunicación visual, identidad organizacional, experiencia del usuario y desarrollo económico.

Las transformaciones del campo profesional también han sido analizadas por organismos internacionales del ámbito del diseño que estudian la evolución de la práctica profesional y las competencias requeridas para el ejercicio contemporáneo de la disciplina. Investigaciones realizadas por la American Institute of Graphic Arts (AIGA) señalan que el campo profesional del diseño se encuentra en un proceso de transformación impulsado por el desarrollo de tecnologías emergentes y por la creciente complejidad de los problemas que enfrentan organizaciones y comunidades. Estas investigaciones indican que las tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad aumentada, los sistemas colaborativos de diseño y las plataformas digitales están influyendo de manera significativa en la práctica profesional del diseño y en la organización del trabajo creativo (AIGA, 2021).

Los estudios realizados por AIGA también señalan que el ejercicio profesional del diseño requiere el desarrollo de competencias que trascienden el dominio técnico de herramientas de producción visual. Entre las capacidades consideradas relevantes para el ejercicio contemporáneo del diseño se encuentran la resolución de problemas

complejos, la comunicación efectiva, la colaboración interdisciplinaria, la gestión de proyectos y la capacidad de adaptación a cambios tecnológicos y sociales (AIGA, 2021). Estas competencias permiten que los diseñadores participen en procesos organizacionales vinculados a la innovación, la construcción de estrategias comunicativas y la generación de valor en distintos ámbitos productivos.

Resulta evidente que el campo disciplinar ha evolucionado desde una práctica centrada en la producción gráfica hacia una disciplina orientada a la conceptualización y a la gestión de sistemas de comunicación visual en contextos organizacionales, sociales y culturales complejos. Esta transición conceptual ha impulsado el uso de denominaciones que reconocen la dimensión estratégica del diseño en los procesos contemporáneos de comunicación.

A partir de lo anterior, se propone un programa educativo que atienda la prospectiva de la disciplina del diseño gráfico y que se denomina Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, nombre fundamentado en la evolución del campo disciplinar del diseño y en la ampliación de los ámbitos profesionales vinculados a la comunicación visual. La denominación del programa reconoce, por una parte, la tradición disciplinar del diseño gráfico orientada a la estructuración visual de mensajes y, por otra, la expansión del campo hacia la conceptualización y gestión de sistemas de comunicación visual que operan en entornos físicos, digitales e híbridos. Esta perspectiva incorpora una dimensión estratégica que enfatiza la capacidad del diseñador para analizar contextos, formular propuestas comunicativas fundamentadas y gestionar proyectos de comunicación visual orientados a resolver problemáticas complejas en distintos ámbitos organizacionales, culturales y sociales.

Avances científicos y tecnológicos de la profesión

Las transformaciones científicas y tecnológicas que caracterizan a las sociedades contemporáneas han modificado de manera significativa el alcance del campo profesional del diseño. El desarrollo de tecnologías digitales, plataformas de comunicación en red y sistemas interactivos ha ampliado los entornos en los que se produce y circula la comunicación visual, lo cual ha generado nuevas formas de

interacción entre diseñadores, organizaciones y usuarios (Icograda, 2011). La expansión de medios digitales, el desarrollo de interfaces interactivas, la proliferación de plataformas de comunicación en línea y la creciente complejidad de los sistemas de información han configurado nuevos escenarios para la práctica profesional del diseño, como es el caso de la inteligencia artificial generativa, que ha comenzado a influir en los procesos de conceptualización, producción y experimentación visual. De esta manera se amplían las herramientas disponibles para el desarrollo de soluciones de comunicación visual y se requiere que los profesionales del diseño comprendan los alcances, limitaciones y posibilidades de estas tecnologías dentro de los procesos contemporáneos de creación, exploración conceptual y desarrollo de proyectos visuales (American Institute of Graphic Arts [AIGA], 2021).

En las últimas décadas, el diseño gráfico y la comunicación visual han experimentado una transformación significativa derivada del desarrollo científico y tecnológico, particularmente en el ámbito de las tecnologías digitales, la computación gráfica y los sistemas de información. Estos avances han ampliado las posibilidades de creación, producción y distribución de mensajes visuales, al tiempo que han modificado los procesos metodológicos del diseño, incorporando herramientas que permiten mayor precisión, iteración y evaluación de las propuestas.

Uno de los desarrollos más relevantes corresponde a la integración de la inteligencia artificial en los procesos de diseño. Los sistemas basados en aprendizaje automático y modelos generativos permiten la automatización de tareas como la generación de imágenes, la vectorización, la edición de contenidos visuales y la exploración de soluciones formales. Esta incorporación tecnológica introduce dinámicas de co-creación entre el diseñador y los sistemas digitales, lo que implica el desarrollo de competencias relacionadas con la curaduría, la toma de decisiones y la evaluación crítica de resultados.

En el ámbito de la visualización de información, los avances en el procesamiento de datos y en las interfaces digitales han permitido el desarrollo de sistemas complejos de representación gráfica orientados a la comprensión de grandes volúmenes de información. La visualización interactiva, los tableros de datos y las representaciones dinámicas constituyen herramientas relevantes en contextos científicos, empresariales

y sociales, lo que posiciona al diseño como un mediador entre los datos y su interpretación por parte de distintos públicos.

Un componente central en la evolución reciente del campo es la consolidación de las redes sociales como plataformas de comunicación predominantes. Estas plataformas han modificado los formatos, los tiempos de producción y las lógicas de circulación de los mensajes visuales. El diseño para redes sociales requiere la adaptación a múltiples dispositivos, la síntesis de información en formatos breves, el uso estratégico de elementos visuales para captar la atención y la comprensión de métricas de interacción como alcance, engagement y conversión. Asimismo, las redes sociales han impulsado la producción de contenidos dinámicos, como animaciones, video corto y narrativas transmedia, lo que amplía las competencias del diseñador hacia la gestión de contenidos digitales y la comunicación en entornos altamente cambiantes.

Por otra parte, la evolución de las tecnologías de interacción ha dado lugar al diseño de experiencias centradas en el usuario, particularmente en entornos digitales como aplicaciones móviles, plataformas web y sistemas interactivos. El desarrollo de interfaces de usuario y la experiencia de usuario se sustentan en conocimientos provenientes de disciplinas como la psicología cognitiva, la ergonomía y la ingeniería de software. Estos avances demandan la incorporación de metodologías de evaluación, pruebas de usabilidad y análisis de comportamiento como parte del proceso de diseño.

En relación con los medios de producción, la digitalización ha transformado las prácticas tradicionales del diseño gráfico, integrando software especializado que permite la edición, composición, animación y modelado en distintos formatos. La convergencia de medios ha propiciado la integración de lenguajes visuales, sonoros y audiovisuales en productos comunicativos complejos, lo que amplía el campo de acción hacia el diseño multimedia y la producción de contenidos digitales.

En un nivel más avanzado, el diseño inmersivo constituye una de las líneas emergentes con mayor desarrollo en el campo de la comunicación visual. Este enfoque se basa en la creación de entornos digitales tridimensionales en los que el usuario interactúa de manera activa mediante tecnologías como la realidad virtual, la realidad aumentada y la realidad mixta. El diseño inmersivo implica la articulación de elementos

visuales, espaciales, narrativos y sonoros para construir experiencias que simulan o amplían la percepción del entorno.

Desde una perspectiva metodológica, el diseño inmersivo requiere la integración de conocimientos en modelado tridimensional, animación, interacción en tiempo real y diseño de experiencias. Asimismo, introduce nuevos criterios de evaluación relacionados con la navegación del usuario, la percepción espacial, la respuesta sensorial y la coherencia narrativa del entorno diseñado. Su aplicación se extiende a sectores como la educación, la industria cultural, el entretenimiento, la comunicación científica y la simulación de procesos, lo que amplía las posibilidades de intervención del diseño en contextos complejos.

Campos de acción de la profesión y sus prácticas

El perfil profesional del diseñador gráfico en el contexto actual se caracteriza por la diversificación de campos de acción y de las prácticas profesionales asociadas con la comunicación visual. La evolución tecnológica, la expansión de los medios digitales y la transformación de los sistemas de producción y medios de información han modificado el alcance del trabajo del diseñador dentro de distintos sectores sociales y productivos.

El diseñador participa en múltiples campos de acción relacionados con la producción y gestión de la comunicación visual. Entre estos ámbitos se encuentran el desarrollo de identidades visuales, el diseño editorial en soportes impresos y digitales, el diseño publicitario, la producción gráfica para medios audiovisuales, el diseño de información, la visualización de datos, el diseño multimedia y el diseño de interfaces digitales. Estas áreas de intervención reflejan la diversidad de prácticas que integran el campo contemporáneo del diseño de la comunicación visual y evidencian la necesidad de profesionales capaces de trabajar en distintos medios y plataformas de comunicación (Icograda, 2011), asimismo, se relacionan con la creciente complejidad de los sistemas de comunicación contemporáneos. La producción de contenidos visuales se desarrolla en contextos donde convergen medios impresos, plataformas digitales, entornos interactivos y sistemas de comunicación en red (Icograda, 2011;

AIGA, 2021). En estos entornos, el diseñador participa en procesos de organización visual de información, conceptualización de contenidos gráficos y desarrollo de estructuras visuales que facilitan la comprensión de mensajes en diferentes formatos de comunicación (Icograda, 2011)

Diversos estudios sobre el perfil laboral del diseñador gráfico han señalado que el alcance del trabajo profesional se encuentra en proceso de transformación, asociado a la revolución digital y a la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de producción visual. Estas transformaciones han impulsado la aparición de nuevas especialidades en el campo del diseño y han ampliado las responsabilidades profesionales vinculadas con la conceptualización estratégica, la gestión de proyectos y la investigación aplicada al diseño (Londoño-Muñoz y Meza-Rivera, 2023; Villaseñor-Zúñiga y Posadas-Miranda-García, 2019). En consecuencia, el diseñador contemporáneo requiere capacidades que le permitan interpretar contextos organizacionales, identificar necesidades comunicativas y desarrollar soluciones visuales fundamentadas en procesos de análisis y conceptualización.

Los estudios recientes sobre la práctica profesional del diseño también indican que el trabajo del diseñador se desarrolla en entornos organizacionales cada vez más complejos y en contextos caracterizados por la incorporación constante de tecnologías emergentes. Además, de que trasciende el dominio técnico de las herramientas de producción visual.

En este mismo sentido, las prácticas profesionales del diseño se articulan con diversos sectores sociales y productivos, como empresas privadas, instituciones gubernamentales, organizaciones culturales, organismos educativos, industrias creativas y emprendimientos independientes; en los que el diseñador puede desempeñar funciones relacionadas con la conceptualización y desarrollo de sistemas de identidad visual, la producción de contenidos gráficos y audiovisuales, la gestión de proyectos de comunicación visual y la planificación de estrategias visuales orientadas a la difusión de información y al posicionamiento de organizaciones, productos o servicios.

La importancia del diseño en los procesos económicos contemporáneos también ha sido reconocida en estudios vinculados con la innovación y la competitividad

empresarial. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual señala que el diseño contribuye a la diferenciación de productos y servicios en mercados competitivos y que el atractivo visual constituye un factor que influye en la preferencia del consumidor y en la construcción de la identidad de las empresas (WIPO, 2019). Esta dimensión económica del diseño evidencia que la comunicación visual participa de procesos de generación de valor y de construcción de activos intangibles asociados a la imagen y la identidad corporativa. En este contexto, el diseñador puede participar en equipos multidisciplinarios que integran profesionales de áreas como comunicación, marketing, ingeniería, gestión empresarial o desarrollo tecnológico. La colaboración interdisciplinaria permite articular la comunicación visual con procesos organizacionales más amplios relacionados con la innovación, el desarrollo de productos y la gestión de la información. La práctica profesional del diseño se desarrolla, por tanto, en contextos en los que el diseñador contribuye a estructurar sistemas de comunicación visual que facilitan la interacción entre organizaciones y públicos.

La evolución del campo profesional también ha generado nuevas modalidades de trabajo vinculadas con la digitalización de los procesos productivos y la expansión de las redes de colaboración internacional. El desarrollo de plataformas digitales ha favorecido el trabajo remoto, la colaboración en proyectos internacionales y la participación de diseñadores en redes profesionales que operan en distintos contextos geográficos. Estas dinámicas han ampliado las oportunidades de inserción laboral y modificado las formas de organización del trabajo en el diseño.

En este escenario, el perfil profesional del diseñador contemporáneo requiere una formación que integre competencias creativas, analíticas, tecnológicas y estratégicas. Estas capacidades permiten al profesional del diseño participar en diferentes etapas del desarrollo de proyectos de comunicación visual, desde el análisis de contextos socioculturales y la identificación de necesidades comunicativas hasta la conceptualización, desarrollo, implementación y evaluación de soluciones visuales orientadas a distintos públicos.

A partir de esta caracterización del campo profesional, el programa educativo Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se orienta a formar profesionales capaces de analizar problemáticas de comunicación visual, conceptualizar propuestas

de diseño fundamentadas, desarrollar soluciones visuales mediante el uso de herramientas tecnológicas contemporáneas y gestionar proyectos de comunicación visual en contextos organizacionales, culturales y sociales diversos. Esta formación responde a la diversidad de campos de acción que caracterizan al diseño en la actualidad y busca preparar a las personas egresadas con capacidades para intervenir en los procesos de comunicación visual que articulan información, cultura, tecnología y organización social.

Evolución y prospectiva de la profesión

Antecedentes de la profesión

Los antecedentes de la profesión del diseño gráfico se vinculan con procesos históricos de producción visual asociados a los oficios artísticos y artesanales que se desarrollaron en distintos contextos culturales a lo largo de varios siglos. La transmisión de conocimientos en estos oficios se realizó mediante sistemas de aprendizaje como talleres, en los cuales la formación se basaba en la observación directa de los procesos de trabajo, la repetición de procedimientos técnicos y la guía proporcionada por maestros artesanos con experiencia en la producción material de objetos visuales (Meggs, 2000). Este modelo de enseñanza permitió consolidar conocimientos relacionados con la representación visual, la ornamentación y la producción gráfica que posteriormente influyeron en el desarrollo de disciplinas vinculadas con el diseño y la comunicación visual (Satué, 2004). La formación en talleres constituyó uno de los antecedentes más importantes para la institucionalización posterior de la enseñanza del diseño dentro de instituciones educativas formales (Meggs, 2000).

Los procesos de industrialización que se desarrollaron durante el siglo XIX generaron transformaciones significativas en los sistemas de producción de bienes y en la circulación de información visual. El crecimiento de la producción industrial introdujo nuevas necesidades relacionadas con la organización visual de la información, la producción de impresos y la comunicación comercial dirigida a públicos amplios (Meggs, 2000). En este contexto, la comunicación visual comenzó a desempeñar un

papel relevante en la promoción de productos, en la difusión de información y en la construcción de identidades comerciales dentro de mercados industriales en expansión (Satué, 2004). La aparición de nuevas técnicas de impresión y de sistemas de reproducción gráfica permitió ampliar la producción de imágenes y textos destinados a distintos ámbitos sociales, culturales y económicos (Meggs, 2000).

Durante las primeras décadas del siglo XX surgieron instituciones educativas que contribuyeron a la consolidación del diseño como campo disciplinar dentro de la educación superior. La Bauhaus, fundada en Alemania en 1919, propuso un modelo pedagógico orientado a integrar arte, técnica e industria mediante procesos de enseñanza que combinaban fundamentos teóricos, experimentación formal y desarrollo de proyectos aplicados. Este modelo educativo incorporó el estudio sistemático de la tipografía, la composición, la percepción visual y los procesos de producción industrial como componentes centrales de la formación del diseñador (Droste, 2006). La Bauhaus también promovió una relación estrecha entre investigación, práctica proyectual y desarrollo tecnológico dentro de la enseñanza del diseño (Satué, 2004).

Posteriormente, la Hochschule für Gestaltung de Ulm fue una escuela de diseño fundada en 1953 por iniciativa de Otl Aicher, Inge Scholl y Max Bill en la ciudad de Ulm (Infolio, 2016). Esta escuela desarrolló un enfoque educativo que profundizó en la relación entre diseño, ciencia y tecnología dentro de los procesos formativos. Esta institución incorporó métodos analíticos y enfoques sistemáticos para el desarrollo de proyectos de diseño, lo que permitió fortalecer la dimensión metodológica y teórica de la disciplina (Bonsiepe, 1999). El modelo educativo de Ulm promovió el estudio de la comunicación visual, la teoría de la información, la semiótica y los procesos de producción industrial como componentes de la formación del diseñador (Bonsiepe, 1999). Estas experiencias educativas contribuyeron a consolidar la enseñanza del diseño como un campo académico estructurado que integra fundamentos conceptuales, metodologías de proyecto y conocimientos técnicos (Droste, 2006; Bonsiepe, 1999).

Durante la segunda mitad del siglo XX se produjo una expansión significativa de la educación superior en distintas regiones del mundo, lo que favoreció la creación de programas universitarios orientados a la formación en diseño gráfico y comunicación

visual. En este periodo, la enseñanza del diseño comenzó a organizarse mediante planes de estudio que integraban fundamentos del diseño, teoría de la comunicación visual, metodologías de proyecto y desarrollo tecnológico (Gula et al., 2023). La formación profesional del diseñador se concibió como un proceso orientado a la resolución de problemas de comunicación visual mediante el desarrollo de proyectos que responden a contextos sociales y productivos específicos (Gula et al., 2023). Diversos estudios sobre educación en diseño señalan la importancia de estructurar estrategias curriculares que integren conocimientos conceptuales, habilidades técnicas y capacidades relacionadas con la innovación dentro de los procesos formativos del diseñador (Buitrago, 2023).

Las transformaciones tecnológicas de finales del siglo XX introdujeron cambios relevantes en la práctica profesional del diseño y en los modelos de enseñanza de la disciplina. La incorporación de herramientas informáticas, software especializado y plataformas digitales amplió las posibilidades de producción visual y modificó los procesos de trabajo asociados con la creación de imágenes, textos y sistemas de comunicación visual (Gula et al., 2023). Estas tecnologías permitieron desarrollar nuevos formatos de producción gráfica y facilitaron la circulación de contenidos visuales en entornos digitales (Gula et al., 2023). Las instituciones de educación superior comenzaron a integrar tecnologías de la información y la comunicación dentro de los procesos formativos con el propósito de preparar a la población estudiantil para participar en contextos profesionales caracterizados por el uso intensivo de herramientas digitales (Gula et al., 2023).

Durante el siglo XXI, la educación en diseño gráfico se ha caracterizado por una ampliación del campo disciplinar y por la incorporación de enfoques interdisciplinarios vinculados con la cultura digital y la innovación tecnológica. La práctica del diseño se relaciona con la producción de contenidos visuales en medios impresos, digitales, audiovisuales e interactivos, lo que ha ampliado los ámbitos de intervención profesional del diseñador. El perfil profesional del diseñador contemporáneo integra capacidades conceptuales, habilidades técnicas y competencias relacionadas con la gestión de proyectos, el trabajo colaborativo y la comprensión de contextos comunicativos complejos (Londoño-Muñoz y Meza-Rivera, 2023; Villaseñor-Zúñiga y Posadas-

Miranda-García, 2019). Estas transformaciones han generado la necesidad de fortalecer la formación profesional del diseñador mediante programas educativos que integren conocimientos teóricos, metodológicos y tecnológicos orientados a la comunicación visual contemporánea (Buitrago, 2023).

Por su parte, la teoría del diseño también ha reconocido que los problemas abordados por la disciplina se caracterizan por su complejidad y por la diversidad de factores que intervienen en su formulación y resolución. El diseño se ha conceptualizado como una práctica orientada a la interpretación y resolución de problemas que involucran dimensiones sociales, culturales, tecnológicas y organizacionales. Estos problemas no siempre presentan definiciones claras ni soluciones únicas, lo que exige procesos de análisis, investigación y conceptualización para comprender los contextos en los que se desarrollan los proyectos de diseño. La formación profesional del diseñador requiere del desarrollo de capacidades analíticas que permitan interpretar situaciones complejas y formular soluciones visuales pertinentes (Buchanan, 1992).

En el contexto latinoamericano, diversas reflexiones académicas han señalado la necesidad de revisar los modelos de enseñanza del diseño para responder a las transformaciones contemporáneas del campo disciplinar. El documento 130 *Recomendaciones para el Futuro del Diseño en América Latina*, elaborado como parte del I Simposio Internacional Agenda del Diseño 2026-2030, plantea la importancia de promover estructuras curriculares flexibles, fortalecer la investigación en diseño e integrar tecnologías emergentes en los procesos formativos. Este documento también señala la necesidad de vincular la enseñanza del diseño con problemas sociales y contextos profesionales reales para fortalecer la pertinencia social de la disciplina. Las reflexiones derivadas de este proceso de discusión académica ponen de manifiesto que la educación en diseño se encuentra en un proceso de transformación que busca articular fundamentos disciplinarios, innovación tecnológica y responsabilidad social dentro de la formación profesional del diseñador (Universidad de Palermo, 2025).

Prospectiva de la profesión

El campo profesional del diseño y la comunicación visual experimenta transformaciones asociadas con cambios tecnológicos, económicos y culturales que modifican la manera en que se producen, circulan e interpretan los mensajes visuales en las sociedades contemporáneas (Icograda, 2011; UNESCO, 2022). Estas transformaciones se relacionan con la expansión de ecosistemas comunicativos en los que convergen plataformas digitales, sistemas interactivos, redes de información y tecnologías emergentes que redefinen los entornos en los que opera la comunicación visual (OECD, 2023; AIGA, 2018). En consecuencia, el diseño se configura como una práctica profesional que participa en procesos de interpretación de información, construcción de significado y mediación entre organizaciones, contenidos y públicos en contextos caracterizados por la circulación de datos y mensajes visuales (Icograda, 2011).

Diversos estudios sobre la evolución del campo disciplinar del diseño señalan que la práctica profesional se orienta, de manera creciente, hacia la resolución de problemas complejos de comunicación que requieren integrar el análisis contextual, conceptualización estratégica y desarrollo tecnológico dentro de los procesos de diseño (Buchanan, 1992; Buitrago, 2023). Desde esta perspectiva, el diseño se entiende como una actividad que interviene en sistemas sociales y organizacionales, cuyos problemas de comunicación no se atienden con soluciones únicas; en cambio, requieren enfoques analíticos que articulan información, cultura y contexto (Buchanan, 1992). Esta caracterización del diseño como práctica orientada a la resolución de problemas complejos se relaciona con la necesidad de profesionales capaces de analizar contextos socioculturales, interpretar necesidades de comunicación y desarrollar propuestas visuales fundamentadas en procesos de investigación aplicada (Buitrago, 2023).

El desarrollo de tecnologías digitales y la expansión de entornos de comunicación en red han generado transformaciones significativas en los perfiles profesionales asociados con el diseño y la comunicación visual (OECD, 2023; AIGA, 2018). Los estudios prospectivos sobre el futuro del quehacer del diseñador señalan que los procesos de digitalización, automatización y desarrollo de sistemas inteligentes

están modificando las competencias requeridas en distintos campos profesionales, entre ellos, las áreas relacionadas con la creatividad, la comunicación y el diseño (OECD, 2023). En este contexto, las habilidades vinculadas con el pensamiento crítico, la creatividad, la resolución de problemas complejos y la capacidad de interpretar información adquieren relevancia en escenarios laborales caracterizados por la rápida evolución tecnológica y la integración de sistemas digitales (OECD, 2023; AIGA, 2018).

La expansión de tecnologías basadas en inteligencia artificial también forma parte de las transformaciones que influyen en la evolución del campo profesional del diseño (OECD, 2023). Diversos análisis sobre habilidades emergentes señalan que las tecnologías de automatización y los sistemas de inteligencia artificial modifican la naturaleza de las tareas profesionales al automatizar ciertos procesos técnicos y amplían las posibilidades de análisis y generación de información (OECD, 2023). En este contexto, las profesiones vinculadas con la creatividad y la comunicación visual mantienen relevancia debido a su relación con procesos interpretativos, culturales y simbólicos que requieren capacidades analíticas, críticas y creativas difíciles de sustituir mediante automatización tecnológica (OECD, 2023; UNESCO, 2022).

La literatura sobre industrias culturales y creativas también reconoce que el diseño participa en procesos de producción simbólica que influyen en el desarrollo y circulación de significados, la construcción de identidades y la mediación cultural dentro de las sociedades contemporáneas. Los sectores culturales y creativos constituyen espacios de producción económica que integran disciplinas del diseño, la comunicación visual, la producción audiovisual y el desarrollo de contenidos digitales. En estos sectores, el diseño contribuye a la construcción de narrativas visuales, sistemas de información y estrategias de comunicación que articulan contenidos culturales con procesos productivos y tecnológicos (UNESCO, 2022).

En los debates contemporáneos sobre el futuro del diseño también adquiere relevancia la relación entre las prácticas de comunicación visual, los procesos de desarrollo sostenible y la responsabilidad social de las industrias creativas. Diversos organismos internacionales han señalado que los sectores culturales y creativos desempeñan un papel relevante en la promoción de modelos de desarrollo que integren dimensiones económicas, sociales y ambientales dentro de las dinámicas de

producción cultural. De esta manera, el diseño participa en la construcción de narrativas visuales, sistemas de información y estrategias de comunicación que contribuyen a sensibilizar a la sociedad sobre problemáticas relacionadas con el medio ambiente, el uso responsable de los recursos y la preservación del patrimonio natural y cultural (UNESCO, 2022).

Las transformaciones contemporáneas de la economía global también han impulsado la incorporación de criterios de sostenibilidad en las actividades productivas y organizacionales, lo que ha generado nuevas demandas profesionales para la comunicación, la innovación y el diseño (OECD, 2023). Ante este escenario, la comunicación visual participa en procesos de divulgación científica, educación ambiental y construcción de discursos públicos orientados a promover prácticas sociales y productivas más sostenibles (UNESCO, 2022; OECD, 2023). Estas dinámicas evidencian que el diseño, además de intervenir en procesos de diferenciación comercial o posicionamiento institucional, también puede contribuir a la comprensión social de problemáticas ambientales y a la construcción de marcos culturales orientados al desarrollo sostenible.

Desde esta perspectiva, la profesión del diseño y la comunicación visual estratégica se relaciona con la capacidad de los profesionales para integrar criterios de sostenibilidad, responsabilidad social y comprensión del entorno natural dentro de los procesos de conceptualización y desarrollo de proyectos de comunicación visual. La formación de diseñadores requiere, por tanto, promover una comprensión amplia del impacto social, cultural y ambiental de los discursos visuales, así como fortalecer la capacidad de los profesionales para participar en iniciativas de comunicación que contribuyan a la construcción de sociedades más sostenibles (UNESCO, 2022; Universidad de Palermo, 2025).

En el ámbito académico y profesional del diseño en América Latina también se han desarrollado reflexiones prospectivas orientadas a identificar los desafíos que enfrenta la disciplina en el contexto contemporáneo. Tal es el caso del Simposio Agenda de Diseño 2026-2030 en el que se identifican transformaciones asociadas con la digitalización, la globalización de los sistemas de comunicación y la creciente complejidad de los entornos socioculturales en los que interviene el diseño. Estas

reflexiones señalan la necesidad de fortalecer la investigación, la interdisciplinariedad y la vinculación con problemáticas sociales como elementos centrales para el desarrollo futuro del campo disciplinar del diseño (Universidad de Palermo, 2025).

Las orientaciones establecidas por organismos académicos y profesionales del diseño también reflejan estas transformaciones del campo disciplinar (COMAPROD, 2022; Icograda, 2011). Los lineamientos para la acreditación de programas educativos en diseño señalan la importancia de formar profesionales capaces de comprender contextos socioculturales, utilizar herramientas tecnológicas contemporáneas y desarrollar soluciones de comunicación visual orientadas a diversos sectores sociales y productivos (COMAPROD, 2022). Estas orientaciones reconocen que el diseño contemporáneo requiere integrar conocimientos teóricos, metodológicos y tecnológicos para responder a los desafíos que plantea la evolución de los sistemas de comunicación visual (Icograda, 2011; COMAPROD, 2022).

En el ámbito internacional, el International Council of Design (icoD) ha señalado desde 2014 la necesidad de consolidar al diseño como una disciplina con capacidad de articulación entre diversas áreas, posicionándose como una voz global que representa y vincula los distintos campos del diseño. Este planteamiento enfatiza la importancia del pensamiento estratégico, la formación orientada al diseño y la práctica profesional como medios para abordar problemáticas complejas en un contexto global caracterizado por la interdependencia económica, tecnológica y cultural. En este sentido, se reconoce que el diseño no únicamente implica la producción de soluciones visuales, sino también el ejercicio de funciones de liderazgo, innovación y toma de decisiones que permiten al profesional incidir de manera significativa en la transformación de los entornos sociales y productivos (icoD, 2014). En correspondencia con lo anterior, los lineamientos establecidos por la National Association of Schools of Art and Design (NASAD) destacan la importancia de una formación integral que articule conocimientos teóricos, habilidades técnicas y capacidades analíticas, así como el desarrollo de competencias estratégicas orientadas a la comprensión de contextos culturales, la toma de decisiones y el diseño de soluciones pertinentes en un campo disciplinar en constante evolución (NASAD, 2023).

La prospectiva del campo disciplinar del diseño y la comunicación visual estratégica se orienta hacia un ejercicio profesional que integra análisis contextual, pensamiento estratégico y desarrollo de sistemas de comunicación visual capaces de operar en entornos tecnológicos, sociales y culturales complejos. El perfil del diseñador se orienta hacia la capacidad de interpretar contextos, estructurar información, conceptualizar propuestas visuales y participar en proyectos interdisciplinarios vinculados con la comunicación visual, la innovación y la producción cultural. Esta perspectiva también incorpora la consideración de criterios de sostenibilidad, responsabilidad social y relación con el entorno natural dentro de los procesos de comunicación visual, lo que sitúa al diseño como una disciplina que contribuye a la construcción de discursos visuales capaces de articular información, significados y contextos socioculturales en escenarios contemporáneos caracterizados por la convergencia tecnológica y la transformación constante de los sistemas de comunicación.

2.3. Fundamentación institucional

Factibilidad de operación del nuevo programa educativo

Planta docente

Para la operación del nuevo programa educativo se contempla una estructura académica integrada por cuatro profesores de tiempo completo (PTC), tres técnicos académicos de tiempo completo (TATC) y algunos profesores por asignatura (el número dependerá de la carga académica que se le asigne a cada uno), lo anterior permitirá la implementación total del plan de estudios, es decir, de los ocho periodos escolares en los que se organiza dicho plan.

Para iniciar con la operación adecuada del programa educativo, se requiere un PTC y dos profesores de asignatura, estos últimos se encuentran contratados en el tronco común de Arquitectura y Diseño, y sus actividades se trasladarán al nuevo plan de estudios. Además, el PTC ya se encuentra adscrito a la facultad, con lo anterior, se

garantiza la pertinencia y suficiencia de la planta docente para iniciar con la operación del primer semestre del nuevo programa educativo.

El resto de los PTC y TACT, serán incorporados de manera progresiva conforme avance la implementación del plan de estudios y el crecimiento de la matrícula, con la finalidad de asegurar la adecuada operación del programa. En este sentido, la contratación del segundo PTC se realizará en el periodo escolar 2028-2, el tercer PTC en el 2029-2 y el cuarto PTC se tiene planeado contratar en el 2030-2. En relación con los TACT, la primera contratación se llevará a cabo en el periodo escolar 2027-2, el segundo TACT se contratará el 2028-1, el tercer TACT en el 2029-1, y el cuarto y último TACT en el 2030-1. En la Tabla 1 se visualiza lo anteriormente descrito.

Específicamente, los PTC asignados al programa educativo impartirán unidades de aprendizaje de las etapas básica, disciplinaria y terminal de acuerdo con su área de especialidad, además de participar en actividades sustantivas como tutoría académica, gestión académica e investigación. Asimismo, los TACT estarán adscritos a los laboratorios de producción gráfica y producción fotográfica. Estos técnicos académicos asumirán actividades relacionadas con la docencia, gestión de laboratorios, mantenimiento de equipos, supervisión de prácticas especializadas, y apoyo técnico a docentes y estudiantes. Se prevé que cada PTC y TATC podrá atender hasta cincuenta estudiantes de manera simultánea en actividades de tutoría académica, conforme avance la implementación del plan de estudios.

A partir de lo anteriormente descrito, se identifica que se contará con la planta docente requerida para iniciar con la operación del programa educativo en el 2027-1, y a través de la estrategia de incorporación progresiva del personal académico y técnico restante, se asegurará la operación adecuada del programa educativo conforme a la implementación del plan de estudios, lo que permitirá la atención pertinente de las trayectorias formativas del estudiantado. En la tabla 1 se muestra la proyección de la matrícula, la contratación de PTC y TATC que se requieren conforme a la implementación del plan de estudios.

Tabla 1. *Proyección semestral del crecimiento de la matrícula, contratación de PTC, TATC y profesores por asignatura para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial.*

Concepto	2027-1	2027-2	2028-1	2028-2	2029-1	2029-2	2030-1	2030-2
Proyección de la matrícula	36	72	105	144	180	216	252	288
Banco de horas*	28	44	67	118	166	219	255	303
PTC	1	0	0	1	0	1	0	1
TATC	0	1	1	0	1	0	1	0

Fuente: Elaboración propia.

Nota: * Expresado en horas impartidas por profesores de asignatura.

Habilitación docente

La estrategia de habilitación del profesorado para la impartición de unidades de aprendizaje que forman parte del plan de estudios se establece como un requisito previo para la operación del programa educativo. Esta formación se desarrollará a partir del semestre inmediato anterior al inicio de la implementación de las unidades de aprendizaje en cuestión. El propósito de esta etapa consiste en asegurar que el personal académico cuente con las competencias pedagógicas y tecnológicas necesarias para el desarrollo de procesos de enseñanza en entornos mediados por tecnologías de la información y la comunicación. La habilitación se define como el cumplimiento de una formación mínima institucional, orientada a la apropiación de herramientas, metodologías y criterios de evaluación acordes con la modalidad semipresencial. Este proceso permite establecer condiciones homogéneas en la práctica docente, en correspondencia con la naturaleza del programa y en cumplimiento con los lineamientos del Centro de Investigación para el Aprendizaje a Distancia. De esta manera, la formación docente se integra como un componente operativo del programa educativo.

La formación mínima contempla la acreditación de tres cursos institucionales: Blackboard para el Trabajo en Línea (o «Blackboard para Cursos Mediados por TIC»), Conducción de Cursos en Línea (o «Conducción de Cursos Mediados por TIC») y

Diseño Instruccional para Cursos en Línea (o «Diseño Instruccional de Cursos Mediados por TIC»). Los dos primeros cursos se orientan al desarrollo de competencias para la gestión de entornos virtuales de aprendizaje, la interacción con estudiantes y la implementación de estrategias didácticas en línea. El tercer curso se establece como requisito específico para el profesorado responsable del diseño de unidades de aprendizaje, con el fin de asegurar la coherencia entre los componentes curriculares y su implementación en entornos digitales. Esta estructura formativa permite diferenciar funciones docentes en relación con la operación y el diseño instruccional. La acreditación de estos cursos constituye un criterio verificable para la asignación de unidades de aprendizaje. En consecuencia, la estrategia de formación docente se orienta a garantizar la pertinencia y viabilidad de la modalidad propuesta. En la tabla 2, se puede apreciar al personal actualmente adscrito a la unidad académica que cuenta con la formación para la impartición de cursos en modalidades no presenciales.

Tabla 2. Formación en competencias docentes para la educación a distancia (orden por número de empleado)

Núm	Nombre	AÑOS ¹	BBTL*	DICL*	CCL*	THEBB	EDAT	ETMA	AGID	FC-DICS	EMDD	AUEVA	GMF	GGC	EAL	DIPLOMADO ACREDITADO
16305	Claudia Rivera Torres	8	Sí	Sí	Sí									Sí		
21013	Ana Erika Ruiz Arellano	9	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí		Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Acreditado
22415	Annia Paola Montes Mendoza	5	Sí	Sí	Sí											
27954	Julio César Rincón Martínez	5	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí		Sí		Sí		Sí		Sí	Acreditado
30119	Mariel Organista Camacho	1	Sí	Sí	Sí					Sí			Sí			

Fuente: Elaboración propia.

Nota: El diplomado acreditado al que se hace referencia es: “Diplomado: Competencias docentes para la educación a distancia”. Los tres cursos indicados(*) son requisito de formación mínima institucional para impartir cursos en modalidad semipresencial y no presencial. A continuación, se describen los acrónimos utilizados en la tabla:

BBTL*	Blackboard para el trabajo en línea (*curso de formación mínima)
DICL*	Diseño Instruccional de Cursos en Línea (*curso de formación mínima)
CCL*	Conducción de Cursos en Línea (*curso de formación mínima)
THEBB	Taller de Herramientas de Evaluación en Blackboard
EDAT	Estrategias didácticas apoyadas en TICC
ETMA	Educación y Tecnologías; modalidades alternativas
AGID	Aplicaciones Gratuitas de Internet para la Docencia
FC-DICS	Flipped classroom: diseño instruccional para cursos semipresenciales
EMDD	Elaboración de Material Didáctico Digital
AUEVA	Accesibilidad universal para entornos virtuales de aprendizaje
GMF	Gamificación
GGC	Google Classroom
EAL	Evaluación del Aprendizaje en Línea

¹ Años de experiencia en educación a distancia.

Infraestructura física

La infraestructura física de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño es un complejo que consta de nueve edificios diseñados para diversos fines educativos y administrativos. En primer lugar, la unidad académica concentra 33 aulas destinadas a clases teóricas de licenciatura, nueve talleres con restiradores, así como tres aulas dedicadas a clases de posgrado, lo que permite una amplia cobertura para la enseñanza de diferentes niveles académicos. Además, dispone de diez laboratorios equipados con la tecnología necesaria para los distintos programas educativos que se ofertan en la facultad, proporcionando un entorno propicio para la experimentación y el aprendizaje práctico. Asimismo, se tiene un aula destinada a asesorías para estudiantes.

Adicionalmente, se cuenta con una sala de uso exclusivo para profesores de asignatura ubicada en el edificio E1 equipada con un área de computadoras y lockers, mesas de trabajo, área de descanso con televisión, comedor y cocina. Por su parte, los profesores de tiempo completo cuentan con área de cocina en el edificio E55.

Además, para actividades complementarias, la unidad académica dispone de una sala audiovisual (edificio E33) y una sala de usos múltiples (edificio E45), para la realización de diversas actividades académicas y extracurriculares en un entorno adecuado y funcional.

Aulas y espacios para la docencia, y su equipamiento

Los programas educativos que se ofertan en la unidad académica hacen uso de las 33 aulas distribuidas en tres edificios de la unidad académica (edificio E1, E45 y E55).

- El edificio E1, es una instalación de tres pisos, en el que el nuevo programa educativo puede hacer uso de 27 aulas. El primer piso cuenta con siete aulas (aula 101, 102, 103, 104, 105, 106 y 107), el aula 105 es exclusiva de asesorías. El segundo piso, tiene 11 aulas (aula 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210 y 211), y el tercer piso incluye 10 aulas (aula 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309 y 310).

- El edificio E45, es una instalación de tres pisos, en el que se puede hacer uso de dos aulas. En el segundo piso, se cuenta con el aula 201 y en el tercer piso, el aula 301. El edificio E55, es una instalación de dos pisos y un sótano, en el que se puede hacer uso de cuatro aulas ubicadas en el primer piso (aula 102, 103, 104 y 105).

Todas las aulas cuentan con las condiciones necesarias para el desarrollo de la docencia, además tienen el equipamiento para cumplir con las necesidades de los programas educativos. La distribución y asignación de estos espacios se planea semestralmente, considerando la cantidad de estudiantes inscritos a cada uno de los cursos que se ofertan en cada programa educativo.

La superficie de las aulas va de los 41m² a los 83m², por lo que las dimensiones son adecuadas para atender grupos de 25 a 48 estudiantes. Cada una cuenta con mobiliario y equipamiento en buen estado para su uso y operación. La iluminación de las aulas es provista de forma natural y artificial, donde esta última es con lámparas led o fluorescentes ubicadas por áreas de aproximadamente 4m² por cada fuente luminosa. La combinación o alternancia entre luz artificial y natural aseguran una óptima iluminación para las funciones docentes. Algunas ventanas cuentan con recubrimiento polarizado, para mejorar la experiencia al utilizar equipos de videoproyección dentro de las aulas, además, todos los edificios de la unidad académica, particularmente en pasillos y escaleras de acceso, cuentan con sensores de encendido de luces y lámparas de emergencia.

Las aulas cuentan con ventanas para una ventilación natural, además, la orientación de los edificios E1, E45 y E55 permite un flujo favorable del viento al interior de estos espacios, lo anterior debido a su cercanía con el mar y el clima mediterráneo de la zona. Aunado a esto, cada aula cuenta con ventilación electromecánica adicional para ser activada si se perciben condiciones de clima cálido.

Las buenas condiciones de ventilación permiten que las ventanas puedan cerrarse en caso de que el ruido exterior interrumpa o sea incómodo, además, las puertas tienen un mecanismo de ajuste para que éstas permanezcan cerradas en casos en que se requiera un mayor aislamiento de ruido.

Se tienen proyectores y cámaras USB instalados dentro de cada aula. Estos cuentan con acceso a contactos eléctricos y disponen de una terminal de conexión, la

cual facilita el conectar una computadora o dispositivos móviles como tabletas, a las cámaras o equipos de proyección de las aulas.

Las aulas tienen mobiliario cómodo y en buenas condiciones para la práctica docente, los mesabancos, pizarrones, escritorios y sillas son adecuados para las dimensiones de las aulas. El número de mesabancos por aula depende de la capacidad de la misma: 12 aulas tienen entre 22 y 28 mesabancos, 11 aulas tienen entre 33 y 39, y nueve aulas entre 40 y 46 mesabancos, por lo que se pueden tener hasta 1,111 estudiantes de manera simultánea en clase teórica. Los pintarrones (dos por aula) ofrecen un área aproximada de 4.8m² para el desarrollo de las actividades programadas en cada curso.

Las aulas de los edificios E1, E45 y E55 cuentan con rampas de accesibilidad óptimas que comunican a los estacionamientos y facilitan el desplazamiento del estudiantado con discapacidad hacia la planta baja de los edificios. Aunque estos edificios no cuentan con elevadores, se organiza la asignación de cursos en la planta baja cuando se identifica que se tienen docentes y estudiantes con discapacidad. Hasta la fecha, la población con discapacidad no supera el 1% de la población total del estudiantado. Dependiendo de los casos, se ofrece la posibilidad de que se realicen intercambios en la asignación de aulas ubicadas en la planta baja, en la fecha que sea necesario, considerando a la población estudiantil y docente que sufren accidentes o son sometidos a procesos quirúrgicos o médicos durante el ciclo escolar, para esto, la o el docente notifica por alguna de las vías de comunicación a la subdirección y administración de la facultad para que se gestionen los cambios pertinentes.

La conectividad a internet es adecuada en todo el campus y se logra por la red institucional UABC-5G y UABC-2.4G. La comunidad estudiantil, docente, el personal administrativo y de apoyo pueden acceder a ésta, con su correo electrónico institucional (@uabc.edu.mx) y su contraseña. De esta forma, se asegura la privacidad en la conexión y uso de internet. Esta red se soporta con la instalación de routers en sitios estratégicos de cada edificio, que aseguran la conectividad en todas las aulas y sitios aledaños a los edificios, cabe resaltar que esta red cuenta con la tecnología 5G. La unidad académica también cuenta con una red de apoyo, Wifi-FIAD, en la que tanto estudiantes como docentes acceden con su cuenta de correo institucional.

Los edificios de la unidad académica y las aulas, cuentan con medidas de seguridad para salvaguardar a la comunidad universitaria, al contar con sensores de humo, alarma contra incendios, señalamientos de ruta de evacuación, luces de emergencia en pasillos, extintores, cámaras de vigilancia, e identificación de puntos de reunión, además, la institución mantiene una cultura de seguridad ya que realiza de forma permanente simulacros de evacuación para preparar y concientizar a toda la población universitaria del campus sobre qué hacer en caso de emergencia.

A partir de lo anterior, las aulas con las que cuenta la unidad académica son suficientes y pertinentes para la impartición de las clases teóricas establecidas en el plan de estudios del nuevo programa educativo, lo que permitirá su adecuada operación desde el inicio de su implementación.

Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas y su equipamiento

Actualmente se cuenta con una infraestructura que incluye diez laboratorios de cómputo en operación, los cuales dan soporte a las actividades académicas de los distintos programas educativos. Esta disponibilidad permitirá la puesta en marcha del programa educativo en condiciones óptimas.

Cada laboratorio cuenta con 18 módulos de cómputo recientemente actualizados, equipados con tecnología de vanguardia que responde a las exigencias técnicas del desarrollo de gráficos de alta definición y gráficos en movimiento. Además, se dispone de mobiliario para el profesorado, proyector, cámara web y conectividad inalámbrica, lo que asegura un entorno adecuado para la enseñanza presencial y el acompañamiento de estrategias híbridas o mediadas por tecnologías digitales.

De lo anteriormente descrito, para la operación del programa educativo se hará uso de dos laboratorios de cómputo que se encuentran habilitados con el equipo necesario, así como con el mobiliario requerido para la adecuada impartición de las clases. Estos laboratorios contarán en el periodo 2027-1 (inicio de operación del programa educativo) con las licencias de los softwares necesarios para el desarrollo de las actividades establecidas en los programas de unidad de aprendizaje del plan de estudios.

En relación a talleres para actividad prácticas, la unidad académica cuenta con nueve espacios de esta naturaleza equipados con mobiliario para alternar el trabajo vertical y sedente, dicho equipamiento incluye 18 restiradores (mesas de dibujo) y 18 bancos, mobiliario para docentes, proyector, cámara web y acceso a red inalámbrica.

A partir de lo anterior, los laboratorios de cómputo y talleres son suficientes y pertinentes para la impartición de las clases prácticas establecidas en el plan de estudios del nuevo programa educativo, lo que permitirá su adecuada operación desde el inicio de su implementación.

Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas virtuales o presenciales conforme lo requiera la modalidad educativa declarada

En la etapa disciplinaria, específicamente a partir del cuarto semestre del plan de estudios (periodo escolar 2028-2), se identifica la necesidad de crear un Laboratorio de Producción Gráfica, que integre las áreas de pre prensa, impresión digital y serigrafía, con el objetivo de fortalecer las competencias técnicas vinculadas a los procesos de preparación, reproducción y acabado de piezas gráficas. Este espacio especializado permitirá al estudiantado comprender y experimentar los flujos de trabajo completos, desde la adecuación de archivos para su correcta salida (pre prensa), hasta su producción en sistemas digitales y tradicionales de impresión. Asimismo, facilitará la apropiación de conocimientos prácticos sobre gestión del color, control de calidad, exploración de soportes, acabados y edición impresa. El laboratorio deberá contar con tres áreas funcionales:

- Área de pre prensa: equipada con tres estaciones de trabajo con software especializado (Adobe InDesign, Illustrator, Acrobat Pro), impresoras de prueba, calibradores y herramientas de revisión técnica.
- Área de impresión digital: con equipos de impresión (sublimación, corte digital, troquelado) cortadoras, guillotinas, engargoladoras y otros dispositivos para el acabado editorial.
- Área de serigrafía: que incluya mesas de insolado, bastidores, raseros, tintas, estaciones de impresión manual y sistemas de secado.

En la misma etapa, pero en quinto semestre (periodo escolar 2029-1), se requiere habilitar un laboratorio adicional, el de Producción Fotográfica, el cual permitirá desarrollar competencias específicas en procesos de captura, edición y postproducción de imágenes, tanto en contextos de estudio como en proyectos de comunicación visual aplicados. Este espacio debe ser de uso presencial y estará compuesto por dos áreas funcionales: un área de producción fotográfica y un área de cómputo. El equipamiento técnico requerido incluye: ciclorama, set de flash para estudio, sombrillas, reflectores, lámparas de luz continua, fotómetro, difusores, trípodes, pies de estudio, así como mobiliario especializado como mesas altas para trabajo vertical. Su implementación será clave para consolidar habilidades profesionales en la producción de medios impresos, abarcando desde el diseño hasta la reproducción final.

Espacios para realizar prácticas escolares externas a la institución y proyectos de vinculación

La unidad académica impulsa una formación práctica con impacto social y ambiental, por lo que los espacios destinados a prácticas escolares externas a la institución y proyectos de vinculación, permiten que la comunidad estudiantil se integre activamente en iniciativas interinstitucionales y comunitarias. De esta manera, además de responder a las necesidades del proceso formativo formal, se fortalece y diversifica el perfil profesional de la persona egresada, orientado a contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.

Uno de los propósitos estratégicos del programa educativo es contribuir a la producción y circulación de contenidos visuales de calidad, que respondan a los requerimientos de otras unidades académicas de la institución, así como de institutos y centros de investigación que demandan apoyo en diseño para la divulgación científica, ambiental, tecnológica y humanística, dentro de la institución y externos a ella. Esta colaboración podrá materializarse mediante proyectos integradores, servicio social profesional, prácticas profesionales o proyectos de vinculación con valor en créditos, donde las y los estudiantes desarrollen materiales gráficos impresos, audiovisuales e interactivos que faciliten la apropiación del conocimiento por parte de públicos diversos.

Asimismo, se contempla que el estudiantado participe en actividades comunitarias, como en apoyo a instituciones del sector salud y educativo, mediante el diseño de campañas de comunicación visual, materiales educativos, infografías, identidad gráfica de programas o estrategias de orientación y prevención. De igual manera, se busca fomentar la participación en iniciativas que impulsen el desarrollo de la imagen urbana y cultural de la ciudad, colaborando con organismos gubernamentales y de la sociedad civil en la creación de identidades visuales, señalética, narrativas gráficas patrimoniales, experiencias interactivas o materiales de promoción turística y cultural.

Estas experiencias no solamente podrán contribuir en la formación integral del estudiantado, sino que consolidan la función social del diseño gráfico como una herramienta crítica para la transformación del entorno (Frascara, 2008), alineada con los principios de responsabilidad social universitaria y con el enfoque de competencias del modelo educativo de la institución (UABC, 2018).

Infraestructura tecnológica

Los esfuerzos iniciales para promover iniciativas de educación abierta y a distancia en la UABC se remontan al año 2006, durante la rectoría de Alejandro Mungaray Lagarda, cuando se creó el Centro de Educación Abierta (CEA). Esta instancia surgió con el propósito de ofrecer servicios internos para la gestión y administración de cursos en línea dirigidos a programas de licenciatura y posgrado. Además, entre sus funciones se encontraba brindar asesoría y capacitación al personal docente para la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de enseñanza, así como desarrollar actividades de investigación relacionadas con la educación mediada por tecnologías (UABC, 2006).

Durante aproximadamente nueve años, el CEA fue la instancia responsable de coordinar y dar seguimiento a las iniciativas institucionales vinculadas con la educación a distancia en la universidad. En 2015, este organismo cambió de denominación al Centro de Educación Abierta y a Distancia (CEAD) durante la gestión del rector Juan Manuel Ocegueda Hernández. El CEAD mantuvo los objetivos y funciones del

organismo anterior, con el fin de fortalecer la consolidación de la educación abierta y a distancia dentro de la institución (UABC, 2015).

En 2022, durante la gestión del rector Daniel Octavio Valdez Delgadillo, el organismo adoptó el nombre de Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital (CIAD), y su propósito principal es el siguiente:

Llevar a cabo las estrategias institucionales de aprovechamiento de las TICC en el proceso de enseñanza aprendizaje en los programas educativos de la institución a través de planear, definir, operar y evaluar proyectos de innovación, realizar investigación y ofrecer servicios, conforme a las directrices del modelo educativo de la Universidad, y el correspondiente modelo académico para modalidades diferentes a la presencial, además de impulsar iniciativas que contribuyan con el desarrollo de la sociedad digital inteligente (UABC, 2022a, p. 3).

Desde su creación, el CIAD ha desempeñado un papel relevante en el fortalecimiento y la consolidación de la educación a distancia dentro de la UABC. A través de sus acciones, ha promovido la participación de directivos, docentes y estudiantes de las distintas escuelas, facultades e institutos universitarios en el desarrollo de iniciativas educativas mediadas por tecnologías digitales.

Además de la modalidad presencial, el Estatuto Escolar de la UABC (2021) reconoce formalmente otras dos modalidades de impartición de los planes y programas de estudio: la modalidad semipresencial (mixta) y la modalidad no presencial, lo cual amplía las posibilidades institucionales para el desarrollo de propuestas educativas innovadoras y flexibles.

Actualmente, diversos programas educativos de la UABC se ofertan en modalidades distintas a la enseñanza presencial con apoyo del CIAD, entre ellos se encuentran el Tronco Común de Pedagogía (modalidad en línea) y el Tronco Común Área de Ciencias Sociales (modalidad semipresencial). Por su parte, las licenciaturas que se imparten en la modalidad semipresencial con apoyo de plataformas educativas son Administración de Empresas, Derecho, Ciencias de la Educación, Psicología, Ciencias de la Comunicación y Sociología. En la modalidad en línea se ofertan las licenciaturas en Gestión e Innovación Organizacional, en Desarrollo de Software e

Ingeniería de Datos e Inteligencia Artificial. A nivel posgrado, bajo esta última modalidad, se cuenta con la Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje Organizacional, Maestría en Ingeniería de Procesos y Manufactura, Maestría en Gestión de Negocios de A y B, Maestría en Práctica Docente en Educación Básica y el Doctorado en Tecnología Educativa. Estas opciones formativas reflejan el avance institucional en la diversificación de modalidades educativas.

De manera complementaria, el CIAD desarrolla diversas iniciativas formativas en modalidad virtual, entre las que destaca el Catálogo de Unidades de Aprendizaje en Línea (CUAL). A través de este catálogo se promueve la formación integral del estudiantado universitario mediante asignaturas optativas que fortalecen y amplían su preparación profesional. Entre los cursos disponibles se encuentran los siguientes: Accesibilidad Universal, Empleabilidad y Autoempleo, Fundamentos de Investigación, Equidad de Género, Inteligencia Artificial y Sociedad, Responsabilidad Social Universitaria, entre otras. Estas unidades de aprendizaje se ofertan durante periodos semestrales e intersemestrales, y se imparten con el apoyo de la plataforma educativa Blackboard Learn.

Cabe señalar que estas iniciativas no constituyen las únicas experiencias de educación mediada por tecnologías que se desarrollan en la universidad. En distintos programas de licenciatura y posgrado, un número creciente de docentes ha incorporado modalidades semipresenciales y virtuales en algunas unidades de aprendizaje. Esta tendencia se intensificó particularmente después de la pandemia de COVID-19, debido a las competencias digitales adquiridas por la comunidad académica durante la implementación del Plan de Continuidad Académica.

Como evidencia de su alcance, durante el periodo escolar 2024-1 participaron 65,188 estudiantes de licenciatura y posgrado, junto con 6,038 docentes, en las modalidades formativas que integran el uso de la plataforma educativa Blackboard Learn, tales como la semipresencial, a distancia y presencial con apoyo tecnológico. Para el periodo 2024-2, la cifra ascendió a 66,828 estudiantes y 6,073 docentes a nivel licenciatura, y 1,960 estudiantes y 668 docentes a nivel posgrado (Universidad Autónoma de Baja California, 2024).

Asimismo, en el semestre 2024-1 se ofertaron 4,764 cursos de licenciatura (2,091 presenciales, 1,821 semipresenciales y 852 en línea), mientras que en el ciclo 2024-2 se impartieron 4,393 cursos (1,443 presenciales, 2,037 semipresenciales y 913 en línea). En el ámbito de posgrado, se ofrecieron 184 cursos en el periodo 2024-1 (89 presenciales, 35 semipresenciales y 60 en línea) y 216 en el semestre 2024-2 (69 presenciales, 50 semipresenciales y 97 en línea) (Universidad Autónoma de Baja California, 2024).

Estos datos institucionales reflejan la evolución y la consolidación del sistema de educación a distancia de la universidad a lo largo de 20 años. Por una parte, este desarrollo es resultado del proceso de maduración institucional experimentado por el CIAD, y por otra, del trabajo colaborativo que dicho organismo mantiene con las unidades académicas en cada periodo escolar, con el propósito de impulsar la continuidad y expansión de proyectos de formación profesional dirigidos a la población de Baja California mediante modalidades educativas alternativas a la enseñanza presencial.

A partir de lo anterior, la creación de este programa educativo surge en un escenario institucional caracterizado por el compromiso con la calidad educativa y con la diversificación en la oferta de modalidades de aprendizaje distintas a la presencial. En este sentido, el programa educativo cuenta con el apoyo del CIAD para la gestión de las actividades relacionadas con los cursos en modalidades semipresenciales y a distancia en el marco de la normativa universitaria vigente, así como con el soporte técnico para la comunidad universitaria. Además, este centro es el responsable de los sistemas de administración de unidades de aprendizaje en línea de vanguardia, como las plataformas institucionales Blackboard Learn y Google Workspace for Education, las cuales proporcionan una base sólida para la gestión eficiente del proceso educativo. Estas herramientas permiten al estudiantado acceder a materiales de aprendizaje, participar en actividades colaborativas, comunicarse con docentes y estudiantes de manera remota, además de ofrecer una amplia gama de recursos que enriquecen la experiencia educativa, fomentan la interactividad, la flexibilidad y facilitan el acceso a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar. Estas condiciones aseguran una formación académica y profesional pertinente, eficaz y adaptable a las necesidades

de las personas interesadas en cursar el programa educativo, y garantizan la viabilidad y eficiencia operativa del nuevo plan de estudios.

Por otra parte, el sistema de bibliotecas de la UABC ofrece un extenso acervo bibliográfico digital al programa educativo, entre estos recursos se tienen más veinte editoriales que proporcionan acceso a una amplia diversidad de artículos y libros de alta calidad académica y científica. Además, este sistema ha establecido suscripciones con bibliotecas virtuales y editoriales de prestigio, lo que brinda a estudiantes y docentes el acceso remoto a un vasto acervo de libros electrónicos para enriquecer su experiencia de aprendizaje.

Aulas híbridas

Específicamente en la unidad académica se cuenta con 34 aulas híbridas equipadas para la impartición de clases teóricas, lo que permite atender los requerimientos del modelo semipresencial y garantizar condiciones óptimas para el aprendizaje mixto. Estas aulas se consideran suficientes para la atención de los cursos que requieren mobiliario escolar convencional, particularmente aquellos enfocados en actividades de análisis, discusión, conceptualización o exposición. Asimismo, su infraestructura tecnológica posibilita el uso de recursos digitales y plataformas educativas, lo cual favorece la implementación de estrategias pedagógicas activas y la integración de experiencias de aprendizaje en línea y presenciales.

Conectividad

La Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño cuenta con una infraestructura tecnológica que garantiza la conectividad necesaria para la operación de programas educativos en modalidades presencial, semipresencial o a distancia. La red institucional opera mediante tecnología de fibra óptica de 10 GB, lo cual asegura un ancho de banda de alta capacidad, fundamental para la transmisión de datos, videoconferencias, trabajo colaborativo en la nube y el uso intensivo de plataformas de aprendizaje digital. El acceso inalámbrico se brinda a través de la SSID UABC, la cual está disponible en dos bandas: UABC-5G para conexiones de alta velocidad y baja latencia y UABC-2.4G que

proporciona mayor alcance para dispositivos con requerimientos básicos. Ambas redes están disponibles en todos los edificios de la facultad y se accede mediante autenticación con credenciales institucionales con lo que se asegura la privacidad, trazabilidad y seguridad en las conexiones. Esta conectividad se sostiene por una red de routers distribuidos de manera estratégica en los distintos edificios de la facultad, lo que contribuye a una cobertura eficiente en todas las aulas, laboratorios, talleres y áreas comunes. La tabla 3 presenta el tipo de conectividad, cableado y distribución de puntos de acceso en los edificios de la unidad académica.

Tabla 3. *Distribución de la infraestructura de conectividad en la FIAD*

Edificio	Tipo de conectividad			
	Fibra óptica a 10Gb	Cableado a todos los nodos locales a 1Gb	Puntos de acceso interior RedUABC	Puntos de acceso Exterior RedUABC
Edificio E1	Desde E40	6Plus y 5E	14	-
Edificio E33	Desde E34	6Plus	2	2
Edificio E34	Desde E40	6Plus	4	2
Edificio E35	Desde E34	6Plus	3	-
Edificio E36	Desde E34	6Plus	2	-
Edificio E37	Desde E34	6Plus	2	-
Edificio E45	Desde E34	6Plus	6	1
Edificio E51	Desde E34	6Plus	6	1
Edificio E55	Desde E34	6Plus	8	1

Fuente. Elaboración propia

Estos datos reflejan una cobertura estratégica, en la que se destaca el uso de cableado UTP categoría 6Plus y algunos nodos antiguos en 5E cableado que está en proyecto para ser reemplazado, así como la distribución de puntos de acceso (AP) de la Red UABC de interior y exterior, que permiten una conectividad estable dentro de aulas, laboratorios, talleres y espacios comunes. Como medida adicional, la unidad académica dispone de una red alternativa denominada Wifiad, habilitada exclusivamente como respaldo ante contingencias técnicas o saturación de la red principal (con 6 nodos). Esta red también se encuentra restringida a usuarios con

credenciales institucionales, garantizando así la integridad del ecosistema digital universitario. Asimismo, en 2020 se llevó a cabo la renovación del sistema de telecomunicaciones en todas las unidades académicas. Esta actualización incluyó la implementación de telefonía VoIP (Voz sobre Protocolo de Internet), lo que permitió dotar al personal académico y administrativo con líneas telefónicas digitales integradas a la red institucional.

Lo anteriormente descrito, es suficiente y pertinente para el adecuado funcionamiento del programa educativo, el desarrollo de competencias disciplinares y la consolidación de los procesos formativos acordes a las exigencias del campo del diseño de la comunicación visual.

Personal administrativo y de servicio

En cuanto al personal administrativo y de servicios, la unidad académica dispone de personal suficiente y pertinente para apoyar la operación del nuevo programa educativo, y se encuentra integrado por cuatro auxiliares administrativos, una analista y ocho trabajadores del área de intendencia, quienes contribuyen al adecuado desarrollo de las actividades académicas, administrativas y de apoyo a la comunidad universitaria. Por su parte, el Manual de Organización y Procedimientos (FIAD, 2017) establece lo siguiente:

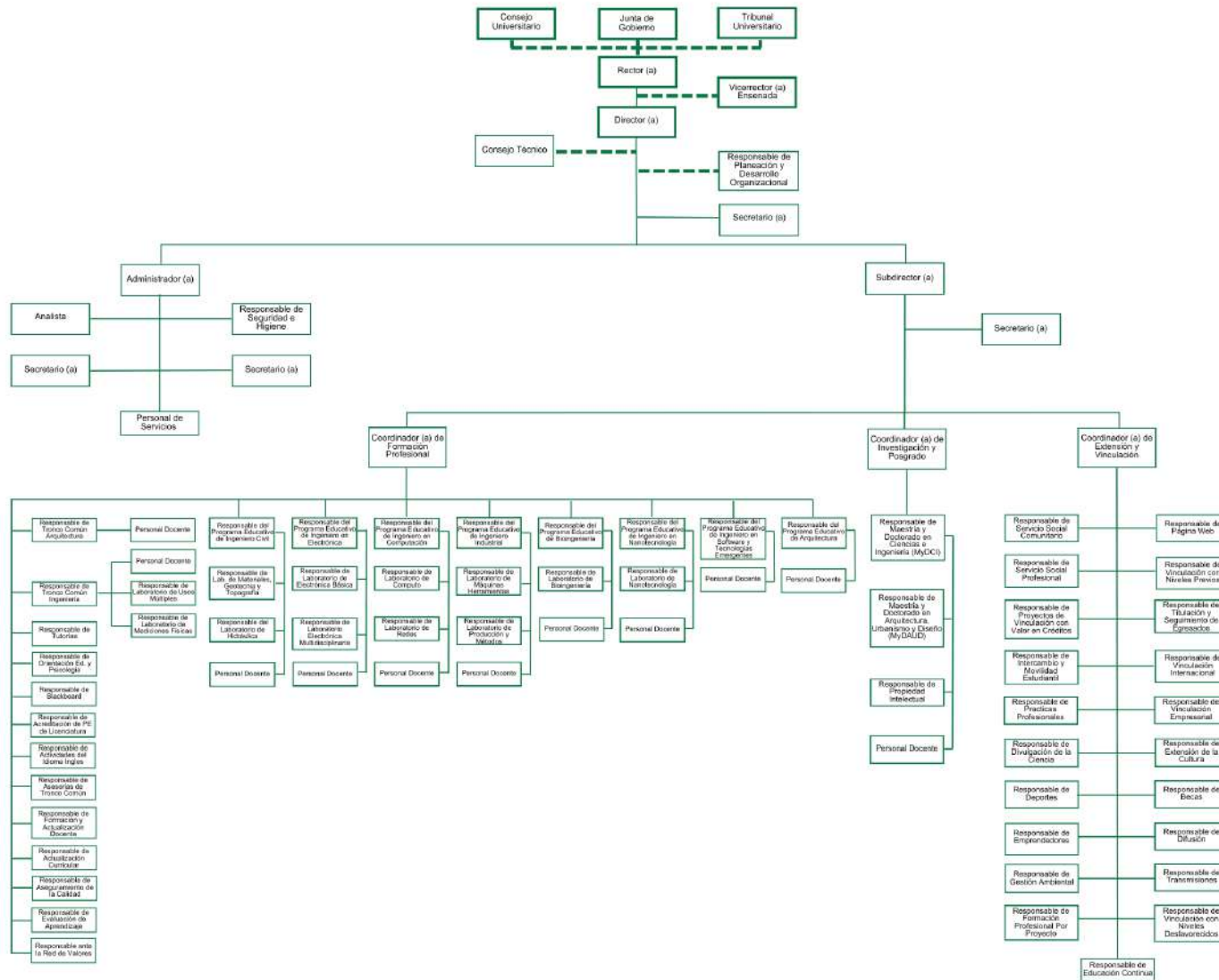
- Desde el punto de vista académico en primer lugar, se tiene al Director de la Facultad, posteriormente al Subdirector que es el responsable en línea directa de la Coordinación de Formación Profesional, de la Coordinación de Extensión y Vinculación y la Coordinación de Investigación y Posgrado. La Coordinación Formación Profesional es responsable de los responsables de los programas educativos y de los troncos comunes impartidos en la FIAD. Específicamente, los responsables de los programas educativos que se ofertan en la FIAD tienen establecidas sus funciones sustantivas en el Manual de Organización y Procedimientos de la FIAD, y entre sus funciones se identifican las siguientes: responsables de laboratorios. Por su parte, el responsable de Tronco Común

apoya al programa educativo en la gestión de los primeros dos semestres. Finalmente, los profesores de tiempo completo (PTC) adscritos a cada programa conforman el Cuerpo Colegiado del PE, en donde se discuten temas relacionados con el funcionamiento del PE, docencia, tutorías, gestión e investigación.

- Dentro de la estructura organizacional se cuenta con un Administrador, y de acuerdo con el Manual de Organización y Procedimientos de la FIAD (pp. 158-160), en conjunto con los responsables de programa educativo y los directivos desarrollan el presupuesto de la facultad.

Además, el programa educativo cuenta con las siguientes áreas de apoyo: Responsable de Servicio Social Comunitario, Responsable de Servicio Social Profesional, Responsable de Tutorías, Responsable de Orientación Educativa y Psicopedagógica, Responsable de Titulación y Seguimiento de Egresados. En la figura 1 se visualiza la estructura organizacional de la unidad académica.

Figura 1. Organigrama vigente de la unidad académica (UABC, 2021).



Recursos materiales y financieros

La unidad académica cuenta con diversas fuentes de ingreso que le permiten respaldar el cumplimiento de sus funciones sustantivas, atender las necesidades de su comunidad académica y contribuir al desarrollo de sus programas educativos. Entre estas fuentes se encuentran las cuotas específicas, los ingresos generados por programas de posgrado y los recursos provenientes de iniciativas institucionales como Sorteos UABC. Esta estructura financiera brinda posibilidades de gestión y asignación estratégica para apoyar proyectos académicos prioritarios, como la implementación de nuevos programas educativos y la habilitación de espacios especializados.

En el presente apartado se describen los requerimientos en materia de recursos humanos, infraestructura física, equipamiento y licenciamiento necesarios para la operación del programa educativo. Este análisis permite identificar los elementos indispensables para garantizar condiciones adecuadas de funcionamiento, en correspondencia con las características del plan de estudios, la modalidad semipresencial y los requerimientos académicos y tecnológicos del campo disciplinar. Asimismo, establece los criterios para la planificación y asignación de recursos que aseguren la implementación y sostenibilidad del programa educativo. En la Tabla 4 se presenta el crecimiento progresivo de la matrícula con fines contextuales, dado que este comportamiento constituye uno de los criterios considerados para determinar las necesidades de equipamiento, la contratación de la planta académica y el licenciamiento requerido para la operación del programa educativo.

Tabla 4. *Proyección semestral de la matrícula 2027–2030 para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial.*

Proyección de la matrícula	2027-1	2027-2	2028-1	2028-2	2029-1	2029-2	2030-1	2030-2
	36	72	105	144	180	216	252	288

Fuente: Elaboración propia con base en el tabulador institucional vigente.

Recursos Humanos

Con el propósito de garantizar la operación del programa educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, se contempla la contratación de cuatro profesores de tiempo completo y tres técnicos académicos de tiempo completo, cuya participación es fundamental para la cobertura de unidades de aprendizaje disciplinares, actividades prácticas y la operación de laboratorios. En la tabla 5 presenta el sueldo base por categoría para profesores de tiempo completo. Con base en el Estatuto del Personal Académico de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2014) y en las condiciones contractuales vigentes establecidas en el Contrato Colectivo de Trabajo (UABC y SPSU, 2024), el cálculo del costo anual integra el salario base y las prestaciones que corresponden legal y contractualmente. Para efectos de planeación presupuestaria, dichas prestaciones se expresan mediante su equivalente anual como proporción del salario base:

- Aguinaldo: equivalente a dos meses de sueldo por año (16.67% del salario base).
- Prima vacacional: 60% del salario correspondiente a un periodo anual de 50 días naturales, equivalente a 8.22% del sueldo anual.
- Aportaciones al IMSS e INFONAVIT: consideradas en 10% sobre el salario base.
- Se considera 5% adicional como margen institucional para cubrir cargas indirectas de operación, conforme a prácticas estándar de planificación presupuestaria en educación superior pública. Este porcentaje permite absorber costos de gestión administrativa, soporte a plataformas educativas, fiscalización de contratos y contingencias derivadas de ajustes normativos o salariales.

Tabla 5. *Composición salarial y prestaciones del Profesor de Tiempo Completo (PTC) y Técnicos Académicos de Tiempo Completo (TATC) en la UABC.*

Categoría	Sueldo base mensual
Profesor de Tiempo Completo Titular B Categoría 111	43,815.20
Técnico Académico de Tiempo Completo Titular A Categoría 167	28,810.40

Fuente: Elaboración propia con base en el tabulador institucional vigente.

Nota: Los montos son referenciales y pueden variar según categoría, nivel, antigüedad y carga académica asignada, más prestaciones de ley. Las cifras están expresadas en pesos mexicanos.

Para asegurar la viabilidad operativa del programa educativo, se ha proyectado el crecimiento progresivo del banco de horas destinado a la contratación de profesoras y profesores por asignatura. Esta estimación considera el avance gradual de generaciones conforme a la implementación escalonada del plan de estudios. Con base en los tabuladores institucionales (UABC y SPSU, 2024) y las condiciones establecidas en el Estatuto del Personal Académico de la UABC (UABC, 2014), se contemplan las mismas prestaciones aplicables a los profesores y técnicos académicos de tiempo completo. La tabla 6 presenta el salario base, expresado en horas-semana-mes, correspondiente a la contratación de profesores de asignatura.

Tabla 6. *Composición salarial y prestaciones del Profesor Ordinario de Asignatura (POA) en la UABC.*

Categoría	Salario HSM
Profesor Ordinario de Asignatura Titular C	781.56

Fuente: Elaboración propia con base en el tabulador institucional vigente y los requerimientos técnicos del plan de estudios del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Nota: Los montos son referenciales y pueden variar según categoría, nivel, antigüedad y carga académica asignada. Las cifras están expresadas en pesos mexicanos.

Infraestructura física y equipamiento

Como parte de la estrategia para garantizar una formación pertinente, actualizada y contextualizada en el ámbito del Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, se contempla la habilitación de laboratorios especializados que apoyen la adquisición de competencias técnicas y proyectuales mediante el uso de herramientas tecnológicas equivalentes a las utilizadas en el entorno profesional. Estos espacios no solamente fortalecen el perfil de egreso, sino que también permiten la generación de materiales gráficos de apoyo institucional para la unidad académica, consolidando así una cultura de vinculación y participación activa del estudiantado.

Laboratorio de producción gráfica

Este laboratorio se orienta al desarrollo de competencias en pre prensa, impresión digital y serigrafía, al cubrir de manera integral el proceso técnico-productivo del diseño

gráfico impreso. La dotación de estaciones de trabajo con software profesional, dispositivos de calibración, escáneres y diversos equipos de impresión y acabado permite operar en condiciones similares a las del entorno laboral. La formación práctica en este espacio favorece el dominio de flujos de trabajo técnicos y el fortalecimiento de habilidades en composición gráfica, control de color, acabados editoriales, diseño de empaques y sistemas de impresión. Además de su función formativa, el laboratorio contribuye al fortalecimiento institucional mediante la producción de materiales impresos y recursos de difusión que pueden utilizarse en actividades académicas, administrativas y de extensión de la unidad académica. En la Tabla 7 se presenta el desglose del equipamiento requerido para su operación, organizado por área funcional, concepto, cantidad y costos asociados.

Tabla 7. Presupuesto para equipamiento del laboratorio de producción gráfica.

Área funcional	Concepto	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Preprensa	Estaciones de trabajo (PC)	2	50400	100,800.00
Preprensa	Impresora láser a color para pruebas	1	14400	14,400.00
Preprensa	Impresora láser blanco y negro para negativos	1	7200	7,200.00
Preprensa	Escáner A3	1	9600	9,600.00
Preprensa	Calibrador de color (colorímetro)	1	12000	12,000.00
Preprensa	Lupa de registro y herramientas de revisión	1	3600	3,600.00
Impresión Digital	Impresora de sublimación A3	1	30000	30,000.00
Impresión Digital	Plotter de corte de vinil	1	33600	33,600.00
Impresión Digital	Cortadora eléctrica	1	18000	18,000.00
Impresión Digital	Guillotina semiautomática	1	21600	21,600.00
Impresión Digital	Engargoladora multifunción	1	7200	7,200.00
Impresión Digital	Plancha múltiple para sublimación 5 en 1	1	18000	18,000.00
Impresión Digital	Resistencias y soportes para tazas o cilindros	1	3600	3,600.00
Impresión Digital	Insumos de seguridad y soporte (manta de teflón, cinta térmica, guantes, etc.)	1	2400	2,400.00
Impresión Digital	Prensa para empastado	1	10800	10,800.00
Serigrafía	Estación de trabajo (pulpo serigráfico de 6 brazos, gama premium)	1	24000	24,000.00
Serigrafía	Unidad de insolado UV con temporizador	1	24000	24,000.00

Área funcional	Concepto	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Serigrafía	Bastidores de aluminio (malla de 43 hilos)	6	900	5,400.00
Serigrafía	Bastidores de aluminio (malla de 61 hilos)	6	960	5,760.00
Serigrafía	Bastidores de aluminio (malla de 90 hilos)	6	1020	6,120.00
Serigrafía	Secador serigráfico Flash D	1	18000	18,000.00
Serigrafía	Rack de secado	1	6000	6,000.00
Serigrafía	Tarja de lavado y revelado	1	9600	9,600.00
Serigrafía	Plancha de vapor	1	1800	1,800.00
Serigrafía	Hidrolavadora	1	3600	3,600.00
Serigrafía	Materiales e insumos (tintas, emulsiones, acetatos)	1	12000	12,000.00
Total				409,080.00

Fuente: Elaboración propia con base en los requerimientos técnicos del plan de estudios del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Nota: Las cantidades están expresadas en pesos mexicanos. Los precios son aproximados y pueden variar según condiciones del mercado, licitaciones institucionales y disponibilidad de los proveedores.

Laboratorio de producción fotográfica

Este espacio tiene como objetivo el desarrollo de competencias en iluminación, registro fotográfico profesional y construcción de imagen en estudio, aspectos fundamentales en áreas como fotografía publicitaria, diseño editorial, dirección de arte y generación de contenido visual para medios digitales. Equipado con tecnología y herramientas propias del ámbito fotográfico, este laboratorio permitirá que el estudiantado se desenvuelva en entornos de producción visual acordes con las condiciones del ejercicio profesional, lo que favorece el desarrollo de habilidades técnicas, creativas y proyectuales.

Asimismo, este laboratorio contribuirá a la formación integral al fortalecer la capacidad de conceptualización y producción de imágenes con fines comunicativos, en correspondencia con los requerimientos del campo disciplinar del Diseño Estratégico de la Comunicación Visual. De manera complementaria, se constituye como un espacio estratégico para la generación de material visual destinado a campañas internas, difusión de actividades académicas y consolidación de la imagen institucional. En la Tabla 7 se presenta el presupuesto estimado para el equipamiento del laboratorio de producción fotográfica, desglosado por concepto, cantidad, costo unitario y subtotal.

Tabla 7. Presupuesto para equipamiento del laboratorio de producción fotográfica.

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Ciclorama de tela o vinil (fondo infinito)	1	9,600.00	9,600.00
Set de flash para estudio (2 luces + trigger)	1	21,600.00	21,600.00
Sombrillas blancas y plateadas (juego)	2	1,440.00	2,880.00
Reflectores (plateado/oro/blanco/negro)	2	1,200.00	2,400.00
Lámparas de luz continua LED	2	6,000.00	12,000.00
Fotómetro digital para estudio	1	8,400.00	8,400.00
Difusores tipo softbox o panel	2	2,400.00	4,800.00
Trípodes para cámaras DSLR	2	3,600.00	7,200.00
Pies de estudio para iluminación	2	3,000.00	6,000.00
Mesas altas para trabajo vertical	2	4,200.00	8,400.00
		Total	83,280.00

Fuente: Elaboración propia con base en los requerimientos formativos del área de producción visual del programa educativo.

Nota: Los costos presentados son estimativos y están expresados en pesos mexicanos. Pueden fluctuar conforme a las especificaciones técnicas, la marca de los equipos y los esquemas de adquisición vigentes.

Licencias de software especializado

A fin de atender las necesidades de software para el desarrollo de competencias digitales vinculadas con los ejes disciplinares de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, se propone la adquisición de 40 licencias para cada uno de los programas y aplicaciones, en correspondencia con la infraestructura proyectada en los laboratorios y módulos de cómputo de la unidad académica.

Estas licencias se distribuirán de la siguiente manera: 2 para el laboratorio de preprensa, 19 para la sala C y 19 para la sala E, estas últimas salas ubicadas en el edificio E34. Dicha distribución considera tanto el equipamiento de cómputo destinado al estudiantado como al personal docente. En la Tabla 8 se presenta el presupuesto estimado para la adquisición de licencias de software especializado en diseño de la comunicación visual.

Tabla 8. *Presupuesto estimado para licencias de software especializado en diseño de la comunicación visual.*

Software	Tipo de licencia	Precio Unitario	Cantidad	Subtotal
Adobe Creative Cloud	Anual. Por dispositivo compartido (para aulas y laboratorios).	8,988.00	40	359,520
FontForge	Licencia gratuita	0	40	0
Fontographer	Licencia educativa a perpetuidad y las actualizaciones con descuento.	2,517.39	18	45,313.02
Figma	Licencia educativa gratuita para estudiantes y docentes	0	40	0
Total				404,833

Fuente: Elaboración propia con base en los requerimientos del plan de estudios y licencias vigentes en el mercado.

Nota: Las cantidades están en pesos mexicanos. Los costos son aproximados y pueden variar según el modelo de licenciamiento, la duración del contrato, el proveedor y los descuentos por volumen o convenios institucionales.

Cabe destacar que las licencias de Adobe Creative Cloud serán necesarias desde el momento en que ingrese la primera generación, ya que en la etapa básica se incorporan asignaturas en cuyo programa de unidad de aprendizaje se establece el uso de dichas herramientas digitales. Por otra parte, FontForge y Fontographer serán requeridos a partir del ingreso a tercer semestre de la primera generación, en función de las competencias específicas que se desarrollan en el área de diseño y edición de fuentes tipográficas. Adicionalmente, el uso de Figma será necesario a partir del ingreso a sexto semestre, particularmente en las unidades de aprendizaje orientadas al diseño de interfaces y experiencia de usuario (UX/UI), donde se desarrollan competencias relacionadas con el prototipado, diseño de interacción y evaluación de interfases.

La Tabla 9 sintetiza la proyección semestral del presupuesto para el periodo 2027–2030 del nuevo programa educativo. Su función es integrar de manera consolidada los distintos rubros previamente descritos, incluyendo recursos humanos, equipamiento de laboratorios y licenciamiento de software, con el fin de ofrecer una visión global del comportamiento financiero del programa.

Tabla 9. *Proyección semestral del presupuesto 2027–2030 para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial.*

Concepto	2027-1	2027-2	2028-1	2028-2	2029-1	2029-2	2030-1	2030-2
POA	21883,68	34388,64	52364,52	92224,08	129738,96	171161,64	199297,8	236812,68
PTC	525782,4	525782,4	525782,4	1051564,8	1051564,8	1577347,2	1577347,2	2103129,6
TATC	0	345724,8	691449,6	691449,6	1037174,4	1037174,4	1382899,2	1382899,2
Equipamiento de laboratorios	0	0	0	409,080.00	83280.00	0	0	0
Licencias de software	359520.00	359520.00	404833.00	404833.00	404833.00	404833.00	404833.00	404833.00
Inversión total estimada	937186,08	1265415,84	1674429,52	2649151,48	2706591,16	3190516,24	3564377,2	4127674,48

Fuente: Elaboración propia con base en la composición salarial y prestaciones del personal académico de la UABC, así como en el presupuesto estimado para el equipamiento de laboratorios especializados.

Nota: Los montos son referenciales y pueden variar. Las cifras están expresadas en pesos mexicanos.

Factibilidad normativa

La creación del programa educativo Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se encuentra sustentada en principios internacionales, en el marco jurídico que regula el funcionamiento de las instituciones de educación superior en México, en la legislación universitaria vigente y en el Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027 que establece estrategias orientadas a fortalecer la pertinencia, la calidad y la diversificación de la oferta educativa.

Específicamente en el ámbito internacional, la propuesta del programa educativo se encuentra alineada con los principios establecidos por la Organización de las Naciones Unidas a través de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, instrumento global que orienta las políticas públicas y las acciones institucionales hacia la construcción de sociedades más equitativas, sostenibles e inclusivas. En este sentido, las instituciones de educación superior desempeñan un papel fundamental en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mediante la formación de profesionistas con capacidades críticas, creativas y comprometidas con la transformación social.

A partir de lo anterior, el programa contribuye particularmente al cumplimiento de diversos objetivos, entre los que destacan:

- ODS 4: Educación de calidad, al promover una formación profesional inclusiva, pertinente y orientada al desarrollo de competencias para la innovación, la creatividad y el pensamiento crítico.
- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, mediante la formación de profesionistas capaces de integrarse y aportar al desarrollo de las industrias creativas, culturales y de comunicación.
- ODS 9: Industria, innovación e infraestructura, al impulsar el uso de tecnologías digitales, metodologías de innovación y procesos creativos aplicados a la comunicación visual.

- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles, a través del diseño de estrategias de comunicación visual que contribuyan a la difusión cultural, la participación ciudadana y la construcción de identidades colectivas.

Por lo tanto, el programa educativo contribuye a fortalecer el papel de la educación superior como agente de transformación social y de promoción del desarrollo sostenible.

En el ámbito nacional, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su Artículo 3° el derecho de toda persona a recibir educación, reconociendo a la educación superior como un bien público orientado al desarrollo integral de las personas y al progreso científico, humanístico y tecnológico del país.

Asimismo, el programa educativo se fundamenta en las disposiciones establecidas en la Ley General de Educación Superior de México (2021), la cual promueve que las instituciones de educación superior incorporen metodologías pedagógicas innovadoras, incluyendo el uso de tecnologías de la información y comunicación para asegurar la relevancia del aprendizaje, así como la diversificación de modalidades educativas que atiendan las necesidades formativas de distintos sectores de la población, y la creación de programas educativos más flexibles que permitan al estudiantado adaptar sus ritmos de estudio.

En el ámbito institucional, la creación del programa educativo se sustenta en la legislación universitaria que regula la organización, funciones y atribuciones de la Universidad Autónoma de Baja California. La Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Baja California establece que la universidad tiene como finalidad impartir educación superior, realizar investigación científica y humanística, y contribuir al desarrollo cultural, social y económico de la región y del país. Asimismo, reconoce la facultad de la institución para crear y actualizar programas educativos que respondan a las necesidades del entorno y al avance del conocimiento.

En concordancia con la Ley Orgánica de la institución, el Estatuto General de la Universidad Autónoma de Baja California define las atribuciones de los órganos colegiados universitarios, particularmente del Consejo Universitario, como instancia responsable de aprobar la creación, modificación o supresión de programas educativos.

Por otra parte, con relación al Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027, el programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se encuentra alineado con la prioridad institucional “Aprendizaje integral, flexible y a lo largo de la vida” que establece como objetivo “Brindar un aprendizaje integral, flexible y de excelencia en los programas de licenciatura, posgrado y aprendizaje a lo largo de la vida”, y se relaciona con las siguientes estrategias y acciones:

- Estrategia 2 “Impulsar la excelencia de los programas educativos mediante esquemas innovadores y flexibles que brinden una experiencia estudiantil de calidad y sean congruentes con las necesidades del contexto económico y social a nivel local y global”, en sus líneas de acción establece lo siguiente:
 - Formular esquemas para fortalecer la flexibilidad, creación y modificación oportuna/ágil de los programas de estudio, considerando la incorporación de certificaciones, salidas laterales y opciones educativas de menor duración; la implementación de las modalidades no escolarizada y mixta, y el carácter dual, con base en perfiles de egreso que favorezcan el desarrollo de competencias transversales de alcance global.
 - Ofertar programas educativos de licenciatura en modalidad mixta y no escolarizada, acordes con las preferencias vocacionales del estudiantado y con las necesidades de desarrollo regional y global.
- Estrategia 6 “Desarrollar una agenda institucional de innovación educativa apoyada en tecnologías digitales”, con la siguiente línea de acción:
 - Implementar iniciativas de aprovechamiento de plataformas y contenidos educativos digitales que permitan el desarrollo de los programas formativos en modalidad no escolarizada (no presencial, en línea) y mixta semipresencial).

En virtud de lo anterior, la creación de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial se articula de manera coherente con los principios internacionales que promueven la educación para el desarrollo sostenible, el marco jurídico nacional que regula la educación superior en México, así como con la legislación y las políticas institucionales, a través de la diversificación de la oferta educativa a partir de esquemas innovadores y flexibles que permiten ampliar las

oportunidades de acceso a la educación superior mediante el uso de entornos digitales de aprendizaje.

En consecuencia, la propuesta curricular del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual cumple con los lineamientos normativos que respaldan la creación de nuevas ofertas educativas en la universidad y garantiza su pertinencia académica, viabilidad institucional y contribución al desarrollo social, cultural y económico de la región.

2.4. Justificación del Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico

El Técnico Superior Universitario (TSU) constituye una opción formativa de nivel técnico derivada de los estudios de licenciatura, orientada a favorecer la inserción temprana en el campo laboral mediante la adquisición de competencias específicas para el desempeño operativo en un área disciplinar (UABC, 2021). Este tipo de programa permite reconocer y capitalizar los avances académicos parciales de quienes no concluyen la licenciatura, al ofrecer una salida formativa con valor profesional. De esta manera, el TSU contribuye a ampliar las oportunidades de acceso al empleo, optimizar las trayectorias educativas y fortalecer la formación de recursos humanos con habilidades técnicas pertinentes para atender las necesidades del sector productivo.

Distinción de niveles formativos entre el TSU y programas de licenciatura afines al área disciplinar

La diferenciación entre el TSU en Diseño Gráfico y los programas de licenciatura que se ofertan en la institución en la misma área disciplinar, se establece a partir del nivel de complejidad de las competencias, el alcance formativo y la función que desempeñan en el ámbito profesional. Específicamente, el TSU se orienta al desarrollo de competencias técnicas y operativas enfocadas en la producción, adaptación y ejecución de soluciones gráficas, mediante la aplicación de métodos básicos de diseño y el uso de herramientas tecnológicas. Su formación privilegia el dominio de procesos

específicos de producción visual, la estandarización de procedimientos y la respuesta a requerimientos concretos del entorno productivo.

En el caso de la Licenciatura en Diseño Gráfico, la formación se dirige al desarrollo de capacidades para diseñar soluciones de comunicación gráfica con un mayor nivel de profundidad disciplinar, lo que implica la integración de fundamentos teóricos, metodológicos y técnicos para la conceptualización, desarrollo y resolución de problemas de comunicación visual. Este nivel incorpora procesos de análisis, toma de decisiones y desarrollo de propuestas con un mayor grado de autonomía, lo que amplía el alcance de la persona egresada más allá de la ejecución técnica.

Por su parte, la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se enfoca en la formación integral del profesionista con énfasis en la conceptualización, el análisis contextual, la toma de decisiones y la gestión estratégica de proyectos de comunicación visual. Este nivel formativo incorpora procesos de investigación, desarrollo de propuestas originales, evaluación de impacto y articulación de soluciones en contextos complejos, lo que implica un mayor grado de autonomía, pensamiento crítico y responsabilidad en la definición de estrategias comunicativas. Mientras que el TSU participa principalmente en la implementación técnica de soluciones, la licenciatura asume la estructuración, desarrollo y conducción de los proyectos desde perspectivas disciplinares y estratégicas más amplias.

A partir de lo anterior, la diferenciación entre el TSU y las licenciaturas antes mencionadas y que se ofertan en la institución, responde al enfoque por competencias adoptado por la Universidad Autónoma de Baja California, en el que cada nivel educativo delimita su alcance en función del tipo de desempeño esperado y su contribución al perfil de egreso. De esta manera, el TSU se articula de forma complementaria dentro de una trayectoria formativa escalonada establecida específicamente en el plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, evitando la duplicidad de funciones y favoreciendo la continuidad académica, en congruencia con los principios de flexibilidad y pertinencia del modelo educativo institucional.

Propuesta de perfil de TSU

Las personas egresadas del Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico será capaz de ejecutar procesos técnicos y operativos relacionados con la producción gráfica y digital, tales como edición de imagen, preparación de archivos para impresión, producción de contenidos visuales y apoyo en el desarrollo de proyectos de comunicación visual, utilizando herramientas tecnológicas especializadas y siguiendo estándares de calidad del sector.

Justificación social y educativa

La implementación de este programa contribuye a ampliar el acceso a la educación superior mediante una oferta de menor duración, lo que favorece la incorporación de sectores que requieren integrarse de manera más inmediata al mercado laboral. Asimismo, responde a la necesidad de fortalecer la formación técnica profesional, en concordancia con las metas establecidas en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, particularmente en lo relativo al acceso equitativo a la educación técnica y al desarrollo de competencias para el empleo.

A nivel institucional, el Plan de Desarrollo de la Universidad Autónoma de Baja California 2023–2027 señala la importancia de ampliar la oferta educativa que respondan a las condiciones y trayectorias del estudiantado, así como el fomentar la innovación y flexibilidad en los planes de estudio para adaptarse a un entorno global que incluya tecnologías en el aula y mayor flexibilidad para la comunidad estudiantil. En este sentido, el TSU responde a lo establecido en el Plan de Desarrollo Institucional, el cual será el primero en ofertarse en esta institución y permitirá el acceso a personas interesadas en la formación técnica profesional en el área disciplinar de Diseño Gráfico.

Perspectivas laborales

En el contexto actual, el campo del diseño gráfico se encuentra en una transformación constante derivada de la digitalización, la convergencia de medios y el crecimiento de las industrias creativas. Este escenario ha incrementado la demanda de perfiles técnicos especializados que participen en la producción de contenidos visuales para medios impresos, digitales y audiovisuales. Sectores como la publicidad, el marketing digital, la producción multimedia, la impresión y las plataformas digitales requieren personal capacitado para la ejecución de procesos específicos, lo que evidencia la necesidad de formación técnica profesional orientada a la operación y producción visual.

Diversos reportes sobre el futuro del trabajo señalan un crecimiento sostenido en ocupaciones vinculadas a la producción digital, generación de contenidos y uso de tecnologías visuales, lo cual se relaciona con la expansión de entornos digitales, redes sociodigitales y plataformas de comunicación. En este sentido, el Foro Económico Mundial indica que “los roles de más rápido crecimiento están impulsados por la tecnología, la digitalización y el uso creciente de datos, incluyendo aquellos relacionados con la inteligencia artificial, el comercio digital y la creación de contenidos” (World Economic Forum, 2023). Este comportamiento del mercado laboral muestra una tendencia hacia la especialización técnica en etapas de producción, lo que sustenta la pertinencia de programas de corta duración enfocados en competencias aplicadas.

Rol del Técnico Superior Universitario en el sector productivo

El Técnico Superior Universitario en este campo cumple una función específica dentro de la cadena de valor del diseño y la comunicación visual, al encargarse de la ejecución técnica de proyectos previamente conceptualizados. Su formación se orienta a la operación de herramientas, la producción de materiales visuales y la implementación de soluciones gráficas, lo que permite su inserción en equipos de trabajo multidisciplinarios en áreas como estudios de diseño, agencias de publicidad, imprentas, productoras audiovisuales y departamentos de comunicación.

3. Filosofía y enfoque educativo

Filosofía y enfoque educativo

El nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se sustenta en la filosofía educativa de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), la cual concibe la educación superior como un proceso formativo integral orientado al desarrollo pleno de las personas, la generación y aplicación del conocimiento, y el compromiso con la transformación social. En este marco, la educación universitaria se entiende como un proceso intencional, sistemático y contextualizado que promueve la formación de profesionistas con capacidad crítica, responsabilidad ética y vocación de servicio.

La propuesta curricular se alinea con el Modelo Educativo institucional, que establece los principios, atributos y componentes que orientan la formación universitaria en la UABC (UABC, 2018). Este modelo se fundamenta en corrientes pedagógicas contemporáneas como el humanismo, el constructivismo y la educación a lo largo de la vida, reconociendo al estudiantado como el centro del proceso educativo y como sujeto activo en la construcción de su aprendizaje (UABC, 2018). Desde esta perspectiva, el aprendizaje no se limita a la adquisición de conocimientos, sino que implica la integración de saberes, el desarrollo de habilidades, la formación de valores y la capacidad de actuar de manera pertinente en contextos diversos.

El enfoque humanista orienta la formación hacia el reconocimiento de la dignidad humana, la equidad, la inclusión y el respeto a la diversidad, promoviendo una educación que atiende tanto las dimensiones cognitivas como socioemocionales y éticas del estudiantado. En el diseño del nuevo plan de estudios, este enfoque se traduce en la incorporación de contenidos, estrategias y experiencias formativas que favorecen la responsabilidad social, la sensibilidad ante problemáticas contemporáneas y la formación en valores, así como en la integración de espacios curriculares y modalidades de aprendizaje que promueven la participación activa del estudiantado en contextos reales y diversos. Asimismo, se refleja en el énfasis en el bienestar estudiantil, la atención a trayectorias académicas diferenciadas y la generación de ambientes educativos inclusivos y respetuosos.

Por su parte, el constructivismo fundamenta la organización de experiencias de aprendizaje en las que el conocimiento se construye de manera activa, a partir de la interacción con el entorno, la reflexión crítica y la resolución de problemas. Este principio se concreta en el plan de estudios mediante la adopción de estrategias como las metodologías activas, el trabajo interdisciplinario, el análisis de casos y la vinculación con escenarios reales, que permiten al estudiantado integrar saberes y desarrollar competencias en situaciones auténticas. De igual forma, se refleja en la estructura progresiva del currículo, en la cual las unidades de aprendizaje están diseñadas para favorecer la construcción gradual del conocimiento, transitando desde fundamentos teóricos hacia su aplicación en contextos complejos.

La educación a lo largo de la vida, como principio transversal, impulsa el desarrollo de capacidades para el aprendizaje autónomo, la actualización continua y la adaptación a contextos cambiantes (UABC, 2018). En el nuevo plan de estudios, este principio se materializa a través de la flexibilidad curricular, la incorporación de unidades de aprendizaje optativas, la diversificación de las modalidades de aprendizaje con obtención de créditos (OMAS) y la promoción de competencias como el autoaprendizaje, la gestión del conocimiento y el uso crítico de tecnologías de la información. Asimismo, se fortalece mediante la integración de experiencias como la movilidad académica, la vinculación con el entorno profesional y el desarrollo de proyectos, que preparan al estudiantado para enfrentar los retos de un contexto dinámico y en constante transformación.

En congruencia con estos fundamentos, el programa educativo adopta un enfoque por competencias, entendido como un modelo formativo que integra de manera articulada conocimientos, habilidades, actitudes y valores en contextos de desempeño, orientando la formación hacia la capacidad de intervenir de manera pertinente en la solución de problemáticas complejas. Este enfoque no se limita a la adquisición de contenidos, sino que privilegia la aplicación del conocimiento, la toma de decisiones fundamentada y la actuación profesional en escenarios reales, favoreciendo la pertinencia y la vinculación con los ámbitos social, productivo y científico.

En el diseño del plan de estudios, este enfoque se traduce en una organización curricular intencionada, en la que cada unidad de aprendizaje contribuye al desarrollo

progresivo de las competencias del perfil de egreso. Esto implica una secuencia formativa que transita desde la construcción de fundamentos conceptuales hacia su integración y aplicación en contextos de mayor complejidad, asegurando la coherencia entre los distintos momentos de la trayectoria académica.

Asimismo, la operacionalización del enfoque por competencias se refleja en la definición de resultados de aprendizaje, en la alineación entre contenidos, actividades formativas y procesos de evaluación, y en la incorporación de experiencias que demandan del estudiantado la movilización integrada de saberes para resolver situaciones auténticas. En este sentido, la evaluación del aprendizaje se orienta a valorar el desempeño en contextos relevantes, mediante evidencias de aprendizaje que permitan identificar el nivel de logro de las competencias, más allá de la memorización de contenidos.

De manera complementaria, este enfoque se articula con la diversificación de escenarios formativos contemplados en el plan de estudios, incluyendo espacios áulicos, de laboratorio, de campo y de vinculación, así como otras modalidades de aprendizaje con obtención de créditos. Estos escenarios favorecen la transferencia del conocimiento, la interdisciplinariedad y la integración teoría-práctica, elementos esenciales para el desarrollo de competencias profesionales

El modelo educativo institucional establece, además, atributos fundamentales que se incorporan de manera transversal en el diseño curricular: la flexibilidad, la formación integral y el sistema de créditos. La flexibilidad curricular permite al estudiantado construir trayectorias formativas acordes con sus intereses, ritmos y necesidades, mediante la combinación de unidades de aprendizaje obligatorias, optativas y otras modalidades de aprendizaje con obtención de créditos. La formación integral favorece el desarrollo equilibrado de las dimensiones académica, ética, social, cultural y profesional. Por su parte, el sistema de créditos reconoce el trabajo académico del estudiantado en diversos contextos formativos, promoviendo la movilidad, la interdisciplinariedad y la diversificación de experiencias de aprendizaje.

El rol del personal docente es fundamental para la implementación efectiva de esta filosofía educativa. En el marco del Modelo Educativo de la UABC, el profesorado se concibe como facilitador, mediador y gestor del aprendizaje, responsable de diseñar

experiencias educativas pertinentes, innovadoras y alineadas con las competencias del perfil de egreso (UABC, 2018). En el nuevo plan de estudios, esta función se traduce en la planeación intencionada de unidades de aprendizaje orientadas al desarrollo de competencias, en las que el docente estructura actividades que integran saberes teóricos y prácticos, promueve el análisis interdisciplinario y vincula el aprendizaje con problemáticas reales del entorno.

Asimismo, el profesorado genera ambientes de aprendizaje activos y colaborativos mediante la implementación de estrategias de enseñanza y de aprendizaje, así como de metodologías activas como el Aprendizaje Basado en Proyectos y Problemas, el análisis de casos, el trabajo en equipo y la integración de experiencias en laboratorio, campo y contextos de vinculación. En este sentido, el docente orienta, acompaña y retroalimenta de manera continua el proceso formativo, favoreciendo la reflexión crítica, la toma de decisiones informada y la aplicación del conocimiento en situaciones auténticas. Su labor también implica el uso pedagógico de tecnologías de la información e inteligencia artificial, la promoción del aprendizaje autónomo y el desarrollo de habilidades transversales en el estudiantado.

De igual forma, el personal docente participa activamente en los procesos de evaluación del aprendizaje desde un enfoque formativo, diseñando instrumentos que permitan valorar el logro de competencias en distintos niveles de complejidad, así como en la evaluación y mejora continua del plan de estudios. Esto incluye su integración en cuerpos académicos, proyectos de investigación, actividades de vinculación y espacios colegiados, desde donde contribuye a la actualización disciplinar, la innovación educativa y la pertinencia del programa frente a las necesidades del entorno.

Por su parte, el estudiantado es concebido como un agente activo, autónomo y corresponsable de su proceso formativo, capaz de gestionar su aprendizaje, tomar decisiones informadas y participar de manera crítica en la construcción del conocimiento. En la operación del nuevo plan de estudios, este papel se materializa en su participación activa en experiencias de aprendizaje que demandan análisis, reflexión, colaboración y aplicación del conocimiento en contextos reales, tales como proyectos interdisciplinarios, prácticas profesionales, actividades de vinculación y otras modalidades de aprendizaje con obtención de créditos.

Esta concepción implica que el estudiantado asume un rol protagónico en la construcción de su trayectoria académica, aprovechando la flexibilidad curricular para orientar su formación de acuerdo con sus intereses y metas profesionales. Asimismo, desarrolla habilidades para aprender a aprender, trabajar en equipo, comunicarse de manera efectiva en distintos contextos y utilizar de manera crítica herramientas tecnológicas para la gestión del conocimiento.

De manera complementaria, el estudiantado participa en procesos de autoevaluación y coevaluación que fortalecen su capacidad reflexiva y su compromiso con la mejora continua, al tiempo que se involucra en experiencias de movilidad, investigación, emprendimiento y vinculación que amplían su formación y favorecen su inserción en el ámbito profesional. En este sentido, su formación no se limita al aula, sino que se construye a partir de una interacción constante con el entorno social, académico y productivo.

En este sentido, el perfil de egreso del plan de estudios no solo enuncia las competencias a desarrollar, sino que orienta de manera explícita la organización curricular, la selección de contenidos, las estrategias de enseñanza y los mecanismos de evaluación implementados a lo largo de la trayectoria formativa. De esta manera, los fundamentos filosóficos y el modelo educativo institucional se traducen en experiencias de aprendizaje concretas que permiten al estudiantado analizar, intervenir y proponer soluciones en contextos reales, asegurando la coherencia entre la intencionalidad formativa y los resultados del proceso educativo.

Referentes institucionales y del programa educativo

En congruencia con este marco filosófico y educativo, el programa educativo se articula con los referentes institucionales y organizacionales que orientan el quehacer académico de la Universidad y de la unidad académica, asegurando la coherencia entre los principios educativos y la práctica formativa.

Misión y visión de la Universidad Autónoma de Baja California

Misión. Contribuir al desarrollo inclusivo y sostenible, al bienestar de la sociedad bajacaliforniana, la nación y del planeta, a través de la formación integral de profesionistas, de investigadoras, investigadores y ciudadanía comprometida con una cultura democrática; así como a la generación y difusión de la cultura, del conocimiento y de las tecnologías (UABC, 2023, p. 20).

Visión 2040. La UABC es una universidad líder e innovadora con reconocimiento a nivel nacional y global por ser un agente transformador de progreso social que contribuye a la realización plena del ser humano, al desarrollo incluyente y sostenible, a la profundización de la democracia y a la justicia social a través de la formación en licenciatura, posgrado y a lo largo de la vida, y de sus avances científicos, tecnológicos y culturales (UABC, 2023, p. 21).

Misión y visión de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño

Misión. Formar de manera integral profesionistas, investigadoras e investigadores en las áreas de ingeniería, arquitectura y diseño, mediante programas y planes de estudio pertinentes, con un enfoque transdisciplinario, innovador y sostenible, vinculado con los sectores público, social y privado, bajo una cultura democrática, para la generación, el desarrollo y la difusión del conocimiento científico, tecnológico y cultural, con una perspectiva de impacto global y responsabilidad social” (Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, 2024, p. 74).

Visión. Ser una facultad líder e innovadora en la formación integral de profesionistas, investigadoras e investigadores en las áreas de ingeniería, arquitectura y diseño, reconocida en el ámbito local, regional, nacional e internacional por ser un referente en la oferta educativa pertinente, así como en la generación, el desarrollo, la protección y la difusión del conocimiento científico, tecnológico y cultural que contribuye al progreso de la sociedad con un enfoque inclusivo y sostenible basado en una cultura democrática y responsabilidad social (Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, 2024, p. 74).

Misión y visión del programa educativo Diseño Estratégico de la Comunicación Visual

Misión. Formar profesionistas en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual capaces de analizar, conceptualizar, diseñar, producir y gestionar proyectos pertinentes a contextos socioculturales, ambientales, tecnológicos y productivos, con una orientación integral, crítica y ética, comprometidos con la responsabilidad social, la innovación y el desarrollo sostenible.

Visión. Para el año 2040, el programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual será reconocido a nivel regional y nacional, con proyección internacional, por su calidad académica, pertinencia social y contribución al desarrollo de la disciplina. Sus estudiantes y personas egresadas destacarán por el dominio de las competencias profesionales y liderazgo en el ejercicio profesional. El programa contará con una planta docente de reconocido prestigio académico, activa en la generación, aplicación y transferencia de conocimiento, y contribuirá al desarrollo sostenible de la región y del país mediante una vinculación con los diversos sectores de la sociedad.

Objetivo general. Contribuir a la formación académica en el campo del Diseño y la Comunicación Visual Estratégica mediante un proceso educativo integral que articule fundamentos teóricos, metodológicos, creativos, tecnológicos y de gestión, orientado al análisis, diseño y desarrollo de proyectos de comunicación visual pertinentes a contextos socioculturales, ambientales, tecnológicos y productivos, con una orientación crítica, ética, socialmente responsable e innovadora, en congruencia con los principios del desarrollo sostenible.

Objetivos específicos

1. Favorecer la comprensión crítica del diseño gráfico y la comunicación visual como prácticas culturales, sociales y estratégicas, mediante el análisis de sus fundamentos históricos, teóricos, simbólicos y contextuales, para sustentar procesos de conceptualización visual pertinentes.

2. Promover el desarrollo de procesos de diseño de comunicación visual fundamentados en métodos, principios y recursos tecnológicos contemporáneos, orientados a la atención de necesidades de producción, difusión, divulgación y promoción en distintos contextos sociales y productivos.
3. Impulsar el uso reflexivo y estratégico de tecnologías de producción visual, medios digitales y entornos multiplataforma como parte de los procesos formativos del programa, considerando criterios de accesibilidad, experiencia de usuario, inclusión e innovación.
4. Fomentar la incorporación de enfoques de gestión, emprendimiento y vinculación como componentes del proceso formativo en diseño y comunicación visual, que permitan comprender la viabilidad, pertinencia e impacto social de los proyectos en contextos profesionales e institucionales.

4. Plan de estudios de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual

La estructura del plan de estudios de licenciatura comprende los siguientes apartados: perfil de ingreso, perfil de egreso, campo profesional, características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación, características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento, mapa curricular, descripción cuantitativa del plan de estudios y tipología de las unidades de aprendizaje.

4.1. Perfil de ingreso²

Quien aspire a ingresar a la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual deberá contar con un conjunto de **conocimientos, habilidades, actitudes y valores** que favorezcan su formación en el campo del diseño, la comunicación visual y los entornos digitales, así como su desempeño en una modalidad educativa semipresencial mediada por tecnologías. **Estos referentes comprenden los siguientes aspectos:**

Conocimientos

- Matemáticas y lógica básica para la organización y estructuración de información.
- Historia universal y contemporánea, con énfasis en manifestaciones culturales y visuales.
- Nociones generales sobre comunicación, cultura visual y medios digitales.

² El perfil de ingreso descrito no constituye un requisito excluyente, sino un referente para orientar los procesos de selección, inducción y acompañamiento del estudiantado, así como para el diseño de estrategias institucionales de nivelación que favorezcan su permanencia y éxito académico.

Habilidades

- Capacidad de observación, percepción y análisis de elementos visuales.
- Habilidad para la expresión oral, escrita y gráfica.
- Pensamiento crítico y capacidad de análisis y síntesis de información.
- Uso básico de tecnologías digitales, herramientas de cómputo y software de aplicación general.
- Disposición para el trabajo colaborativo en entornos presenciales y virtuales.
- Habilidad para la organización del tiempo y el aprendizaje autónomo, acorde con la modalidad semipresencial.

Actitudes

- Interés por el arte, el diseño, la creatividad, la innovación y la experimentación visual.
- Disposición para el aprendizaje continuo y la actualización en entornos digitales.
- Apertura a la crítica constructiva y al trabajo interdisciplinario.
- Responsabilidad y compromiso con su proceso formativo.
- Sensibilidad hacia problemáticas sociales, culturales y comunicativas de su entorno.

Valores

- Respeto a la diversidad cultural, social y de pensamiento.
- Honestidad académica en la producción y uso de información.
- Responsabilidad social y compromiso con su entorno.
- Ética en el uso de la imagen, la información y los medios de comunicación visual.
- Compromiso con la calidad y la fundamentación de su trabajo.

4.2. Perfil de egreso

La formación que ofrece la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual está orientada al desarrollo de competencias que integran los conocimientos, habilidades, actitudes y valores necesarios para el ejercicio profesional en diversos contextos. Estas competencias integran la capacidad de las personas egresadas para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales; diseñar proyectos de comunicación visual; seleccionar y aplicar tecnologías y herramientas de producción; así como gestionar proyectos y negocios vinculados con el diseño y la comunicación visual, con una visión estratégica, creativa e innovadora, centrada en las necesidades de las personas y los sectores sociales y productivos, y sustentada en la ética, la responsabilidad social, la inclusión y el trabajo colaborativo. En este sentido, al concluir el programa educativo, la persona egresada contará con las siguientes competencias:

1. Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.
2. Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.
3. Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual, análogas, digitales y multimedia, para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.
4. Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y

estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

4.3. Campo profesional

Las personas egresadas del programa educativo Diseño Estratégico de la Comunicación Visual podrán integrarse a diversos ámbitos del sector público, privado y al ejercicio profesional independiente, en los cuales la comunicación visual cumple una función fundamental para la difusión y divulgación de información, la construcción de identidades institucionales y el desarrollo de estrategias de comunicación dirigidas a distintos entes del sector público, privado y social. Su ejercicio profesional se orienta por principios éticos y criterios de responsabilidad social que promueven la inclusión, la accesibilidad, el respeto a la diversidad cultural y el uso responsable de los recursos, contribuyendo mediante la comunicación visual al bienestar social y al desarrollo sostenible. En este sentido, su práctica profesional puede desarrollarse en contextos locales, estatales, nacionales e internacionales. De manera particular, las personas egresadas podrán desempeñarse en los siguientes sectores y actividades profesionales:

Sector público

- Desarrollo de sistemas de señalización y señalética para espacios públicos, equipamientos urbanos, instalaciones institucionales y sistemas de movilidad vial.
- Diseño y desarrollo de materiales de comunicación institucional para dependencias de gobierno en los distintos niveles de la administración pública.
- Producción editorial, visualización de información y desarrollo de materiales de divulgación científica y tecnológica en instituciones educativas y centros de investigación.
- Desarrollo de proyectos de comunicación visual para instituciones culturales, museos, centros culturales y programas de promoción artística.

- Participación en la gestión y coordinación de proyectos de comunicación visual vinculados con programas públicos relacionados con educación, cultura, turismo, salud y desarrollo social.

Sector privado

- Participación en la industria de la manufactura y transformación, en el desarrollo de sistemas de comunicación visual para productos, envases, embalajes, etiquetado, puntos de venta y gráficos aplicados a textiles y otros soportes.
- Participación en la industria editorial, mediante el diseño editorial para publicaciones impresas y digitales, desarrollo de contenidos visuales y producción gráfica para distintos medios.
- Participación en la industria del entretenimiento y las industrias creativas, mediante la generación de contenidos visuales y audiovisuales, animación gráfica, desarrollo multimedia y dirección creativa de proyectos visuales.
- Participación en la industria de las tecnologías de la información, mediante el desarrollo de interfaces digitales, experiencias de usuario (UX/UI), diseño de contenidos interactivos, proyectos web y plataformas digitales.
- Participación en áreas de comunicación organizacional, mercadotecnia y publicidad, mediante el desarrollo de identidades visuales, estrategias de marca, campañas de comunicación visual y producción de mensajes dirigidos a distintos públicos.

Ejercicio profesional independiente

- Desarrollo de proyectos de diseño y comunicación visual para organizaciones públicas, privadas o sociales.
- Creación y gestión de estudios de diseño, despachos profesionales o empresas creativas dedicadas al desarrollo de proyectos de comunicación visual.
- Atención profesional a organizaciones del sector servicios —como instituciones financieras, turísticas, restauranteras o profesionales— en el desarrollo de identidad visual y estrategias de comunicación para productos o servicios intangibles.

- Participación en proyectos interdisciplinarios vinculados con comunicación, innovación, cultura o emprendimiento creativo.
- Consultoría en diagnóstico y desarrollo de estrategias de comunicación visual para organizaciones públicas, privadas o sociales.
- Asesoría en el desarrollo de sistemas de identidad visual, branding y posicionamiento de marca.
- Consultoría en experiencia de usuario (UX/UI), comunicación digital y visualización de información.
- Asesoría en gestión de proyectos de diseño y comunicación visual, así como en el desarrollo de empresas creativas y emprendimientos del sector de las industrias culturales y creativas.

4.4. Mapa curricular de licenciatura

El mapa curricular se diseñó en apego a los lineamientos institucionales, organizando la trayectoria formativa del estudiantado en tres etapas: básica, disciplinar y terminal, con una periodicidad semestral a lo largo de ocho periodos. Esta estructura responde a una progresión orientada al desarrollo de competencias profesionales en diseño estratégico de la comunicación visual. En la etapa básica, concentrada en los primeros tres semestres, se integran unidades de aprendizaje orientadas a la adquisición de fundamentos conceptuales, metodológicos y técnicos, tales como teoría del diseño, lenguaje visual, representación gráfica y bases tecnológicas. Esta etapa establece una base homogénea de conocimientos que permite articular procesos de análisis, conceptualización y producción inicial. Asimismo, la inclusión de asignaturas como matemáticas para el diseño y geometría descriptiva refuerza habilidades de estructuración formal y pensamiento lógico aplicado. La seriación sugerida y obligatoria permite articular el alcance y la complejidad entre contenidos, lo que contribuye a la consolidación progresiva del aprendizaje. La distribución de las unidades de aprendizaje evidencia un enfoque hacia la comunicación visual, lo que sienta las bases teórico-metodológicas del currículo.

En la etapa disciplinaria, ubicada entre el cuarto y sexto semestre, la estructura curricular prioriza la aplicación de métodos de diseño, el desarrollo de proyectos y la integración de herramientas tecnológicas en contextos específicos del diseño de la comunicación visual. En esta etapa se incorporan unidades de aprendizaje orientadas a la producción especializada, como diseño de identidad gráfica, discurso audiovisual, diseño editorial y señalización, lo que permite diversificar los campos de intervención profesional. La organización por áreas de conocimiento mantiene una articulación entre diseño, tecnología, comunicación visual y gestión, lo que favorece el abordaje de problemas desde una perspectiva sistémica. La presencia de asignaturas vinculadas con UX/UI y producción multimedia evidencia la incorporación de tendencias contemporáneas del campo profesional. Además, la inclusión de una unidad de aprendizaje relacionada con la gestión de proyectos permite integrar las dimensiones operativas y estratégicas del ejercicio profesional. Asimismo, se incorpora una asignatura optativa en sexto semestre para favorecer la especialización y flexibilidad del currículo. Esta etapa consolida la transición hacia el conocimiento procedimental y aplicado; lo anterior evidencia una combinación equilibrada entre las áreas de conocimiento de Diseño, Comunicación Visual y Tecnología, lo que favorece una comprensión integral del campo disciplinar.

En la etapa terminal, correspondiente a los dos últimos semestres, la distribución curricular se orienta hacia la integración, evaluación y proyección profesional de los aprendizajes adquiridos. En esta etapa se incorporan unidades de aprendizaje integradoras, como Portafolios Profesionales, Incubadora de Empresas Creativas y Evaluación Estratégica de Proyectos, que permiten evidenciar el dominio de competencias en contextos reales. La inclusión de unidades de aprendizaje con carácter optativo responde a la necesidad de flexibilizar la trayectoria académica y atender intereses específicos del estudiantado, además de facilitar la obtención de certificaciones profesionales. Asimismo, la articulación con procesos de vinculación y prácticas profesionales refuerza la inserción en el campo laboral. La estructura de esta etapa, con énfasis en el área de conocimiento de Gestión, favorece la toma de decisiones fundamentadas y la gestión de proyectos con enfoque estratégico. De esta

manera, el mapa curricular configura una trayectoria que transita de la formación básica a la especialización y culmina en la integración profesional.

Como parte del proceso de diseño curricular, se realizó la consulta a tres expertos en el área del diseño y la comunicación visual, quienes cuentan con trayectoria docente y experiencia activa en el ejercicio profesional. Sus aportaciones permitieron validar la secuencia formativa propuesta, así como la pertinencia de las áreas de conocimiento y la incorporación de contenidos vinculados con tendencias actuales. La retroalimentación obtenida orientó ajustes en la distribución de unidades de aprendizaje y en la integración de componentes estratégicos dentro del mapa curricular. Este ejercicio fortaleció la articulación entre la formación académica y las exigencias del entorno profesional. En consecuencia, la organización del mapa curricular responde tanto a fundamentos pedagógicos como a referentes del campo disciplinar.



Mapa curricular del programa educativo

Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual

Plan de Estudios 2027-2



Etapa Básica					Etapa Disciplinar					Etapa Terminal																																				
Primer Semestre					Segundo Semestre					Tercer Semestre					Cuarto Semestre					Quinto Semestre					Sexto Semestre					Séptimo Semestre					Octavo Semestre											
Historia de la Comunicación Gráfica					Gráfica Mexicana					English L1					English L2					Photographic Production					Layout and Grids					Portafolios Profesionales					Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos											
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR												
L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	P	2	3	--	7	P	2	3	--	7	P	1	1	3	6	P	1	3	--	5	L	1	3	--	5	L	1	2	2	6							
Metodología de Diseño					Comunicación Visual					Ilustración con Técnicas Tradicionales					Ilustración con Técnicas Digitales					Diseño de Identidad Gráfica					Fundamentos del Diseño UX/UI					Aplicación del Diseño UX/UI					Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual											
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR							
L	2	2	--	6	P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	L	1	4	--	6	P	1	4	--	6	L	2	2	--	6	P	1	4	--	6	L	1	4	--	6							
Dibujo Natural					Bocetaje					Composición Gráfica					Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital					Discurso Audiovisual					Edición de Video y Gráficos Animados					Mercadotecnia					Optativa											
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR							
P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	P	1	1	3	6	S	1	2	2	6	S	2	4	--	8	L	2	2	--	6	--	--	--	6								
Fundamentos del Diseño					Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual					Desarrollo de Proyectos de Diseño					Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual					Señalización y Señalética					Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual					Incubadora de Empresas Creativas					Optativa											
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR							
L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	L	1	2	2	6	L	1	4	--	6	P	1	1	3	6	S	2	--	2	6	L	1	4	--	6	--	--	--	6								
Geometría Descriptiva					Matemáticas para el Diseño					Teoría y Psicología del Color					Pensamiento Visual					Narrativa Gráfica					Semiótica para el Diseño					Optativa					Optativa											
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR							
P	1	4	--	6	L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	L	1	4	--	6	L	3	--	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6							
Vectorización de Gráficos					Edición de Mapa de Bits					Tipografía					Diseño de Empaque, Envase y Embalajes					Publicidad y Propaganda					Campañas Publicitarias en Hipermedios					Optativa					Optativa											
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR							
P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	P	2	2	--	6	P	1	2	2	6	S	2	1	1	6	L	1	4	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6							
															Diseño Editorial					Diseño y Visualización de la Información					Optativa																					
															MI					HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI					HC	HT	HPC	CR	MI					HC	HT	HPC	CR
															P					1	3	1	6	L	1	4	--	6	--					--	--	--	6	--					--	--	--	6
Perspectivas Teóricas					ÁREAS DE CONOCIMIENTO					Diseño					Seriación obligatoria					Créditos obligatorios					266					Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos 2C																
Comunicación Visual					Tecnología					Gestión					Seriación recomendada					Créditos optativos (mínimos)					42					Otros requisitos del programa educativo:																
															Unidad de aprendizaje integradora					Créditos de Prácticas Profesionales					10					Realizar 300 horas de Servicio Social Comunitario																
																				Créditos totales					318					Realizar 480 horas de Servicio Social Profesional																
MI Modalidad de impartición					L Unidad de aprendizaje en línea					P Unidad de aprendizaje presencial					S Unidad de aprendizaje semipresencial					HC Horas Clase					HT Horas Taller					HPC Horas Prácticas de Campo					CR Créd											

4.5. Distribución de créditos y de unidades de aprendizaje

Distribución de créditos del plan de estudios por etapa de formación y prácticas profesionales

Etapas	Obligatorios	Optativos	Total	Porcentajes
Etapa básica	109	--	109	34.28%
Etapa disciplinaria	122	6	128	40.25%
Etapa terminal	35	36	71	22.33%
Prácticas profesionales	10	0	10	3.14%
Total	276	42	318	100%
Porcentajes	86.79%	13.21%	100%	

Distribución de créditos obligatorios de unidades de aprendizaje por área de conocimiento

Área	Básica	Disciplinaria	Terminal	Total	%
Perspectivas Teóricas	18	0	0	18	6.77%
Comunicación Visual	55	31	0	86	32.33%
Tecnología	12	38	6	56	21.05%
Diseño	24	47	5	76	28.57%
Gestión	0	6	24	30	11.28%
Total	109	122	35	266	100%
Porcentajes	40.98%	45.86%	13.16%	100%	

Distribución de unidades de aprendizaje por etapas de formación

Etapa	Obligatorias	Optativas	Total
Básica	18	0	18
Disciplinaria	20	1	21
Terminal	6	6	12
Total	44	7	51

*Para promover flexibilidad y brindar opciones de formación al estudiantado, se integran en esta propuesta 9 unidades de aprendizaje optativas.

4.6. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación

Unidad académica: Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo: Diseño Estratégico de la Comunicación Visual
Grado académico: Licenciatura
Plan de estudio: 2027-2

Clave*	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ**
<i>Etapas Básicas</i>								
01	Historia de la Comunicación Gráfica	03	--	--	--	03	06	
02	Metodología de Diseño	02	02	--	--	02	06	
03	Dibujo Natural	01	04	--	--	01	06	
04	Fundamentos del Diseño	03	--	--	--	03	06	
05	Geometría Descriptiva	01	04	--	--	01	06	
06	Vectorización de Gráficos	01	04	--	--	01	06	
07	Gráfica Mexicana	03	--	--	--	03	06	
08	Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	
09	Bocetaje	01	04	--	--	01	06	03
10	Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual	03	--	--	--	03	06	
11	Matemáticas para el Diseño	03	--	--	--	03	06	
12	Edición de Mapa de Bits	01	04	--	--	01	06	
13	English L1	02	03	--	--	02	07	
14	Ilustración con Técnicas Tradicionales	01	04	--	--	01	06	
15	Composición Gráfica	01	04	--	--	01	06	
16	Desarrollo de Proyectos de Diseño	01	02	--	02	01	06	
17	Teoría y Psicología del Color	03	--	--	--	03	06	
18	Tipografía	02	02	--	--	02	06	
<i>Etapas Disciplinarias Obligatorias</i>								
19	English L2	02	03	--	--	02	07	13
20	Ilustración con Técnicas Digitales	01	04	--	--	01	06	14
21	Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	01	01	--	03	01	06	
22	Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	
23	Pensamiento Visual	03	--	--	--	03	06	

Clave*	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ**
24	Diseño de Empaque, Envase y Embalajes	01	02	--	02	01	06	
25	Diseño Editorial	01	03	--	01	01	06	
26	Photographic Production	01	01	--	03	01	06	19
27	Diseño de Identidad Gráfica	01	04	--	--	01	06	
28	Discurso Audiovisual	01	02	--	02	01	06	
29	Señalización y Señalética	01	01	--	03	01	06	
30	Narrativa Gráfica	01	04	--	--	01	06	
31	Publicidad y Propaganda	02	01	--	01	02	06	
32	Diseño y Visualización de la Información	01	04	--	--	01	06	
33	Layout & Grids	01	03	--	--	01	05	
34	Fundamentos del Diseño UX/UI	02	02	--	--	02	06	
35	Edición de Video y Gráficos Animados	02	04	--	--	02	08	28
36	Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual	02	--	--	02	02	06	
37	Semiótica para el Diseño	03	--	--	--	03	06	
38	Campañas Publicitarias en Hipermedios	01	04	--	--	01	06	
	<i>Optativa</i>	--	--	--	--	--	Vr	
Etapa Terminal Obligatoria								
39	Portafolios Profesionales	01	03	--	--	01	05	
40	Aplicación del Diseño UX/UI	01	04	--	--	01	06	34
41	Mercadotecnia	02	02	--	--	02	06	
42	Incubadora de Empresas Creativas	01	04	--	--	01	06	
43	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	01	02	--	02	01	06	
44	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	
	Práctica Profesional	--	--	--	--	--	10	
	<i>Optativa</i>	--	--	--	--	--	Vr	
	<i>Optativa</i>	--	--	--	--	--	Vr	
	<i>Optativa</i>	--	--	--	--	--	Vr	
	<i>Optativa</i>	--	--	--	--	--	Vr	
	<i>Optativa</i>	--	--	--	--	--	Vr	
	<i>Optativa</i>	--	--	--	--	--	Vr	
Etapa Disciplinaria Optativa								
45	Diseño y Producción Tipográfica	01	04	--	--	01	06	

Clave*	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ**
46	Análisis Sociocultural de la Imagen en Contextos Contemporáneos	03	--	--	--	03	06	
<i>Etapas Terminal Optativa</i>								
47	Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos	01	02	–	02	01	06	
48	Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario	02	02	--	--	02	06	
49	Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos	01	04	--	--	01	06	
50	Accesibilidad y Diseño Inclusivo para Interfaces Digitales	01	04	--	–	01	06	
51	Proyectos Visuales de Intervención social	01	02	--	02	01	06	
52	Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual	01	02	–	02	01	06	
53	Branding Estratégico e Innovación	01	02	--	02	01	06	

*No es la clave oficial, es una numeración consecutiva asignada para el control, orden y organización de las asignaturas. Cuando el plan de estudios se aprueba por el H. Consejo Universitario, se procede al registro oficial en el Sistema Integral de Planes y Programas de Estudio y Autoevaluación y se le asigna la clave.

** Nomenclatura:

HC: Horas Clase

HL: Horas Laboratorio

HT: Horas Taller

HPC: Horas Prácticas de Campo

HE: Horas Extra clase

CR: Créditos

RQ: Requisitos.

Vr. Variable

4.7. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento

Unidad académica: Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo: Diseño Estratégico de la Comunicación Visual
Grado académico: Licenciatura
Plan de estudios: 2027-2

Área: Perspectivas Teóricas								
Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ
01	Historia de la Comunicación Gráfica	03	--	--	--	03	06	
02	Metodología de Diseño	02	02	--	--	02	06	
07	Gráfica Mexicana	03	--	--	--	03	06	
Unidades de Aprendizaje Optativas								
46	Análisis Sociocultural de la Imagen en Contextos Contemporáneos	03	--	--	--	03	06	

Área: Comunicación Visual								
Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ
03	Dibujo Natural	01	04	--	--	01	06	
05	Geometría Descriptiva	01	04	--	--	01	06	
08	Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	
09	Bocetaje	01	04	--	--	01	06	03
11	Matemáticas para el Diseño	03	--	--	--	03	06	
13	English L1	02	03	--	--	02	07	
14	Ilustración con Técnicas Tradicionales	01	04	--	--	01	06	
17	Teoría y Psicología del Color	03	--	--	--	03	06	
18	Tipografía	02	02	--	--	02	06	
19	English L2	02	03	--	--	02	07	13
20	Ilustración con Técnicas Digitales	01	04	--	--	01	06	14
23	Pensamiento Visual	03	--	--	--	03	06	
30	Narrativa Gráfica	01	04	--	--	01	06	
32	Diseño y Visualización de la Información	01	04	--	--	01	06	

Área: Tecnología								
Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ
06	Vectorización de Gráficos	01	04	--	--	01	06	
12	Edición de Mapa de Bits	01	04	--	--	01	06	
21	Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	01	01	--	03	01	06	
26	Photographic Production	01	01	--	03	01	06	19
28	Discurso Audiovisual	01	02	--	02	01	06	
34	Fundamentos del Diseño UX/UI	02	02	--	--	02	06	
35	Edición de Video y Gráficos Animados	02	04	--	--	02	08	28
38	Campañas Publicitarias en Hipermedios	01	04	--	--	01	06	
40	Aplicación del Diseño UX/UI	01	04	--	--	01	06	34
Unidades de Aprendizaje Optativas								
45	Diseño y Producción Tipográfica	01	04	--	--	01	06	
48	Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario	02	02	--	--	02	06	
49	Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos	01	04	--	--	01	06	
50	Accesibilidad y Diseño Inclusivo para Interfaces Digitales	01	04	--	--	01	06	

Área: Diseño								
Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ
04	Fundamentos del Diseño	03	--	--	--	03	06	
10	Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual	03	--	--	--	03	06	
15	Composición Gráfica	01	04	--	--	01	06	
16	Desarrollo de Proyectos de Diseño	01	02	--	02	01	06	
22	Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	
24	Diseño de Empaque, Envase y	01	02	--	02	01	06	

Área: Diseño								
Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ
	Embalajes							
25	Diseño Editorial	01	03	--	01	01	06	
27	Diseño de Identidad Gráfica	01	04	--	--	01	06	
29	Señalización y Señalética	01	01	--	03	01	06	
31	Publicidad y Propaganda	02	01	--	01	02	06	
33	Layout & Grids	01	03	--	--	01	05	
37	Semiótica para el Diseño	03	--	--	--	03	06	
39	Portafolios Profesionales	01	03	--	--	01	05	

Área: Gestión								
Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	RQ
36	Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual	02	--	--	02	02	06	
41	Mercadotecnia	02	02	--	--	02	06	
42	Incubadora de Empresas Creativas	01	04	--	--	01	06	
43	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	01	02	--	02	01	06	
44	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	
Unidades de Aprendizaje Optativas								
47	Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos	01	02	--	02	01	06	
52	Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual	01	02	--	02	01	06	
51	Proyectos Visuales de Intervención social	01	02	--	02	01	06	
53	Branding Estratégico e Innovación	01	02	--	02	01	06	

4.8. Modalidades de impartición de las unidades de aprendizaje

Unidad académica: Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo: Diseño Estratégico de la Comunicación Visual
Grado académico: Licenciatura
Plan de estudio: 2027-2

Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	Modalidad
<i>Etapas Básicas</i>								
01	Historia de la Comunicación Gráfica	03	--	--	--	03	06	En línea
02	Metodología de Diseño	02	02	--	--	02	06	En línea
03	Dibujo Natural	01	04	--	--	01	06	Presencial
04	Fundamentos del Diseño	03	--	--	--	03	06	En línea
05	Geometría Descriptiva	01	04	--	--	01	06	Presencial
06	Vectorización de Gráficos	01	04	--	--	01	06	Presencial
07	Gráfica Mexicana	03	--	--	--	03	06	En línea
08	Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	Presencial
09	Bocetaje	01	04	--	--	01	06	Presencial
10	Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual	03	--	--	--	03	06	En línea
11	Matemáticas para el Diseño	03	--	--	--	03	06	En línea
12	Edición de Mapa de Bits	01	04	--	--	01	06	Presencial
13	English L1	02	03	--	--	02	07	Presencial
14	Ilustración con Técnicas Tradicionales	01	04	--	--	01	06	Presencial
15	Composición Gráfica	01	04	--	--	01	06	Presencial
16	Desarrollo de Proyectos de Diseño	01	02	--	02	01	06	En línea
17	Teoría y Psicología del Color	03	--	--	--	03	06	En línea
18	Tipografía	02	02	--	--	02	06	Presencial

Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	Modalidad
<i>Etapas Disciplinarias Obligatorias</i>								
19	English L2	02	03	--	--	02	07	Presencial
20	Ilustración con Técnicas Digitales	01	04	--	--	01	06	En línea
21	Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	01	01	--	03	01	06	Presencial
22	Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	En línea
23	Pensamiento Visual	03	--	--	--	03	06	En línea
24	Diseño de Empaque, Envase y Embalajes	01	02	--	02	01	06	Presencial
25	Diseño Editorial	01	03	--	01	01	06	Presencial
26	Photographic Production	01	01	--	03	01	06	Presencial
27	Diseño de Identidad Gráfica	01	04	--	--	01	06	Presencial
28	Discurso Audiovisual	01	02	--	02	01	06	Semipresencial
29	Señalización y Señalética	01	01	--	03	01	06	Presencial
30	Narrativa Gráfica	01	04	--	--	01	06	En línea
31	Publicidad y Propaganda	02	01	--	01	02	06	Semipresencial
32	Diseño y Visualización de la Información	01	04	--	--	01	06	En línea
33	Layout & Grids	01	03	--	--	01	05	Presencial
34	Fundamentos del Diseño UX/UI	02	02	--	--	02	06	En línea
35	Edición de Video y Gráficos Animados	02	04	--	--	02	08	Semipresencial
36	Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual	02	--	--	02	02	06	Semipresencial
37	Semiótica para el Diseño	03	--	--	--	03	06	En línea
38	Campañas Publicitarias en Hipermedios	01	04	--	--	01	06	En línea
<i>Etapas Terminales Obligatorias</i>								
39	Portafolios Profesionales	01	03	--	--	01	05	En línea

Clave	Unidad de aprendizaje	HC	HT	HL	HPC	HE	CR	Modalidad
40	Aplicación del Diseño UX/UI	01	04	--	--	01	06	Presencial
41	Mercadotecnia	02	02	--	--	02	06	En línea
42	Incubadora de Empresas Creativas	01	04	--	--	01	06	En línea
43	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	01	02	--	02	01	06	En línea
44	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual	01	04	--	--	01	06	En línea
<i>Etapa Disciplinaria Optativa</i>								
45	Diseño y Producción Tipográfica	01	04	--	--	01	06	Presencial
46	Análisis Sociocultural de la Imagen en Contextos Contemporáneos	03	--	--	--	03	06	En línea
<i>Etapa Terminal Optativa</i>								
47	Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos	01	02	–	02	01	06	En línea
48	Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario	02	02	--	--	02	06	En línea
49	Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos	01	04	--	--	01	06	Presencial
50	Accesibilidad y Diseño Inclusivo para Interfaces Digitales	01	04	00	–	01	06	Presencial
51	Proyectos Visuales de Intervención social	01	02	--	02	01	06	En línea
52	Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual	01	02	–	02	01	06	En línea
53	Branding Estratégico e Innovación	01	02	--	02	01	06	En línea

4.9. Tipología de las unidades de aprendizaje

Unidad académica: Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo: Diseño Estratégico de la Comunicación Visual
Grado académico: Licenciatura
Plan de estudio: 2027-2

Clave	Unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
<i>Etapas Básicas Obligatorias</i>			
01	Historia de la Comunicación Gráfica	3	
02	Metodología de Diseño	3	
	Taller de Metodología de Diseño	2	
03	Dibujo Natural	3	
	Taller de Dibujo Natural	2	
04	Fundamentos del Diseño	3	
05	Geometría Descriptiva	3	
	Taller de Geometría Descriptiva	2	
06	Vectorización de Gráficos	3	
	Taller de Vectorización de Gráficos	2	
07	Gráfica Mexicana	3	
08	Comunicación Visual	3	
	Taller de Comunicación Visual	2	
09	Bocetaje	3	
	Taller de Bocetaje	2	
10	Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual	3	
11	Matemáticas para el Diseño	3	
12	Edición de Mapa de Bits	3	
	Taller de Edición de Mapa de Bits	2	
13	English L1	3	
	Workshop of English L1	2	
14	Ilustración con Técnicas Tradicionales	3	
	Taller de Ilustración con Técnicas Tradicionales	2	
15	Composición Gráfica	3	
	Taller de Composición Gráfica	2	
16	Desarrollo de Proyectos de Diseño	3	
	Taller de Desarrollo de Proyectos de Diseño	2	

Clave	Unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Práctica de campo de Desarrollo de Proyectos de Diseño	1	
17	Teoría y Psicología del Color	3	
18	Tipografía	3	
	Taller de Tipografía	2	
<i>Etapas Disciplinarias Obligatorias</i>			
19	English L2	3	
	Workshop of English L2	2	
20	Ilustración con Técnicas Digitales	3	
	Taller de Ilustración con Técnicas Digitales	2	
21	Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	3	
	Taller de Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	2	
	Práctica de campo de Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	1	
22	Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual	3	
	Taller de Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual	2	
23	Pensamiento Visual	3	
24	Diseño de Empaque, Envase y Embalajes	3	
	Taller de Diseño de Empaque, Envase y Embalajes	2	
	Práctica de campo de Diseño de Empaque, Envase y Embalajes	1	
25	Diseño Editorial	3	
	Taller de Diseño Editorial	2	
	Práctica de campo de Diseño Editorial	1	
26	Photographic Production	3	
	Workshop de Photographic Production	2	
	Field practice of de Photographic Production	1	
27	Diseño de Identidad Gráfica	3	
	Taller de Diseño de Identidad Gráfica	2	
28	Discurso Audiovisual	3	
	Taller de Discurso Audiovisual	2	
	Práctica de campo de Discurso Audiovisual	1	
29	Señalización y Señalética	3	
	Taller de Señalización y Señalética	2	

Clave	Unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Práctica de campo de Señalización y Señalética	1	
30	Narrativa Gráfica	3	
	Taller de Narrativa Gráfica	2	
31	Publicidad y Propaganda	3	
	Taller de Publicidad y Propaganda	2	
	Práctica de campo de Publicidad y Propaganda	1	
32	Diseño y Visualización de la Información	3	
	Taller de Diseño y Visualización de la Información	2	
33	Layout & Grids	3	
	Workshop of Layout & Grids	2	
34	Fundamentos del Diseño UX/UI	3	
	Taller de Fundamentos del Diseño UX/UI	2	
35	Edición de Video y Gráficos Animados	3	
	Taller de Edición de Video y Gráficos Animados	2	
36	Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual	3	
	Práctica de campo de Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual	1	
37	Semiótica para el Diseño	3	
38	Campañas Publicitarias en Hipermedios	3	
	Taller de Campañas Publicitarias en Hipermedios	2	
	<i>Etapas Terminal Obligatoria</i>		
39	Portafolios Profesionales	3	
	Taller de Portafolios Profesionales	2	
40	Aplicación del Diseño UX/UI	3	
	Taller de Aplicación del Diseño UX/UI	2	
41	Mercadotecnia	3	
	Taller de Mercadotecnia	2	
42	Incubadora de Empresas Creativas	3	
	Taller de Incubadora de Empresas Creativas	2	
43	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	3	
	Taller de Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	2	

Clave	Unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Práctica de campo de Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	1	
44	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual	3	
	Taller de Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual	2	
	<i>Etapas Disciplinarias Optativas</i>		
45	Diseño y Producción Tipográfica	3	
	Taller de Diseño y Producción Tipográfica	2	
46	Análisis Sociocultural de la Imagen en Contextos Contemporáneos	3	
	<i>Etapas Terminales Optativas</i>		
47	Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos	3	
	Taller de Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos	2	
	Práctica de campo de Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos	1	
48	Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario	3	
	Taller de Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario	2	
49	Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos	3	
	Taller de Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos	2	
50	Accesibilidad y Diseño Inclusivo para Interfaces Digitales	3	
	Taller de Accesibilidad y Diseño Inclusivo para Interfaces Digitales	2	
51	Proyectos Visuales de Intervención Social	3	
	Taller de Proyectos Visuales de Intervención social	2	
	Práctica de campo de Proyectos Visuales de Intervención Social	1	
52	Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual	3	
	Taller de Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual	2	
	Práctica de campo de Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual	1	
53	Branding Estratégico e Innovación	3	
	Taller de Branding Estratégico e Innovación	2	

Clave	Unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Práctica de campo de Branding Estratégico e Innovación	1	

La tipología de las asignaturas se refiere a los parámetros que se toman en cuenta para la realización eficiente del proceso de aprendizaje integral, tomando en consideración la forma en cómo ésta se desarrolla de acuerdo a sus características, es decir, teóricas o prácticas (laboratorio, taller, clínica o práctica de campo etc.), el equipo necesario, material requerido y espacios físicos en los que se deberá desarrollar el curso, todo ello determinará la cantidad de estudiantes que podrán atenderse por grupo.

De acuerdo con la Guía Metodológica para la Creación, Modificación y Actualización de los Programas Educativos de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2010), existen tres tipologías y es importante precisar, que será el rango normal el que deberá predominar para la formación de los grupos; los casos de límite superior e inferior sólo deberán considerarse cuando la situación así lo amerite por las características propias de la asignatura. Así mismo, se deberá considerar la infraestructura de la unidad académica, evitando asignar un tipo 3 (grupo numeroso) a un laboratorio con capacidad de 10 a 12 estudiantes cuya característica es horas clase (HC) y horas laboratorio (HL). La tipología se designará tomando en cuenta los siguientes criterios:

- Tipo 1. Está considerado para aquellas actividades de la enseñanza en las que se requiere la manipulación de instrumentos, animales o personas, en donde la responsabilidad de asegurar el adecuado manejo de los elementos es del o la docente y donde, además, es indispensable la supervisión de la ejecución del estudiantado de manera directa y continua (clínica y práctica). El rango correspondiente a este tipo es: rango normal = 6 a 10 estudiantes.
- Tipo 2. Está diseñado para cumplir con una amplia gama de actividades de enseñanza aprendizaje, en donde se requiere una relación estrecha para la supervisión o asesoría docente. Presupone una actividad predominante del estudiantado y un seguimiento vigilante e instrucción correctiva docente (talleres, laboratorios): rango normal = 12 a 20 estudiantes.
- Tipo 3. Son asignaturas básicamente teóricas en las cuales predominan las técnicas

expositivas; la actividad se lleva a cabo dentro del aula y requiere un seguimiento grupal en el proceso de aprendizaje integral: rango normal = 24 a 40 estudiantes.

5. Plan de estudios de Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico

El plan de estudios del Técnico Superior Universitario (TSU) en Diseño Gráfico se deriva de la estructura curricular de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, como una salida intermedia con reconocimiento académico, que responde a los principios de flexibilidad, pertinencia y formación escalonada establecidos en el modelo educativo de la UABC.

Esta certificación intermedia se configura a partir de la acreditación de las unidades de aprendizaje correspondientes a las etapas básica y disciplinar, en las cuales el estudiantado desarrolla competencias orientadas a la producción técnica de soluciones de comunicación visual, el dominio de herramientas y procesos de diseño, así como la aplicación de fundamentos teóricos y metodológicos del campo.

El TSU tiene como propósito reconocer formalmente un nivel de desempeño profesional intermedio, que habilita al egresado o egresada para su incorporación al ámbito laboral en funciones operativas y técnicas del diseño gráfico, sin limitar su continuidad académica hacia el nivel licenciatura.

En este sentido, el Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico se articula de manera directa con el perfil de egreso de la licenciatura, constituyendo una base formativa sobre la cual se desarrollan posteriormente las competencias de carácter estratégico, de integración tecnológica avanzada y de gestión de proyectos de comunicación visual.

5.1. Competencia de perfil de egreso

La persona egresada del Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico será competente para:

Diseñar soluciones de comunicación gráfica funcionales, pertinentes y técnicamente viables mediante la aplicación de métodos básicos de diseño, para generar productos visuales competitivos y aptos para su reproducción y distribución de acuerdo con las necesidades de los sectores productivos, con responsabilidad profesional, ética y excelencia.

5.2. Campo profesional

Las personas egresadas del TSU en Diseño Gráfico podrán integrarse a diversos ámbitos del sector público, privado y al ejercicio profesional independiente, en los cuales desempeñarán una función técnica esencial para la producción y ejecución de mensajes visuales. Su ejercicio profesional se orienta por principios éticos y criterios de responsabilidad social que promueven la inclusión y la accesibilidad, contribuyendo mediante la implementación técnica de soluciones gráficas al bienestar social y al desarrollo de su entorno en contextos locales y regionales. De manera particular, las personas egresadas del TSU podrán desempeñarse en los siguientes sectores y actividades profesionales:

Sector público:

- Producción técnica de sistemas de señalización y señalética para espacios públicos, equipamientos urbanos e instalaciones institucionales.
- Ejecución y adaptación de materiales de comunicación institucional y gráficos informativos para dependencias de gobierno.
- Apoyo operativo en la producción editorial y desarrollo técnico de materiales de divulgación, difusión, publicidad y propaganda.

Sector privado:

- Participación en la industria de la manufactura mediante la ejecución técnica de gráficos para envases, embalajes, etiquetado y puntos de venta.
- Producción gráfica y pre prensa en la industria editorial para el desarrollo de publicaciones impresas y digitales.
- Generación de contenidos visuales, animaciones básicas y soporte multimedia en la industria del entretenimiento y empresas creativas.
- Ejecución de mensajes y piezas visuales para áreas de comunicación gráfica.

Ejercicio profesional independiente:

- Prestación de servicios técnicos de diseño, edición de imagen y producción gráfica para diversas organizaciones.
- Colaboración operativa en estudios de diseño, imprentas o agencias de publicidad en la ejecución de proyectos previamente conceptualizados.

5.3. Mapa curricular del Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico



Mapa curricular del programa educativo

Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico

Plan de Estudios 2027-2



Etapa Básica					Etapa Disciplinaria				
Primer Semestre		Segundo Semestre		Tercer Semestre		Cuarto Semestre		Quinto Semestre	
Historia de la Comunicación Gráfica		Gráfica Mexicana		English L1		English L2		Photographic Production	
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	P	2	3	--	7
Metodología de Diseño		Comunicación Visual		Ilustración con Técnicas Tradicionales		Ilustración con Técnicas Digitales		Diseño de Identidad Gráfica	
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	2	2	--	6	P	1	4	--	6
Dibujo Natural		Bocetaje		Composición Gráfica		Técnicas de Pre-prensa Analógica y Digital		Discurso Audiovisual	
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	4	--	6
Fundamentos del Diseño		Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual		Desarrollo de Proyectos de Diseño		Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual		Señalización y Señalética	
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	L	1	2	2	6
Geometría Descriptiva		Matemáticas para el Diseño		Teoría y Psicología del Color		Pensamiento Visual		Narrativa Gráfica	
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	L	3	--	--	6
Vectorización de Gráficos		Edición de Mapa de Bits		Tipografía		Diseño de Empaque, Envase y Embalajes		Publicidad y Propaganda	
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	2	2	--	6
						Diseño Editorial		Diseño y Visualización de la Información	
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	3	1	6	L	1	4	--	6

Simbología

ÁREAS DE CONOCIMIENTO

Perspectivas teóricas	Diseño
Comunicación visual	Tecnología

—	Seriación obligatoria
-----	Seriación recomendada
Unidad de Aprendizaje Integradora	

MI Modalidad de impartición de las unidades de aprendizaje

L En línea P Presencial S Semipresencial

HC Horas Clase HT Horas Taller HPC Horas Prácticas de Campo CR Créditos

Perfil Profesional

Diseñar soluciones de comunicación gráfica funcionales, pertinentes y técnicamente viables mediante la aplicación de métodos básicos de diseño, para generar productos visuales competitivos y aptos para su reproducción y distribución de acuerdo con las necesidades de los sectores productivos, con responsabilidad profesional, ética y excelencia.

Requisitos de acreditación

Cursar 194 Créditos Obligatorios

Acreditar 300 horas de Servicio Social Comunitario

Acreditar 512 horas de Servicio Social Profesional asociadas al currículo

5.4. Distribución de créditos y de unidades de aprendizaje

Distribución de unidades de aprendizaje por etapas de formación

Etapas	Obligatorias
Básica	18
Disciplinaria	14
Total	32

Distribución de créditos obligatorios de unidades de aprendizaje por área de conocimiento

Etapas	Obligatorios	Porcentajes
Básica	109	56.19%
Disciplinaria	85	43.81%
Total	194	100%
Porcentajes	100%	

Distribución de créditos obligatorios por área de conocimiento

Área	Básica	Disciplinaria	Total	%
Perspectivas Teóricas	18	0	18	9.28%
Comunicación visual	55	31	86	44.33%
Tecnología	12	18	30	15.46%
Diseño	24	36	60	30.93%
Total	109	85	194	100%
Porcentajes	56.19%	43.1.%	100%	

6. Estructura y componentes formativos del plan de estudios

El presente capítulo expone la estructura y los componentes formativos del plan de estudios, los cuales han sido diseñados estratégicamente para garantizar una formación pertinente, integral y alineada con las exigencias actuales del entorno social, profesional y disciplinar. La propuesta curricular responde a un enfoque por competencias, orientado a la formación de profesionistas capaces de analizar, intervenir y transformar su contexto mediante la integración de conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

De manera estratégica, el plan incorpora componentes formativos transversales que responden a las tendencias contemporáneas de la educación superior y a las demandas del campo profesional, tales como el fortalecimiento del idioma inglés, el uso crítico y pertinente de las tecnologías de la información y la inteligencia artificial, así como el desarrollo de habilidades blandas orientadas al liderazgo, la comunicación y la toma de decisiones en contextos complejos.

Asimismo, la propuesta integra mecanismos de flexibilidad curricular, mediante la optatividad orientada a la obtención de certificados y la diversificación de experiencias de aprendizaje, lo que permite al estudiantado construir trayectorias académicas pertinentes y diferenciadas. De igual forma, se incorpora el bienestar estudiantil como un eje central, reconociendo su impacto en la permanencia, el rendimiento académico y la formación integral.

6.1. Etapas de formación

La organización del plan de estudios en etapas de formación permite estructurar trayectorias académicas coherentes y progresivas, que transitan desde la adquisición de fundamentos hasta la aplicación del conocimiento en escenarios reales. Esta estructura favorece el desarrollo gradual de competencias, fortaleciendo la vinculación con el entorno y facilitando una transición efectiva hacia el ejercicio profesional.

6.1.1. Etapa básica

La etapa básica tiene como propósito sentar las bases conceptuales, metodológicas y expresivas del diseño y la comunicación visual, asegurando que el estudiantado construya un lenguaje disciplinar sólido y desarrolle habilidades iniciales para la representación y análisis visual.

Durante esta etapa, el estudiantado:

- Comprende los fundamentos históricos, teóricos y culturales del diseño y la comunicación visual.
- Desarrolla habilidades básicas de expresión gráfica, composición, dibujo y bocetaje.
- Se introduce en el uso inicial de herramientas tecnológicas para la producción visual.
- Analiza los elementos de la percepción, la forma, el color y la narrativa visual.
- Inicia el desarrollo de pensamiento crítico para interpretar mensajes visuales en distintos contextos.

En términos formativos, esta etapa privilegia:

- La alfabetización visual y digital.
- La construcción del pensamiento de diseño.
- El tránsito de habilidades instrumentales hacia capacidades analíticas.

En la modalidad semipresencial, predominan:

- Actividades presenciales en talleres (dibujo, composición, técnicas).
- Actividades en línea centradas en análisis, reflexión teórica y ejercicios conceptuales.

Competencia de la etapa básica

Contextualizar el diseño y la comunicación visual como prácticas culturales y comunicativas mediante el reconocimiento de sus fundamentos históricos, teóricos, perceptuales y metodológicos, así como el uso inicial de técnicas y herramientas de representación visual, para sustentar procesos básicos de conceptualización y expresión gráfica, con pensamiento crítico, creatividad y responsabilidad ética.

6.1.2. Etapa disciplinaria

La etapa disciplinar tiene como finalidad que el estudiantado integre conocimientos teóricos, técnicos y metodológicos en la resolución de problemas de comunicación visual, mediante el desarrollo de proyectos con creciente complejidad.

En esta etapa, el estudiantado:

- Aplica metodologías de diseño para la conceptualización y producción de piezas visuales.
- Desarrolla competencias en ilustración, identidad gráfica, fotografía, producción audiovisual, tipografía y diseño editorial.
- Incorpora el uso de tecnologías digitales y herramientas especializadas en procesos de producción.
- Diseña mensajes visuales orientados a diversos medios y plataformas.
- Comienza a articular propuestas desde una perspectiva de usuario, contexto y experiencia.

Formativamente, esta etapa enfatiza:

- La integración teoría–práctica.
- El aprendizaje basado en proyectos.
- La resolución de problemas reales o simulados del campo profesional.

En modalidad semipresencial:

- Los talleres y laboratorios especializados se desarrollan de forma presencial.
- Los procesos de conceptualización, gestión de proyectos y análisis se fortalecen en entornos digitales.

Competencia de la etapa disciplinaria

Diseñar proyectos de comunicación visual mediante la aplicación de fundamentos, métodos y lenguajes del diseño, así como el uso de herramientas tecnológicas y de producción visual, para atender necesidades comunicativas en contextos socioculturales, tecnológicos y productivos, con coherencia conceptual, creatividad, pensamiento crítico y ética profesional.

6.1.3. Etapa terminal

La etapa terminal se orienta a la integración de competencias profesionales en contextos reales, con énfasis en la dimensión estratégica del diseño y la comunicación visual.

En esta etapa, el estudiantado:

- Diseña e implementa estrategias de comunicación visual en entornos complejos y multidisciplinarios.
- Integra conocimientos para el desarrollo de proyectos transmedia y multiplataforma.
- Gestiona proyectos considerando viabilidad, impacto, innovación y responsabilidad social.
- Desarrolla competencias para el emprendimiento, la consultoría y la dirección de proyectos de diseño.
- Consolida su perfil mediante portafolios profesionales, prácticas e incubación de proyectos.

Formativamente, esta etapa privilegia:

- La toma de decisiones estratégicas.
- La gestión y liderazgo de proyectos.
- La vinculación con sectores sociales y productivos.

En la modalidad semipresencial:

- Se intensifica el trabajo autónomo y la gestión de proyectos en línea.
- Las sesiones presenciales se enfocan en evaluación, retroalimentación especializada y producción avanzada.

Competencia de la etapa terminal

Gestionar proyectos de diseño y comunicación visual desde un enfoque estratégico, mediante procesos de planificación, evaluación y vinculación con los sectores social y productivo, considerando la experiencia del usuario, la viabilidad de las propuestas y su impacto social, cultural y económico, para intervenir de manera ética, innovadora y con responsabilidad social en contextos profesionales.

6.2. Modalidad semipresencial de impartición del programa educativo

El programa educativo Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial operará bajo una metodología de enseñanza-aprendizaje acorde al Modelo Educativo y el Estatuto Escolar de la UABC. Del Modelo Educativo se retoma el énfasis en sus componentes principales: el enfoque por competencias, el aprendizaje centrado en quien aprende, la extensión y vinculación. A su vez, el sustento filosófico y pedagógico del modelo educativo se integra a la propuesta curricular de este programa a través del humanismo, constructivismo y aprendizaje a lo largo de la vida como características propias del enfoque de diseño curricular, instruccional, y metodología de trabajo en las diferentes asignaturas y experiencias formativas. Esto significa un énfasis en actividades donde el o la estudiante tenga un rol activo en el desarrollo de los cursos, se le motive a analizar críticamente los contenidos revisados, a imaginar y proponer con sustento, así como a buscar formas de resolver problemáticas en escenarios reales que estén en el campo de acción de este programa.

En cuanto a las características propias de la modalidad, sus criterios de aplicación se respaldan en los *Lineamientos de operación de programas educativos de licenciatura en modalidad no escolarizada y semipresencial* y en los *Lineamientos y procedimientos para el diseño, preparación, registro, operación y seguimiento de unidades de aprendizaje en modalidades semipresencial y/o no presencial* (CIAD, 2023).

Además, se retomará una versión adaptada del modelo de diseño instruccional propuesto por el Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital (CIAD), en cuanto al enfoque de diseño por metas y a las preguntas guía del diseño: ¿qué aprenderá? ¿cómo lo aprenderá? ¿cómo sabrá que lo aprendió?

Por la naturaleza y nivel del programa educativo, se plantea que las unidades de aprendizaje (UA) y experiencias educativas dentro de un programa semipresencial pueden combinar:

a. Unidades de aprendizaje en modalidad semipresencial:

Son unidades de aprendizaje que combinan actividades presenciales y no presenciales, y se operan a través del sistema de gestión de aprendizaje digital. En esta denominación caben las modalidades semiescolarizada, semipresencial, b-learning (blended learning, aprendizaje mixto), etcétera:

1. Se incorporan al programa del curso dos tipos de actividades de aprendizaje y/o evaluación:
 - a. Las actividades presenciales dentro de espacios institucionales (salones de clase, laboratorios, clínicas, campos, etc.); y
 - b. Las actividades no presenciales (simultáneas o no), es decir, aquellas en las que el intercambio de información, la comunicación o retroalimentación entre docente y el estudiantado, y la colaboración entre estos para proyectos o tareas, se realiza no presencial, por medio de tecnologías digitales, por ejemplo: videoconferencia, correo electrónico, aulas virtuales, webconference, espacios de chat, blogs, etc.
2. Del total de horas asignadas al curso bajo la responsabilidad del docente, una cierta cantidad de las horas se dedica a actividades no presenciales, dependiendo de las necesidades del proceso de aprendizaje. Se recomienda mantener proporciones de 50-50, 60-40 o 40-60 entre actividades presenciales y no presenciales.
3. Las actividades presenciales y no presenciales se programan semanalmente.
4. Las actividades no presenciales implican la participación del docente, principalmente a través de la asesoría, supervisión, retroalimentación y seguimiento activo que dan a sus estudiantes, durante las horas en las que el docente no está presente en el salón de clase. No se considera parte de la modalidad semipresencial dejar tareas o asignar proyectos para que el estudiantado lo haga por su cuenta sin supervisión o retroalimentación directa del docente.

b. Unidades de aprendizaje en modalidad no presencial:

Son unidades de aprendizaje que se imparten de manera 100% no presencial, y se operan a través del sistema de gestión de aprendizaje digital. En esta denominación se pueden englobar los conceptos de educación a distancia, educación en línea (o e-learning, por su denominación en inglés), educación no escolarizada, modalidad virtual, entre otras. Posee dos características distintivas:

1. Las actividades incluidas en el programa, y por tanto el 100% de las horas del curso, son en su totalidad no presenciales.
2. La interacción entre el docente y el estudiantado, para efectos de instrucción, supervisión y evaluación, se realiza por medio de tecnologías digitales, por ejemplo: videoconferencia, correo electrónico, sistemas de gestión del aprendizaje, espacios de chat, blogs, etc.

c. Unidades de aprendizaje en modalidad presencial apoyada en tecnologías de información, comunicación y colaboración (TICC):

Son unidades de aprendizaje en que las actividades se llevan a cabo presencialmente en el aula, laboratorio y/o taller, y se acompañan con un sistema de administración de cursos en línea y otras TICC, para la publicación de contenidos, entrega de actividades de evaluación, el seguimiento, entre otras acciones.

La oferta de unidades de aprendizaje en modalidades presencial, semipresencial y no presencial se da bajo el supuesto de que el programa educativo en conjunto se oferta en modalidad semipresencial, por la combinación de estas opciones educativas, y que la planeación de la oferta de asignaturas para cada periodo escolar se realiza buscando brindar la flexibilidad esperada por las y los estudiantes inscritos en el programa.

La coordinación del programa educativo estará atenta, junto con las instancias que correspondan, a mantener actualizados los cursos, evaluar su pertinencia e impacto en cada modalidad ofertada, así como proponer los ajustes necesarios que permitan el éxito académico del estudiantado.

Así mismo, se tendrá especial atención a los lineamientos y recomendaciones que desde el CIAD se establezcan para los programas educativos en estas modalidades en

cuanto a la operación de estos, el aprovechamiento de las tecnologías digitales, la formación del personal docente, el acompañamiento al estudiantado, etcétera.

6.3. Características de impartición de las unidades de aprendizaje del plan de estudios

La modalidad semipresencial del programa educativo se caracteriza por la distribución diferenciada de las unidades de aprendizaje con base en criterios generales que consideran la naturaleza de sus contenidos, los requerimientos de interacción y el tipo de competencias a desarrollar. Estos criterios permitieron definir de manera sistemática la asignación de cada unidad en modalidad presencial, semipresencial o a distancia, con el propósito de asegurar la congruencia entre los resultados de aprendizaje y los entornos formativos. La toma de decisiones se sustentó en un análisis pedagógico orientado a garantizar la pertinencia de las estrategias de enseñanza en función del tipo de conocimiento involucrado. De esta manera, la modalidad se define como un esquema estructurado que integra distintos ambientes de aprendizaje de forma intencionada.

En la configuración de la modalidad se estableció como directriz la virtualización de la mayoría de las unidades de aprendizaje (4 semipresenciales y 28 a distancia, de un total de 51, como se presentó en el apartado 4.8), con el propósito de ampliar la cobertura y atender perfiles de aspirantes que combinan su formación con actividades laborales o que residen fuera de la localidad. Esta decisión responde a condiciones identificadas en el contexto educativo y social, así como a las características del campo profesional, en el que los procesos de trabajo se desarrollan en entornos digitales y colaborativos. No obstante, esta orientación se complementó con criterios particulares que delimitan la pertinencia de la virtualización en función de las condiciones de implementación. Entre estos criterios se considera el requerimiento de software y equipo especializado, con el objetivo de evitar que la modalidad implique una carga económica adicional para las y los estudiantes. Asimismo, se toma en cuenta la necesidad de acompañamiento docente en el desarrollo de habilidades específicas, particularmente en procesos que demandan retroalimentación directa o supervisión técnica. Esta combinación de criterios permite equilibrar la flexibilidad de la modalidad con las exigencias formativas del programa. En

consecuencia, la virtualización se plantea como una estrategia académica regulada y no como un criterio uniforme de operación.

Como parte de la caracterización de la modalidad, se realizó la consulta a tres expertos en el área del diseño y la comunicación visual, quienes cuentan con experiencia docente y práctica profesional vigente. Sus aportaciones permitieron identificar las condiciones en las que se desarrollan actualmente los procesos de trabajo en el campo profesional, particularmente en lo relacionado con el uso de tecnologías digitales, la colaboración a distancia y la gestión de proyectos en entornos híbridos. Esta información contribuyó a definir criterios para la asignación de modalidades por unidad de aprendizaje, asegurando la pertinencia de los entornos de formación en función de las competencias a desarrollar. Asimismo, la retroalimentación obtenida permitió reconocer la necesidad de fortalecer habilidades de autogestión y trabajo en entornos digitales como parte del perfil de egreso. La integración de estas consideraciones permitió alinear la modalidad educativa con las prácticas contemporáneas del campo laboral. De esta manera, la modalidad semipresencial se sustenta en referentes empíricos y no únicamente en criterios institucionales.

El entorno virtual se concibe como un espacio estructurado para el desarrollo de actividades asincrónicas y sincrónicas, con apoyo de plataformas institucionales. En este contexto, las unidades de aprendizaje incorporan estrategias didácticas orientadas a la autogestión, la colaboración y la producción de evidencias de aprendizaje. La interacción docente-estudiante se mantiene mediante mecanismos de seguimiento, retroalimentación y evaluación continua. La modalidad favorece la diversificación de estrategias pedagógicas y el uso de recursos digitales especializados.

Con base en lo anterior, la modalidad semipresencial se define como un esquema de operación académica que articula la planeación curricular, el diseño instruccional y la habilitación docente. La selección de la modalidad por unidad de aprendizaje responde a un análisis de pertinencia que considera los resultados de aprendizaje, los recursos disponibles y las condiciones de implementación. Este enfoque permite asegurar la coherencia entre el perfil de egreso, las competencias del programa y las estrategias de enseñanza. Asimismo, la modalidad contribuye a optimizar el uso de la infraestructura institucional y a incrementar la cobertura educativa. La integración de tecnologías de la

información y la comunicación forma parte del desarrollo de competencias digitales en el ámbito profesional. En consecuencia, la modalidad se configura como un componente estructural del plan de estudios. En la Tabla 10 se identifica el número de unidades de aprendizaje en función de su modalidad de impartición.

Tabla 10. *Modalidad de impartición de las unidades de aprendizaje del plan de estudios*

UA presenciales	UA semipresenciales	UA en línea
19	4	28

Fuente: Elaboración propia

6.4. Operación del programa educativo semipresencial en la unidad académica

El nuevo programa educativo retomará las características de operación de los programas semiescolarizados³ que oferta actualmente la universidad, donde las actividades presenciales se concentran en fines de semana (viernes y sábado). Esta concentración permitirá una distribución más eficiente del uso de la infraestructura universitaria y favorece la disponibilidad de aulas, talleres y laboratorios requeridos en las unidades de aprendizaje del nuevo programa educativo. Las sesiones presenciales enfatizarán en actividades de aplicación, experimentación y trabajo en prácticas de taller y laboratorio, durante las cuales se requiere interacción directa entre docentes, estudiantes, y recursos materiales y digitales.

De acuerdo con la naturaleza, alcance y características de la distribución horaria de las unidades de aprendizaje, el trabajo presencial se complementará con actividades en línea donde se privilegiará la revisión de información, el análisis de contenidos, el desarrollo conceptual y la elaboración de productos académicos.

Adicionalmente, los beneficios de la operación del programa educativo en esta modalidad, se enlistan a continuación:

³ Es un término utilizado por la universidad para programas presenciales que operan bajo una estructura semipresencial con apoyo de plataformas educativas a razón de la matrícula y la infraestructura física de las unidades académicas.

- La participación de docentes de asignatura con experiencia profesional activa, quienes pueden integrarse a la enseñanza en horarios compatibles con su ejercicio laboral, lo que favorece el proceso formativo en contextos específicos.
- La planificación de cada periodo escolar a partir de las asignaturas establecidas en el mapa curricular del plan de estudios, se facilita al contar con mayor disponibilidad de infraestructura durante los fines de semana. Lo que permite un manejo más eficiente de los recursos institucionales al maximizar la capacidad de los espacios físicos (Hue-Dung, 2020).
- Se cuenta con personal de apoyo administrativo y de servicios para atender los requerimientos de la comunidad docente y estudiantil adscritos al nuevo programa educativo.
- Favorece a la institución y al programa al incrementar su alcance para atender un mayor número de estudiantes interesados en la oferta educativa, beneficio que también contribuye en el prestigio académico de la instancia educativa (Altamirano-Pazmiño y Naranjo-Armijo, 2022).
- Representa una respuesta eficaz a las demandas cambiantes de las y los estudiantes y del mercado laboral. Al ofrecer un enfoque flexible y adaptable al aprendizaje, la institución puede mantenerse relevante y a la vanguardia de las tendencias educativas y tecnológicas.
- Constituye un vehículo para la innovación en la enseñanza y el aprendizaje al fomentar el uso de herramientas y tecnologías digitales, así como al promover nuevas estrategias pedagógicas centradas en el aprendizaje activo y colaborativo. Esto puede enriquecer la experiencia educativa de las y los estudiantes y mejorar la calidad del programa educativo ofrecido por la institución.

Específicamente, para el estudiantado estos beneficios se relacionan con la organización del tiempo, el acceso a la formación y el desarrollo de habilidades para el aprendizaje autónomo. Entre los principales se identifican los siguientes:

- Compatibilidad en la formación universitaria con actividades laborales u otras responsabilidades.
- Acceso a la educación superior para personas que requieren una distribución flexible de su tiempo.

- Posibilidad de organizar el trabajo académico durante el resto de la semana.
- Uso del entorno virtual como espacio para el desarrollo autónomo de actividades académicas.
- Desarrollo de habilidades de autogestión del aprendizaje y organización del tiempo de estudio.
- Atención a perfiles diversos, incluidos aquellos con experiencia previa en el campo del diseño y la comunicación visual.
- Promueve el interés de estudiantes foráneos.
- La flexibilidad brinda una educación más adaptable a las necesidades y circunstancias particulares del estudiantado.

La modalidad semipresencial incorpora el uso sistemático de tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de enseñanza y aprendizaje, lo cual permite identificar ventajas en su operación. Entre las principales se encuentran:

- Acceso a contenidos académicos en distintos formatos digitales.
- Comunicación académica mediada por plataformas institucionales.
- Producción de materiales digitales como parte del proceso formativo.
- Integración de software especializado en el desarrollo de competencias profesionales y del entorno digital en los procesos de producción y circulación de mensajes visuales.
- Desarrollo de habilidades de gestión de información en entornos digitales.
- Fortalecimiento de la colaboración digital entre los participantes del proceso formativo.
- Correspondencia con las demandas del campo profesional del diseño y la comunicación visual.

6.5. Operación y titulación del TSU

Operación

El Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico es un programa educativo integrado en el programa de licenciatura. Su competencia es que el o la estudiante diseñe soluciones de comunicación gráfica funcionales, pertinentes y técnicamente viables

mediante la aplicación de métodos básicos de diseño para generar productos visuales competitivos y aptos para su reproducción y distribución de acuerdo con las necesidades de los sectores productivos, con responsabilidad profesional, ética y excelencia. Se ha integrado al currículo con el fin de apoyar al estudiantado que por situaciones personales no pueda continuar sus estudios o de aquellos que se integran tempranamente al campo laboral y requieren un referente de su conocimiento, por lo tanto, el TSU no se ofertará como programa independiente

El Técnico Superior Universitario abarca los primeros 5 periodos del programa de licenciatura. Para lograrlo se deben cubrir 194 créditos mediante 44 asignaturas obligatorias. Para la obtención del título, el estudiantado debe cumplir con 2 requisitos: (1) realizar el servicio social comunitario y (2) acreditar el servicio social profesional.

Servicio social comunitario

El servicio social comunitario lo realizará en la etapa básica del programa educativo donde debe cumplir con 300 horas en actividades generales para el desarrollo de grupo vulnerables en los sectores públicos o asociaciones sin fines de lucro, con apego al Reglamento de Servicio Social de la Universidad.

Servicio social profesional

El servicio social profesional será acreditado y liberado cuando cada estudiante cumpla cabalmente las horas de práctica de campo de las ocho asignaturas del área de Tecnología y Diseño, las cuales, contando las horas clase (HC) y las horas de práctica de campo (HPC), suman 512 horas de dedicación a actividades asociadas a la práctica profesional durante los cinco periodos de duración del Técnico Superior Universitario, horas suficientes en relación con las 480 horas mínimas solicitadas para en el servicio social profesional. La Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar expedirá la constancia de liberación y acreditará el servicio social profesional únicamente para las y los estudiantes que soliciten el título de Técnico Superior Universitario. Esta constancia no sustituye al servicio social profesional para la obtención del título de licenciatura.

Titulación⁴

Para obtener el título de Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico, se requiere la acreditación de todas las asignaturas de los primeros cinco periodos del plan de estudios. El estudiante podrá tramitar su título atendiendo los requisitos administrativos correspondientes en el Departamento de Servicios Estudiantiles de la UABC.

Quien que solicite el título de Técnico Superior Universitario podrá continuar su trayecto formativo para el cumplimiento de créditos y requisitos de la etapa disciplinaria y terminal del plan de estudios de licenciatura y obtener el grado de Licenciado.

6.6. Progresión de experiencias de aprendizaje en inglés

La incorporación del inglés en la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se plantea de manera transversal mediante experiencias de aprendizaje vinculadas con los contenidos, actividades y productos propios de la disciplina. Su propósito es favorecer que el estudiantado tenga contacto y utilice el idioma en situaciones académicas y profesionales relacionadas con el diseño y la comunicación visual, particularmente para acceder a referentes internacionales, comprender documentación técnica, utilizar terminología especializada, elaborar productos y comunicar decisiones de diseño.

Esta estrategia no constituye una trayectoria para la enseñanza del idioma ni pretende, por sí misma, conducir al estudiantado a un nivel determinado de dominio lingüístico. En consecuencia, las experiencias incorporadas en las unidades de aprendizaje no sustituyen los mecanismos institucionales establecidos para acreditar el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER), requerido para el egreso. Su función curricular consiste en propiciar oportunidades sistemáticas y

⁴ En el caso de Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico, no será requisito las prácticas profesionales, pero dentro de la estructura curricular, se definió que las 8 asignaturas que componen las áreas de conocimiento Tecnología y Diseño mantuvieran prácticas de campo en su distribución horaria y con esto garantizar la participación de las y los estudiantes en escenarios profesionales.

contextualizadas para utilizar el inglés como una herramienta complementaria durante la formación profesional.

Para ello, el plan de estudios incorpora experiencias de aprendizaje en inglés en 15 unidades de aprendizaje distribuidas en las tres etapas de formación. La selección responde a las posibilidades que ofrecen sus contenidos y prácticas para incorporar el idioma sin modificar el propósito formativo central de cada unidad de aprendizaje. Las experiencias presentan una complejidad creciente: inician con la comprensión de terminología, instrucciones y recursos disciplinares; avanzan hacia la producción de documentos y productos propios del diseño; y culminan con situaciones que requieren expresión oral e interacción en contextos relacionados con el ejercicio profesional.

En la etapa básica, el inglés se incorpora principalmente mediante experiencias de comprensión y uso inicial de terminología vinculada con herramientas, procesos y fundamentos del diseño visual. Las unidades de aprendizaje Vectorización de Gráficos, Edición de Mapa de Bits, English L1, Teoría y Psicología del Color y Tipografía favorecen el contacto con interfaces, tutoriales, materiales audiovisuales, fichas técnicas, referencias especializadas y otros recursos en inglés. A partir de ellos, el estudiantado identifica información relevante y utiliza vocabulario disciplinar en productos acotados, como glosarios visuales, fichas técnicas, resúmenes guiados, instrucciones y comentarios breves. Por ejemplo, Edición de Mapa de Bits incorpora tutoriales de apoyo en inglés y solicita una lista de verificación acompañada de una captura comentada con frases breves en ese idioma.

La presencia de English L1 en esta etapa complementa dichas experiencias mediante el desarrollo de recursos comunicativos generales. De esta manera, las unidades de aprendizaje disciplinares no asumen la enseñanza formal del idioma, sino que generan situaciones para aproximarse a su uso dentro del campo profesional. La etapa básica establece así un primer nivel de contacto contextualizado que permite reconocer y utilizar terminología y expresiones asociadas con actividades habituales del diseño.

En la etapa disciplinaria, las experiencias amplían el uso del inglés hacia la elaboración de productos y documentación propios de los procesos de producción gráfica, editorial, fotográfica y audiovisual. Las unidades de aprendizaje English L2,

Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital, Diseño Editorial, Photographic Production, Señalización y Señalética, Layout and Grids y Edición de Video y Gráficos Animados incorporan actividades como la consulta e interpretación de documentación técnica, elaboración de *briefs*, reportes, memorias, guiones, documentación de proyectos y justificaciones de decisiones de diseño.

En esta etapa destacan Photographic Production y Layout and Grids, que se desarrollan en inglés y ofrecen experiencias de mayor inmersión disciplinar, al utilizar el idioma como medio para abordar contenidos, desarrollar actividades y comunicar productos de aprendizaje. En Layout and Grids, por ejemplo, las prácticas requieren analizar problemas de composición, documentar decisiones estructurales, desarrollar proyectos y participar en procesos de retroalimentación utilizando el inglés. Estas experiencias se complementan con otras de carácter bilingüe o focalizado, de modo que la presencia del idioma se integra de acuerdo con la naturaleza y posibilidades formativas de cada unidad de aprendizaje.

En la etapa terminal, el uso del inglés se vincula con situaciones de comunicación e interacción propias del ejercicio profesional. Las unidades de aprendizaje Portafolios Profesionales, Aplicación del Diseño UX/UI y Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos propician que el estudiantado presente proyectos, explique decisiones, comunique resultados y responda preguntas utilizando terminología y recursos propios de su campo profesional. La complejidad de las experiencias aumenta al pasar de la elaboración de productos escritos y visuales hacia situaciones que requieren expresión oral e intercambio con otras personas.

En Portafolios Profesionales, estas experiencias incluyen la elaboración de productos profesionales en español e inglés, así como la presentación oral del portafolio y la respuesta a preguntas en inglés. En Aplicación del Diseño UX/UI se incorporan actividades de *design review*, evaluación de usabilidad, presentación de resultados, respuesta a preguntas y elaboración de reportes en inglés. Por su parte, Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos integra la elaboración de un guion y un *pitch* profesional en inglés, su presentación ante cliente, *networking* o jurado académico, la respuesta a preguntas y la elaboración de un correo electrónico de seguimiento en el mismo idioma.

En conjunto, la estrategia establece una progresión de experiencias de aprendizaje en inglés que transita de la aproximación y comprensión de recursos disciplinares en la etapa básica, hacia su aplicación en productos y procesos propios del diseño durante la etapa disciplinaria y, finalmente, hacia situaciones de comunicación e interacción profesional en la etapa terminal. Esta progresión permite incorporar el inglés de manera intencionada y contextualizada en la trayectoria formativa, sin convertir a las unidades de aprendizaje disciplinares en cursos de lengua ni atribuirles la función de acreditar el nivel B1 requerido para el egreso.

La Figura 2 muestra la distribución de las 15 unidades de aprendizaje que incorporan estas experiencias en el mapa curricular. Posteriormente, la Matriz de progresión de experiencias de aprendizaje en inglés de la Tabla 11 identifica, para cada unidad de aprendizaje, el propósito de la experiencia, la habilidad comunicativa predominante y las actividades y evidencias mediante las cuales se concreta su incorporación en el currículo.

Figura 2. Distribución de las unidades de aprendizaje que incorporan experiencias de aprendizaje en inglés en el mapa curricular.

Etapa Básica					Etapa Disciplinar					Etapa Terminal				
Primer Semestre					Cuarto Semestre					Séptimo Semestre				
Historia de la Comunicación Gráfica					English L2					Portafolios Profesionales				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	P	2	3	--	7	L	1	3	--	5
Metodología de Diseño					Ilustración con Técnicas Digitales					Aplicación del Diseño UX/UI				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	2	2	--	6	L	1	4	--	6	P	1	4	--	6
Dibujo Natural					Técnicas de Pre-prensa Analógica y Digital					Mercadotecnia				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	1	3	6	L	2	2	--	6
Fundamentos del Diseño					Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual					Incubadora de Empresas Creativas				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	L	1	4	--	6	L	1	4	--	6
Geometría Descriptiva					Pensamiento Visual					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	L	3	--	--	6	--	--	--	--	6
Vectorización de Gráficos					Diseño de Empaque, Envase y Embalajes					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	2	2	6	--	--	--	--	6
Edición de Mapa de Bits					Publicidad y Propaganda					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	S	2	1	1	6	--	--	--	--	6
Tipografía					Diseño Editorial					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	2	2	--	6	P	1	3	1	6	--	--	--	--	6
English L1					Diseño y Visualización de la Información					Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	2	3	--	7	P	1	1	3	6	L	1	2	2	6
Gráfica Mexicana					Discurso Audiovisual					Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	S	1	2	2	6	L	1	4	--	6
Comunicación Visual					Señalización y Señalética					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	1	3	6	--	--	--	--	6
Ilustración con Técnicas Tradicionales					Narrativa Gráfica					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	L	1	4	--	6	--	--	--	--	6
Composición Gráfica					Semiótica para el Diseño					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	L	3	--	--	6	--	--	--	--	6
Desarrollo de Proyectos de Diseño					Campanías Publicitarias en Hipermedios					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	1	2	2	6	L	1	4	--	6	--	--	--	--	6
Teoría y Psicología del Color					Optativa					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Matriz de progresión de experiencias de aprendizaje en inglés.

Etapa	Unidad de aprendizaje	Propósito de la experiencia en inglés	Habilidad predominante	Experiencia y evidencia
Básica	Vectorización de Gráficos	Familiarizar al estudiantado con terminología técnica utilizada en herramientas, formatos y procesos de vectorización.	Comprensión lectora y producción escrita breve	Consulta de interfaces o recursos técnicos en inglés; elaboración de glosario visual bilingüe y ficha breve de instrucciones vinculada con procesos de vectorización.
Básica	Edición de Mapa de Bits	Utilizar vocabulario e instrucciones técnicas en inglés asociados con procesos de edición digital.	Comprensión lectora y auditiva; producción escrita breve	Consulta de tutoriales de apoyo en inglés y elaboración de lista de verificación y captura comentada del antes/después con frases breves en inglés.
Básica	English L1	Desarrollar recursos comunicativos generales que favorezcan el acercamiento inicial al uso del idioma.	Comprensión y producción oral y escrita	Diálogos, entrevistas, presentaciones y ejercicios de comprensión y producción correspondientes al alcance establecido en el propio PUA.
Básica	Teoría y Psicología del Color	Recuperar información en inglés relacionada con teoría, percepción y significados culturales del color para su aplicación en decisiones de diseño.	Comprensión lectora	Lectura de materiales breves en inglés y elaboración de resumen guiado o ficha de lectura vinculada con su aplicación cromática.
Básica	Tipografía	Interpretar terminología y referencias técnicas en inglés vinculadas con tipografía, legibilidad, jerarquía y selección tipográfica.	Comprensión lectora y producción escrita breve	Consulta de referencias técnicas y elaboración de ficha técnica bilingüe de una familia tipográfica, acompañada de una justificación breve.
Disciplinaria	English L2	Ampliar los recursos comunicativos generales del estudiantado y favorecer su utilización posterior en situaciones disciplinares y profesionales.	Interacción oral y producción escrita	Diálogos, dramatizaciones y producción de textos conforme a los contenidos y alcances establecidos en el PUA.

Etapas	Unidad de aprendizaje	Propósito de la experiencia en inglés	Habilidad predominante	Experiencia y evidencia
Disciplinaria	Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	Interpretar especificaciones técnicas y comunicar procesos básicos de preparación de archivos utilizando inglés técnico.	Comprensión lectora y producción escrita	Consulta de documentación técnica y elaboración de preflight report simplificado, <i>checklist</i> o nota técnica vinculada con la preparación de archivos.
Disciplinaria	Diseño Editorial	Utilizar el inglés en documentación funcional propia del desarrollo de proyectos editoriales.	Producción escrita	Elaboración de brief, captions, tabla de contenidos, rationale o memoria breve en inglés vinculada con decisiones editoriales.
Disciplinaria	Photographic Production	Utilizar el inglés como medio de trabajo en el desarrollo y comunicación de proyectos fotográficos.	Comprensión y producción oral y escrita	Desarrollo de actividades, documentación y presentación de proyectos dentro de una UA impartida en inglés, integrando terminología y comunicación propias de la producción fotográfica.
Disciplinaria	Señalización y Señalética	Incorporar el inglés en productos de comunicación visual destinados a usuarios y contextos diversos.	Producción escrita e interacción	Desarrollo de prototipos y documentación bilingüe, así como experiencias de prueba o validación con usuarios en español o inglés.
Disciplinaria	Layout and Grids	Utilizar el inglés como lengua de trabajo para analizar, desarrollar, documentar y justificar decisiones de composición visual.	Comprensión y producción oral y escrita	Desarrollo de actividades y productos dentro de una UA impartida en inglés, incluyendo documentación de decisiones, justificaciones compositivas y retroalimentación. El PUA, por ejemplo, solicita documentar decisiones estructurales y presentar justificaciones breves.
Disciplinaria	Edición de Video y Gráficos Animados	Aplicar el inglés en procesos de planeación y documentación de productos audiovisuales.	Comprensión y producción escrita	Consulta de recursos audiovisuales y elaboración de componentes del proyecto —como guion literario, guion técnico o storyboard en español e inglés— vinculados con la producción audiovisual.

Etapa	Unidad de aprendizaje	Propósito de la experiencia en inglés	Habilidad predominante	Experiencia y evidencia
Terminal	Portafolios Profesionales	Comunicar el perfil, trayectoria y producción profesional ante audiencias que requieran el uso del inglés.	Producción escrita, expresión oral e interacción	Elaboración del CV y portafolio en español e inglés, presentación oral del portafolio en inglés y respuesta a preguntas en el mismo idioma.
Terminal	Aplicación del Diseño UX/UI	Utilizar el inglés para documentar, presentar y discutir productos y resultados de UX/UI.	Producción escrita, expresión oral e interacción	Elaboración de componentes en inglés, design review, protocolo de evaluación de usabilidad, presentación de resultados, respuesta a preguntas y reporte en inglés. El PUA explicita tanto la presentación como la interacción y el reporte.
Terminal	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	Utilizar el inglés en situaciones de comunicación y vinculación propias del ejercicio profesional.	Producción escrita, expresión oral e interacción profesional	Elaboración de guion y video de pitch en inglés, presentación ante cliente, <i>networking</i> o jurado académico, respuesta de preguntas y correo electrónico de seguimiento en inglés.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis documental de los Programas de Unidad de Aprendizaje (PUA), con apoyo de inteligencia artificial como herramienta de asistencia analítica.

6.7. Promoción del uso de las tecnologías de la información y la inteligencia artificial para el desarrollo de la profesión

La formación en la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual incorpora de manera transversal el uso de las tecnologías de la información (TI) y, cuando la naturaleza de las actividades y procesos formativos lo permite, de la inteligencia artificial (IA). Su integración responde a la presencia que estas tecnologías tienen en los procesos contemporáneos de investigación, conceptualización, producción, prototipado, gestión, comunicación y evaluación propios del diseño y la comunicación visual.

Esta incorporación no se plantea como una línea formativa independiente ni supone que todas las unidades de aprendizaje utilicen las mismas tecnologías o integren la IA con igual alcance. Por el contrario, su presencia se articula con las características, propósitos y evidencias de aprendizaje de cada unidad, de manera que las herramientas tecnológicas se incorporan en función de su pertinencia para resolver tareas y problemas propios de la profesión. En consecuencia, algunas unidades de aprendizaje enfatizan el dominio de software y recursos digitales especializados; otras incorporan tecnologías para investigar, producir, prototipar, gestionar o evaluar proyectos; y, en aquellas donde resulta pertinente, la IA se utiliza como apoyo para la exploración, generación, análisis, automatización u optimización de determinados procesos.

En la etapa básica, las TI e IA se incorporan principalmente como recursos para aproximar al estudiantado a los entornos digitales de producción y comunicación visual y favorecer su utilización dentro de los procesos iniciales de diseño. Las experiencias comprenden el empleo de software especializado para vectorización, edición y composición gráfica, así como herramientas digitales para investigar, desarrollar alternativas y concretar productos y prototipos. En algunas unidades de aprendizaje se incorpora además la IA como apoyo al proceso creativo, procurando diferenciar su intervención de las decisiones que corresponden al estudiantado. En Ilustración con Técnicas Digitales, por ejemplo, las prácticas distinguen expresamente entre el desarrollo autónomo de decisiones de diseño (inteligencia humana) y la utilización de herramientas de IA, e incorporan una reflexión ética sobre su uso.

En la etapa disciplinaria, la integración tecnológica se amplía hacia herramientas, plataformas y procesos especializados relacionados con los distintos ámbitos de la

profesión. El estudiantado utiliza tecnologías para producción editorial y audiovisual, pre prensa digital, fotografía, sistemas de identidad, señalización, diseño de interfaces, prototipado, campañas en hipermedios y gestión de proyectos, entre otras aplicaciones. De esta manera, las TI dejan de operar únicamente como herramientas de ejecución y se articulan con procesos de planeación, producción, documentación, validación y toma de decisiones. Por ejemplo, Layout and Grids incorpora software editorial y UX/UI, prototipado interactivo y actividades de prueba de usabilidad para desarrollar y ajustar soluciones de composición destinadas a diferentes plataformas.

En esta misma etapa, la IA adquiere diferentes funciones de acuerdo con las características de cada unidad de aprendizaje. Puede intervenir como apoyo en la conceptualización y generación de alternativas, producción y edición de contenidos, análisis de información, automatización de tareas o evaluación de soluciones. Su incorporación no implica delegar las decisiones profesionales en la tecnología, sino utilizarla como recurso dentro de procesos que requieren criterio disciplinar, supervisión y valoración de los resultados. Esta orientación se observa, por ejemplo, en Campañas Publicitarias en Hipermedios, donde una de las prácticas incorpora una función asistida por IA dentro de un prototipo y solicita valorar aspectos relacionados con su utilidad, transparencia, accesibilidad, privacidad y riesgos, además de considerar el consentimiento, anonimato y resguardo de datos.

La dimensión ética y crítica adquiere particular relevancia en las unidades de aprendizaje que incorporan IA o tecnologías que implican tratamiento de información, automatización o generación de contenidos. Los PUA incluyen, según la naturaleza de las experiencias formativas, aspectos relacionados con la intervención humana, transparencia en el uso de IA, protección y resguardo de datos, atribución, verificación de resultados y valoración de riesgos. Con ello se busca que el empleo de estas herramientas no se reduzca a su manejo instrumental, sino que se acompañe del juicio profesional necesario para determinar su pertinencia, alcances y limitaciones en cada proyecto.

En la etapa terminal, las tecnologías se articulan con situaciones de mayor proximidad al ejercicio profesional, particularmente en el desarrollo y validación de productos digitales, comunicación de propuestas y evaluación estratégica de proyectos y

negocios de diseño. En Aplicación del Diseño UX/UI, por ejemplo, el estudiantado integra investigación UX, arquitectura de información, sistemas de diseño, pruebas de usabilidad y prototipos interactivos de alta fidelidad, articulando diferentes recursos tecnológicos dentro de un proyecto integral. Asimismo, Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos incorpora herramientas de IA en la preparación de un *pitch* profesional y en la producción de recursos para su comunicación ante actores vinculados con el ejercicio de la profesión.

En conjunto, la incorporación de las TI e IA favorece que el estudiantado utilice tecnologías no solamente para producir objetos de comunicación visual, sino también para investigar, conceptualizar, prototipar, gestionar, comunicar, evaluar y tomar decisiones en diferentes momentos del proceso profesional. La diversidad de aplicaciones responde a la transformación tecnológica del campo del diseño y permite vincular las herramientas contemporáneas con el razonamiento disciplinar, la creatividad, la innovación y la responsabilidad profesional.

La Figura 3 muestra la distribución en el mapa curricular de las 22 unidades de aprendizaje seleccionadas para incorporar experiencias relacionadas con el uso de TI e IA, evidenciando su presencia a lo largo de las etapas básica, disciplinaria y terminal. La incorporación representada en el mapa curricular se concreta de manera diferenciada en los PUA. La Tabla 12 identifica las tecnologías y aplicaciones consideradas en cada unidad de aprendizaje, su relación con la formación profesional, las evidencias mediante las cuales se verifica su utilización y el alcance formativo que adquieren dentro de la trayectoria curricular.

Figura 3. Distribución de las unidades de aprendizaje que incorporan el uso de tecnologías de la información e inteligencia artificial en el mapa curricular

Etapa Básica					Etapa Disciplinar					Etapa Terminal																													
Primer Semestre		Segundo Semestre		Tercer Semestre		Cuarto Semestre		Quinto Semestre		Sexto Semestre		Séptimo Semestre		Octavo Semestre																									
Historia de la Comunicación Gráfica					Gráfica Mexicana					English L1					English L2					Photographic Production					Layout and Grids					Portafolios Profesionales					Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR					
L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	P	2	3	--	7	P	2	3	--	7	P	1	1	3	6	P	1	3	--	5	L	1	3	--	5	L	1	2	2	6
Metodología de Diseño					Comunicación Visual					Ilustración con Técnicas Tradicionales					Ilustración con Técnicas Digitales					Diseño de Identidad Gráfica					Fundamentos del Diseño UX/UI					Aplicación del Diseño UX/UI					Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	2	2	--	6	P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	L	1	4	--	6	P	1	4	--	6	L	2	2	--	6	P	1	4	--	6	L	1	4	--	6
Dibujo Natural					Bocetaje					Composición Gráfica					Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital					Discurso Audiovisual					Edición de Video y Gráficos Animados					Mercadotecnia					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	P	1	1	3	6	S	1	2	2	6	S	2	4	--	8	L	2	2	--	6	--	--	--	--	6
Fundamentos del Diseño					Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual					Desarrollo de Proyectos de Diseño					Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual					Señalización y Señalética					Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual					Incubadora de Empresas Creativas					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	L	1	2	2	6	L	1	4	--	6	P	1	1	3	6	S	2	--	2	6	L	1	4	--	6	--	--	--	--	6
Geometría Descriptiva					Matemáticas para el Diseño					Teoría y Psicología del Color					Pensamiento Visual					Narrativa Gráfica					Semiótica para el Diseño					Optativa					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	L	1	4	--	6	L	3	--	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6
Vectorización de Gráficos					Edición de Mapa de Bits					Tipografía					Diseño de Empaque, Envase y Embalajes					Publicidad y Propaganda					Campañas Publicitarias en Hipermedios					Optativa					Optativa				
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	P	2	2	--	6	P	1	2	2	6	S	2	1	1	6	L	1	4	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6
															Diseño Editorial					Diseño y Visualización de la Información					Optativa														
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	3	1	6	L	1	4	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6	--	--	--	--	6

Tabla 12. Integración de tecnologías de la información e inteligencia artificial en las unidades de aprendizaje

Etapas	Unidad de aprendizaje	Incorporación de TI e IA	Aplicación en la formación profesional	Evidencia verificable en el PUA	Alcance formativo
Básica	Vectorización de Gráficos	Software especializado de diseño vectorial, herramientas digitales, tecnologías emergentes e IA generativa.	Producción, optimización y adaptación de gráficos vectoriales para distintos entornos y plataformas de comunicación visual.	Desarrollo de gráficos mediante software especializado; contenidos específicos sobre IA generativa y tecnologías emergentes; integración de gráficos para multiplataforma con apoyo de IA.	Aplicación tecnológica inicial: utiliza herramientas digitales e IA como apoyo a procesos técnicos y creativos de producción gráfica.
Básica	Edición de Mapa de Bits	Software de edición ráster, recursos digitales y tecnologías emergentes/IA.	Edición, tratamiento y optimización de imágenes digitales para productos de comunicación visual.	Desarrollo de productos mediante herramientas de edición de mapa de bits y recursos digitales, incorporando tecnologías emergentes en el proceso de producción.	Aplicación tecnológica inicial: reconoce y utiliza herramientas digitales en procesos de edición y producción visual.
Básica	Comunicación Visual	Recursos digitales y plataformas para análisis, representación y comunicación de información visual.	Análisis y construcción de mensajes visuales mediante medios y recursos digitales.	Elaboración y presentación de productos de comunicación visual mediante herramientas y soportes digitales.	Aproximación tecnológica: emplea TI como medio para investigar, organizar y comunicar información visual.
Básica	Ilustración con Técnicas Digitales	Software vectorial y ráster, dispositivos digitales, IA y tecnologías emergentes.	Producción de ilustraciones digitales y exploración de alternativas creativas, diferenciando decisiones humanas y apoyo algorítmico.	Las prácticas alternan explícitamente el desarrollo autónomo de decisiones de diseño — inteligencia humana (IH)— con herramientas de IA; se solicita además justificar una postura ética sobre su utilización.	Aplicación crítica: integra IA sin desplazar la autoría y toma de decisiones del diseñador; reflexiona sobre sus implicaciones éticas.

Etapas	Unidad de aprendizaje	Incorporación de TI e IA	Aplicación en la formación profesional	Evidencia verificable en el PUA	Alcance formativo
Básica	Composición Gráfica	Software de composición y producción gráfica, recursos digitales y tecnologías emergentes.	Experimentación, construcción y evaluación de composiciones visuales mediante herramientas digitales.	Producción y ajuste de soluciones compositivas mediante herramientas digitales aplicadas a problemas de comunicación visual.	Aplicación tecnológica: emplea TI para desarrollar, comparar y perfeccionar soluciones gráficas.
Básica	Desarrollo de Proyectos de Diseño	Herramientas digitales para investigación, ideación, desarrollo de proyectos y prototipado; tecnologías emergentes e IA.	Integra recursos tecnológicos en las distintas fases del proceso metodológico de diseño.	Generación de alternativas, desarrollo de prototipo digital y utilización de tecnologías emergentes e IA durante el proceso de diseño.	Integración metodológica: utiliza TI e IA como apoyo para investigar, idear, desarrollar y concretar soluciones de diseño.
Disciplinaria	Ilustración con Técnicas Digitales	Software especializado de ilustración vectorial y ráster, IA y tecnologías emergentes.	Desarrollo de ilustraciones digitales aplicadas a productos editoriales y de comunicación visual.	Alternancia explícita entre decisiones de IH y uso de IA en procesos vectoriales y ráster; producción de piezas y reflexión sobre las decisiones técnicas y conceptuales.	Aplicación crítica y creativa: contrasta aportaciones humanas y algorítmicas dentro del proceso de producción.
Disciplinaria	Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital	Software profesional para edición de texto, vectores, imágenes, maquetación y preparación digital de archivos.	Preparación, verificación y optimización técnica de documentos para procesos de producción gráfica analógica y digital.	Diseño y preparación digital de documentos gráficos como parte de la evaluación; uso de software profesional para edición y pre-prensa.	Especialización tecnológica: aplica TI para asegurar calidad, compatibilidad y eficiencia en procesos profesionales de producción.
Disciplinaria	Diseño Editorial	Software de maquetación y	Planeación, composición, edición	Desarrollo de productos editoriales digitales e	Integración productiva y crítica: incorpora

Etapas	Unidad de aprendizaje	Incorporación de TI e IA	Aplicación en la formación profesional	Evidencia verificable en el PUA	Alcance formativo
		producción editorial, recursos digitales, tecnologías emergentes e IA generativa.	y producción de publicaciones para distintos medios y plataformas.	incorporación de tecnologías emergentes e IA dentro de los procesos de maquetación y producción, con criterios de uso responsable.	tecnologías contemporáneas en decisiones editoriales manteniendo criterios de autoría y responsabilidad.
Disciplinaria	Photographic Production	Tecnologías digitales de captura, iluminación, procesamiento y postproducción fotográfica.	Planeación, producción, edición y presentación de proyectos fotográficos profesionales.	Utilización de equipamiento y herramientas digitales en el flujo de producción y postproducción de imágenes.	Especialización tecnológica: integra tecnologías propias del flujo profesional de producción fotográfica.
Disciplinaria	Diseño de Identidad Gráfica	Software de diseño, recursos digitales y tecnologías para construcción y sistematización de identidad visual.	Desarrollo, aplicación y documentación de sistemas de identidad para diversos medios y soportes.	Producción digital de componentes y aplicaciones de identidad y organización de sistemas gráficos para su implementación.	Integración tecnológica: utiliza TI para sistematizar, producir y adaptar sistemas de identidad visual.
Disciplinaria	Discurso Audiovisual	Herramientas digitales y recursos multimedia para análisis, planeación y construcción del discurso audiovisual.	Construcción de narrativas y mensajes audiovisuales mediante recursos tecnológicos.	Desarrollo y presentación de productos audiovisuales utilizando recursos digitales para integrar imagen, sonido, secuencia y narrativa.	Aplicación multimedia: utiliza TI para construir y comunicar narrativas audiovisuales.
Disciplinaria	Señalización y Señalética	Software de diseño y prototipado, recursos digitales y herramientas para representación y validación de sistemas señaléticos.	Diseño, documentación y prueba de sistemas de orientación e información para espacios y usuarios diversos.	Elaboración de prototipos, sistemas gráficos y documentación técnica mediante herramientas digitales, considerando accesibilidad y experiencia de usuario.	Aplicación profesional: utiliza tecnología para prototipar, documentar y evaluar soluciones de orientación e información.

Etapas	Unidad de aprendizaje	Incorporación de TI e IA	Aplicación en la formación profesional	Evidencia verificable en el PUA	Alcance formativo
Disciplinaria	Publicidad y Propaganda	Plataformas digitales, herramientas de análisis, recursos para producción publicitaria e IA.	Investigación de audiencias, conceptualización y producción de estrategias y mensajes publicitarios.	Incorporación de herramientas digitales e IA en análisis, generación y producción; documentación del uso de IA y consideración del manejo responsable de información.	Aplicación estratégica y responsable: emplea TI e IA para sustentar decisiones comunicacionales y reconoce implicaciones asociadas con datos y autoría.
Disciplinaria	Layout and Grids	Software editorial y UX/UI, prototipado estático e interactivo y herramientas digitales de composición.	Construcción, prueba y adaptación de sistemas compositivos para productos gráficos, digitales e interactivos.	El PUA utiliza software editorial y UX/UI, prototipos interactivos y pruebas de usabilidad para desarrollar y evaluar sistemas de composición.	Especialización tecnológica: aplica herramientas digitales para estructurar, prototipar, probar y ajustar soluciones multiplataforma.
Disciplinaria	Fundamentos del Diseño UX/UI	Software de prototipado, plataformas digitales, simulaciones, investigación electrónica, IA generativa y tecnologías emergentes.	Comprensión y aplicación inicial de procesos de diseño centrado en la persona usuaria para productos e interfaces digitales.	Investigación en medios electrónicos, desarrollo de prototipos, simulaciones y utilización de IA generativa y tecnologías emergentes como parte de las estrategias de aprendizaje.	Integración tecnológica centrada en usuarios: utiliza TI e IA para investigar, representar y evaluar experiencias digitales.
Disciplinaria	Edición de Video y Gráficos Animados	Software de edición y animación, herramientas audiovisuales digitales e IA generativa.	Conceptualización, producción y postproducción de contenidos audiovisuales y gráficos animados.	La IA se incorpora en conceptualización, guion, <i>storyboard</i> , producción, postproducción, transcripción y subtitulado; se documenta	Integración productiva y transparente: utiliza IA dentro del flujo audiovisual y hace explícita su intervención en el proceso.

Etapa	Unidad de aprendizaje	Incorporación de TI e IA	Aplicación en la formación profesional	Evidencia verificable en el PUA	Alcance formativo
				su utilización mediante un informe.	
Disciplinaria	Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual	Software de gestión, plataformas colaborativas, herramientas de seguimiento, automatización e IA generativa.	Planeación, ejecución, seguimiento y control de proyectos profesionales de diseño.	Utilización de software de gestión, indicadores y herramientas digitales para seguimiento y documentación. El PUA incorpora automatización e IA junto con criterios de confidencialidad, protección de datos, verificación humana, registro de <i>prompts</i> y resultados y atribución.	Integración estratégica y responsable: aplica TI e IA para optimizar la gestión sin sustituir supervisión, responsabilidad y toma de decisiones humanas.
Disciplinaria	Campañas Publicitarias en Hipermedios	Plataformas digitales, software gráfico y audiovisual, prototipado interactivo, analítica e IA.	Diseño, producción, implementación y evaluación de campañas en ecosistemas hipermediales.	Produce piezas para distintas plataformas y desarrolla prototipos interactivos; una práctica exige representar una función asistida por IA, definir controles y mensajes de incertidumbre, y establecer protocolos de consentimiento, anonimato y resguardo de datos.	Integración avanzada y crítica: incorpora IA considerando experiencia de usuario, accesibilidad, transparencia, privacidad, control humano y riesgos.
Terminal	Aplicación del Diseño UX/UI	Software especializado de diseño y prototipado, herramientas de investigación y	Diseño, validación y comunicación de soluciones digitales centradas en la persona usuaria.	El proyecto integral incluye investigación UX, arquitectura de información, sistema de diseño, pruebas de usabilidad y prototipo	Integración profesional: articula investigación, prototipado, validación y comunicación digital

Etapa	Unidad de aprendizaje	Incorporación de TI e IA	Aplicación en la formación profesional	Evidencia verificable en el PUA	Alcance formativo
		evaluación UX, recursos digitales e IA generativa.		interactivo de alta fidelidad. Para comunicar resultados se emplean gráficos, <i>dashboards</i> , <i>storytelling</i> y presentaciones multimedia.	para resolver problemas reales de UX/UI.
Terminal	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	Herramientas digitales para comunicación, posicionamiento y producción multimedia; IA para elaboración de contenidos profesionales.	Comunicación, negociación, posicionamiento y vinculación con clientes, redes y sectores profesionales.	Elaboración mediante IA del guion de un <i>pitch</i> profesional y producción de un video con apoyo de IA; utilización adicional de herramientas digitales en estrategias de posicionamiento.	Aplicación profesional estratégica: emplea TI e IA para comunicar propuestas, posicionarse y establecer vínculos profesionales.
Terminal	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual	Plataformas digitales, análisis y organización de información, simulaciones, proyectos colaborativos, IA generativa y tecnologías emergentes.	Análisis y evaluación de proyectos o negocios creativos para sustentar decisiones profesionales y estratégicas.	El PUA contempla proyectos digitales, organizadores gráficos, fuentes electrónicas, simulaciones, plataformas virtuales e IA generativa y tecnologías emergentes; la evaluación culmina con informe ejecutivo y defensa ante panel simulado.	Integración estratégica: utiliza tecnologías para analizar información, evaluar escenarios y fundamentar decisiones en contextos profesionales.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis documental de los programas de unidad de aprendizaje, con apoyo de inteligencia artificial como herramienta de asistencia analítica.

Como se observa en la Tabla 12, la incorporación de las TI e IA adquiere diferentes alcances de acuerdo con la naturaleza de cada unidad de aprendizaje y con las tareas profesionales que se desarrollan en ella. Esta integración permite transitar desde el uso de herramientas digitales para la producción y representación visual hacia aplicaciones especializadas para el prototipado, gestión, análisis, comunicación y evaluación de proyectos. Cuando se incorpora inteligencia artificial, su utilización se plantea como apoyo al proceso formativo y profesional, bajo criterios de intervención humana, valoración crítica y responsabilidad. De esta manera, las TI e IA se integran transversalmente al currículo como recursos para fortalecer el desempeño profesional, sin sustituir el razonamiento disciplinar, la creatividad ni la responsabilidad del profesional del diseño.

6.8. Integración transversal de habilidades blandas

La propuesta curricular de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual favorece el desarrollo de habilidades blandas de manera transversal, mediante su incorporación en unidades de aprendizaje de las distintas etapas de formación. Estas habilidades se articulan con las competencias, actividades y evidencias de aprendizaje previstas en los PUA, de manera que su promoción se vincula directamente con situaciones y desempeños propios de la formación disciplinaria y profesional.

En la etapa básica se favorecen principalmente habilidades relacionadas con la creatividad, el pensamiento crítico, la comunicación y la resolución de problemas, mediante actividades de análisis, conceptualización, exploración de alternativas y desarrollo de soluciones visuales. En la etapa disciplinaria, estas habilidades se movilizan en situaciones de mayor complejidad y se complementan con el trabajo colaborativo, la empatía, el liderazgo y la organización del trabajo, particularmente en proyectos que requieren atender necesidades de usuarios, públicos, organizaciones y contextos específicos. En la etapa terminal, su aplicación adquiere una orientación predominantemente profesional, mediante situaciones relacionadas con la comunicación profesional, la toma de decisiones, el liderazgo, la autogestión y la resolución de problemáticas vinculadas con el ejercicio profesional.

La selección que se presenta a continuación identifica hasta tres habilidades blandas predominantes por unidad de aprendizaje, considerando aquellas cuya promoción puede reconocerse en las competencias y evidenciarse mediante las actividades, desempeños o productos establecidos en los programas de unidad de aprendizaje. En consecuencia, la matriz de la Tabla 13 no plantea una progresión secuencial de niveles de dominio, sino una integración transversal y diversificada de habilidades blandas a lo largo de la trayectoria formativa.

Tabla 13. *Promoción transversal de habilidades blandas en el plan de estudios.*

Etapas	Unidad de aprendizaje	Habilidades blandas predominantes	Evidencia de su promoción
Básica	Metodología de Diseño	Pensamiento crítico · Resolución de problemas · Comunicación	Análisis y aplicación de métodos de diseño para abordar problemas de comunicación visual, formular soluciones y sustentar las decisiones adoptadas.
Básica	Comunicación Visual	Pensamiento crítico · Comunicación · Creatividad	Interpretación de significados, imaginarios y narrativas contextualizadas y construcción de discursos visuales estratégicos mediante productos de comunicación visual. Su competencia demanda analizar e interpretar para responder a necesidades comunicativas.
Básica	Bocetaje	Creatividad · Pensamiento crítico · Resolución de problemas	Conceptualización, exploración y evaluación de alternativas de solución mediante bocetaje. El portafolio evidencia capacidad de análisis, conceptualización, creatividad y exploración formal.
Básica	Composición Gráfica	Creatividad · Pensamiento crítico · Resolución de problemas	Experimentación proyectual y evaluación crítica de soluciones de comunicación visual. Las evidencias incorporan análisis crítico y reflexivo y un proyecto integrador.
Básica	Desarrollo de Proyectos de Diseño	Trabajo colaborativo · Comunicación · Resolución de problemas	Desarrollo de proyectos mediante metodologías y herramientas de representación, prácticas de campo y exposiciones orales en las que se sustentan los procesos creativos y metodológicos.
Disciplinaria	Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual	Pensamiento crítico · Creatividad · Comunicación	Formulación textual del concepto, abstracción y codificación visual para construir propuestas coherentes con una intención comunicacional y un contexto determinado.
Disciplinaria	Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual	Creatividad · Trabajo colaborativo · Comunicación	Experimentación y exploración mediante diferentes materiales y métodos, desarrollo de proyectos y exposición de resultados para recibir retroalimentación y evaluación.
Disciplinaria	Pensamiento Visual	Pensamiento crítico · Creatividad ·	Diagnóstico de la interacción comunicativa de una sociedad determinada e identificación de problemas para proponer

Etapas	Unidad de aprendizaje	Habilidades blandas predominantes	Evidencia de su promoción
		Resolución de problemas	conceptos y productos gráficos orientados a resolver necesidades visuales.
Disciplinaria	Diseño de Identidad Gráfica	Pensamiento crítico · Comunicación · Resolución de problemas	Diagnóstico organizacional y análisis contextual, construcción de plataforma conceptual, desarrollo del sistema de identidad y presentación del proyecto.
Disciplinaria	Señalización y Señalética	Resolución de problemas · Empatía · Pensamiento crítico	Investigación de usuarios y del contexto, conceptualización, prototipado, pruebas piloto y evaluación de la experiencia para desarrollar sistemas aplicables a entornos reales.
Disciplinaria	Publicidad y Propaganda	Creatividad · Pensamiento crítico · Comunicación	Desarrollo del proceso creativo y de estrategias de campaña para generar mensajes innovadores dirigidos al posicionamiento de marcas, empresas, productos o servicios en diferentes medios.
Disciplinaria	Diseño y Visualización de la Información	Pensamiento crítico · Comunicación · Resolución de problemas	Análisis, organización, interpretación y curaduría de datos para comunicar hallazgos de forma clara, accesible y estratégica mediante un prototipo funcional.
Disciplinaria	Fundamentos del Diseño UX/UI	Empatía · Resolución de problemas · Pensamiento crítico	Desarrollo de User Persona y User Journey, arquitectura de información, wireframes y prototipo funcional, articulados mediante una justificación estratégica y técnica.
Disciplinaria	Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual	Liderazgo · Trabajo colaborativo · Organización y gestión del trabajo	Planeación, implementación, seguimiento y evaluación de un proyecto para atender necesidades de comunicación visual, requerimientos del cliente y objetivos de la organización. La competencia explícita liderazgo y el perfil profesional incorpora metodologías de trabajo colaborativo.
Disciplinaria	Campañas Publicitarias en Hipermedios	Pensamiento crítico · Resolución de problemas · Creatividad	Análisis estratégico de necesidades comunicativas y segmentación de públicos, planeación de experiencias y evaluación sistemática de resultados para generar soluciones innovadoras.
Terminal	Aplicación del Diseño UX/UI	Empatía · Resolución de problemas · Pensamiento crítico	Investigación UX, definición de usuarios, pruebas de usabilidad y desarrollo de prototipos para resolver problemáticas reales en contextos profesionales.

Etapas	Unidad de aprendizaje	Habilidades blandas predominantes	Evidencia de su promoción
Terminal	Portafolios Profesionales	Comunicación · Pensamiento crítico · Autogestión	Análisis crítico de la trayectoria académica y profesional, selección fundamentada de proyectos, construcción del posicionamiento profesional y presentación ejecutiva argumentada ante un comité evaluador.
Terminal	Incubadora de Empresas Creativas	Liderazgo · Creatividad · Toma de decisiones	Desarrollo y presentación de un modelo de negocio que integra propuesta de valor, clientes, mercado, aliados, costos e ingresos. La competencia explicita creatividad, innovación y liderazgo.
Terminal	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	Comunicación · Trabajo colaborativo · Liderazgo	Diagnóstico de sectores y actores clave, identificación de necesidades y oportunidades de colaboración y desarrollo de una propuesta ejecutiva de comunicación profesional y vinculación.
Terminal	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual	Pensamiento crítico · Toma de decisiones · Comunicación	Elaboración de un informe ejecutivo con diagnóstico, indicadores, análisis financiero, evaluación de impacto y escenarios de mejora o escalamiento, acompañado de una defensa ejecutiva argumentada ante panel.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis documental de los programas de unidad de aprendizaje, con apoyo de inteligencia artificial como herramienta de asistencia analítica.

La matriz permite observar que la incorporación de las habilidades blandas se encuentra estrechamente vinculada con la naturaleza de los desempeños que caracterizan cada etapa formativa. En la etapa básica, predominan la creatividad, el pensamiento crítico, la comunicación y la resolución de problemas, asociadas con la exploración, conceptualización y construcción inicial de soluciones de comunicación visual.

En la etapa disciplinaria se amplían los contextos de aplicación. El estudiantado no solamente genera soluciones, sino que analiza necesidades, interpreta información, considera a las personas usuarias, participa en procesos colaborativos y gestiona proyectos. Particularmente significativa resulta la incorporación de la empatía en las UA vinculadas con UX/UI y diseño centrado en el usuario, así como del liderazgo y trabajo colaborativo en la gestión de proyectos.

Finalmente, en la etapa terminal, las habilidades blandas se movilizan en escenarios próximos al ejercicio profesional. La comunicación se orienta hacia la presentación y argumentación de propuestas; el pensamiento crítico hacia la evaluación de resultados y escenarios; el liderazgo hacia la gestión de iniciativas y modelos de negocio; y la toma de decisiones hacia la valoración de alternativas sustentadas en información, indicadores y criterios estratégicos. Los PUA terminales proporcionan evidencias particularmente claras de esta orientación: desde las pruebas de usabilidad y resolución de problemáticas reales en *Aplicación del Diseño UX/UI* hasta la defensa de decisiones basada en datos, métricas y escenarios en *Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual*.

De esta manera, la propuesta curricular favorece que las habilidades blandas acompañen la formación disciplinaria y se diversifiquen conforme los problemas, actores y contextos de intervención adquieren mayor complejidad, fortaleciendo su aplicación en situaciones vinculadas con el desempeño profesional del diseño estratégico de la comunicación visual.

La Figura 5 muestra la distribución curricular de las unidades de aprendizaje en las que se promueven estas habilidades a lo largo de las etapas de formación.

Figura 5. Distribución curricular de las unidades de aprendizaje en las que se promueven habilidades blandas

Etapa Básica					Etapa Disciplinar					Etapa Terminal									
Primer Semestre		Segundo Semestre		Tercer Semestre		Cuarto Semestre		Quinto Semestre		Sexto Semestre		Séptimo Semestre		Octavo Semestre					
Historia de la Comunicación Gráfica		Gráfica Mexicana		English L1		English L2		Photographic Production		Layout and Grids		Portafolios Profesionales		Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos					
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	P	1	3	--	5	L	1	3	--	5
Metodología de Diseño		Comunicación Visual		Ilustración con Técnicas Tradicionales		Ilustración con Técnicas Digitales		Diseño de Identidad Gráfica		Fundamentos del Diseño UX/UI		Aplicación del Diseño UX/UI		Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual					
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	2	2	--	6	P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	P	1	4	--	6
Dibujo Natural		Bocetaje		Composición Gráfica		Técnicas de Pre-prensa Analógica y Digital		Discurso Audiovisual		Edición de Video y Gráficos Animados		Mercadotecnia		Optativa					
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	S	1	2	2	6	S	2	4	--	8
Fundamentos del Diseño		Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual		Desarrollo de Proyectos de Diseño		Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual		Señalización y Señalética		Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual		Incubadora de Empresas Creativas		Optativa					
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	L	1	2	2	6	L	1	4	--	6
Geometría Descriptiva		Matemáticas para el Diseño		Teoría y Psicología del Color		Pensamiento Visual		Narrativa Gráfica		Semiótica para el Diseño		Optativa		Optativa					
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	L	3	--	--	6	L	3	--	--	6	--	--	--	--	6
Vectorización de Gráficos		Edición de Mapa de Bits		Tipografía		Diseño de Empaque, Envase y Embalajes		Publicidad y Propaganda		Campañas Publicitarias en Hipermédios		Optativa		Optativa					
MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR	MI	HC	HT	HPC	CR
P	1	4	--	6	P	1	4	--	6	S	2	1	1	6	L	1	4	--	6
						Diseño Editorial		Diseño y Visualización de la Información		Optativa									
						MI		MI		MI									
						HC		HC		HC									
						HT		HT		HT									
						HPC		HPC		HPC									
						CR		CR		CR									
						P		P		P									
						1		1		1									
						3		3		3									
						1		1		1									
						6		6		6									

6.9. Certificados

La Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual mantiene el principio de flexibilidad curricular, permitiendo que la optatividad contribuya al desarrollo de competencias específicas y emergentes del campo profesional del diseño y la comunicación visual. En este sentido, el plan de estudios incorpora trayectos formativos integrados por asignaturas optativas que, al cursarse de manera articulada, permiten reconocer dominios especializados mediante certificados académicos emitidos por la unidad académica en la que se imparte el programa educativo.

Estos trayectos formativos responden a transformaciones recientes del ejercicio profesional del diseño, caracterizado por la integración de competencias estratégicas, tecnológicas y de gestión en contextos organizacionales, digitales y multisectoriales. A través de estos certificados se busca fortalecer la pertinencia del programa educativo al permitir que el alumnado profundice en áreas de especialización vinculadas con tendencias contemporáneas de la disciplina, tales como la gestión estratégica de marca y el diseño centrado en la experiencia del usuario.

Cada certificado se conforma por un ciclo formativo integrado por tres unidades de aprendizaje optativas, cuya articulación promueve el desarrollo de competencias específicas asociadas con determinados ámbitos de desempeño profesional. Para obtener el certificado correspondiente, el estudiantado deberá cursar y acreditar las tres unidades de aprendizaje que conforman el trayecto formativo. La participación en estos ciclos responde a la lógica de la flexibilidad curricular, por lo que el estudiantado podrá seleccionar las asignaturas optativas de acuerdo con sus intereses académicos y profesionales.

Certificación en Estrategia y Liderazgo en Gestión de Marca

Este certificado se articula a partir de las siguientes unidades de aprendizaje optativas:

- Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño
- Branding Estratégico e Innovación
- Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos

La integración de estas asignaturas configura un trayecto formativo orientado al análisis prospectivo del diseño, la construcción estratégica del valor de marca y la

conducción de procesos creativos en entornos organizacionales. Este ciclo permite que el estudiantado desarrolle capacidades relacionadas con la planificación estratégica, la innovación en comunicación de marca y la gestión de equipos creativos interdisciplinarios.

Este certificado se ubica en el ámbito de la gestión estratégica del diseño, y contribuye de manera directa al desarrollo de la competencia profesional 4 del perfil de egreso del programa educativo, la cual establece la capacidad de gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, con el propósito de asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en contextos profesionales, institucionales o de emprendimiento, actuando con innovación, responsabilidad social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

Certificación en Diseño y Evaluación UX/UI

Este certificado se integra a partir de las siguientes unidades de aprendizaje optativas:

- Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario
- Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos
- Accesibilidad y Diseño Inclusivo para Interfaces Digitales

La articulación de estas asignaturas configura un trayecto formativo orientado al diseño, evaluación y optimización de experiencias de interacción centradas en el usuario, considerando criterios de accesibilidad, inclusión y usabilidad en entornos digitales y físicos. Este ciclo permite que el estudiantado desarrolle competencias relacionadas con la investigación de usuarios, la evaluación de interfaces, la implementación de principios de accesibilidad y el diseño de experiencias interactivas en ecosistemas multiplataforma.

Este certificado se vincula directamente con la competencia profesional 3 del perfil de egreso, la cual establece la capacidad de seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual (análogas, digitales y multimedia) para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario, atendiendo a las necesidades de los proyectos, las narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, actuando con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

6.10. Bienestar estudiantil

El bienestar estudiantil se asume en el presente plan de estudios como un eje estratégico para favorecer la permanencia, el rendimiento académico y la formación integral del estudiantado. En congruencia con el Modelo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California, se promueve una experiencia formativa equilibrada que atiende dimensiones académicas, socioemocionales y de salud, reconociendo que las condiciones en que se desarrolla el aprendizaje inciden directamente en el logro del perfil de egreso.

En este sentido, el diseño curricular considera de manera explícita el equilibrio de la carga académica a lo largo de la trayectoria escolar, con el propósito de evitar la sobrecarga y favorecer procesos de aprendizaje significativos. Para ello, la organización del plan de estudios y de las unidades de aprendizaje toma en cuenta tanto las horas frente a docente como las horas de trabajo independiente (extraclase), asegurando que la dedicación semanal del estudiantado sea razonable, distribuida de forma progresiva y acorde con el nivel de complejidad de cada etapa de formación.

De manera operativa, la asignación de créditos y la planeación de las unidades de aprendizaje se fundamentan en una estimación del tiempo total de dedicación del estudiantado, considerando actividades como estudio independiente, desarrollo de proyectos, prácticas de laboratorio y campo, elaboración de evidencias de aprendizaje y participación en actividades colaborativas. Esta distribución permite que el estudiantado disponga de tiempo suficiente para el cumplimiento de sus actividades académicas, así como para su desarrollo personal, descanso y participación en actividades complementarias.

Asimismo, la secuencia de unidades de aprendizaje en cada semestre se ha diseñado procurando una articulación equilibrada entre carga teórica y práctica, evitando concentraciones excesivas de actividades de alta demanda en periodos específicos. En la etapa básica se prioriza la adaptación al ritmo universitario y el desarrollo de hábitos de estudio; en la etapa disciplinaria se incrementa gradualmente la complejidad y la integración de saberes; y en la etapa terminal se favorece la dedicación a experiencias formativas en contextos reales, como prácticas profesionales y proyectos de vinculación, con una carga académica flexible que facilita la transición al ámbito laboral.

De manera complementaria, el programa educativo promueve el bienestar del estudiantado a través de estrategias institucionales como el acompañamiento tutorial, las asesorías académicas, la orientación educativa y psicopedagógica, así como el acceso a servicios de salud, actividades culturales, deportivas y de formación en valores. Estas acciones contribuyen a la atención oportuna de necesidades académicas y personales, fortaleciendo la permanencia y el éxito escolar.

Adicionalmente, se fomenta el desarrollo de habilidades para la gestión del tiempo, la autorregulación del aprendizaje y el equilibrio entre la vida académica y personal, mediante la incorporación de actividades formativas y el acompañamiento docente. El profesorado, en su función de facilitador del aprendizaje, considera la carga global del estudiantado al diseñar actividades y evidencias, promoviendo una distribución equilibrada del trabajo académico y evitando la saturación de tareas en periodos críticos.

En conjunto, el bienestar estudiantil se integra como un componente transversal del plan de estudios, que no solo busca reducir factores de riesgo asociados al rezago o abandono escolar, sino también generar condiciones favorables para el aprendizaje, el desarrollo integral y la formación de profesionistas

7. Modalidades de aprendizaje y obtención de créditos

El plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, integra diversas modalidades de aprendizaje orientadas a la obtención de créditos y al desarrollo de competencias del perfil de egreso, las cuales se organizan en función de su papel dentro de la trayectoria formativa del estudiantado.

En primer lugar, se encuentran las modalidades curriculares estructuradas, las cuales corresponden a la ruta formativa definida en el mapa curricular y están constituidas por las unidades de aprendizaje obligatorias, optativas y otros cursos optativos. Estas modalidades aseguran la formación disciplinar, metodológica y profesional del estudiantado, y representan el núcleo académico del programa educativo.

En segundo término, se incorporan las Otras Modalidades de Aprendizaje y Obtención de Créditos (OMAS), las cuales permiten la obtención de créditos optativos mediante experiencias formativas flexibles. Estas modalidades favorecen la diversificación de la trayectoria académica, la interdisciplinariedad, la vinculación con el entorno y el desarrollo de competencias en contextos reales, fortaleciendo la formación integral del estudiantado.

Finalmente, el plan de estudios contempla un conjunto de modalidades obligatorias y requisitos institucionales de egreso, tales como las prácticas profesionales, el servicio social en sus dos etapas y la acreditación de una lengua extranjera. Estas experiencias constituyen componentes formativos esenciales para la consolidación del perfil profesional, al articular la formación académica con el ejercicio práctico, la responsabilidad social y la proyección en contextos globales.

7.1. Modalidades curriculares (ruta estructurada del plan de estudios)

Las modalidades curriculares constituyen el eje estructural del plan de estudios, al definir la ruta formativa que el estudiantado sigue a lo largo de su trayectoria académica conforme al mapa curricular. Estas modalidades están integradas por las unidades de

aprendizaje obligatorias, optativas y otros cursos optativos, las cuales, en conjunto, garantizan el desarrollo progresivo de las competencias del perfil de egreso.

A través de estas modalidades, se articulan los fundamentos teóricos, metodológicos y aplicados del campo disciplinar, permitiendo la construcción de conocimientos y el desarrollo de habilidades en contextos académicos formales. Asimismo, ofrecen un equilibrio entre la formación común requerida y la posibilidad de orientar la trayectoria académica hacia intereses específicos, mediante la selección de espacios optativos. En este sentido, las modalidades curriculares aseguran la coherencia, secuencialidad y pertinencia del proceso formativo, constituyendo la base sobre la cual se integran las experiencias de aprendizaje complementarias y las estrategias de flexibilidad curricular del programa educativo.

7.1.1. Unidades de aprendizaje obligatorias

Las unidades de aprendizaje obligatorias se distribuyen en las tres etapas de formación que integran el plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual y constituyen el núcleo estructural de la formación académica. Su diseño responde de manera directa y explícita a las competencias profesionales y específicas definidas en el perfil de egreso, asegurando la coherencia entre la intención formativa del programa y las experiencias de aprendizaje que el estudiantado desarrolla a lo largo de su trayectoria.

En este sentido, cada unidad de aprendizaje ha sido concebida como un espacio formativo orientado al desarrollo progresivo de dichas competencias, integrando conocimientos, habilidades y actitudes que permiten al estudiantado avanzar de manera articulada desde los fundamentos disciplinares hasta la aplicación en contextos complejos. Esta alineación curricular garantiza que, en su conjunto, las unidades de aprendizaje obligatorias constituyan el principal mecanismo para el logro del perfil de egreso.

Asimismo, estas unidades deben ser cursadas y acreditadas de manera obligatoria por el estudiantado (UABC, 2018a), dado que representan los contenidos y experiencias esenciales para la formación profesional. Para este programa educativo, se integran 44 unidades de aprendizaje obligatorias, mediante las cuales el estudiantado obtiene 266

créditos de los 318 que conforman el nuevo plan de estudios, lo que evidencia su carácter central en el cumplimiento de la formación académica y profesional establecida.

7.1.2. Unidades de aprendizaje optativas

Las unidades de aprendizaje optativas han sido diseñadas en correspondencia con las competencias profesionales y específicas del perfil de egreso, permitiendo al estudiantado complementar, profundizar y orientar su formación hacia áreas de interés particular dentro del campo de la Comunicación Visual. En este sentido, estas unidades constituyen espacios curriculares estratégicos que favorecen la especialización, la integración de saberes y la construcción de trayectorias académicas pertinentes.

Asimismo, estas unidades se caracterizan por su flexibilidad, al adaptarse al proyecto académico del estudiantado con el acompañamiento de la tutoría, ofreciendo experiencias de aprendizaje que fortalecen su desempeño profesional en contextos diversos (UABC, 2018b). A través de ellas, el estudiantado puede articular conocimientos disciplinares con intereses específicos, contribuyendo al desarrollo integral de las competencias establecidas en el perfil de egreso.

En esta propuesta curricular se integran siete espacios optativos en el mapa curricular, distribuidos en las etapas disciplinaria y terminal, lo que permite una progresión formativa coherente y alineada con los distintos niveles de complejidad del proceso de aprendizaje. Estos espacios optativos permiten curricularmente la obtención de los 42 créditos optativos que debe cumplir de acuerdo al plan de estudio, mismo que también podrán ser acreditados con las OMAS descritas en este capítulo.

Atención de las tendencias del diseño

Las tendencias del diseño y la comunicación visual se atienden mediante una estrategia curricular que articula la formación obligatoria, la optatividad y los certificados. Las unidades de aprendizaje obligatorias incorporan conocimientos, metodologías y tecnologías que forman parte de las transformaciones consolidadas del ejercicio profesional, mientras que la optatividad permite profundizar en ámbitos especializados y emergentes de acuerdo con la evolución de la disciplina y los intereses formativos del estudiantado.

En particular, la oferta optativa incorpora unidades de aprendizaje orientadas al análisis prospectivo de la disciplina, la innovación, la experiencia de usuario, la accesibilidad y el diseño inclusivo, entre otros ámbitos contemporáneos. Destaca la unidad de aprendizaje *Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual*, que favorece el análisis de cambios y escenarios que inciden en el desarrollo del campo profesional.

De manera complementaria, los certificados articulan unidades de aprendizaje optativas en trayectos formativos que permiten profundizar en ámbitos específicos de especialización vinculados con las transformaciones del ejercicio profesional. Esta organización favorece que el programa educativo mantenga capacidad de respuesta ante los cambios tecnológicos, sociales, culturales y profesionales del diseño y la comunicación visual, sin depender exclusivamente de la modificación de su estructura curricular obligatoria.

7.1.3. Otros cursos optativos

Los otros cursos optativos constituyen una modalidad curricular orientada a la incorporación de contenidos emergentes, innovaciones disciplinares y temas de relevancia contextual que complementan la formación del estudiantado (UABC, 2018). Estos cursos permiten mantener actualizado el plan de estudios frente a los avances científicos, tecnológicos y sociales, así como responder de manera oportuna a las demandas del entorno y del mercado laboral.

En este sentido, los otros cursos optativos amplían las posibilidades de formación al ofrecer experiencias de aprendizaje adicionales que fortalecen las competencias del perfil de egreso, particularmente en áreas de especialización, formación integral o contextualización disciplinar. Su diseño e incorporación se orienta a enriquecer la trayectoria académica del estudiantado, favoreciendo la pertinencia y actualidad del programa educativo.

Estos cursos podrán integrarse al plan de estudios conforme a los mecanismos institucionales vigentes de evaluación y aprobación académica, asegurando su calidad, pertinencia y viabilidad. Asimismo, se adscribirán a una etapa de formación específica y sus créditos serán considerados como parte de los créditos optativos correspondientes,

manteniendo la coherencia curricular del programa educativo. Estos cursos optativos se deberán registrar ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus

7.2. Otras Modalidades de Aprendizaje y Obtención de Créditos (OMAS)

Las Otras Modalidades de Aprendizaje y Obtención de Créditos (OMAS) constituyen un conjunto de experiencias formativas flexibles que complementan la ruta curricular estructurada, permitiendo al estudiantado diversificar su trayectoria académica mediante la obtención de créditos optativos en contextos distintos al aula tradicional. Estas modalidades se orientan al desarrollo de competencias del perfil de egreso a través de actividades académicas, de investigación, de vinculación y de formación integral.

Las OMAS favorecen la interdisciplinariedad, la autonomía en el aprendizaje y la vinculación con el entorno social y profesional, al posibilitar la participación del estudiantado en proyectos, actividades institucionales y experiencias en escenarios reales. Su implementación responde a los principios de flexibilidad curricular establecidos en el modelo educativo institucional, ofreciendo alternativas formativas que atienden intereses específicos, ritmos de aprendizaje y necesidades del contexto; fortalecen la formación integral del estudiantado, al complementar la formación disciplinar con experiencias que promueven el pensamiento crítico, la responsabilidad social, la innovación y la empleabilidad.

La operación de estas modalidades se rige por los *Criterios para la operación de diversas modalidades de aprendizaje con obtención de créditos*, emitidos por la Coordinación General de Vinculación y Cooperación Académica (CGVCA), los cuales establecen los lineamientos, mecanismos, procedimientos, temporalidades y condiciones académicas para su registro, desarrollo, seguimiento, evaluación y acreditación. En este sentido, la mayoría⁵ de las OMAS deberán registrarse formalmente en el Sistema de Modalidades de Aprendizaje (SIMA), cumpliendo con los requisitos, formatos y procedimientos institucionales establecidos, siendo este registro una condición

⁵ Se excluyen la Movilidad e intercambio estudiantil, las Actividades artísticas, culturales y deportivas y los Cursos intersemestrales.

indispensable para su reconocimiento académico. Asimismo, la operación de estas modalidades es apoyada a nivel campus por el Departamento de Apoyo a la Extensión de la Cultura y la Vinculación (DAECV), instancia responsable de brindar acompañamiento en los procesos de registro, validación, seguimiento y evaluación, en coordinación con las unidades académicas y las instancias institucionales correspondientes.

7.2.1. Estudios independientes

Su propósito es fortalecer la capacidad del estudiantado para estudiar, analizar y aplicar de manera autónoma los fundamentos teóricos y prácticos de un área específica del conocimiento relacionada con su disciplina, mediante la elaboración y ejecución de un plan de trabajo supervisado que contribuya al desarrollo de competencias propias de su perfil profesional.

Es una alternativa de realizar estudios de interés disciplinario no sujeto a la asistencia a clases ni a un programa oficial de unidad de aprendizaje. En esta modalidad, el estudiantado se responsabiliza de manera personal de realizar las actividades descritas en un plan de trabajo que elabora bajo la supervisión y visto bueno de un docente titular que fungirá como asesor. El plan de trabajo debe ser coherente y contribuir a alguna de las competencias específicas del plan de estudios en una temática en particular; las actividades contenidas en el plan de trabajo deben contribuir al logro de competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la temática especificada.

El estudiantado podrá cursar un Estudio Independiente por periodo escolar, hasta dos a lo largo de su programa educativo. Cada Estudio Independiente tendrá un valor máximo de 6 créditos. En caso de que la o el estudiante no acredite el Estudio Independiente, deberá inscribirse nuevamente en el mismo estudio, registrándose como parte de su carga académica.

7.2.2. Ayudantía docente

El propósito es fortalecer en el estudiantado el desarrollo de habilidades, conocimientos y herramientas teórico-metodológicas relacionadas con la labor docente, mediante la

participación en actividades de apoyo académico que contribuyan al logro de las competencias profesionales del perfil de egreso y a las competencias específicas de su plan de estudios.

La Ayudantía Docente es una modalidad de aprendizaje que permite al estudiantado participar en actividades de apoyo académico dentro de una unidad de aprendizaje que ya hayan cursado y en la cual hayan demostrado un desempeño satisfactorio, con una calificación mínima de 80. Esta modalidad brinda al estudiantado la oportunidad de desarrollar habilidades vinculadas al quehacer docente mediante acciones supervisadas, tales como brindar asesorías al grupo, apoyar en la organización y distribución de materiales, colaborar en actividades de clase y acompañar procesos académicos definidos por el docente titular. Las actividades asignadas no sustituyen las funciones del personal docente, sino que constituyen un medio formativo para que cada estudiante fortalezca su aprendizaje, desarrolle competencias profesionales y adquiera experiencia en ambientes educativos de manera responsable y guiada.

El estudiantado podrá cursar una Ayudantía Docente por periodo escolar, hasta dos a lo largo de su programa educativo. Cada ayudantía tendrá un valor máximo de 6 créditos cuando la unidad de aprendizaje exceda esta cantidad.

7.2.3. Ayudantía de investigación

Su propósito es fortalecer en el estudiantado el desarrollo de habilidades, conocimientos y herramientas teórico-metodológicas propias del quehacer científico, mediante su participación en actividades de investigación que promuevan el análisis crítico de información, el manejo riguroso de fuentes bibliográficas y la organización autónoma del trabajo académico. Esta modalidad contribuye directamente al perfil de egreso y al logro de las competencias profesionales y específicas definidas en el plan de estudios.

La Ayudantía de Investigación es una modalidad de aprendizaje orientada a proporcionar experiencias formativas en el ámbito de la investigación científica. A través de su participación en proyectos de investigación registrados y dirigidos por personal académico de la Universidad, o por investigadores de otras instituciones con las que

exista colaboración formal, el estudiantado se integra a procesos de análisis, diseño, ejecución o sistematización propios del trabajo científico.

Esta modalidad permite que las y los estudiantes desarrollen competencias investigativas fundamentales, fortalezcan su pensamiento crítico y amplíen su comprensión de los métodos y prácticas que sustentan la generación de conocimiento científico disciplinario y multidisciplinario.

La Ayudantía de Investigación tendrá un valor máximo de 6 créditos, conforme a lo establecido en el plan de estudios del programa educativo. El estudiantado podrá cursar una ayudantía por periodo escolar y acumular hasta dos ayudantías de este tipo en su trayectoria académica.

7.2.4. Ejercicio investigativo

El propósito es favorecer en el estudiantado el desarrollo de experiencias formativas que impulsen la iniciativa, la creatividad y el pensamiento crítico mediante la aplicación de conocimientos, habilidades y actitudes disciplinares en el campo de la investigación a través del aprendizaje autogestivo. Esta modalidad contribuye directamente al perfil de egreso y al fortalecimiento de las competencias profesionales y específicas establecidas en el plan de estudios.

El Ejercicio Investigativo es una modalidad de aprendizaje orientada a promover la creatividad, la capacidad analítica y el interés por la investigación científica a través de la elaboración de una propuesta formal de investigación. En este ejercicio, el estudiantado integra los fundamentos teóricos, metodológicos y técnicos propios de su área de formación para diseñar un proyecto que responda a una problemática pertinente de su interés; se desarrolla bajo la orientación de una o un profesor-investigador, quien supervisa y valida el cumplimiento de los objetivos académicos y metodológicos establecidos.

El Ejercicio Investigativo tendrá un valor de hasta 6 créditos, de acuerdo con la carga de trabajo académico establecida en el plan de estudios y los productos requeridos. El estudiantado podrá cursar un ejercicio investigativo por periodo escolar y un máximo de dos a lo largo de su programa educativo. En caso de no acreditar la modalidad, deberá reinscribirse al mismo Ejercicio Investigativo.

7.2.5. Ayudantía de laboratorio

El propósito es fortalecer en el estudiantado el desarrollo de habilidades, conocimientos y herramientas técnico-metodológicas propias del trabajo experimental, mediante su participación en actividades de apoyo en espacios de laboratorio que contribuyan al logro de las competencias profesionales del perfil de egreso y de las competencias específicas del plan de estudios.

La Ayudantía de Laboratorio es una modalidad de aprendizaje que permite al estudiantado participar en actividades de apoyo académico en unidades de aprendizaje que presentan un predominio de horas laboratorio respecto a las horas clase, y que previamente hayan cursado y acreditado con un desempeño satisfactorio, con una calificación mínima de 80. Esta modalidad brinda al estudiantado la oportunidad de desarrollar habilidades vinculadas al trabajo experimental y técnico mediante acciones supervisadas, tales como la preparación de materiales y equipos, apoyo en la organización de prácticas, acompañamiento en la ejecución de actividades experimentales, seguimiento de protocolos, y apoyo en el manejo adecuado de insumos, instrumentos y normas de seguridad en laboratorio. Las actividades asignadas no sustituyen las funciones del personal docente, sino que constituyen un medio formativo para que el estudiantado fortalezca su aprendizaje, desarrolle competencias técnicas y metodológicas, y adquiera experiencia en ambientes de laboratorio de manera responsable, segura y guiada.

La Ayudantía de Laboratorio tendrá un valor máximo de hasta 6 créditos, conforme a lo establecido en la normatividad institucional vigente. El estudiantado podrá cursar esta modalidad conforme a las disposiciones institucionales, considerando que:

- Se podrá registrar una ayudantía por cada unidad de aprendizaje con predominio de horas laboratorio.
- Se permitirá la participación de un o una estudiante por grupo atendido en la unidad de aprendizaje correspondiente.
- Durante su trayectoria académica, el estudiantado podrá cursar hasta dos ayudantías, ya sea en modalidad docente, de laboratorio o una combinación de ambas, de acuerdo con la normatividad vigente.

7.2.6. Apoyo a actividades de extensión y vinculación

El propósito es promover en el estudiantado experiencias formativas que fortalezcan el desarrollo de habilidades, conocimientos y herramientas teórico-metodológicas en los ámbitos de la extensión y la vinculación universitaria. Esta modalidad busca contribuir al perfil de egreso mediante la participación en actividades orientadas a la atención de la comunidad, la comunicación oral y escrita, el trabajo colaborativo en equipos multidisciplinarios, la organización y planeación de eventos, así como otras acciones que favorezcan su integración al entorno social y profesional.

La modalidad Apoyo a Actividades de Extensión y Vinculación comprende la participación del estudiantado en acciones institucionales dirigidas a acercar el conocimiento científico, tecnológico, humanístico y cultural a los sectores social y productivo. Dichas acciones pueden involucrar actividades diversas relacionadas con la identificación de necesidades, la elaboración de propuestas, la asistencia en programas o proyectos de extensión, la interacción con tendwen y la promoción de la relación Universidad–sociedad. Estas actividades se desarrollan bajo la supervisión de una o un docente responsable y pueden estar integradas a un programa formal de vinculación, asegurando su pertinencia académica y su contribución al desarrollo de competencias profesionales.

La modalidad de Apoyo a Actividades de Extensión y Vinculación tendrá un valor de hasta 6 créditos, de acuerdo con la carga académica y los productos establecidos en el plan de trabajo. El estudiantado podrá cursar una modalidad de extensión y vinculación por periodo escolar y un máximo de dos a lo largo de su trayectoria académica, salvo disposición distinta del plan de estudios. En caso de no acreditar la modalidad, la o el estudiante deberá reinscribirse en el mismo proyecto registrado durante el periodo inmediato siguiente.

7.2.7. Proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC)

Los Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos (PVVC) constituyen una modalidad de aprendizaje orientada a la aplicación, integración y generación de conocimientos en contextos reales, mediante la atención de problemáticas específicas del sector social, productivo o gubernamental. Su propósito es fortalecer el desarrollo de competencias del perfil de egreso a través de la participación del estudiantado en procesos de intervención, investigación aplicada, asistencia técnica o extensión de servicios, en estrecha vinculación con actores externos (UABC, 2018a).

Esta modalidad se caracteriza por su naturaleza integradora, ya que permite articular, de manera simultánea, diversas modalidades de aprendizaje asociadas al currículo, favoreciendo la consolidación de saberes teóricos, metodológicos y prácticos en escenarios auténticos. En este sentido, los PVVC se desarrollan preferentemente en la etapa terminal del plan de estudios, cuando el estudiantado cuenta con los fundamentos disciplinares necesarios para enfrentar situaciones complejas de su campo profesional.

Los proyectos se implementan en colaboración con unidades receptoras pertenecientes a los sectores social y productivo, constituyéndose como espacios formativos donde el estudiantado participa en la solución de problemas reales o en la mejora de procesos, bajo la asesoría, supervisión y evaluación conjunta de un profesor o profesora de tiempo completo o medio tiempo de la unidad académica, así como de un profesionista designado por la instancia receptora (UABC, 2018b). Se constituyen como un componente estratégico del plan de estudios, al favorecer la transición del ámbito académico al profesional, fortalecer la vinculación con el entorno y consolidar el desarrollo de competencias en contextos reales, contribuyendo de manera significativa al logro del perfil de egreso. Para el nuevo programa se idearon los siguientes proyectos.

PVVC Nivel 1

Nombre del Proyecto: Proyecto de diseño de experiencia de usuario para productos y servicios digitales.

Descripción: Desarrollo de estrategias integrales de experiencia de usuario alineadas a objetivos de comunicación y posicionamiento.

Competencia General del Proyecto: Desarrollar estrategias de experiencia de usuario mediante metodologías UX/UI, la aplicación de criterios de usabilidad, accesibilidad y viabilidad estratégica para resolver problemáticas reales en contextos profesionales, con actitud proactiva, pensamiento crítico, responsabilidad social (Tabla 14).

Duración: 2 meses

Tabla 14. Proyecto de diseño de experiencia de usuario para productos y servicios digitales.

Modalidades de Aprendizaje:	Créditos	Carácter
Unidad de Aprendizaje: Aplicación del Diseño Web UX/UI	6	Obligatorio
Unidad de Aprendizaje: Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario	6	Optativo
PVVC: Proyecto de diseño de experiencia de usuario para productos y servicios digitales	2	Optativo
Total:	14	

Fuente: Elaboración propia.

PVVC Nivel 2

Nombre del Proyecto: Proyecto de diseño de identidad de marca.

Descripción: Desarrollo de sistemas de identidad de marca en entornos físicos y digitales.

Competencia General del Proyecto: Diseñar identidades de marca mediante la aplicación de fundamentos teóricos y metodológicos del diseño para elaborar propuestas coherentes que articulen identidad visual, narrativa institucional y

aplicaciones en entornos físicos y digitales, con pensamiento crítico, ética profesional y responsabilidad social (Tabla 15).

Duración: 4 meses

Tabla 15. *Proyecto de diseño de identidad de marca.*

Modalidades de Aprendizaje:	Créditos	Carácter
Unidad de Aprendizaje: Diseño de Identidad Gráfica	6	Obligatorio
Unidad de Aprendizaje: Aplicación del Diseño Web UX/UI	6	Obligatorio
Unidad de Aprendizaje: Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos	6	Optativo
PVVC: Proyecto de diseño de identidad de marca	2	Optativo
Total:	20	

Fuente: Elaboración propia.

7.2.8. Programa de emprendedores universitarios

El propósito es fortalecer en el estudiantado las habilidades de emprendimiento y liderazgo para crear y establecer una empresa. Con esta modalidad se busca apoyar a estudiantes que manifiesten inquietudes con proyectos innovadores por medio de un análisis del perfil emprendedor, la formulación de un plan de negocios, orientación para apoyo financiero y su validación académica, entre otros. El producto es la creación de una empresa que cumpla con tres criterios: (1) demostrar la viabilidad del negocio mediante el Business Canvas Model e incluir el Plan de Negocios elaborado con metodología de la Incubadora Cimarrones Emprendedores UABC; (2) realizarse con la participación de hasta 4 estudiantes adicionales que fungirán como socios, con proporción no menor a 20% cada uno y; (3) establecer la empresa mediante el acta constitutiva certificada por notario público y registro ante SAT.

La modalidad de Actividades para Emprendimiento podrá otorgar hasta seis créditos, de acuerdo con lo establecido en el plan de estudios y en la normatividad vigente. Dado que el proceso de creación y constitución formal de una empresa puede extenderse por más de un semestre, se recomienda que el proyecto sea registrado en SIMA únicamente cuando exista la certeza de que se completará el proceso, o bien

cuando la empresa ya se encuentre establecida. Esto con el fin de evitar retrasos en la acreditación o la reprobación de la modalidad.

La acreditación estará sujeta a la entrega y validación de todos los productos requeridos, incluyendo el Business Model Canvas, el Plan de Negocios, la constitución legal de la empresa y el registro fiscal correspondiente, así como el cumplimiento de las actividades académicas y asesorías establecidas.

7.2.9. Unidades de aprendizaje por asesoría académica

El propósito es brindar al estudiantado una alternativa formativa que garantice la continuidad de su trayectoria académica mediante el acompañamiento docente en el desarrollo de unidades de aprendizaje obligatorias u optativas que, por condiciones de oferta académica, no se encuentren disponibles en el periodo correspondiente, contribuyendo al logro oportuno de las competencias del perfil de egreso.

Las Unidades de Aprendizaje por Asesoría Académica constituyen una modalidad de aprendizaje orientada a atender situaciones excepcionales en las que el estudiantado requiere cursar una unidad de aprendizaje obligatoria u optativa del plan de estudios que ha sido previamente autorizada por la unidad académica y que no se encuentra ofertada en el semestre en que se solicita.

Esta modalidad se desarrolla bajo un esquema de acompañamiento académico personalizado, en el cual el profesorado responsable orienta, supervisa y evalúa el proceso de aprendizaje del estudiantado, asegurando el cumplimiento de los contenidos, objetivos y competencias establecidos en el programa de la unidad de aprendizaje correspondiente. Su implementación permite garantizar la continuidad académica, evitar rezagos en la trayectoria escolar y favorecer el avance oportuno hacia el egreso, manteniendo la calidad y rigor académico del proceso formativo.

Las unidades de aprendizaje cursadas bajo esta modalidad conservarán el valor en créditos establecido en el plan de estudios para cada unidad de aprendizaje correspondiente, ya sea obligatoria u optativa; cada estudiante podrá darse de alta en un máximo de dos unidades de aprendizaje por asesoría académica por semestre. Esta modalidad deberá solicitarse mediante oficio utilizando el formato vigente, con la

información capturada por el profesorado responsable (nunca por el estudiantado), dirigido al Departamento de Apoyo a la Extensión de la Cultura y la Vinculación (DAECV) del campus correspondiente.

7.2.10. Actividades para la formación en valores

El propósito es fortalecer en el estudiantado la reflexión ética y axiológica mediante la participación en actividades que promuevan la vivencia y práctica de los valores universales y de la comunidad universitaria, contribuyendo así a su formación integral como personas, ciudadanos y profesionistas con responsabilidad social y sentido ético.

Esta modalidad busca propiciar espacios de aprendizaje y convivencia en los que las y los estudiantes reflexionen sobre los valores éticos y universales que orientan la conducta humana y la vida social. A través de experiencias formativas, de servicio, diálogo y trabajo colaborativo, se fomenta la práctica de los valores fundamentales de la Universidad Autónoma de Baja California, confianza, democracia, honestidad, humildad, justicia, lealtad, libertad, perseverancia, respeto, responsabilidad y solidaridad, promoviendo así el desarrollo de una conciencia ética que fortalezca su compromiso ciudadano y profesional.

La modalidad de Actividades para la Formación en Valores otorga un valor de 6 créditos, los cuales podrán acreditarse exclusivamente durante la etapa básica del programa educativo. El otorgamiento de estos créditos no se rige por el esquema tradicional de “ocho actividades por un crédito”, debido a que esta modalidad corresponde a un proceso formativo integral, orientado a la reflexión ética, la vivencia de valores y la participación en experiencias comunitarias y colaborativas.

Los 6 créditos se acreditarán una vez que la o el estudiante: (1) participe en las actividades programadas por la unidad académica; (2) cumpla con la asistencia y los productos formativos o evidencias establecidas; y (3) · Sea evaluado conforme a los criterios definidos para la modalidad

7.2.11. Movilidad e intercambio estudiantil

El propósito es fortalecer la formación integral del estudiantado mediante su participación en experiencias académicas en otras instituciones de educación superior, nacionales o extranjeras, que contribuyan al desarrollo de competencias profesionales, interculturales y de adaptación a contextos diversos, en correspondencia con el perfil de egreso del programa educativo.

La movilidad e intercambio estudiantil es una modalidad de aprendizaje que permite al estudiantado cursar unidades de aprendizaje, realizar prácticas profesionales u otras actividades académicas en instituciones de educación superior distintas a su unidad académica de origen, ya sea en el ámbito intrainstitucional (entre programas, unidades académicas o dependencias de la UABC) o interinstitucional (en instituciones nacionales o extranjeras).

Esta modalidad incluye tanto esquemas de movilidad como de intercambio estudiantil, entendiéndose este último como una forma de movilidad que implica, de manera esencial, una acción recíproca entre instituciones. A través de estas experiencias, el estudiantado tiene la oportunidad de integrarse a contextos académicos, culturales y profesionales distintos, favoreciendo la adquisición de nuevas competencias, el fortalecimiento de la autonomía, la capacidad de adaptación y la maduración personal y académica (UABC, 2018b).

La movilidad intrauniversitaria permite al estudiantado cursar unidades de aprendizaje en otras unidades académicas de la propia Universidad, así como participar en proyectos académicos o de investigación, aprovechando los recursos institucionales disponibles. Por su parte, la movilidad interuniversitaria se desarrolla mediante convenios de colaboración establecidos con instituciones de educación superior nacionales e internacionales, lo que posibilita el reconocimiento académico de las actividades realizadas a través de equivalencias, conversión o transferencia de créditos.

La operación de esta modalidad se sustenta en los mecanismos institucionales de vinculación y cooperación académica, a través de los cuales se promueven convocatorias, programas de intercambio y esquemas de acompañamiento al estudiantado. En este sentido, el programa educativo fomentará activamente la

participación en programas de movilidad, estableciendo estrategias que favorezcan el acceso, permanencia y aprovechamiento de estas experiencias formativas.

Las actividades realizadas en el marco de la movilidad e intercambio estudiantil podrán ser acreditadas mediante equivalencias, conversión o transferencia de créditos, conforme a la normatividad institucional vigente y a los dictámenes académicos correspondientes.

El número de créditos a otorgar dependerá de las unidades de aprendizaje cursadas, las actividades realizadas y su correspondencia con el plan de estudios del programa educativo. La acreditación estará sujeta a la validación por parte de la unidad académica, asegurando la pertinencia, equivalencia y calidad académica de las experiencias formativas desarrolladas.

7.2.12. Actividades artísticas, culturales y deportivas

El propósito es brindar al estudiantado experiencias formativas que fortalezcan su desarrollo integral mediante la participación en actividades artísticas, culturales y deportivas. Esta modalidad busca fomentar la creatividad, la apreciación estética, la expresión artística, la identidad cultural, el trabajo colaborativo y la formación de hábitos de vida saludable, contribuyendo al desarrollo de competencias personales y profesionales acordes al perfil de egreso.

Las Actividades Artísticas, Culturales y Deportivas constituyen una modalidad formativa orientada a promover la participación del estudiantado en acciones relacionadas con el arte, la cultura y el deporte. Estas actividades incluyen talleres, grupos artísticos, programas de promoción cultural, prácticas deportivas y otros espacios que fortalecen las capacidades creativas, expresivas y físicas de quienes participan. El estudiantado puede cursar esta modalidad en su unidad académica de adscripción o en otras unidades académicas de la UABC, de acuerdo con la oferta institucional y la programación de actividades curriculares establecidas.

La obtención de créditos dependerá del tipo de actividad cursada.

- a. Actividades Complementarias de Formación Integral (I, II y III):
 - Se otorga 1 crédito por cada ocho actividades complementarias registradas en el carnet correspondiente.

- Se pueden obtener hasta 2 créditos por periodo escolar mediante esta vía.
- b. Actividad Deportiva I y II / Actividad Cultural I y II:
 - Se podrá obtener crédito siempre y cuando:
 - La participación sea individual.
 - La actividad no haya sido acreditada previamente por otra modalidad.
 - Exista aprobación del comité de la unidad académica.
 - La actividad esté debidamente registrada y avalada por la UABC.
- c. Cursos acreditables de la Facultad de Artes y la Facultad de Deportes:
 - El estudiantado puede cursar actividades ofertadas por estas facultades para la obtención de créditos, conforme a la normatividad vigente.

7.2.13. Cursos intersemestrales

Su objetivo es ofrecer al estudiantado la oportunidad de cursar unidades de aprendizaje obligatorias u optativas en un periodo intersemestral, con el propósito de favorecer el avance en su trayectoria académica y la regularización de su plan de estudios, conforme a la normatividad universitaria vigente.

Esta modalidad de aprendizaje se desarrolla en periodos intersemestrales y permite al estudiantado cursar unidades de aprendizaje con una carga intensiva y concentrada; está orientada a facilitar la continuidad académica, el aprovechamiento del tiempo entre ciclos escolares y la optimización del avance curricular. Por sus características, los cursos intersemestrales se imparten con un máximo de cinco horas presenciales por día, incluyendo actividades de clase, laboratorio o taller; no aplican para unidades de aprendizaje que contemplen prácticas de campo, y se ofertan bajo un esquema autofinanciable, conforme a lo establecido en el Estatuto Escolar de la UABC.

El estudiantado interesado deberá cumplir con los requisitos académicos y administrativos determinados por la unidad académica correspondiente, pudiendo cursar hasta dos unidades de aprendizaje por periodo intersemestral, de acuerdo con las disposiciones institucionales; y obtendrá el número de créditos correspondiente a cada unidad de aprendizaje inscrita, conforme al plan de estudios de su programa educativo.

La acreditación de los créditos se otorgará una vez que el o la estudiante cumpla con los criterios de evaluación establecidos por la o el docente y apruebe el curso

intersemestral. Los cursos intersemestrales no modifican el valor crediticio de las unidades de aprendizaje, dado que se rigen por los mismos programas, cargas horarias y criterios académicos establecidos para los periodos semestrales ordinarios.

7.3. Modalidades obligatorias y requisitos institucionales de egreso

El plan de estudios incorpora, además de las modalidades curriculares y flexibles, un conjunto de modalidades obligatorias y requisitos institucionales de egreso que constituyen componentes esenciales para la formación profesional del estudiantado. Estos incluyen las prácticas profesionales, el servicio social en sus etapas comunitaria y profesional, la acreditación de una lengua extranjera y mecanismos de titulación.

Estas modalidades tienen como propósito articular la formación académica con la experiencia en contextos reales, fortalecer la responsabilidad social universitaria y favorecer el desarrollo de competencias profesionales en escenarios laborales y globales. A través de su cumplimiento, el estudiantado consolida aprendizajes adquiridos a lo largo de su trayectoria, aplica conocimientos en situaciones auténticas y desarrolla habilidades clave para su inserción en el campo profesional.

En conjunto, estas modalidades aseguran que las personas egresadas cuenten con una formación integral, pertinente y alineada con las demandas del entorno, contribuyendo a su desempeño eficaz y ético en el ámbito socioambiental.

7.3.1. Servicio social comunitario y profesional

La Universidad Autónoma de Baja California, con fundamento en su Reglamento de Servicio Social vigente, establece como requisito para el estudiantado de licenciatura la realización del servicio social en dos etapas: comunitaria y profesional. Estas etapas tienen como propósito contribuir a la formación integral del estudiantado mediante la aplicación de conocimientos en beneficio de la sociedad, particularmente de los sectores en condición de vulnerabilidad.

La primera etapa, denominada servicio social comunitario, comprende un mínimo de 300 horas y está orientada al fortalecimiento de la formación valoral y el compromiso social del estudiantado. De acuerdo con el reglamento, esta etapa puede iniciarse desde el ingreso a la universidad. Asimismo, se establece que, al alcanzar el 40% de los

créditos del plan de estudios sin haber acreditado esta etapa, la carga académica se verá limitada conforme a la normatividad institucional.

La segunda etapa, denominada servicio social profesional, comprende un mínimo de 480 horas, con una duración no menor a seis meses, y está orientada a la aplicación de conocimientos, habilidades y competencias propias del perfil profesional. Esta etapa podrá iniciarse una vez que el estudiantado haya acreditado el servicio social comunitario y cubierto al menos el 60% de los créditos del plan de estudios, en concordancia con lo establecido en el reglamento vigente.

La operación del servicio social en ambas etapas será responsabilidad de la unidad académica, la cual se encargará de la planeación, asignación, supervisión, evaluación y acreditación de las actividades realizadas, en coordinación con las unidades receptoras de los sectores público, social y productivo. Para su realización, el estudiantado deberá cumplir con los requisitos institucionales, incluyendo la acreditación del taller de inducción, la asignación formal a un programa registrado y la entrega de informes de actividades debidamente validados.

7.3.2. Prácticas profesionales

Las prácticas profesionales constituyen una estrategia formativa orientada a la aplicación de conocimientos, habilidades y actitudes en contextos reales del ámbito laboral, contribuyendo al fortalecimiento de la formación integral del estudiantado y a su vinculación con los sectores social, productivo y gubernamental.

De acuerdo con el Reglamento General para la Prestación de Prácticas Profesionales de la Universidad Autónoma de Baja California, estas actividades podrán realizarse en unidades receptoras debidamente registradas, tales como organismos públicos, privados o sociales, cuyas funciones se relacionen con el campo disciplinar del programa educativo. Asimismo, podrán iniciarse una vez que el estudiantado haya cubierto aproximadamente el 70% de los créditos del plan de estudios, en concordancia con la normatividad institucional vigente.

Para el caso específico de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, las prácticas profesionales contemplan un total de 320 horas, cuya acreditación otorga 10 créditos de carácter obligatorio dentro del plan de estudios. Estas

se desarrollan bajo esquemas de supervisión y evaluación conjunta entre la unidad académica y la unidad receptora, mediante el cumplimiento de actividades previamente definidas, así como la entrega de informes y evidencias de desempeño debidamente validadas.

Desde una perspectiva formativa y de vinculación, las prácticas profesionales representan una oportunidad estratégica para la inserción temprana del estudiantado en el ámbito laboral, al permitirle integrarse a equipos de trabajo, conocer dinámicas institucionales, aplicar conocimientos en situaciones reales y establecer redes de contacto profesional. En este sentido, el programa educativo promoverá su realización en sectores estratégicos del ámbito ambiental, favoreciendo el desarrollo de experiencia práctica, el fortalecimiento del perfil profesional y una transición progresiva hacia el ejercicio laboral. La planeación, asignación, seguimiento, evaluación y acreditación de las prácticas profesionales será responsabilidad de la unidad académica, en coordinación con las unidades receptoras, asegurando que las actividades realizadas contribuyan al desarrollo de competencias profesionales y respondan a las necesidades del entorno.

7.3.3. Lengua extranjera

En el programa educativo, la acreditación del idioma inglés se mantiene conforme a los criterios institucionales establecidos por la Universidad Autónoma de Baja California. Para cumplir con el requisito de segunda lengua, el estudiantado deberá acreditar alguna de las modalidades reconocidas por la institución, entre las cuales se incluyen las siguientes:

- a. Constancia de haber obtenido al menos 32 puntos en el examen TOEFL-iBT, o por lo menos 400 puntos en el examen TOEFL-iTP o al menos el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia o su equivalente.
- b. Acreditación del examen de conocimiento de lengua extranjera como requisito de egreso aplicado por la Facultad de Idiomas.
- c. Estancias internacionales autorizadas con duración mínima de 3 meses en un país con lengua oficial distinto al español.
- d. Acreditación al nivel IV de estudios formales en lengua extranjera en el Centro de Educación Continua de la UABC.

- e. Acreditar las unidades de aprendizaje obligatorias de English L1, English L2, Photographic Production y Layout & Grids, que se ofertan en idioma extranjero en el PE de DECV por la unidad académica.
- f. Quedar asignado al menos en el quinto nivel del examen diagnóstico de lengua extranjera aplicado por Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar.
- g. Haber acreditado estudios formales en lengua extranjera en instituciones educativas en México o en el extranjero, donde presente certificados de diplomados o estudios de media superior o superior.

El cumplimiento por parte del estudiantado en alguna de las opciones señaladas anteriormente dará lugar a la expedición de una constancia de acreditación de lengua extranjero emitida por la unidad académica.

7.3.4. Modalidades de titulación

La obtención del título profesional en la Universidad Autónoma de Baja California se rige por lo establecido en el Estatuto Escolar vigente, el cual regula el proceso de otorgamiento de títulos a quienes han concluido la totalidad de los créditos del plan de estudios y cumplido con los demás requisitos académicos e institucionales aplicables. Asimismo, el proceso de titulación se sujeta a lo dispuesto en el Reglamento General de Exámenes Profesionales y Estudios de Posgrado, que establece las condiciones, procedimientos y modalidades mediante las cuales el estudiantado podrá demostrar el logro de las competencias adquiridas durante su formación profesional.

En este marco normativo, las personas egresadas de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual deberán cumplir con los requisitos establecidos en la normatividad universitaria vigente, así como con los lineamientos específicos definidos por la unidad académica correspondiente, a fin de obtener el título profesional.

Con el propósito de favorecer la eficiencia terminal y ofrecer alternativas pertinentes para la culminación del proceso formativo, la Universidad contempla diversas modalidades de titulación, las cuales permiten al estudiantado acreditar, desde distintos enfoques, el dominio de conocimientos, habilidades y competencias profesionales

desarrolladas a lo largo de su trayectoria académica. Entre dichas modalidades se encuentran:

- Obtener la constancia de presentación y acreditación del Examen General de Egreso de Licenciatura (EGEL) aplicado por el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (CENEVAL), o su equivalente autorizado por el H. Consejo Universitario.
- Haber alcanzado un promedio general mínimo de 90 al concluir los estudios profesionales.
- Haber cubierto el total de los créditos de una especialidad o al menos el 50% de los créditos de una maestría en un área del conocimiento afín.
- Comprobar el desempeño del ejercicio o práctica profesional por un periodo mínimo acumulado de dos años, conforme a los criterios establecidos por la unidad académica.
- Aprobar el informe o memoria de la prestación del servicio social profesional.
- Presentar y aprobar una tesis profesional, desarrollada con base en el método científico y conforme a los lineamientos metodológicos establecidos.
- Titulación por proyecto, mediante la presentación de un informe derivado de actividades de vinculación con la sociedad, particularmente aquellas desarrolladas en el marco de Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos (PVVC).
- Titulación automática para egresados y egresadas de programas educativos reconocidos como de calidad por organismos acreditadores o evaluadores externos, como COPAES o CIEES, conforme a la normatividad vigente.

Estas modalidades de titulación aseguran que las personas egresadas demuestren de manera formal el logro del perfil de egreso, al tiempo que ofrecen flexibilidad para que el proceso de titulación responda a sus trayectorias académicas y experiencias profesionales, fortaleciendo su inserción en el ámbito laboral y su contribución al desarrollo sustentable. De acuerdo con el Reglamento General de Exámenes Profesionales, el proceso de titulación podrá incluir, según la modalidad elegida, la presentación de un examen profesional, el cual tiene como finalidad valorar de manera integral los conocimientos generales del sustentante y su capacidad para aplicarlos en la resolución de problemáticas propias de su campo disciplinar.

8. Condiciones institucionales para la operación del plan de estudios

La viabilidad y sostenibilidad de un plan de estudios no dependen exclusivamente de su solidez académica o de la pertinencia de su diseño curricular, sino de las condiciones institucionales que garantizan su adecuada implementación, seguimiento y mejora continua. En este sentido, el presente apartado establece el conjunto de capacidades organizacionales, recursos y dispositivos de gestión académica con los que cuenta la institución para asegurar la operación efectiva del programa educativo, en congruencia con los principios de calidad, pertinencia, equidad e innovación educativa que orientan a la universidad.

8.1. Difusión del programa educativo

La difusión del programa educativo constituye un componente fundamental dentro de las estrategias académicas orientadas a garantizar el acceso informado a la educación superior. En el caso de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño (FIAD) de la Universidad Autónoma de Baja California, estas acciones se desarrollan mediante diversos mecanismos de comunicación, orientación vocacional y vinculación con la comunidad. Algunas de estas estrategias se implementan a nivel institucional por la UABC, mientras que otras se organizan al interior de la facultad como resultado del análisis de las necesidades de difusión, vinculación y posicionamiento de sus programas educativos y del propio proyecto académico de la unidad académica. En conjunto, estas iniciativas permiten dar a conocer la oferta educativa, las características de los programas académicos, su campo profesional y las modalidades de estudio, al mismo tiempo que fortalecen el acercamiento con estudiantes de educación media superior y con la sociedad en general, contribuyendo a que las personas interesadas puedan tomar decisiones informadas respecto a su formación universitaria.

Entre los mecanismos institucionales más relevantes para la difusión de la oferta educativa es la Expo Profesiones UABC, evento que se realiza de manera periódica en modalidades presencial y virtual. Esta actividad está dirigida principalmente a estudiantes próximos a egresar de la educación media superior, así como a personas interesadas en

ingresar a la universidad. Su propósito es ofrecer información directa sobre los programas educativos que integran la oferta académica de la UABC, mediante la participación de las coordinaciones de carrera, las áreas de orientación educativa y psicopedagógica de las distintas unidades académicas y el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, instancia que brinda información sobre el proceso de admisión, los requisitos de ingreso y las características generales de cada programa educativo. Este espacio permite establecer un contacto directo entre la universidad y las personas aspirantes, lo que contribuye a disminuir la incertidumbre en la elección de carrera y facilita la identificación de opciones formativas acordes con sus intereses, habilidades y aptitudes.

Otro espacio de difusión y vinculación con la sociedad es la Expo Ciencia y Tecnología UABC, evento institucional que promueve la divulgación del conocimiento científico, tecnológico y de innovación desarrollado en la universidad. Este evento permite mostrar a la comunidad los procesos de investigación, desarrollo tecnológico y creatividad que se generan en las aulas y laboratorios universitarios. A través de exposiciones, demostraciones y actividades interactivas, se fomenta el interés por las disciplinas profesionales, al tiempo que se difunde el quehacer académico y profesional de los programas educativos que integran la universidad.

En el ámbito interno de la facultad, también se desarrollan iniciativas como el Colectivo Encuentro Creativo, cuyo objetivo es presentar a la comunidad universitaria y a la sociedad en general una selección de los mejores trabajos realizados por estudiantes durante su proceso formativo. Este espacio reconoce el esfuerzo académico desarrollado en las aulas y permite visibilizar los resultados del aprendizaje en el campo del diseño y la comunicación visual. Al mismo tiempo, constituye un mecanismo de difusión del potencial creativo y profesional de quienes se encuentran en formación, fortaleciendo la identidad académica y la proyección social de los programas educativos de la facultad.

La difusión del programa educativo también se realiza mediante visitas guiadas a la unidad académica por parte de instituciones de educación media superior. Estas actividades consisten en recorridos organizados para grupos de estudiantes que se encuentran en etapas previas a su ingreso a la educación superior. Durante estas visitas, las personas participantes tienen la oportunidad de conocer las instalaciones de la facultad, los espacios de aprendizaje, los talleres y laboratorios, así como las

características de los programas educativos que se imparten. Asimismo, se presentan ejemplos de proyectos académicos y se ofrece información sobre el perfil de ingreso, el campo laboral y las oportunidades de desarrollo profesional, con el propósito de despertar el interés por las áreas de conocimiento relacionadas con la arquitectura, el diseño y la ingeniería.

De manera complementaria, se realizan visitas a instituciones de educación media superior, en las cuales integrantes de los programas educativos, incluyendo docentes y estudiantes, y del área de orientación educativa y psicopedagógica acuden a preparatorias y centros de formación técnica para presentar la oferta académica de la facultad. En estos encuentros se desarrollan pláticas informativas, demostraciones y actividades orientadas a explicar el campo disciplinar del diseño y las oportunidades profesionales que ofrece. Este tipo de acciones permite establecer un contacto directo con potenciales aspirantes y acercar la información institucional a los espacios educativos donde se encuentran quienes están por tomar decisiones respecto a su formación universitaria.

Otra estrategia de difusión consiste en la elaboración de cápsulas informativas de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, las cuales se producen en formato de podcast o contenido audiovisual. Estas cápsulas tienen como finalidad dar a conocer los programas educativos que se ofertan en la facultad, así como compartir información sobre las actividades académicas, proyectos estudiantiles, experiencias formativas y campos de ejercicio profesional asociados a cada disciplina. Este formato permite ampliar el alcance de la difusión institucional mediante medios digitales accesibles para distintos públicos.

Asimismo, la difusión del programa educativo se realiza de manera permanente mediante redes sociales institucionales y el sitio web de la facultad, donde se publican convocatorias, información académica, actividades estudiantiles, proyectos de investigación, eventos académicos y logros de la comunidad universitaria. Estos medios digitales constituyen herramientas de comunicación fundamentales para mantener informada a la comunidad y para acercar la oferta educativa a personas interesadas en conocer las oportunidades de formación que ofrece la universidad.

Sitio web de la Facultad:

<http://fiad.ens.uabc.mx/index.php>

Página de Facebook de la Facultad:

<https://www.facebook.com/share/1HS989f3ie/?mibextid=wwXIfr>

Página de Instagram de la Facultad:

<https://www.instagram.com/fiad.uabc?igsh=MWh2YnJ5MWltejNnbg==>

8.2. Recursos bibliográficos y de información

Biblioteca

La Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño (FIAD) cuenta con una sólida infraestructura bibliotecaria, gestionada por la Coordinación General de Informática y Bibliotecas a través del Departamento de Información y Bibliotecas (DIB) de la Unidad Punta Morro. Esta infraestructura está diseñada para satisfacer las necesidades de la comunidad universitaria del campus y público en general. El DIB ofrece una amplia gama de servicios, entre los que se incluyen préstamos externos y consultas en biblioteca, préstamo interbibliotecario, acceso a dos salas de cómputo de uso general, cinco cubículos de trabajo, tres áreas equipadas con mobiliario para el estudio, dos salas de consulta para facilitar el acceso a recursos bibliográficos y documentales, un módulo de consulta del catálogo cimarrón equipado con cinco equipos disponibles para la consulta e identificación de los recursos de información, una sala de lectura recreativa, una hemeroteca y una mapoteca. La Biblioteca Central de Ensenada (BCE) se encuentra ubicada en el E32 del campus universitario Ensenada, unidad Punta Morro y cuenta con dos plantas donde se brindan servicios de información a la comunidad universitaria.

La BCE ocupa un espacio físico distribuido en 10 áreas de apoyo y tiene una capacidad para albergar aproximadamente a 380 usuarios. Sus servicios están disponibles de lunes a viernes en un horario de 7:00 a 21:45 horas y los sábados de 8:00 a 15:45 horas. Por otro lado, en el ámbito informático, dispone de cinco salas de cómputo para cursos formales y dos salas de cómputo de uso general que dan atención a la comunidad universitaria.

Específicamente, los servicios que ofrece la BCE son:

- Préstamo (interno, externo inter-bibliotecario (UABC, CICESE y UNAM) y de circulación limitada)
- Buzón Nocturno
- Buzón de quejas y sugerencias
- Catálogo en línea
- Mesas de estudio
- Cubículos de estudio
- Área de video-consulta
- Área consulta para personas con discapacidad
- Sala de lectura
- Módulos de estudio individuales
- Área de nuevas adquisiciones
- Red inalámbrica
- Referencia y apoyo
- Actividades del Programa de Formación de Usuarios
- Actividades del Programa de Fomento a la Lectura y del Programa de Introspección y Cultura
- Expedición de recibos de no adeudos
- Servicio Social
- Servicio de fotocopias
- Servicios bibliotecarios en línea

Respecto al equipamiento de las áreas de servicio, la BCE dispone de lo siguiente:

- Área de estudio individual (39 módulos de estudio 3 restiradores).
- Área de acervo general (14 mesas, 1 equipo de video consulta y 1 equipo de computadora para persona con discapacidad).
- Área de mapoteca y módulos individuales (6 mesas, 10 módulos individuales y 2 restiradores).
- Área banco de información (18 computadoras con mobiliario y 1 mesa).

- Tres salas grupales: Sala A con 10 mesas, Sala B con 11 mesas y Sala C (sala de lectura y usos múltiples) con 8 sillones y 8 puffs.
- Pasillo central (3 mesas de ajedrez, 1 mesa de rompecabezas y 2 mesas de dibujo).
- Área de cubículos de estudios (6 cubículos que en conjunto tienen 10 mesas y 48 sillas).
- Área de hemeroteca (9 módulos individuales y 1 mesa).

El equipamiento de la BCE está confinado en una superficie de 1,013m² en su planta baja y de 342m² en su planta alta, permitiendo atender hasta 330 usuarios. La BCE se apoya de tres bibliotecas, Biblioteca Valle Dorado, Biblioteca San Quintín y Biblioteca IIIDE, para cubrir las necesidades de información que se pudieran requerir en otras áreas del conocimiento.

El diseño arquitectónico de la biblioteca permite una iluminación y ventilación natural y artificial, gracias a que cuenta con tragaluces y aire acondicionado, así mismo se tienen rampas y señalamientos de accesibilidad; los servicios de la BCE son atendidos por un total de 13 personas que desempeñan puestos de Jefatura, Desarrollo de Colecciones, Responsable de Servicios al Público, Auxiliares de servicios al público, personal de procesos técnicos e intendencia.

Para acceder a los servicios de la BCE, se debe ser estudiante, egresado o egresada, docente o trabajador de la UABC y presentar credencial vigente según corresponda o autenticarse debidamente con su correo institucional.

Es importante mencionar que desde el ingreso, la comunidad estudiantil se familiariza con las instalaciones físicas de la biblioteca, áreas de estudio, salas de lectura, y se les instruye sobre la operación y pasos a seguir para los servicios de préstamo, devolución, entre otros, a través del taller de introducción a los servicios bibliotecarios.

Respecto al acervo físico, en la Biblioteca Central de la UABC campus Ensenada se cuenta con 334 títulos relacionados al Diseño Gráfico. Además, en caso de que la comunidad universitaria requiera algún título que se localiza en alguna biblioteca externa al campus Ensenada, se puede solicitar a través del préstamo interbibliotecario.

Bases de datos

La Universidad Autónoma de Baja California cuenta con una sólida infraestructura digital para el acceso a recursos de información científica y tecnológica, gracias a su afiliación al Consorcio Nacional de Recursos de Información Científica y Tecnológica (CONRICyT), coordinado por la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI).

Lo anterior, permite a la comunidad universitaria tener acceso gratuito a 49 bases de datos entre las que figuran Elsevier, Emerald, Latindex, entre otras, y a libros electrónicos de 13 editoriales como Springer, Pearson, McGraw-Hill, eLibro, EBSCO y Alfaomega, por mencionar algunas. Estos recursos informáticos proporcionan acceso a millones de artículos científicos, citas bibliográficas y literatura especializada en diversos campos (Coordinación General de Informática y Bibliotecas, n.d.).

8.3. Programa de Tutoría Académica

El Programa de Tutoría Académica constituye un dispositivo institucional estratégico para el acompañamiento integral del estudiantado a lo largo de su trayectoria escolar, orientado a favorecer la permanencia, el desempeño académico, el egreso oportuno y la consolidación del proyecto profesional. Su enfoque se sustenta en una lógica formativa centrada en el estudiantado, en la cual la tutoría trasciende la asesoría administrativa para convertirse en un proceso sistemático de orientación académica, personal y vocacional.

El propósito central del programa es potencializar las capacidades, habilidades y toma de decisiones del estudiantado, promoviendo una participación activa, reflexiva y responsable en su proceso de formación. En este sentido, la tutoría se configura como un espacio de mediación pedagógica que permite identificar oportunamente riesgos académicos, necesidades de apoyo y áreas de oportunidad, así como canalizar al estudiantado hacia los servicios institucionales pertinentes. Su impacto se expresa en múltiples dimensiones del desarrollo estudiantil:

- Académica: mejora en la planeación de la carga académica, el rendimiento escolar y la continuidad en los estudios.

- Personal: fortalecimiento de la autonomía, la autorregulación y el sentido de pertenencia institucional.
- Profesional: orientación para la construcción del perfil de egreso, elección de trayectorias formativas y toma de decisiones vinculadas al campo laboral.

El tutor o tutora desempeña un papel clave como agente de acompañamiento y orientación, cuya función principal es guiar al estudiantado en la comprensión y gestión de su trayectoria académica. Esta función implica:

- Brindar asesoría académica personalizada sobre la selección de unidades de aprendizaje, avance curricular y cumplimiento de requisitos.
- Detectar de manera oportuna situaciones de riesgo académico o personal, proponiendo estrategias de atención o canalización.
- Promover el desarrollo de habilidades de aprendizaje autónomo y toma de decisiones informadas.
- Dar seguimiento continuo al progreso de cada estudiante mediante registros sistemáticos y evidencia de intervención.

La función tutorial se reconoce como una actividad académica formal, respaldada por procesos de capacitación y actualización docente, lo que garantiza la calidad y homogeneidad en su implementación.

El programa opera de manera estructurada en la unidad académica desde la Coordinación de Formación Profesional, en articulación con la subdirección, instancia responsable de la asignación de tutores, el seguimiento operativo y la evaluación del programa. A cada estudiante se le asigna un tutor o tutora desde su ingreso hasta el egreso, manteniendo un acompañamiento continuo, con posibilidad de ajuste en casos justificados.

La atención tutorial se organiza mediante:

- Sesiones grupales e individuales obligatorias, con un mínimo de cuatro por ciclo escolar (inicio, seguimiento intermedio, cierre y reinscripción).
- Planes de trabajo tutorial definidos institucionalmente, que orientan las actividades a desarrollar en cada sesión.
- Capacitación permanente a tutores y tutorados para asegurar el adecuado funcionamiento del programa.

El Sistema Institucional de Tutorías (SIT) es la plataforma tecnológica que sustenta la operación, seguimiento y evaluación del programa. Su función es sistematizar la información derivada del proceso tutorial, permitiendo:

- Registrar las sesiones de tutoría y las actividades realizadas.
- Dar seguimiento individualizado a la trayectoria de cada estudiante.
- Generar reportes académicos y evidencias de intervención tutorial.
- Facilitar la evaluación del programa mediante instrumentos aplicados a tutores y tutorados.

El programa incorpora mecanismos formales de evaluación y retroalimentación continua. Al cierre de cada periodo escolar:

- El tutor o tutora elabora un reporte de resultados, documentando avances, problemáticas detectadas y acciones implementadas.
- El estudiantado participa en la evaluación del desempeño tutorial, aportando información clave sobre la calidad del acompañamiento.
- La coordinación del programa integra un informe institucional, que permite identificar áreas de mejora y orientar decisiones académicas y administrativas.

La tutoría académica es un eje articulador del trayecto formativo, ya que acompaña al estudiantado en momentos críticos como el ingreso, la adaptación al entorno universitario, la definición de trayectorias, la resolución de dificultades académicas y la transición al egreso. El Programa de Tutoría Académica no solo opera como un mecanismo de apoyo, sino como una estrategia institucional integral que fortalece la formación del estudiantado, contribuyendo a la calidad y pertinencia del programa educativos; su adecuada implementación incide directamente en indicadores institucionales clave como la retención, eficiencia terminal y satisfacción estudiantil.

8.4. Servicios de apoyo al estudiantado

Los servicios de apoyo al estudiantado del programa educativo se articulan a partir de la estructura organizacional de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, lo que permite garantizar una atención integral, sistemática y oportuna a lo largo de la trayectoria académica.

Esta organización institucional favorece la coordinación entre áreas académicas, administrativas y de vinculación, asegurando que el estudiantado cuente con acompañamiento permanente en los ámbitos académico, formativo, administrativo y de bienestar. En este sentido, la atención al estudiantado no recae en una sola instancia, sino que se distribuye estratégicamente entre diversas figuras y unidades responsables que, de manera coordinada, contribuyen al desarrollo integral del alumnado y al logro del perfil de egreso.

En el ámbito académico, el programa cuenta con la participación del Responsable de Programa Educativo de Licenciatura, quien coordina la operación del plan de estudios, da seguimiento a la trayectoria escolar y atiende necesidades específicas del estudiantado relacionadas con su formación. De manera complementaria, el Responsable de Tutorías y el Responsable de Asesorías brindan acompañamiento académico personalizado, orientado a fortalecer el desempeño escolar, prevenir el rezago y apoyar la permanencia y egreso oportuno.

Asimismo, el Responsable de Trayectoria Estudiantil y el Responsable de Seguimiento de Egresados permiten dar continuidad al proceso formativo más allá del aula, mediante el monitoreo de indicadores de avance académico y la retroalimentación sobre la inserción laboral y el impacto del programa en el campo profesional.

En el ámbito de formación integral, se cuenta con el apoyo de la Coordinación de Formación Profesional, así como del Responsable de Formación y Seguimiento Docente, quienes contribuyen a fortalecer la calidad de la enseñanza y la pertinencia de las experiencias de aprendizaje. De igual forma, el Responsable de Educación Continua y el Responsable de Emprendedores promueven oportunidades para el desarrollo de competencias complementarias, la actualización disciplinar y la vinculación con el entorno productivo y social.

De manera complementaria, el programa educativo incorpora el acompañamiento del área de Orientación Educativa y Psicopedagógica, la cual brinda atención especializada para favorecer el bienestar integral del estudiantado. Este servicio contribuye a la atención de necesidades relacionadas con la adaptación a la vida universitaria, el desarrollo de habilidades socioemocionales, la gestión del tiempo y del aprendizaje, así como la identificación y atención de factores que puedan incidir en el

desempeño académico, tales como situaciones de riesgo psicoeducativo o dificultades de aprendizaje. Asimismo, promueve acciones preventivas, de acompañamiento y canalización a instancias institucionales cuando se requiere atención específica, fortaleciendo la permanencia, el rendimiento académico y el desarrollo personal del estudiantado.

De manera transversal, estas instancias trabajan de forma coordinada mediante mecanismos de comunicación institucional, trabajo colegiado y seguimiento de indicadores académicos, lo que permite identificar oportunamente necesidades del estudiantado, implementar acciones de apoyo y fortalecer la calidad del proceso educativo, por lo tanto, la estructura organizacional de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño constituye un sistema de apoyo integral que favorece el desarrollo académico, profesional y personal del estudiantado, asegurando trayectorias escolares exitosas, el logro del perfil de egreso y una formación pertinente con las demandas del entorno.

9. Sistema de evaluación y aseguramiento de la calidad

Para garantizar la calidad, pertinencia y efectividad del plan de estudios, se establece un sistema de evaluación integral, permanente, sistemático y orientado a la mejora continua, que permite generar información relevante para la toma de decisiones académicas, curriculares e institucionales.

La evaluación del programa educativo se concibe como un proceso articulado que trasciende la medición de resultados, al integrar el análisis del diseño curricular, su implementación en contextos reales, el logro de las competencias del perfil de egreso y la pertinencia de la formación frente a las demandas del entorno social, profesional y disciplinar. En este sentido, la evaluación no se limita a la revisión interna de la unidad académica, sino que incorpora su relación con el contexto, la vinculación con sectores externos y el impacto del programa en la formación de profesionistas.

En congruencia con el enfoque por competencias adoptado en el plan de estudios, el sistema de evaluación se orienta a valorar el desempeño del estudiantado mediante evidencias que reflejen la integración de conocimientos, habilidades, actitudes y valores en situaciones auténticas de aprendizaje. Asimismo, se sustenta en metodologías contemporáneas de evaluación, tales como la evaluación formativa, la evaluación auténtica, el uso de rúbricas analíticas, el portafolio de evidencias, la autoevaluación y la coevaluación, las cuales permiten acompañar el proceso formativo y retroalimentar de manera continua el aprendizaje.

El sistema de evaluación del programa educativo se estructura en cuatro dimensiones interrelacionadas: la evaluación del plan de estudios, la evaluación del aprendizaje, la evaluación colegiada del aprendizaje y el uso de resultados para la mejora continua. Estas dimensiones permiten asegurar la coherencia entre el perfil de egreso, las competencias, las experiencias de aprendizaje y los resultados formativos, consolidando una cultura de evaluación basada en evidencia.

De esta manera, la evaluación se constituye como un mecanismo estratégico para el aseguramiento de la calidad educativa, al permitir identificar fortalezas, detectar áreas

de oportunidad y orientar la mejora continua del programa educativo, en correspondencia con los principios del Modelo Educativo.

9.1. Evaluación del plan de estudios

La evaluación del plan de estudios tiene como propósito valorar de manera integral su pertinencia, coherencia interna, vigencia disciplinar y efectividad en la formación del estudiantado, con el fin de asegurar que la propuesta curricular responda de manera adecuada al perfil de egreso y a las demandas del entorno social, profesional y académico.

En el marco de este programa educativo, la evaluación del plan de estudios se concibe como un proceso sistemático y permanente que considera tanto el análisis del diseño curricular como su implementación en la práctica. Esto implica revisar el plan de estudios como documento normativo —en cuanto a sus fundamentos, perfil de egreso, competencias, estructura, organización de créditos y modalidades de aprendizaje—, así como su concreción en los procesos de enseñanza, evaluación, trayectoria escolar, vinculación y operación institucional.

Para tal efecto, la evaluación del plan de estudios se llevará a cabo mediante un esquema temporal que permita valorar tanto su instrumentación inicial como su impacto formativo. En una primera fase, se realizará una evaluación de seguimiento a los dos años de su implementación, con el objetivo de identificar posibles áreas de ajuste relacionadas con la operación del plan, tales como la coherencia entre el diseño y la práctica, el comportamiento de la trayectoria escolar del estudiantado, la pertinencia de las unidades de aprendizaje, el funcionamiento de las etapas de formación y la disponibilidad de recursos académicos e institucionales.

En una segunda fase, se desarrollará una evaluación interna y externa una vez que se hayan cumplido dos años de egreso de las primeras cohortes formadas bajo el nuevo plan de estudios. Esta evaluación permitirá analizar el impacto del programa en términos del logro del perfil de egreso, la inserción laboral de las personas egresadas, la pertinencia de la formación profesional y la congruencia del currículo con las necesidades del campo disciplinar. Los resultados obtenidos constituirán insumos fundamentales para la actualización o modificación del plan de estudios.

Para el desarrollo de este proceso se emplearán diversas fuentes de información, tales como indicadores institucionales de trayectoria escolar, resultados de evaluación del aprendizaje, evaluación docente, estudios de seguimiento de egresados, opinión de empleadores, así como informes generados por academias y cuerpos colegiados, entre otros. El análisis de esta información se realizará de manera colegiada, con el propósito de garantizar una interpretación integral y fundamentada de los resultados reconociendo que la evaluación del plan de estudios se constituye como un mecanismo estratégico que permite asegurar la calidad y pertinencia de la formación, al tiempo que orienta la toma de decisiones para la mejora continua del programa educativo.

9.2. Evaluación del aprendizaje

De acuerdo con el Estatuto Escolar vigente, la evaluación de los procesos de aprendizaje tiene como propósito que las autoridades universitarias, el personal docente y el estudiantado dispongan de información pertinente para valorar los resultados del proceso educativo y propiciar su mejora continua; que el estudiantado conozca el nivel de aprovechamiento académico alcanzado y, en su caso, obtenga la promoción correspondiente; y evidenciar el desarrollo de las competencias adquiridas durante su formación.

En el marco del presente plan de estudios, la evaluación del aprendizaje se concibe como un proceso integral, continuo, sistemático y formativo, orientado a valorar el desarrollo progresivo de las competencias del perfil de egreso. En este sentido, trasciende la medición de conocimientos teóricos aislados, para centrarse en la capacidad del estudiantado de integrar y aplicar conocimientos, habilidades, actitudes y valores en contextos académicos y profesionales propios de su disciplina.

Bajo el enfoque por competencias, la evaluación se orienta al desempeño del estudiantado en situaciones de aprendizaje significativas, por lo que se sustenta en la generación de evidencias que permitan valorar la aplicación del conocimiento en la resolución de problemas, el análisis de situaciones complejas y la construcción de propuestas pertinentes. En congruencia con ello, cada unidad de aprendizaje establecerá de manera explícita las competencias a desarrollar, los resultados de aprendizaje esperados y los criterios de evaluación, los cuales orientarán tanto las actividades

formativas como las evidencias que se considerarán para valorar el logro de los aprendizajes.

La evaluación del aprendizaje se desarrollará a lo largo del periodo escolar en distintos momentos que permiten acompañar el proceso formativo del estudiantado. En un primer momento, se realizarán evaluaciones diagnósticas que permitan identificar los conocimientos previos y las condiciones de entrada del alumnado; posteriormente, se llevarán a cabo evaluaciones formativas que faciliten la retroalimentación continua, la identificación de áreas de mejora y el fortalecimiento del aprendizaje; y finalmente, se implementarán evaluaciones sumativas que permitan valorar el nivel de logro de las competencias al cierre de las unidades de aprendizaje o de experiencias formativas específicas.

En correspondencia con las metodologías de enseñanza adoptadas en el programa educativo, la evaluación del aprendizaje incorporará estrategias contemporáneas acordes con el enfoque por competencias, tales como la evaluación basada en el desempeño, la evaluación auténtica en situaciones reales o simuladas, la evaluación por proyectos, el análisis de casos, así como el uso de portafolios de evidencias. De igual forma, se promoverá la participación activa del estudiantado en su propio proceso de evaluación mediante ejercicios de autoevaluación y coevaluación, con el propósito de fortalecer su capacidad de reflexión, autorregulación y mejora continua.

Las evidencias de aprendizaje estarán constituidas por productos académicos y profesionales que reflejen el desempeño del estudiantado, tales como proyectos integradores, reportes técnicos, prácticas de laboratorio y campo, análisis de casos, presentaciones orales, propuestas de intervención, entre otros. La selección de estas evidencias será congruente con las competencias a desarrollar y con el nivel de complejidad de cada etapa de formación.

En congruencia con la modalidad del programa educativo, en las unidades de aprendizaje que combinan actividades presenciales y en línea mediante la plataforma Blackboard, la evaluación del aprendizaje se realizará de manera articulada entre ambos entornos formativos y en correspondencia con las estrategias de enseñanza implementadas. En el componente presencial se valorará el desempeño en actividades de aplicación práctica, ejercicios de taller, desarrollo de proyectos y participación en

dinámicas colaborativas, en coherencia con estrategias como el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje basado en proyectos y la clase invertida. En el componente en línea se evaluarán evidencias derivadas de actividades síncronas y asíncronas, tales como foros de discusión guiada, resolución de casos o simulaciones digitales, participación en webinars, desarrollo de proyectos colaborativos digitales y actividades de microaprendizaje. La ponderación de cada componente se definirá en función de la naturaleza de la unidad de aprendizaje y de su distribución horaria, con el propósito de asegurar la correspondencia entre las evidencias evaluadas, las estrategias didácticas y las competencias establecidas. Asimismo, se considerará la implementación de evaluación formativa digital con retroalimentación oportuna que permita dar seguimiento al desempeño académico.

Para las asignaturas que se desarrollan completamente en línea mediante la plataforma Blackboard, la evaluación del aprendizaje se realizará a partir del seguimiento sistemático de las actividades diseñadas en el entorno virtual, en correspondencia con las estrategias de enseñanza propias de la educación en línea. Mismas que incluirán el aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales, la resolución de problemas en entornos simulados, el análisis de casos, la participación en foros de discusión y videoconferencias, así como el uso de recursos multimedia y dinámicas de gamificación. Las evidencias de aprendizaje contemplarán la elaboración de productos digitales, la integración de portafolios electrónicos, la participación argumentada en espacios de interacción, el desarrollo de investigaciones mediante fuentes electrónicas y la práctica reflexiva documentada en blogs o diarios digitales.

Para asegurar la objetividad, transparencia y consistencia en la evaluación, se emplearán instrumentos como rúbricas analíticas, listas de cotejo y guías de evaluación por competencias, los cuales permitirán establecer criterios claros y compartidos entre el personal docente, así como facilitar la retroalimentación al estudiantado.

Asimismo, la evaluación docente institucional se integra como un mecanismo complementario que permite retroalimentar la práctica educativa, identificar áreas de mejora en el proceso de enseñanza y promover la actualización pedagógica del profesorado. En caso de detectarse áreas de rezago en el estudiantado, se podrán implementar estrategias de apoyo académico, tales como cursos de nivelación, asesorías

especializadas o acompañamiento académico, con el propósito de favorecer su permanencia y éxito escolar.

9.3. Evaluación colegiada del aprendizaje

La evaluación colegiada del aprendizaje constituye un mecanismo institucional orientado a garantizar la objetividad, consistencia y calidad en la valoración del logro de las competencias del estudiantado, mediante la participación organizada del profesorado en espacios académicos colegiados. En el contexto del programa educativo, esta evaluación se concibe como un proceso complementario a la evaluación desarrollada en cada unidad de aprendizaje, cuyo propósito es generar información integral sobre el nivel de avance del estudiantado en distintos momentos de su trayectoria formativa, así como identificar fortalezas y áreas de oportunidad en la implementación del plan de estudios.

La evaluación colegiada se implementará a través de diversos instrumentos y mecanismos institucionales, tales como exámenes departamentales, exámenes de trayecto y exámenes de egreso, así como otras estrategias que las academias y cuerpos académicos determinen pertinentes. Estos instrumentos serán diseñados de manera colegiada, con base en criterios de desempeño alineados con las competencias del perfil de egreso y con los contenidos fundamentales de las unidades de aprendizaje.

Los exámenes departamentales permitirán verificar la homogeneidad de los aprendizajes en unidades de aprendizaje específicas, asegurando que los contenidos y competencias se estén abordando de manera consistente entre distintos grupos y docentes. Por su parte, los exámenes de trayecto estarán orientados a valorar el logro de competencias al cierre de una etapa de formación, mientras que los exámenes de egreso permitirán identificar el nivel de dominio de conocimientos y habilidades esenciales para el inicio del ejercicio profesional.

El análisis de los resultados de la evaluación colegiada se realizará en espacios académicos formales, como academias y cuerpos colegiados, lo que permitirá identificar tendencias, detectar áreas críticas del currículo y generar acuerdos orientados a la mejora de los procesos de enseñanza y evaluación.

9.4. Uso de resultados y mejora continua

El sistema de evaluación del programa educativo se articula con un proceso permanente de mejora continua, en el cual los resultados obtenidos en las distintas evaluaciones se utilizan como insumo para la toma de decisiones académicas, curriculares y organizacionales, con el propósito de fortalecer la calidad y pertinencia de la formación.

En este sentido, la evaluación no se limita a la generación de información, sino que implica su análisis, interpretación y uso sistemático en la implementación de acciones de mejora. Para ello, la unidad académica establecerá un proceso estructurado que permita integrar los resultados de la evaluación del plan de estudios, la evaluación del aprendizaje, la evaluación colegiada, la evaluación docente, así como la información derivada del seguimiento de egresados y la opinión de empleadores.

El análisis de esta información se llevará a cabo en espacios colegiados, donde participarán academias, cuerpos académicos, responsables del programa educativo y autoridades académicas, con el fin de identificar tendencias, áreas de oportunidad, problemáticas recurrentes y buenas prácticas. Este análisis permitirá distinguir entre aspectos relacionados con el diseño curricular y aquellos vinculados con la operación del programa, facilitando la definición de acciones pertinentes.

Con base en este proceso, se establecerán acciones de mejora orientadas a fortalecer el plan de estudios, tales como la actualización de contenidos, la revisión de secuencias formativas, el ajuste de estrategias de enseñanza y evaluación, la capacitación docente, el fortalecimiento de los servicios de apoyo al estudiantado y la mejora de recursos e infraestructura.

Estas acciones serán implementadas con base en una planeación que contemple responsables, plazos e indicadores de seguimiento, lo que permitirá dar continuidad a los procesos de mejora y verificar su efectividad. Asimismo, los resultados del seguimiento se incorporarán a nuevos ciclos de evaluación, generando un proceso continuo de retroalimentación.

10. Proceso de validación curricular del plan de estudios

El proceso de validación curricular del presente plan de estudios constituye una etapa fundamental para garantizar su calidad, pertinencia y congruencia con las necesidades del entorno social, profesional y disciplinar, así como con los lineamientos institucionales de la Universidad Autónoma de Baja California. Este proceso permite someter la propuesta curricular a la revisión, análisis y dictamen de distintos órganos colegiados e instancias académicas, con el propósito de asegurar que su diseño, estructura y orientación formativa cumplan con los criterios establecidos para la formación profesional de calidad.

En este sentido, la validación curricular se desarrolla mediante un proceso sistemático y colegiado que integra la participación de actores internos y externos a la universidad, lo que favorece una valoración integral del plan de estudios desde múltiples perspectivas. Este proceso contempla la revisión por pares externos, quienes aportan una visión especializada y actualizada del campo disciplinar; el análisis del Consejo de Vinculación, que permite contrastar la pertinencia del programa con las necesidades del sector social, productivo y profesional; así como la revisión y aprobación por parte del Consejo Técnico de la unidad académica, órgano responsable de garantizar la calidad académica del programa.

De manera complementaria, la propuesta curricular es sometida a revisión de instancias institucionales como la Coordinación General de Formación Profesional, la cual verifica su congruencia con el modelo educativo, los lineamientos curriculares y la normatividad universitaria. En el caso de programas en modalidad semipresencial o a distancia, se incorpora además la validación del Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital, con el fin de asegurar la calidad pedagógica y tecnológica de la propuesta en entornos virtuales.

10.1. Evaluación por pares externos



Universidad Autónoma del Estado de México

F. A. CDC. 22/2026

Toluca, México, a 10 de abril de 2026

Dra. Claudia Rivera Torres

Profesora e investigadora de la Universidad Autónoma de Baja California

PRESENTE

En atención a la propuesta de creación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, presentada por la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma de Baja California y después de realizar el análisis correspondiente de su contenido, estructura curricular y pertinencia académica, me permito comunicar a usted lo siguiente:

Con base en mi experiencia como docente y siendo parte de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación y del Sistema de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior, emito un visto favorable a la mencionada propuesta de Plan de Estudios de nueva creación: Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, en virtud de que responde a las necesidades actuales del entorno profesional, y se encuentra alineado con los objetivos académicos establecidos por la institución correspondiente.

Entre los aspectos valorados positivamente se destacan: demuestra solidez en su fundamentación teórica, metodológica y disciplinar. De igual manera se reconoce el carácter innovador del programa, el cual integra enfoques contemporáneos en diseño centrado en el usuario, la actualización de las unidades de aprendizaje conforme a los avances tecnológicos y metodológicos de la disciplina; así como la coherencia entre los fundamentos teóricos, las competencias prácticas y los criterios de evaluación propuestos.

Atentamente

PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO

2026, Conmemoración del ingreso de la científica y académica Elena Cárdenas Guerrero al Instituto

*Científico y Literario**

M.E.V. Cinthia Sánchez Ramos

Coordinación de Difusión Cultural de la Facultad de Artes

C.c.p. Archivo



Facultad de Artes

Ciudad Universitaria. Cerro de Coatepec, S/N. Toluca, Estado de México | 2 15 9334



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Escuela Superior de Actopan
Campus Actopan

ASUNTO: Opinión Plan de estudios UABC

Dr. Julián Israel Aguilar Duque
Director de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño de la UABC
Presente

Por medio de la presente me permito expresar mi opinión favorable respecto al Plan de estudios Diseño Estratégico de la Comunicación Visual que presenta la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada de la Universidad Autónoma de Baja California.

Considero que dicho Plan de estudios corresponde adecuadamente a las necesidades sociales y cambios laborales que se están presentando en su región y el país. El diseño del Plan con base en el enfoque por competencias y su modalidad semipresencial, así como el currículo y su flexibilidad son aspectos relevantes que permitirán su mejor funcionamiento, además de que las unidades de aprendizaje son pertinentes y acordes a las habilidades requeridas para ejercer la disciplina en la actualidad. Por otro lado, se incluye una justificación social, profesional e institucional adecuada, así como una completa descripción del perfil de ingreso y egreso, así como una amplia y acertada explicación del campo profesional al que se integrarán los egresados.

En este sentido, me permito recomendar la aprobación del Plan de estudios que se presenta ya que cumple con las características necesarias para proceder a su autorización por la autoridades pertinentes.

Agradezco la distinción que me hiciera al confiar la evaluación de la propuesta y manifiesto mi disposición para ampliar información que sobre el respecto me sea requerida. Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente
"Amor, Orden y Progreso"
Actopan Hidalgo a 10 de abril de 2026.

Mtra. Martha Elena Gagna Franco
Área Académica de Diseño Gráfico

Carretera México - Laredo km. 120.5,
Comunidad de Daxthá, Prolongación Abasolo
S/N, Actopan, Hidalgo, México C.P. 42500
Teléfono: 7717172000 Ext. 5400, 5401
esc_sup_actopan@uah.edu.mx

uah.edu.mx





FACULTAD DE ARTES VISUALES

Monterrey, N.L. a 19 de Abril de 2026

DR. JULIÁN ISRAEL AGUILAR DUQUE

Director de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño
Universidad Autónoma de Baja California

Presente.-

Por este medio, me permito informarle que después de una revisión detallada de la propuesta de creación del programa educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual presentada por la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma de Baja California, considero que dicha propuesta resulta óptima y pertinente.

El análisis efectuado permitió constatar que el programa cumple con los criterios académicos, metodológicos y de pertinencia social, además de responder a las necesidades actuales del entorno profesional y educativo. Esto se respalda en los estudios de factibilidad realizados desde diferentes perspectivas. El diseño del plan, basado en competencias y en modalidad semipresencial, que incorpora un programa Técnico Superior Universitario, le otorga un enfoque flexible y brinda mayores oportunidades a los aspirantes para su desarrollo personal y profesional. Asimismo, se observa que la estructura curricular integrada por cada unidad de aprendizaje, favorece la formación integral de los estudiantes en aspectos de comunicación visual, metodologías del diseño, tecnología, gestión, innovación, sustentabilidad y responsabilidad social, entre otros. Esto permite cubrir la demanda del campo laboral actual y se alinea con los objetivos institucionales; además, se complementa con la propuesta de perfil de ingreso y egreso, los cuales resultan pertinentes para el ámbito profesional.

Por lo anterior, emito mi opinión favorable respecto a la creación del programa educativo, recomendando su aprobación para la implementación. Así también agradezco y es para mí un honor haber sido considerada para colaborar en esta relevante labor dentro de su institución. Le reitero un cordial saludo y mi más distinguida consideración.

ATENTAMENTE

DRA. SANDRA GUADALUPE ALTAMIRANO GALVÁN

Profesora Investigadora de Tiempo Completo
Facultad de Artes Visuales
Universidad Autónoma de Nuevo León



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Praga y Trieste 4600, Fracc. Las Torres, Unidad Mederos, Monterrey, Nuevo León, México. C.P. 64930, A.P.2771
Tel. 81 8329 4260 Ext.
www.artesvisuales.uanl.mx

10.2. Opinión técnica del Consejo de Vinculación



FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y DISEÑO CONSEJO DE VINCULACIÓN

ACTA NÚMERO 2 SESIÓN EXTRAORDINARIA 2026

En la ciudad de Ensenada, Baja California, siendo las 17h00 del día 28 de mayo del 2026, se reunieron de manera virtual a través de la plataforma Google Meet los integrantes del Consejo de Vinculación de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma de Baja California, Unidad Ensenada los que suscriben la lista de asistencia anexa, a fin de celebrar la sesión extraordinaria, conforme a la convocatoria previamente expedida en la que se adjuntó el documento de "Atención a comentarios", anexo a la presente acta, en el que se sistematizaron las observaciones emitidas en la Primera Sesión Ordinaria efectuada el 26 de marzo de 2026, relacionadas a los elementos contemplados en la propuesta curricular), y se sujetó a la siguiente

ORDEN DE LA SESIÓN:

Inicio de la Reunión, Dr. Guillermo Amaya Parra.

1. **Bienvenida por el Director, Dr. Julián Israel Aguillar Duque.**
2. **Respuesta a los comentarios del Programa Educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual emitidos por integrantes del Consejo de Vinculación de la Facultad.**
3. **Asuntos Generales.**
4. **Cierre de la sesión.**

EJECUCIÓN DE LA SESIÓN:

Inicio de la Reunión, Dr. Guillermo Amaya Parra.

1. Bienvenida por el Director, Dr. Julián Israel Aguillar Duque

El Dr. Julián Israel Aguillar Duque dio la bienvenida a las personas integrantes del Consejo de Vinculación y al equipo académico responsable de la creación del plan de estudios de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual. Señaló que la sesión tuvo como propósito dar seguimiento a los comentarios registrados en la minuta de la sesión ordinaria del 26 de marzo de 2026.

2. Respuesta a los comentarios del Programa Educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual emitidos por integrantes del Consejo de Vinculación de la Facultad.

- Integrantes del equipo académico responsable de la creación del plan de estudios de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual presentaron de manera sistematizada los siguientes aspectos contemplados en la propuesta curricular:
 - Se abordó el enfoque estratégico y la denominación del programa educativo.
 - Se expusieron las competencias orientadas a la inserción laboral, emprendimiento, liderazgo, gestión profesional, normatividad, propiedad intelectual, administración, finanzas y costos.
 - Se explicó la estrategia progresiva para fortalecer el idioma inglés.
 - Se precisó la opción formativa de Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico y la continuidad hacia la licenciatura.
 - Se explicó la incorporación transversal de tecnologías digitales, inteligencia artificial y tecnologías emergentes.
 - Se presentó la factibilidad de operación con base en infraestructura, equipamiento, software y habilitación gradual de laboratorios.
- Retroalimentación de integrantes del Consejo de Vinculación:



Universidad Autónoma
de Baja California

ARQ. LORENA BARRERA MORENO

M. C. IRMA AMAYA PATRÓN

DR. VÍCTOR RUIZ CORTES

M. C. JOSÉ LUIS JAVIER SÁNCHEZ GONZÁLEZ

LIC. ANETT MARTÍNEZ SANTANA

DRA. ANA ERIKA RUIZ ARELLANO

ING. EDITH ADRIANA MÉNDEZ
MARTÍNEZ

DRA. CLAUDIA RIVERA TORRES

DRA. AMELIA OLIVAS SARABIA

DR. JULIO CÉSAR RINCON MARTÍNEZ

Nota: A continuación, se agrega archivo: PE-LDECV_ "atención-comentarios-CV", como respuesta a los comentarios realizados por los integrantes del CV FIAD y enunciados en la 1er acta de la sesión ordinaria con fecha 26 de marzo 2026.



Facultad de
**Ingeniería,
Arquitectura
y Diseño**

Licenciatura en **Diseño Estratégico de la Comunicación Visual**

Atención a comentarios
Consejo de Vinculación FIAD

Categoría	Descripción sintética	Cita del comentario del Consejo de Vinculación	Sección del plan de estudios que atiende el comentario	Página(s)
Estructura curricular	Claridad en la salida (TSU)	<i>"...atendiendo las eventualidades del estudiante pudiera a partir de los 200 créditos (cr) del PE pudiera ser el TSU (Técnico Superior Universitario) y seguir con sus créditos para concluir la licenciatura..."</i>	6.5. Operación y titulación del TSU En esta sección se detalla la estructura curricular del TSU que contempla como un mecanismo de flexibilidad académica la emisión de un título, a nivel técnico. En este sentido, el Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico se integra como una opción de la licenciatura, permitiendo que el estudiantado, al concluir los primeros cinco periodos y cubrir 194 créditos, pueda obtener el título de TSU. Posteriormente, quienes así lo decidan podrán continuar su trayectoria académica en la licenciatura, acreditando los créditos y requisitos correspondientes hasta obtener el grado de Licenciado.	125-127
Factibilidad de operación	Costos de laboratorios y software	<i>"...laboratorios y software especializado (...) son costosos..."</i>	2.3.1. Factibilidad de operación del nuevo programa educativo <i>Aulas y espacios para la docencia, y su equipamiento</i> <i>Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas y su equipamiento</i> <i>Infraestructura física y equipamiento</i> Si bien los laboratorios y el software especializado representan una inversión significativa, la unidad académica cuenta con infraestructura suficiente y equipamiento	51 54-56 67-73

			actualizado para garantizar la operación inicial del programa educativo. Actualmente dispone de diez laboratorios de cómputo y nueve talleres especializados, con tecnología pertinente y licencias previstas desde el inicio de actividades. Además, la habilitación gradual de laboratorios de Producción Gráfica y Producción Fotográfica responde a una estrategia de fortalecimiento progresivo, alineada con las necesidades formativas y los estándares del entorno profesional. En este sentido, se cuenta con una proyección escalonada de infraestructura en el estudio de factibilidad, alineada con el crecimiento de la matrícula y el uso de recursos existentes.	
Tecnología (IA)	Sustitución de funciones por IA	“...la Inteligencia Artificial viene a suplir algunos programas educativos, ya que se tendrán otros retos, desea conocer de las materias de las IA pudieran o qué perspectiva podrá el egresado competir con un diseñador que domine ello...”	Avances científicos y tecnológicos de la profesión	33-35
			6. Estructura y componentes formativos del plan de estudios	114
		“...la importancia de la IA pero si se requiera de una persona con un buen conocimiento con oportunidad de este manejo.”	6.7. Promoción del uso de la TI e IA para el desarrollo de la profesión La IA se encuentra considerada en el diseño curricular del programa, el cual incorpora de manera transversal y progresiva el uso crítico de tecnologías digitales e inteligencia artificial. A lo largo de las etapas básica, disciplinaria y terminal, el estudiantado desarrolla competencias vinculadas con la experimentación creativa asistida por IA, producción digital, análisis visual y gestión estratégica de proyectos. Más que sustituir al diseñador, el programa busca formar profesionistas capaces de integrar, evaluar y	129-131

			dirigir críticamente estas herramientas en contextos profesionales contemporáneos.	
Tecnología (IA)	Necesidad de integrar IA al currículo	<i>“...sobre el término de la semiótica y donde la IA lo hace siempre sepa cómo solicitarlo en la IA (...)en sitios WEB con explorar más la parte digital ya que todo se mueve por aplicación (sitio WEB)...”</i>	6. Estructura y componentes formativos del plan de estudios	114
			6.7. Promoción del uso de la TI e IA para el desarrollo de la profesión De forma transversal, el enfoque curricular del programa incorpora el estudio de la comunicación visual en entornos digitales y el uso crítico de herramientas de inteligencia artificial. A través de asignaturas vinculadas con semiótica, conceptualización, UX/UI, hipermedios y producción digital, el estudiantado desarrolla competencias para interpretar, construir y gestionar mensajes visuales en plataformas web y aplicaciones digitales. Asimismo, se fomenta la capacidad de interactuar estratégicamente con sistemas de IA mediante procesos de exploración conceptual, curaduría y evaluación crítica de resultados visuales. La incorporación transversal de la IA en el plan de estudios se realiza por medio de las diferentes unidades de aprendizaje en las que se impregnan los procesos de ideación, producción y evaluación de los proyectos.	129-131
Tecnología (IA)	Falta de regulación	<i>“...hay mucho por abarcar en la IA ya que no está regulado, pero será interesante el para qué y para quién se atienda el cliente, donde el área tecnológica es importante el que se hace y será un plus al programa educativo...”</i>	PUA: Metodología de Diseño	239-249
			PUA: Ilustración con Técnicas Digitales Ante el crecimiento acelerado y la limitada regulación actual de las IA, el plan de estudios incorpora de manera transversal la reflexión ética, crítica y responsable sobre el uso de	478-489

			estas tecnologías aplicadas al diseño y la comunicación visual. A través de contenido desglosado en unidades de aprendizaje como Metodología de Diseño e Ilustración con Técnicas Digitales, por ejemplo, el estudiantado analiza las implicaciones legales, creativas y profesionales del uso de estas herramientas, fortaleciendo su capacidad para responder estratégicamente a las necesidades de distintos tipos de usuarios, contextos y sectores productivos.	
Enfoque y denominación del PE	Enfoque estratégico	<i>“...cree que la estrategia es clave en esta carrera sugiera Diseño Digital para dar herramientas no solo locales sino diseño internacional...”</i>	2.2. Fundamentación de la profesión La evolución del diseño hacia entornos digitales, interactivos y globalizados es atendida con la orientación estratégica del programa educativo. Así, la denominación Diseño Estratégico de la Comunicación Visual busca ampliar el alcance tradicional del diseño gráfico, incorporando competencias vinculadas con plataformas digitales, UX/UI, comunicación multimedia, visualización de información y tecnologías emergentes. Esta perspectiva fortalece la formación para contextos internacionales, donde el dominio tecnológico, la gestión estratégica de proyectos y la adaptación a ecosistemas digitales constituyen competencias fundamentales para la competitividad profesional contemporánea.	30-38

Enfoque y denominación del PE	Uso del término diseño gráfico	<i>"...podrían haber puesto solo como diseño gráfico porque se vende el producto y es necesario que hubiese sido más adecuada, es un reto el nombre para explicarlo a los estudiantes interesados..."</i>	2.2. Fundamentación de la profesión La denominación Diseño Estratégico de la Comunicación Visual responde a la evolución contemporánea del campo disciplinar, el cual ha trascendido el enfoque tradicional del diseño gráfico hacia entornos digitales, interactivos, multidisciplinarios y de integración de la gestión de proyectos. El nombre busca reflejar competencias vinculadas con estrategia, comunicación visual, tecnologías emergentes, UX/UI, visualización de información y gestión de proyectos. En este sentido, representa no solo una actualización conceptual, sino también una proyección más amplia y pertinente del ejercicio profesional contemporáneo.	30-38
	Complejidad del término "estratégico"			
Competencia profesional	Necesidad de emprendimiento	<i>"...sería bueno poner algo de emprendedurismo en el sector empresarial."</i>	4.4. Mapa curricular de licenciatura 6.1.3. Etapa terminal 7.2.8. Programa de emprendedores universitarios El tema referente a incorporar elementos de emprendedurismo en el sector empresarial se atiende en la propuesta curricular mediante la integración de competencias orientadas a la gestión, innovación y desarrollo de proyectos profesionales. En particular, el plan de estudios contempla el programa de emprendedores universitarios, cuyo propósito es fortalecer en el estudiantado habilidades de emprendimiento y liderazgo para la creación y consolidación de empresas, a través del análisis del perfil emprendedor,	94
				117 152-153

			formulación de planes de negocio, orientación para apoyo financiero y validación académica de proyectos empresariales. Adicionalmente, el programa incorpora unidades de aprendizaje y experiencias formativas vinculadas con el emprendimiento creativo, modelos de negocio, sostenibilidad y ética empresarial, así como actividades enfocadas en la elaboración y presentación de proyectos de emprendimiento en contextos reales del sector creativo y empresarial. En consecuencia, la propuesta curricular no sólo incorpora contenidos de emprendedurismo, sino que articula una formación orientada al desarrollo de capacidades estratégicas, empresariales y de innovación, alineadas con las necesidades actuales del sector productivo y creativo. En particular, el plan de estudios integra las siguientes unidades de aprendizaje orientadas al emprendedurismo: ● Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual ● Mercadotecnia ● Incubadora de Empresas Creativas ● Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos ● Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual Adicionalmente, se cuenta con la unidad de aprendizaje optativa de Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos.	726-743 810-826 827-844 845-860 861-876 900-920
Competencia profesional	Importancia de portafolio	<i>"...sugiere que para fortalecer la parte de retroalimentación de la</i>	PUA: Portafolios Profesionales	777-789

		<i>Lic. de Ciencias de la Comunicación ya que muchos (...) se fueron a la parte de Diseño, donde en ocasiones no se pide el curriculum sino por el portafolio..."</i>	El comentario se atiende mediante la incorporación de formación específica orientada al fortalecimiento del perfil profesional y los mecanismos de inserción laboral del estudiantado. En particular, el plan de estudios integra la unidad de aprendizaje Portafolios Profesionales, donde se desarrollan competencias para diseñar portafolios estratégicos en formatos digitales e impresos, así como la unidad temática Curriculum Vitae profesional, enfocada en identidad gráfica personal, marca profesional y elaboración de currículum competitivo.	
Estructura curricular	Vínculo con el PE LDG	<i>"...la parte de semipresencial es importante, la parte de que alguna quisiera revalidar tendrá posibilidad de ingreso..."</i>	El proceso de acreditación y equivalencia de estudios es institucional y se realiza a través de la Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (CGSEGE) de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) http://cgsege.uabc.mx/ en la sección Aspirantes a ingresar se localizan las convocatorias vigentes.	N/A
Competencia profesional	Formación de empresarios	<i>"...que quede clara la estrategia de habilidades blandas y las diferencias en otras carreras."</i>	6.8. Promoción de habilidades blandas para el ejercicio de la profesión El comentario se atiende mediante la integración transversal de habilidades blandas dentro del perfil de egreso y competencias profesionales del programa durante las etapas básica, disciplinaria y terminal, en las que se incluye el liderazgo, trabajo colaborativo, pensamiento crítico, comunicación interdisciplinaria, ética, creatividad, innovación y responsabilidad social. Estas competencias se articulan en diversas unidades de aprendizaje y evidencias formativas orientadas	132-136

			a la gestión de proyectos, vinculación con sectores estratégicos y emprendimiento. 2.2. Fundamentación de la profesión El programa educativo se diferencia de otras carreras al integrar un enfoque estratégico orientado al análisis contextual, gestión, evaluación e innovación trascendiendo la forma tradicional centrada únicamente en la producción gráfica. Además, incluye el diseño, experiencia de usuario, gestión de negocios creativos y evaluación del impacto comunicacional, configurando un perfil profesional con enfoque estratégico y multidisciplinario acorde a las demandas actuales del sector.	30-33
Competencia profesional	Incorporación del inglés	<i>“...es fundamental considerar la impartición de clases en inglés propias al programa educativo...”</i>	6.6. Promoción de competencia en el idioma inglés 7.3.3. Lengua extranjera La impartición de clases en inglés dentro del programa educativo se atiende mediante una estrategia curricular progresiva que integra el idioma como parte del proceso formativo disciplinar. En una primera etapa se promueve el desarrollo de habilidades básicas y la apropiación de vocabulario técnico especializado; posteriormente, se incorporan unidades de aprendizaje impartidas en inglés que permiten al estudiantado utilizar el idioma en contextos académicos y profesionales propios del diseño y la comunicación visual. Esta estrategia fortalece el acceso a fuentes especializadas, favorece la	127–128 161

			internacionalización y responde a las demandas contemporáneas del ejercicio profesional en entornos globalizados.	
Competencia profesional	Formación de empresarios	<i>“...necesitamos generar empresarios en mayor cantidad y no solo empleados.”</i>	4.4. Mapa curricular de licenciatura	94
			6.1.3. Etapa terminal	117
			7.2.8. Programa de emprendedores universitarios La necesidad de formar más empresarios y no únicamente profesionales orientados al empleo tradicional se atiende mediante una propuesta curricular que fortalece el desarrollo de competencias en emprendimiento, liderazgo, innovación y gestión estratégica. El plan de estudios incorpora el programa de emprendedores universitarios como un espacio para impulsar capacidades relacionadas con el análisis del perfil emprendedor, la formulación de planes de negocio y la gestión de apoyos para proyectos empresariales. De manera complementaria, se integran experiencias formativas vinculadas con emprendimiento creativo, modelos de negocio y sostenibilidad, permitiendo que el estudiantado desarrolle iniciativas propias y fortalezca competencias para la creación, consolidación y gestión de proyectos innovadores, favoreciendo una formación con visión empresarial y capacidad de inserción en diversos escenarios profesionales. Adicionalmente, la formación integra herramientas para la incubación de empresas creativas, gestión estratégica y administración de negocios, fortaleciendo una	152-153

			visión orientada a la innovación, la consultoría y el emprendimiento profesional sostenible. En particular, el plan de estudios integra las siguientes unidades de aprendizaje orientadas a la generación de empresarios: ● Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual ● Mercadotecnia ● Incubadora de Empresas Creativas ● Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos ● Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual Adicionalmente, se cuenta con la unidad de aprendizaje optativa de Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos.	726-743 810-826 827-844 845-860 861-876 900-920
Competencia profesional	Integración de derecho y contabilidad	<i>“...la importancia de integrar algo de derecho y algo de contabilidad.”</i>	12.1. Anexo 1. Formatos metodológicos Competencia profesional 4: “Gestionar negocios de diseño y comunicación visual” La importancia de integrar contenidos relacionados con derecho y contabilidad se atiende en el plan de estudios mediante la incorporación de conocimientos de normatividad, administración y gestión financiera aplicados al campo del diseño y la comunicación visual. La propuesta reconoce que el ejercicio profesional contemporáneo requiere comprender aspectos legales, organizacionales y económicos para asegurar la viabilidad y sostenibilidad de proyectos y emprendimientos. En este sentido, el estudiantado desarrolla competencias	215–230

			vinculadas con propiedad intelectual, normatividad profesional, procesos administrativos y evaluación financiera, fortaleciendo la capacidad para gestionar proyectos propios y tomar decisiones estratégicas en contextos reales y multidisciplinarios. En particular, el plan de estudios integra la unidad de aprendizaje de Incubadora de Empresas Creativas, donde se desarrollan modelos de negocios a través de la investigación documental, diseño de la identidad corporativa, análisis financiero y determinación de costos, para la creación de empresas creativas, con creatividad, actitud innovadora y liderazgo.	827-844
Competencia profesional	Contratos y costos	<i>"...la importancia de manejo de contratos y costos para que los alumnos puedan sobrevivir afuera, a su egreso."</i>	12.1. Anexo 1. Formatos metodológicos Competencia profesional 4: "Gestionar negocios de diseño y comunicación visual" La importancia del manejo de contratos y costos para fortalecer la inserción profesional del estudiantado se aborda mediante contenidos orientados a la administración, normatividad y gestión financiera aplicada al diseño y la comunicación visual. El programa reconoce que el ejercicio profesional requiere competencias que permitan estimar costos, evaluar viabilidad económica, administrar recursos y comprender aspectos normativos que regulan la prestación de servicios y proyectos creativos. Asimismo, se busca que las y los egresados cuenten con herramientas para desenvolverse tanto en empleo formal	215–230

			como en trabajo independiente o emprendimientos propios, fortaleciendo capacidades para negociar, gestionar proyectos y sostener iniciativas profesionales viables y sostenibles. En particular, el plan de estudios integra la unidad de aprendizaje de Incubadora de Empresas Creativas, donde se desarrollan modelos de negocios a través de la investigación documental, diseño de la identidad corporativa, análisis financiero y determinación de costos, para la creación de empresas creativas, con creatividad, actitud innovadora y liderazgo.	827-844
--	--	--	--	---------

10.3. Aprobación del Consejo Técnico

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y DISEÑO CONSEJO TÉCNICO

SESIÓN ORDINARIA

En la ciudad de Ensenada, Baja California, siendo las **13:00 horas del día jueves 26 de marzo de 2026**, se reunieron en la sala Audiovisual del edificio E-33 los integrantes del Consejo Técnico de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, que suscriben la lista de asistencia anexa, a fin de celebrar sesión ordinaria, conforme a la convocatoria previamente expedida por el Presidente del mismo Consejo, que, previa declaración de existencia de quórum y aprobación por los asistentes, se sujetará al siguiente

ORDEN DEL DÍA:

1. Lista de asistencia y declaración de quórum legal.
2. Lectura y aprobación del orden del día.
3. Someter a consideración del H. Consejo Técnico la apertura del claustro para ingreso del personal de sorteos.
4. Presentación del uso de los recursos de sorteos asignados a la Unidad Académica.
5. Someter a consideración del H. Consejo Técnico la apertura del claustro para ingreso del personal académico encargado de diseño y desarrollo del Programa Educativo de Licenciado en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.
6. Análisis y en su caso aprobación de la propuesta del Programa Educativo de Licenciado en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.
7. Asuntos Generales.
8. Clausura de la sesión.

EJECUCIÓN DEL ORDEN DEL DÍA:

1. El presidente hace constar la presencia de 12 consejeros, de un total de 12 consejeros propietarios, con lo cual, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 164 del Estatuto General de la UABC, el presidente declara que **existe quórum legal**.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y DISEÑO
CONSEJO TÉCNICO

2. Se aprueba el orden del día por **unanimidad**.

3. Se somete a votación la autorización del ingreso a la sala del personal de sorteos, siendo el resultado de la votación 12 a favor, 0 en contra, sin abstenciones, por lo tanto, se aprueba por **unanimidad** el acceso a la sala del personal de sorteos.

4. Presentación del uso de los recursos de sorteos asignados a la Unidad Académica.

- Se adjunta a esta minuta la relación de compras realizadas con recursos obtenidos por la venta de boletos, cabe mencionar que dicha información fue presentada a los consejeros técnicos por el Director de la FIAD.
- Se evaluó la pertinencia de realizar un video informativo para presentar de manera masiva cómo se ha utilizado el recurso proveniente de sorteos, buscando concientizar e incentivar la venta de boletos en el estudiantado y en el personal académico.
- Se capacitará a los promotores de sorteos, buscando estrategias de colocación de boletos de manera más amigable.
- Una vez terminada la presentación y aclaradas las dudas, se solicitó amablemente al personal de sorteos desalojar la sala para continuar con la sesión del Consejo Técnico.

5. Se somete a votación la autorización del ingreso a la sala del personal académico encargado de diseño y desarrollo del Programa Educativo (PE) de Licenciado en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual (LDECV), siendo el resultado de la votación 12 a favor, 0 en contra, sin abstenciones, por lo tanto, se aprueba por **unanimidad** el acceso a la sala del personal académico encargado de diseño y desarrollo del PE de LDECV.

- La propuesta fue presentada por la Dra. Ana Erika Ruíz Arellano.
- Se despejaron las siguientes dudas expresadas por los consejeros técnicos:
 - ✓ Se impartirá en la UA, será una carrera enfocada a la disciplina por lo que no se tendrá tronco común, y los interesados en Diseño Gráfico podrán hacer el tronco común en la FIAD y deberán terminar en otras Unidades Académicas de la UABC que la oferten.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y DISEÑO
CONSEJO TÉCNICO

- ✓ Con respecto al nombre del PE, se optó por diferenciarlo de Diseño Gráfico por la introducción de nuevas tecnologías y por considerar que "Diseño estratégico de la comunicación visual" es un concepto más amplio.
- ✓ El reto será cambiar la idea preconcebida de considerar al nuevo PE como Diseño Gráfico.
- ✓ Las certificaciones a las que pueden acceder los egresados del PE serán avaladas por la UA, sin costo adicional para el estudiante y las materias optativas del PE son los cursos de la certificación.
- ✓ El Programa Educativo ofrece la posibilidad de obtener el título de Técnico Superior Universitario (TSU) en Diseño Gráfico al concluir el quinto semestre, equivalente a 194 créditos del plan de estudios
- ✓ El costo del pago de la matrícula al PE queda se revisará una vez que se apruebe la propuesta por el Consejo Universitario.
- ✓ El PE promueve la multidisciplina, por ejemplo, mediante la colaboración con el Programa Educativo de Ingeniería de Software.
- ✓ La seriación de las Unidades de Aprendizaje (UA) es la necesaria por el conocimiento requerido para el avance.
- ✓ Las nuevas tecnologías ya se encuentran integradas como componentes dentro de las UA del Plan de Estudios.
- ✓ Las certificaciones que se oferten en el PE de LDECV las podrán cursar y obtener estudiantes de otros PE de la FIAD.
- ✓ La acreditación del idioma inglés se obtendrá al cursar 4 cursos disciplinarios en este idioma. Adicionalmente, se busca promover la internacionalización del PE con los cursos en inglés.
- ✓ La afectación en el uso de la infraestructura disponible en la FIAD se busca minimizar ofertando los cursos presenciales los viernes por la tarde y los sábados por la mañana.
- ✓ Se tiene contemplado el ingreso de 36 estudiantes por semestre.
- ✓ Aún no se han considerado estrategias específicas para prevenir la deserción, sin embargo, se buscará mitigarla mediante la figura de TSU.
- ✓ Los profesores que impartirán las clases virtuales asincrónicas cuentan con los cursos y la infraestructura necesaria para hacerlo, así como el acompañamiento del CIAD.
- ✓ El porcentaje de materias virtuales ya se encuentran definidas en el Plan de Estudios. Hay un equilibrio entre las clases presenciales, virtuales y mixtas.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y DISEÑO
CONSEJO TÉCNICO

- ✓ La creación de nuevos PE tiene un apoyo inicial para empezar a operar, con lo cual se busca no afectar el presupuesto destinado a otros PE de la Facultad.
- ✓ El plan de contrataciones de Profesores de Tiempo completo (PTC) y Técnicos Académicos de Tiempo Completo (TATC) ya se tiene estructurado. Adicionalmente, se tienen identificados profesores que cumplen con la formación mínima para impartir los cursos.
- ✓ La comunicación visual está concentrada en la etapa básica y disciplinaria y, en la etapa terminal se encuentra implícita y aplicada en las otras áreas de énfasis (Tecnología y Gestión).
- ✓ Las Unidades de Aprendizaje que demanden infraestructura especializada, serán presenciales para que los estudiantes no tengan que invertir mucho recurso en adquirirla.
- ✓ En la comunicación visual se consideran las materias de producción audiovisual.
- ✓ Las LGAC estarán orientadas al programa de posgrado *Maestría y Doctorado en Arquitectura, Urbanismo y Diseño (MYDAUD)*.

6. Se somete a votación la creación del Programa Educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual. El resultado fue de 12 votos a favor, 0 en contra y 0 abstenciones; en consecuencia, el programa queda aprobado por **unanimidad**.

Se hace constar que la consejera propietaria, Dra. Ana Erika Ruiz Arellano, se retiró de la sesión antes de la votación. En su lugar, participó y emitió voto la consejera suplente, Mtra. Lourdes Estela Sánchez Moreno. Concluida la votación, la Dra. Ruiz Arellano se reincorporó a la sesión.

7. En asuntos generales, se tocaron los siguientes temas:

- Se manifestó que el tronco común del PE de Arquitecto es extenuante y debe revisarse, además no se tiene ubicadas la totalidad de los Programas de Unidades Aprendizaje (PUAs) del PE mencionado. El Director de la FIAD comentó que en la modificación del Plan de Estudios de Arquitecto se revisará la situación y con respecto a la localización de las PUAs se compartirá el Documento completo del Plan de Estudios, el cual se encuentra en la página de Consejo Universitario.
- Hay quejas sobre la comida descompuesta en la cafetería y la falta de atención en los reembolsos por falta de ingredientes en los platillos. Para atender este punto el Director de la FIAD informó que se debe informar al Administrador para que haga llegar la queja a Tesorería para que atienda estos problemas, ya que ésta no depende de la Facultad.

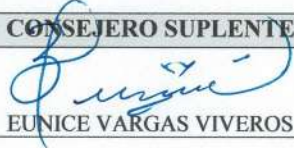
Acta Sesión Ordinaria del Consejo Técnico de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño (marzo 25, 2026) Página 4 de 6

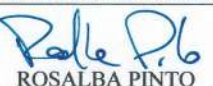
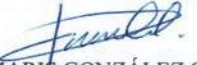
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y DISEÑO CONSEJO TÉCNICO

- Por otro lado, se planteó la necesidad de contar con acceso a un repositorio de actas de sesiones del Consejo para su consulta. Al respecto, el Director de la FIAD señaló que se gestionará un espacio dentro de la página de la Facultad para alojar las actas del Consejo Técnico en formato digital y ponerlas a disposición de la comunidad.

8. Siendo las 16:40 horas se declara clausurada la sesión.

PRESIDENTE	CONSEJERO SUPLENTE
 JULIAN ISRAEL AGUILAR DUQUE	 EUNICE VARGAS VIVEROS

CONSEJERO PROPIETARIO	CONSEJERO SUPLENTE
 YOLANDA ANGÉLICA BAEZ LÓPEZ	 AURORA EISENIA RAZO TOLEDO
 MANUEL ANTONIO BARRAZA GUERRERO	 BONIFACIO ALEJANDRO CAN UC
 HUGO ALEJANDRO BORBÓN NÚÑEZ	 EDGAR RENE ORTIZ MORENO
 ROSALBA PINTO	 JUANA BERENICE MONTES FRAUSTO
 ANA ERIKA RUIZ ARELLANO	 LOURDES ESTELA SÁNCHEZ MORENO
 HÉCTOR ZAFARAIN ACEVES	 CLELIA MACÍAS RODRÍGUEZ
 ZAID ARTEAGA VALLE	 LARRY OCEGUERA FERNÁNDEZ
 DAMARIS GONZÁLEZ GIL	 EDGAR ANTONIO ACOSTA DRAGUSTINOVIS
 PRISCILA ABIGAIL MARTÍNEZ GALINDO	 ADRIÁN FIGUEROA MEZA

Acta Sesión Ordinaria del Consejo Técnico de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño (marzo 25, 2026) Página 5 de 6

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y DISEÑO CONSEJO TÉCNICO

 BRAYAN ROJAS MARISCAL	 JOSUE SANCHEZ TAPIA
 TANIA CELESTE BARRAGÁN LANDEROS	 IVANNA ZEPEDA PEÑA
 GAHEL ALEJANDRO AGUAS LOYA	 DENZEL ITHAI CARLOS VALENZUELA





Ara de la Cruz






Denzel Carlos

10.4. Validación por la Coordinación General de Formación Profesional



"2026, Año de la Educación para la Construcción de la Paz"

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Oficio núm. 129/2026-1

Asunto: Validación de Programa Educativo

DR. JULIÁN ISRAEL AGUILAR DUQUE

Director de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño
Ensenada, B.C.

Presente. -

En atención a la solicitud para la creación del Programa Educativo de **Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual**, y derivado de la revisión técnica realizada por esta Coordinación General a mi cargo, me permito comunicarle lo siguiente:

Una vez analizada la propuesta y habiéndose verificado el cumplimiento de los requisitos académicos y curriculares, así como la pertinencia del plan de estudios propuesto, esta **Coordinación General de Formación Profesional otorga la VALIDACIÓN** al citado programa.

Lo anterior, en cumplimiento de lo instruido por la Secretaría General mediante el oficio circular **OF.CIR. 692-2026**, relativo a la integración del orden del día de la segunda sesión ordinaria del H. Consejo Universitario del presente año.

Se le recuerda que, para la integración del expediente definitivo que deberá remitirse a la Secretaría General a más tardar el **24 de abril**, es necesario adjuntar a este oficio la totalidad de la documentación probatoria, incluyendo el Acta de Consejo Técnico de su unidad académica y la propuesta curricular completa.

Sin más por el momento, agradezco su compromiso con la excelencia académica de la Facultad a su digno cargo y aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

Mexicali, Baja California, a 24 de abril de 2026

"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL SER"

COORDINADORA GENERAL

DRA. YESSICA ESPINOSA DÍAZ

Universidad Autónoma
de Baja California

24 de abril de 2026

Coordinación General
de Formación Profesional

DESPACHADO



Universidad Autónoma
de Baja California

RECTORÍA
COORDINACIÓN GENERAL
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

C.c.p. Dr. Luis Enrique Palafox Maestro. Rector de la UABC.
C.c.p. M.I. Edith Montiel Ayala. Secretaria General.
C.c.p. Minutario
YED/liliana

10.5. Validación técnica por el Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital



"2026. Año de la Educación para la Construcción de la Paz"

CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA EL APRENDIZAJE DIGITAL

Oficio núm. 096/2026-1

DR. JULIAN ISRAEL AGUILAR DUQUE
DIRECTOR DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA,
ARQUITECTURA Y DISEÑO
P R E S E N T E.-



En atención al Oficio No. 316/2026-1, por medio del presente nos permitimos extender la validación a la propuesta del Programa Educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Lo anterior se emite una vez que, habiendo recibido la propuesta por parte de su Unidad Académica, se llevó a cabo su análisis y discusión colegiada, en la que se valoraron los siguientes aspectos:

- La viabilidad y estrategia de operación del programa educativo en la modalidad semipresencial.
- La participación que este Centro tendrá en la implementación del programa.

En virtud de lo anterior, se emite la presente validación con el compromiso de colaboración para las etapas subsecuentes del proceso.

Aprovechamos este espacio para reconocer y felicitar al equipo responsable del diseño y desarrollo de esta propuesta educativa.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE
Mexicali, B.C., a 22 de abril de 2026
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL SER"
COORDINADOR GENERAL

DR. JOSÉ EDUARDO PEREZCHICA VEGA



C.c.p. Interesado
C.c.p. Archivo.
JEPV/

11. Referencias

- Afrouz, R. & Crisp, B. R. (2021). Online Education in Social Work, Effectiveness, Benefits, and Challenges: A Scoping Review. *Australian Social Work*, 74(1), 55–67. <https://doi.org/10.1080/0312407X.2020.1808030>
- Altamirano-Pazmiño, M. R., y Naranjo-Armijo, F. G. (2022). *Educación en línea: Evolución, beneficios y expectativas*. 7(6), 542–555. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i6.4088>
- American Institute of Graphic Arts [AIGA] (2018). *Design futures trends*. <https://www.aiga.org/resources/design-futures-research>
- American Institute of Graphic Arts [AIGA]. (2021). *AIGA Design POV: Learnings by the numbers*. <https://www.aiga.org/aiga-design-pov-by-the-numbers>
- American Institute of Graphic Arts [AIGA] (2025). *AIGA Design 2025: Summary Document*. <https://educators.aiga.org/aiga-designer-2025>
- Bonsiepe, G. (1999). *Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño*. Ediciones Infinito.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21. <https://doi.org/10.2307/1511637>
- Buitrago López, Y. C., Morales-Holguín, A., & Muñoz Joven, L. A. (2023). Transformación curricular del diseño gráfico en la educación superior: Enfoques interdisciplinarios y complejos. Una revisión científica. *CONTEXTO. Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León*, 17(26), 126–140. <https://doi.org/10.29105/contexto17.26-385>
- Bürdek, B. E., (2002). *Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial* (3ª ed.). Gustavo Gili
- Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño [COMAPROD]. (2022). *Guía para la evaluación con fines de acreditación de programas de diseño*. <https://e4e48d74-6b18-4fb5-a5f6->

12741ba4b69f.filesusr.com/ugd/0e68d8_182d0db8c1d04738bb9e6e283d5c3b09.pdf

Costa, T. (2015). Los procesos creativos en el diseño colaborativo (1ª parte). Diseño participativo. *Journal of Design Processes*, 1(1), 89–101.

<https://diposit.eina.cat/handle/20.500.12082/704?show=full>

Davis, M. (2020). *Introduction to Design Futures*. En *AIGA Design Futures*. AIGA.

<https://www.aiga.org/aiga-design-futures/introduction-to-design-futures/>

Davis, M. & Littlejohn, D. (2018). *Accountability for Anticipating Design Outcomes*. *Design futures trend*. American Institute of Graphic Arts [AIGA].

<https://www.aiga.org/sites/default/files/2023-09/Accountability-for-Anticipating-Design-Outcomes-FIXED.pdf>

Droste, M. (2002). Bauhaus 1919- 1933. Taschen

Escuela Superior de Diseño de Barcelona (2019). *El avance de las impresoras 3D y su uso en el mundo del diseño*.

<https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertosdiseno/el-avance-de-las-impresoras-3d-y-su-uso-en-el-mundo-del-diseno>

Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño (FIAD). (2024). *Plan de Desarrollo 2023-2027*. Universidad Autónoma de Baja California.

Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño (FIAD). (2025). *Informe de Actividades 2023-202*. Universidad Autónoma de Baja California.

Foro Económico Mundial. (2019). *Jobs of tomorrow mapping opportunity in the new economy*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Jobs_of_Tomorrow_2020.pdf

Gula, J.; Maznichenko, O.; Kutsenko, A.; Osadcha, A. & Kravchenko, N. (2023). Transformaciones digitales en la enseñanza del diseño gráfico. *Journal of Curriculum and Teaching* 12(2). <https://doi.org/10.5430/jct.v12n2p154>

Hue-Dung, D. T. (2020). The Advantages and Disadvantages of Virtual Learning [Las ventajas y desventajas del aprendizaje virtual]. *IOSR Journal of Research &*

- Method in Education (IOSR-JRME)*, 10(3), 45–48. <https://doi.org/10.9790/7388-1003054548>
- Hwang, S., & Wu, J. (2025). Graphic design education in the era of text-to-image generation: Transitioning to new creative practices. *International Journal of Art & Design Education* 44(3), 239–253. <https://doi.org/10.1111/jade.12558>
- International Council of Graphic Design Associations [ICOGRADA]. (2011). *Icograda design education manifesto 2011*. https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/Icograda%20Documents/IcogradaEducationManifesto_2011.pdf
- Infolio. (2016). *Publicación sobre arte, diseño y educación*. 07. <https://www.infolio.es/07infolio/ulm/ulm.htm>
- Instituto de Investigación en Diseño (2026). 130 Recomendaciones para el Futuro del Diseño en América Latina. Cuaderno 292. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (N.º 292). I Simposio Internacional Agenda del Diseño 2026-2030, 29(292). Universidad de Palermo. <https://www.palermo.edu/dyc/130recomendaciones/130Recomendaciones.pdf>
- International Council of Design [icoD], (15 de diciembre de 2014). *Icograda announces name change to ico-D: Capital D for Design*. <https://www.theicod.org/resources/news-archive/icograda-announces-name-change-to-ico-d>
- Laing, J. (1984). *Haga usted mismo su diseño gráfico*. Swallow.
- Ley General de Educación Superior [LGE]. (20 de abril de 2021). Diario Oficial de la Federación. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGES_200421.pdf
- Londoño-Muñoz, C., & Meza-Rivera, B. (2023). Perfil laboral del diseñador gráfico de hoy: Un estado de la cuestión. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (188), 33–42. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi188.9269>
- Martin-Iglesias, R. (2011). *Hacia un nuevo paradigma de diseño colaborativo*. *Presentado en el XV Congreso de la Sociedad Iberoamericana de Gráfica Digital*.

Santa Fé, Argentina.

http://papers.cumincad.org/data/works/att/sigradi2011_245.content.pdf

Medina Zavala, C., Rodríguez Valenzuela, P., Alcaraz Flores, M. P., & Castillo Cárdenas, J. E. (2024). Prospectiva del diseño gráfico en la zona fronteriza de Baja California. En V. L. Delgado Cantú & M. P. Alcaraz Flores (Eds.), *Diseño gráfico en la frontera norte de México* (pp. 81–100). Universidad Autónoma de Nuevo León / Universidad Autónoma de Baja California.

Meggs, P. (2000). *Historia del Diseño Gráfico*. McGraw-Hill.

Morales Holguín, A., & González Bello, E. (2021). Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: entre la teoría y la práctica. *Educación*, 30(58), 228–249.

Organization for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2023). *OECD Skills Outlook 2023: Skills for a Resilient Green and Digital Transition*.
https://www.oecd.org/en/publications/oecd-skills-outlook-2023_27452f29-en.html

Organización de las Naciones Unidas para la Educación [UNESCO]. (2022). *Repensar las políticas para la creatividad: Plantear la cultura como un bien público global*.
<https://evemuseografia.com/wp-content/uploads/2022/07/380479spa-1.pdf>

Pektaş, Ş. T., & Gürel, M. Ö. (2014). Blended learning in design education: An analysis of students' experiences within the disciplinary differences framework. *Australasian Journal of Educational Technology*, 30(1), 31–44.
<https://doi.org/10.14742/ajet.372>

Pelta, R. (2013). Ver para creer. Diseño, ilustración y sostenibilidad. *Eme Magazine*.
<https://polipapers.upv.es/index.php/eme/article/view/1480/1536>

Ramli, H.; Ibrahim, N.; Prasetyaningrum, P. T.; Saedon, M. A. M. (2024). Graphic Design and Education: A Systematic Review on The Evolution, Diverse Aspects, Innovations in Teaching Methods, and Interconnected Changes in Design. *Journal of ICT in Education* 11(2). <https://doi.org/10.37134/jictie.vol11.2.4.2024>

- Satué, E. (2004). El Diseño Gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días. Alianza Editorial.
- Sierra Varón, C. A. (2013). La educación virtual como favorecedora del aprendizaje autónomo. *Panorama*, 5(9). <https://doi.org/10.15765/pnrm.v5i9.37>
- Tan, L., & Gavin, T. (2010). Creativity and design thinking in graphic design education. *Design Studies*.
- Tiburcio, C. (2017). Cuestiones de hecho y cuestiones de procedimiento. En A. Tapia (Coord), ¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces (154-159). Ars Optika Editores
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC], (23 de noviembre de 2010). Dictamen del Consejo Universitario sobre cambio de denominación de la Facultad de Ingeniería Ensenada. UABC. https://sriagral.uabc.mx/secretaria_general/consejo/201011/04.pdf
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC], (2021). Licenciado en Diseño Gráfico. Propuesta de modificación del plan de estudios que presenta la Facultad de Arquitectura y Diseño, Mexicali, y la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología, Valle de Las Palmas. Universidad Autónoma de Baja California. http://sriagral.uabc.mx/Secretaria_General/consejo/202110/31.pdf
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC], (2020). Estudio de preferencias vocacionales y demanda de carreras profesionales de los estudiantes de Educación Media Superior de Baja California. Universidad Autónoma de Baja California.
- Universidad de Palermo (2025). 130 recomendaciones para el futuro del diseño en América Latina. I Simposio Internacional: Agenda del Diseño 2026-2030. Universidad de Palermo. ISBN 978-950-9887-82-4.
- Valdovinos-Rodríguez, S. E., & Rogel-Villalba, E. (2020). El diseño gráfico en la industria: competencias para la nueva realidad después del COVID-19. *Revista*

Legado de Arquitectura y Diseño, 15(28), 1–14.

<https://www.redalyc.org/journal/4779/477963932005/477963932005.pdf>

Villaseñor Zúñiga, M. L., & Posadas Miranda García, I. (2019). Competencias profesionales del diseñador gráfico en el siglo XXI. En *Memorias del 6.º Foro de Diseño 2019: La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional* (pp. 341–354). Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño (COMAPROD); Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico (Encuadre); Asociación Mexicana de Instituciones y Escuelas de Diseño Industrial (DI-Integra).
https://www.comaprod.com/files/ugd/b48b15_d9c2717db29e45af93e8cfe1483c5793.p

Universidad Autónoma de Baja California [UABC] y Sindicato de Profesores Superación Universitaria [SPSU]. (2024). Contrato colectivo de trabajo 2024–2025.
https://sriagral.uabc.mx/Externos/AbogadoGeneral/Tabuladores/2024/SPSU/ContratoColectivo_SPSU.pdf

12. Anexos

12.1. Anexo 1. Formatos metodológicos



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Anexo 1. Formatos metodológicos para la modificación del plan de estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual Estratégica

FORMATO 1. PROBLEMÁTICAS Y COMPETENCIAS PROFESIONALES		
Problemáticas	Competencia profesional	Ámbitos
La escasa interpretación de los referentes históricos, teóricos y contemporáneos del diseño gráfico limita la capacidad del diseñador para fundamentar las decisiones conceptuales y comunicacionales que le demanda el ejercicio profesional.	1. Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.	Esta competencia impacta en el desempeño del diseñador en contextos regionales, nacionales e internacionales, donde se requiere congruencia discursiva, pertinencia cultural y sustento conceptual en la producción de mensajes visuales.
La falta de integración adecuada de fundamentos y métodos de diseño en el desarrollo de proyectos limita la capacidad del diseñador para desarrollar soluciones visuales con valor simbólico, estético y funcional.	2. Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.	Esta competencia impacta en los diferentes contextos geográficos, así como en los sectores público, productivo y social, donde se demandan proyectos con rigor metodológico para garantizar la pertinencia en los procesos de comunicación visual.
La falta de dominio e integración de tecnologías de vanguardia y herramientas de producción de comunicación visual limita la competitividad del diseñador para desarrollar estrategias integrales que atiendan las necesidades de distintos sectores.	3. Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual - análogas, digitales y multimedia- para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.	Esta competencia impacta en los distintos contextos geográficos y en los sectores público, productivo y social, donde se requieren soluciones multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario.
La falta de conocimientos y habilidades para gestionar negocios de diseño y comunicación visual limita la competitividad del diseñador para posicionar, promover y consolidar servicios o proyectos en escenarios de alta dinámica y transformación.	4. Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.	Esta competencia impacta en los distintos contextos geográficos y en los sectores público, productivo y social, donde se requieren modelos de gestión sostenibles que atiendan las necesidades de los usuarios de manera eficiente y ética.

FORMATO 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE INTEGRAN CADA COMPETENCIA PROFESIONAL	
Competencia profesional	Competencias específicas
1. Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.	1.1. Identificar los principales movimientos, estilos y tendencias del diseño y la comunicación visual mediante el análisis histórico, cultural y tecnológico para contextualizar los mensajes y narrativas visuales, con pensamiento crítico e interculturalidad. 1.2. Interpretar lenguajes, códigos y sistemas de significación visual desde perspectivas semióticas, socioculturales y comunicativas para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales, con creatividad y excelencia. 1.3. Contextualizar la producción visual contemporánea para reconocer su impacto sociocultural, simbólico y comunicativo a través del análisis de los lenguajes, códigos y sistemas de significación visual, con pensamiento crítico e interculturalidad. 1.4. Desarrollar mensajes y narrativas visuales adecuados a distintos medios (impresos, digitales, audiovisuales y emergentes) con coherencia conceptual y estética que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas, con pensamiento crítico, innovación y ética.
2. Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.	2.1. Identificar necesidades de comunicación en sectores sociales, culturales y productivos, mediante investigación contextual y análisis de usuarios para atender y resolver sus necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión y comercialización, con ética y responsabilidad social. 2.2. Producir soluciones visuales pertinentes mediante la utilización de herramientas tecnológicas de diseño para integrarlas a proyectos de diseño y comunicación visual, con creatividad y vanguardia. 2.3. Diseñar proyectos de diseño y comunicación visual mediante la aplicación de métodos de diseño para atender necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, con ética y responsabilidad social.
3. Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual - análogas, digitales y multimedia- para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.	3.1. Comunicar narrativas transmedia para múltiples plataformas mediante la aplicación de herramientas análogas, digitales y multimedia para adaptarlas a las necesidades de proyectos de diseño y comunicación visual, con equidad social y de género. 3.2. Producir contenidos gráficos y multimedia mediante la aplicación de tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual para incorporarlas a proyectos de comunicación visual distribuidos en ecosistemas multiplataforma y que atiendan los principios de la UX, UI y accesibilidad digital, con empatía, innovación y ética. 3.3. Evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma a partir de su rendimiento y funcionalidad para caracterizar la experiencia del usuario, con honestidad, objetividad y empatía.
4. Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.	4.1 Desarrollar modelos de negocio en el ámbito del diseño y la comunicación visual a través de modelos de gestión y estrategias de comunicación para garantizar que los proyectos respondan a las necesidades de los diversos sectores, con creatividad, innovación y excelencia. 4.2 Implementar propuestas de valor y argumentar ofertas de diseño del modelo de negocio mediante proyectos viables y factibles por medio de recursos estratégicos de comunicación, marketing y posicionamiento para la promoción de servicios y proyectos visuales, con creatividad, ética y responsabilidad social y medioambiental. 4.3 Administrar proyectos de diseño y comunicación visual a partir de la planificación, organización, dirección y control de procesos y herramientas de gestión con el fin de fomentar la colaboración y la comunicación interdisciplinaria de los equipos de trabajo que garanticen el éxito del emprendimiento, con liderazgo, ética y excelencia. 4.4 Evaluar la pertinencia, el impacto y la efectividad del negocio de diseño y comunicación visual mediante el cumplimiento de indicadores y la experiencia de usuario, para implementar acciones de mejora o permanencia a partir de un

	marco actualizado de tendencias, requerimientos y comunicación con los diversos sectores, con innovación y responsabilidad social.
--	--

FORMATO 3. ESTABLECIMIENTO DE LAS EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

Competencia profesional 1: Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
1.1. Identificar los principales movimientos, estilos y tendencias del diseño y la comunicación visual mediante el análisis histórico, cultural y tecnológico para contextualizar los mensajes y narrativas visuales, con pensamiento crítico e interculturalidad.	(1) Presentación oral de un análisis crítico sobre el estudio histórico, cultural y tecnológico, que exponga diversos referentes del diseño y su influencia en la construcción de significados visuales. (2) Instrumento de evaluación que mida la identificación de movimientos, estilos y tendencias del diseño, mediante el análisis de casos o planteamientos contextualizados.
1.2. Interpretar lenguajes, códigos y sistemas de significación visual desde perspectivas semióticas, socioculturales y comunicativas para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales, con creatividad y excelencia.	(1) Portafolio digital de obras gráficas que integre mensajes y narrativas visuales, mediante la interpretación de lenguajes, códigos y sistemas de significación analizados desde perspectivas semióticas, socioculturales y comunicativas.
1.3. Contextualizar la producción visual contemporánea para reconocer su impacto sociocultural, simbólico y comunicativo a través del análisis de los lenguajes, códigos y sistemas de significación visual, con pensamiento crítico e interculturalidad.	(1) Video Exposición oral que documente la influencia de las piezas visuales contemporáneas en diferentes contextos socioculturales, utilizando marcos de interculturalidad y el pensamiento crítico.
1.4. Desarrollar mensajes y narrativas visuales adecuados a distintos medios (impresos, digitales, audiovisuales y emergentes) con coherencia conceptual y estética que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas, con pensamiento crítico, innovación y ética.	(1) Narrativa audiovisual del proceso de diseño en la que se explique la toma de decisiones conceptuales y visuales, desde el pensamiento crítico y criterios de adecuación mediática, al adaptar un mensaje a diferentes plataformas.

Competencia profesional 2: Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
2.1. Identificar necesidades de comunicación en sectores sociales, culturales y productivos, mediante investigación contextual y análisis de usuarios para atender y resolver sus necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión y comercialización, con ética y responsabilidad social.	(1) Informe diagnóstico que integre el análisis contextual, mapeo de usuarios y hallazgos derivados de investigación cualitativa y cuantitativa mediante entrevistas, encuestas, observación etnográfica y <i>benchmarking</i> sectorial, estructurado con indicadores claros de problemáticas y oportunidades.
2.2. Producir soluciones visuales pertinentes mediante la utilización de herramientas tecnológicas de diseño para integrarlas a proyectos de diseño y comunicación visual, con creatividad y vanguardia.	(1) Kit visual digital que proponga soluciones gráficas e integre elementos visuales alineados a un <i>brief</i> : identidad, interfaces, piezas promocionales o arte digital, utilizando <i>software</i> de diseño, herramientas de prototipado y recursos tecnológicos de vanguardia.
2.3. Diseñar proyectos de diseño y comunicación visual mediante la aplicación de métodos de diseño para atender necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización, los sectores sociales y productivos, con ética y responsabilidad social.	(1) Proyecto integral de diseño y comunicación visual que contemple las etapas del proceso de diseño y plan de implementación, a partir de la aplicación de métodos y marcos técnicos de gestión creativa.

Competencia profesional 3: Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual -análogas, digitales y multimedia- para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
3.1. Comunicar narrativas transmedia para múltiples plataformas mediante la aplicación de herramientas	(1) Campaña transmedia aplicada a tres plataformas que evidencie el análisis de los fundamentos teóricos y principios de comunicación;

análogas, digitales y multimedia para adaptarlas a las necesidades de proyectos de diseño y comunicación visual, con equidad social y de género.	sustente el proyecto; y presente un <i>pitch</i> donde justifique sus decisiones narrativas, técnicas y éticas.
3.2. Producir contenidos gráficos y multimedia mediante la aplicación de tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual para incorporarlas a proyectos de comunicación visual distribuidos en ecosistemas multiplataforma y que atiendan los principios de la UX, UI y accesibilidad digital, con empatía, innovación y ética.	(1) Prototipo multimedia interactivo que demuestre el funcionamiento en ecosistemas multiplataforma elaborado a partir de principios de UX/UI.
3.3. Evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma a partir de su rendimiento y funcionalidad para caracterizar la experiencia del usuario, con honestidad, objetividad y empatía.	(1) Informe de evaluación de las estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma que incluya pruebas de usabilidad y métricas UX.
Competencia profesional 4: Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.	
Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
4.1. Desarrollar modelos de negocio en el ámbito del diseño y la comunicación visual a través de modelos de gestión y estrategias de comunicación para garantizar que los proyectos respondan a las necesidades de los diversos sectores, con creatividad, innovación y excelencia.	(1) Diseño de un modelo de negocio de diseño y comunicación visual, mediante la elaboración de un <i>Business Model Canvas</i> y una propuesta de valor enriquecidos con análisis de cliente, estrategias de comunicación y estructura operativa, con el fin de demostrar la viabilidad, pertinencia y diferenciación de la oferta frente a necesidades específicas de un sector. (2) Presentación y argumentación de un <i>pitch</i> profesional del modelo de negocio, a través de una exposición estructurada en la que el estudiante explique la propuesta de valor, justifique decisiones estratégicas y responda preguntas de la audiencia.
4.2. Implementar propuestas de valor y argumentar ofertas de diseño del modelo de negocio mediante proyectos viables y factibles por medio de recursos estratégicos de comunicación, <i>marketing</i> y posicionamiento para la promoción de servicios y proyectos visuales, con creatividad, ética y responsabilidad social y medioambiental.	(1) Estudio de caso del sector creativo que analice los fundamentos relacionados con su posicionamiento, segmentación y estrategias de comunicación. (2) Una propuesta de valor y un paquete de oferta de servicios de diseño, mediante la integración de estrategias de comunicación, <i>marketing</i> y posicionamiento.
4.3. Administrar negocios de diseño y comunicación visual a partir de la planificación, organización, dirección y control de procesos y herramientas de gestión con el fin de fomentar la colaboración y la comunicación interdisciplinaria de los equipos de trabajo que garanticen el éxito del emprendimiento, con liderazgo, ética y excelencia.	(1) Carpeta de evidencias que demuestre la gestión de un negocio de diseño y comunicación visual, mediante la planificación, organización, dirección y control de procesos y herramientas de gestión.
4.4. Evaluar la pertinencia, el impacto y la efectividad del negocio de diseño y comunicación visual mediante el cumplimiento de indicadores y la experiencia de usuario, para implementar acciones de mejora o permanencia a partir de un marco actualizado de tendencias, requerimientos y comunicación con los diversos sectores, con innovación y responsabilidad social.	(1) Informe de evaluación del negocio de diseño y comunicación visual, mediante la recopilación de indicadores de desempeño, retroalimentación de usuarios y análisis de tendencias, para determinar la efectividad, impacto y áreas de mejora del modelo implementado que integre un listado de acciones que atiendan las oportunidades identificadas que permitan, de ser el caso, redirigir su operación en aras de mantener una mejora continua.

FORMATO 4. ANÁLISIS DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS EN UNIDADES DE APRENDIZAJE DE ALTO IMPACTO, CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, ACTITUDES Y VALORES

Competencia profesional 1: Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

Competencia específica 1.1. Identificar los principales movimientos, estilos y tendencias del diseño y la comunicación visual mediante el análisis histórico, cultural y tecnológico para contextualizar los mensajes y narrativas visuales, con pensamiento crítico e interculturalidad.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Apreciación Histórica del Arte y la Cultura Historia de la Comunicación Gráfica Gráfica y Vanguardias			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
1.2. Interpretar lenguajes, códigos y sistemas de significación visual desde perspectivas semióticas, socioculturales y comunicativas para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales, con creatividad y excelencia.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Comunicación Visual Discurso Audiovisual Fundamentos del diseño Composición Gráfica Pensamiento Visual Conceptualización Visual del Diseño Gráfico			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
1.3. Contextualizar la producción visual contemporánea para reconocer su impacto sociocultural, simbólico y comunicativo a través del análisis de los lenguajes, códigos y sistemas de significación visual, con pensamiento crítico e interculturalidad.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Gráfica Mexicana Tendencias Contemporáneas			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Análisis sociocultural de la imagen en contextos contemporáneos			
1.4 Desarrollar mensajes y narrativas visuales adecuados a distintos medios (impresos, digitales, audiovisuales y emergentes) con coherencia conceptual y estética que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas, con pensamiento crítico, innovación y ética.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Semiótica (del mensaje visual/de la comunicación visual) Narrativa Gráfica Diseño de Identidad Gráfica Diseño Editorial Ilustración (acotar el nombre de la UA, requisito cursar para Ilustración Digital OP) Producción Fotográfica Publicidad Estratégica Edición de Video y Gráficos Animados Discurso Audiovisual Diseño de Señalización y Señalética Diseño y Visualización de la Información Metodología para proyectos gráficos (OP)			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Metodología del Diseño (OP) Desarrollo de Proyectos de Diseño (Unidad I y la unidad III del PUA)			

Competencia profesional 2: Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

2.1. Identificar necesidades de comunicación en sectores sociales, culturales y productivos, mediante investigación contextual y	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Normatividad para el Diseño			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Metodología para proyectos gráficos (OP)			

análisis de usuarios para atender y resolver sus necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión y comercialización, con ética y responsabilidad social.				
2.2 Producir soluciones visuales pertinentes mediante la utilización de herramientas tecnológicas de diseño para integrarlas a proyectos de diseño y comunicación visual, con creatividad y vanguardia.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Edición de Mapa de Bits Tipografía Composición Gráfica Producción Fotográfica Diseño de Envases y Embalajes Diseño y Visualización de la Información Ilustración digital (requisito cursar ilustración, OP)			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Teoría y psicología del color (OP Teoría del color)			
2.3. Diseñar proyectos de diseño y comunicación visual mediante la aplicación de métodos de diseño para atender necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, con ética y responsabilidad social.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Metodología para Proyectos Gráficos (OP) Dibujo Natural Bocetaje Básico Geometría Descriptiva Ilustración (acotar el nombre de la UA, requisito cursar para Ilustración Digital OP) Desarrollo de Proyectos de Diseño (Unidad I y la unidad III del PUA) Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico (vincular los contenidos de U2 y U3 de Creatividad e Innovación, evaluar el nombre de la asignatura)			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Creatividad e Innovación (unidades II y III del PUA)			
Competencia profesional 3: Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual - análogas, digitales y multimedia- para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.				
3.1 Comunicar narrativas transmedia para múltiples plataformas mediante la aplicación de herramientas análogas, digitales y multimedia para adaptarlas a las necesidades de proyectos de diseño y comunicación visual, con equidad social y de género.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Vectorización de Gráficos Edición de Mapas de Bits (cambiar nombre: edición imagen digital) Comunicación Visual Composición Gráfica Discurso Audiovisual (Desarrollo del Discurso Audiovisual)			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Herramientas Digitales para el Diseño (Unidad I y la unidad II del PUA)			
3.2 Producir contenidos gráficos y multimedia mediante la aplicación de tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual para incorporarlas a proyectos de comunicación visual distribuidos en ecosistemas multiplataforma y que atiendan los principios de la UX, UI y accesibilidad digital, con empatía, innovación y ética.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Principios de programación web (considerar el contenido temático de la optativa Diseño Web Responsivo OP) Edición de Video y Gráficos Animados Tipografía Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital (solamente Técnicas de Pre-prensa) Desarrollo y Diseño de Experiencia de Usuario			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Teoría y psicología del color (OP Teoría del color) Lenguajes de programación Tecnologías emergentes (IA)			
	Unidades de aprendizaje de alto impacto			

3.3 Evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma a partir de su rendimiento y funcionalidad para caracterizar la experiencia del usuario, con honestidad, objetividad y empatía.	Campañas Publicitarias en Hipermedios			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
Competencia profesional 4: Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.				
4.1. Desarrollar modelos de negocio en el ámbito del diseño y la comunicación visual a través de modelos de gestión y estrategias de comunicación para garantizar que los proyectos respondan a las necesidades de los diversos sectores, con creatividad, innovación y excelencia.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Diseño de Identidad Gráfica Mercadotecnia Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico (vincular los contenidos de U2 y U3 de Creatividad e Innovación, evaluar el nombre de la asignatura) Normatividad para el Diseño (tema Unidad III) Innovación en el Diseño (revisar competencia general: proyecto/negocio)			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
4.2. Implementar propuestas de valor y argumentar ofertas de diseño del modelo de negocio mediante proyectos viables y factibles por medio de recursos estratégicos de comunicación, <i>marketing</i> y posicionamiento para la promoción de servicios y proyectos visuales, con creatividad, ética y responsabilidad social y medioambiental.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Comunicación Visual Tendencias Contemporáneas del Diseño Gráfico Publicidad estratégica Gestión de Comunidades Virtuales Incubadora de Empresas Creativas Portafolios Profesionales			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	La sustentabilidad en el diseño y la comunicación visual Fundamentos de la Administración para el Diseño (Teoría general de la administración, procesos administrativos aplicados a servicios creativos, tipos de estructuras organizacionales en empresas de diseño, panorama del sector creativo en México, introducción a herramientas básicas de gestión)	Analizar estructuras administrativas. Interpretar procesos de gestión. Elaborar diagnósticos básicos de operación de estudios de diseño. Identificar áreas de mejora en procesos organizacionales.		
4.3. Administrar negocios de diseño y comunicación visual a partir de la planificación, organización, dirección y control de procesos y herramientas de gestión con el fin de fomentar la colaboración y la comunicación interdisciplinaria de los equipos de trabajo que garanticen el éxito del emprendimiento, con liderazgo, ética y excelencia.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Gestión de Proyectos de Diseño Gráfico OP			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Gestión Financiera para negocios de diseño y comunicación visual.	Gestionar sistemáticamente recursos financieros mediante la elaboración de estimaciones, el análisis y proyección de costos, la evaluación de la viabilidad financiera y el uso de herramientas digitales.	Proactivo Responsable	Sostenibilidad financiera Honestidad Responsabilidad Transparencia

	Liderazgo y Trabajo Interdisciplinario en Negocios Creativos. Con énfasis en modelos de negocio	Conducir estratégicamente equipos interdisciplinarios mediante la coordinación de procesos colaborativos, la gestión de responsabilidades, y la valoración del desempeño individual y colectivo.		
4.4 Evaluar la pertinencia, el impacto y la efectividad del negocio de diseño y comunicación visual mediante el cumplimiento de indicadores y la experiencia de usuario, para implementar acciones de mejora o permanencia a partir de un marco actualizado de tendencias, requerimientos y comunicación con los diversos sectores, con innovación y responsabilidad social.	Unidades de aprendizaje de alto impacto			
	Desarrollo y Diseño de Experiencia de Usuario			
	Conocimientos	Habilidades	Actitudes	Valores
	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual. Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos.	Analizar sistemáticamente la posición estratégica de negocios de diseño y comunicación visual mediante la interpretación de indicadores, la detección temprana de riesgos y oportunidades, y la síntesis de hallazgos orientados a la toma de decisiones. Gestionar la comunicación y el relacionamiento profesional de negocios de diseño y comunicación visual mediante la formulación de estrategias de vinculación y seguimiento, la detección de necesidades del sector y la retroalimentación de actores clave para fortalecer la pertinencia y el impacto del negocio.	Rigor analítico Rigor metodológico	Responsabilidad social Compromiso con la mejora continua Transparencia

FORMATO 5.1. FORTALECIMIENTO DE UNIDADES DE APRENDIZAJE DE ALTO IMPACTO A PARTIR DE LA INTEGRACIÓN DEL CHAV				
Unidad de aprendizaje de alto impacto	Integración de CHAV			
	C	H	A	V
OP Teoría del color (se cambia el nombre: Teoría y Psicología del Color)	Se sugiere cambiar: El nombre del PUA el 1.3 a Sistema y Modelos Cromáticos, 1.3.1 Modelos para pantalla. 1.3.2 Modelos para impresión El 4.2. Diferencial semántico del color por dimensión psicológica y simbólica del color. El título de la Unidad 2: Tipos de color, por Tipología del color. Fundamentos físicos del color (naturaleza de la luz, espectro visible, reflexión, absorción, refracción y síntesis aditiva y sustractiva). Teorías clásicas y contemporáneas del color (Itten, Albers, Kandinsky, Goethe, Chevreul y aportes recientes de la psicología cognitiva del color) Sistemas y modelos cromáticos: círculo cromático, RGB, CMYK, Lab, HSB y escalas normalizadas (Pantone, Munsell). Relaciones-interacciones cromáticas (armonías, contrastes, saturación, temperatura, luminosidad y valor tonal) Psicología del color (efectos perceptivos,	Análisis y evaluación de paletas cromáticas según criterios perceptuales, psicológicos y de comunicación visual. Creación de combinaciones cromáticas armoniosas a partir de colores primarios, blanco y negro, aplicando pruebas y experimentación. Manejo de herramientas digitales para la calibración y reproducción estandarizada del color en distintos dispositivos y soportes. Gestión de códigos cromáticos (color codes) mediante software especializado, integrando criterios de accesibilidad, consistencia visual y aplicación multisoporte. Resolución de problemas de diseño mediante el uso estratégico del color en medios impresos y digitales. Reducción de conceptos y emociones en soluciones cromáticas para proyectos de comunicación visual. Manipulación de los modelos de color en software de diseño asegurando coherencia en distintos soportes. Desarrollo de bocetos, composiciones y	Disposición crítica y analítica Sensibilidad estética Actitud colaborativa	Responsabilidad Técnica y profesional Ingenio creativo. Respeto y empatía Honestidad intelectual Disciplina y constancia Respeto por la diversidad cultural

	asociaciones simbólicas, respuesta emocional y cultural, y su aplicación en comunicación visual)	ejercicios prácticos que integren criterios de contraste, saturación, equilibrio y simbolismo cromático. Selección de paletas cromáticas funcionales según la audiencia, el contexto cultural, el medio de difusión y la identidad de marca. Implementación de estrategias de control y gestión del color para garantizar consistencia entre pantalla e impresión. Fundamentación de las decisiones cromáticas mediante la argumentación profesional apoyada en la teoría, la psicología y los factores técnicos.		
Unidad de aprendizaje de alto impacto	Integración de CHAV			
Narrativas Gráficas	C	H	A	V
	Fundamentos teóricos de la narratología Historia de la narrativa visual Lenguaje cinematográfico y audiovisual Teorías de la comunicación visual aplicadas a la narrativa Narrativa transmedia y multiplataforma Psicología cognitiva y perceptual de la imagen secuencial Semiótica narrativa Construcción de personajes Estructuras retóricas visuales Técnicas de análisis narrativo	Analizar narrativas visuales Construir narrativas coherentes Diseñar estructuras narrativas según el medio Desarrollar personajes y tramas Integrar recursos visuales, sonoros y textuales Prototipar narrativas en distintos formatos Evaluar y mejorar la calidad narrativa	Sensibilidad cultural Apertura creativa Perspectiva crítica	Ética comunicativa Respeto a la diversidad Inclusión y equidad Responsabilidad social

Unidad de aprendizaje de alto impacto	Integración de CHAV			
	C	H	A	V
Metodologías para Proyectos Gráficos (OP) Se considera debe cambiar su nombre a Metodología del Diseño	En lugar de conceptos generales, concepciones del conocimiento en diseño Construcción de un marco metodológico Historia del pensamiento metódico del diseño Enfoques europeos, americanos y latinoamericanos Metodología como marco epistemológico-metodológico El método desde la dimensión crítica y social Técnicas e instrumentos para la aplicación de los métodos de diseño.	Análisis comparativo de métodos de diseño en perspectivas históricas y teóricas. Construcción de marcos metodológicos fundamentados según el tipo de problema de diseño. Aplicación de técnicas e instrumentos de investigación para sustentar procesos metodológicos. Elaboración de esquemas y representaciones visuales avanzadas del proceso de diseño. Evaluación crítica del impacto ético, social y cultural de los métodos seleccionados. Comunicación oral, escrita y gráfica del proceso metodológico en contextos colaborativos.	Apertura crítica Apertura al diálogo interdisciplinario Sensibilidad social y cultural	Rigor teórico-metodológico Responsabilidad social Ética profesional Colaboración
Unidad de aprendizaje de alto impacto	Integración de CHAV			
	C	H	A	V
Matemáticas para el Diseño-modificar el nombre	El conocimiento debe orientarse al ámbito del diseño gráfico: Proporción, escalas y relaciones numéricas en composición visual. Sistemas de medición digital y operaciones aplicadas. Modelos matemáticos aplicados al color Análisis estadístico básico para diseño	Capacidad para utilizar relaciones numéricas, escalas modulares y sistemas proporcionales en la organización de elementos visuales. Manejo de sistemas de medición digital para la producción gráfica Interpretación y manipulación de modelos matemáticos del color Representación e interpretación de datos mediante	Análisis Reflexión Razonamiento lógico Precisión	Rigor técnico Responsabilidad Ética profesional Disciplina Colaboración

	Lógica matemática aplicada a algoritmos gráficos	recursos matemáticos Aplicación de nociones de lógica y funciones matemáticas en procesos gráficos digitales		
Publicidad estratégica (se sugiere propaganda y publicidad estratégica)	Conceptualización y diferenciación entre publicidad y propaganda Historia de la propaganda y su evolución visual Modelos comunicativos aplicados a la propaganda Estrategias retóricas y discursivas de la propaganda Propaganda digital y algoritmos de persuasión Análisis y evaluación de campañas propagandísticas	Análisis crítico de mensajes propagandísticos. Identificación de estrategias persuasivas y retóricas. Interpretación de narrativas ideológicas y marcos discursivos. Construcción visual de mensajes con intención estratégica. Evaluación ética de contenidos persuasivos. Diseño de piezas publicitarias y propagandísticas con fundamento conceptual.	Pensamiento crítico Apertura analítica Responsabilidad social	Ética Integridad profesional Transparencia Respeto sociocultural Honestidad comunicativa
Edición de Video y Gráficos Animados	Proyectos audiovisuales: Técnicas de edición no lineal, animación de gráficos, composición visual y herramientas asistidas por inteligencia artificial, para la creación de contenidos para plataformas digitales, con creatividad, precisión técnica, iniciativa y responsabilidad	Manejar herramientas de edición de video, animación y composición visual. Aplicar técnicas de rotoscopia, tracking, chroma key, corrección de color y animación 2D Integrar recursos generados con IA para optimizar procesos de producción audiovisual. Estructurar proyectos mediante guión técnico, storyboard y flujo de trabajo profesional. Resolver problemas técnicos y creativos con pensamiento crítico. Organizar y gestionar medios,	Proactividad. Creatividad. Disciplina. Disposición. Adaptabilidad.	Responsabilidad social. Empatía. Perseverancia. Tolerancia a la frustración. Trabajo colaborativo. Comunicación asertiva. Pensamiento crítico. Innovación. Orden y organización. Confidencialidad.

		recursos y tiempos de producción.		
Principios de programación web	Se sugiere generalizar en los lenguajes de programación y valorar si se considera una asignatura emergente			
Desarrollo y Diseño de Experiencia de Usuario	Análisis de touchpoints en la prestación de servicios/ <i>customer journey</i> ; indicadores de lealtad y satisfacción.	Mapeo estratégico de <i>touchpoints</i> Construcción y análisis de customer journeys Interpretación de indicadores clave (KPIs) Uso de herramientas UX para validar puntos críticos del servicio.	Orientación al usuario Pensamiento crítico Disposición colaborativa Flexibilidad cognitiva Proactividad	Responsabilidad social Integridad profesional Compromiso con la calidad Empatía Honestidad analítica

FORMATO 5.2. DETERMINACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE EMERGENTES A PARTIR DE LA ORGANIZACIÓN DEL CHAV				
Unidad de aprendizaje 1	C	H	A	V
Análisis sociocultural de la imagen en contextos contemporáneos	Teorías socioculturales aplicadas a la imagen. Producción visual y su relación con identidad, género, poder, consumo e ideología. Tendencias contemporáneas: cultura digital, redes sociales, visualidades urbanas. Análisis de audiencias, comunidades y prácticas de recepción visual.	Observación y registro de prácticas visuales en campo. Análisis crítico de productos visuales en contextos reales. Identificación del impacto social de imágenes y mensajes visuales. Relación de teorías socioculturales con casos contemporáneos.	Sensibilidad social e intercultural	Interculturalidad Reflexión crítica Respeto por la diversidad
Unidad de aprendizaje 2	C	H	A	V
Gestión Financiera para negocios de diseño y comunicación visual	Contabilidad básica para servicios creativos, estructura de costos, métodos de fijación de precios, flujo de efectivo y punto de equilibrio, cotizaciones y propuestas económicas, herramientas de control financiero.	Elaborar presupuestos y cotizaciones. Calcular costos y proyecciones financieras. Evaluar la viabilidad económica de proyectos. Manejar herramientas digitales de control financiero.	Proactivo Responsable	Responsabilidad social Compromiso con la mejora continua Transparencia
Unidad de aprendizaje 3	C	H	A	V
Liderazgo y Trabajo Interdisciplinario en Negocios Creativos	Teorías y estilos de liderazgo; comunicación efectiva en equipos creativos; mediación, negociación y resolución de conflictos; gestión del talento creativo; funciones interdisciplinarias.	Dirigir equipos colaborativos. Facilitar comunicación y coordinación entre disciplinas. Resolver conflictos y asignar responsabilidades. Evaluar desempeño individual y grupal.	Proactivo Responsable	Responsabilidad social Compromiso con la mejora continua Transparencia
Unidad de aprendizaje 4	C	H	A	V
Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y comunicación visual	Fundamentos de evaluación de negocios creativos; modelos de innovación aplicados a negocios creativos; indicadores clave de desempeño (KPIs) en servicios de diseño; análisis financiero básico aplicado a proyectos	Interpretación y uso de indicadores de desempeño. Elaboración de diagnósticos integrales de negocios creativos. Aplicación de herramientas de análisis estratégico	Rigor analítico Rigor metodológico	Responsabilidad social Compromiso con la mejora continua Transparencia

	de diseño; <i>Benchmarking</i> y análisis competitivo; normatividad, regulaciones y tendencias del sector creativo; evaluación de impacto social y responsabilidad corporativa; sistemas de accesibilidad y diseño universal; evaluación y escalamiento del negocio creativo.	(PESTEL, FODA, Canvas). Identificación de riesgos y oportunidades. Síntesis de hallazgos en reportes ejecutivos.		
Unidad de aprendizaje 5	C	H	A	V
Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos	Mecanismos de vinculación con sectores públicos, privados y sociales, estrategias de comunicación organizacional, gestión de relaciones con clientes (CRM) y <i>stakeholders</i> , protocolos de interacción profesional e institucional, tendencias del sector creativo y su relación con las demandas del mercado.	Elaboración de estrategias de relacionamiento y seguimiento. Redacción y presentación de informes y propuestas profesionales. Comunicación efectiva en contextos interdisciplinarios. Identificación de necesidades sectoriales para retroalimentar el negocio. Coordinación de sesiones de retroalimentación con actores clave.	Rigor analítico Rigor metodológico	Responsabilidad social Compromiso con la mejora continua Transparencia
Unidad de aprendizaje 5	C	H	A	V
Sustentabilidad en el diseño y la comunicación visual	Se puede recuperar el contenido de la U3 de la asignatura optativa Diseño Gráfico Sustentable Principios del desarrollo sostenible. Dimensiones ambiental, social y económica del diseño. Marco teórico del diseño para la sostenibilidad (D4S). Diseño centrado en comunidades y contextos vulnerables. Economía circular y sistemas regenerativos.	Integración de criterios de sostenibilidad en proyectos de diseño. Diagnóstico de problemáticas socioculturales vinculadas al diseño. Diseño de estrategias visuales para promover conductas sostenibles. Evaluación de impacto en ciclos productivos y entornos comunitarios. Formulación de propuestas basadas en economía circular.	Responsabilidad ética Visión sistémica Compromiso comunitario	Equidad Justicia social Sostenibilidad Solidaridad Integridad profesional

	Comunicación para la sostenibilidad. Indicadores de impacto y métricas sostenibles.	Comunicación efectiva de mensajes sustentables.		
Unidad de aprendizaje 6	C	H	A	V
EcoDiseño	Principios del ecodiseño. Ciclo de vida del producto (LCA). Selección de materiales con bajo impacto ambiental. Estrategias de reducción, reutilización y reciclaje. Diseño para desmontaje y reciclabilidad. Evaluación ambiental de procesos gráficos. Normativas y estándares ecológicos aplicados al diseño.	Análisis del ciclo de vida en productos gráficos. Identificación de impactos ambientales en procesos de diseño. Selección sostenible de materiales y procesos. Integración de criterios ecológicos en propuestas visuales. Evaluación comparativa de alternativas con menor impacto. Diseño de soluciones orientadas a minimizar residuos.	Responsabilidad ambiental Apertura a la innovación verde Pensamiento preventivo Conciencia ecológica	Sostenibilidad Respeto ambiental Consumo responsable Compromiso social Coherencia ética

FORMATO 5.3. IDENTIFICACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE Y UNIDADES DE APRENDIZAJE INTEGRADORAS

Competencia profesional 1: Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
1.1. Identificar los principales movimientos, estilos y tendencias del diseño y la comunicación visual mediante el análisis histórico, cultural y tecnológico para contextualizar los mensajes y narrativas visuales, con pensamiento crítico e interculturalidad.	• Apreciación Histórica del Arte y la Cultura • Historia de la Comunicación Gráfica • Gráfica y Vanguardias		Básica	Humanidades (3)
1.2. Interpretar lenguajes, códigos y sistemas de significación visual desde perspectivas semióticas, socioculturales y comunicativas para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales, con creatividad y excelencia.	• Comunicación Visual • Discurso Audiovisual • Fundamentos del diseño • Composición Gráfica • Pensamiento Visual • Conceptualización Visual del Diseño Gráfico	• Composición Gráfica • Pensamiento Visual	Básica	Tecnología (1) Comunicación visual (2) Diseño (3)
1.3. Contextualizar la producción visual contemporánea para reconocer su impacto sociocultural, simbólico y comunicativo a través del análisis de los lenguajes, códigos y sistemas de significación visual, con pensamiento crítico e interculturalidad.	• Gráfica Mexicana • Tendencias Contemporáneas del Diseño Gráfico • Análisis sociocultural de la imagen en contextos contemporáneos	• Tendencias Contemporáneas del Diseño Gráfico	Básica	Humanidades (3)
1.4. Desarrollar mensajes y narrativas visuales adecuados a distintos medios (impresos, digitales, audiovisuales y emergentes) con coherencia conceptual y estética que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas, con pensamiento crítico, innovación y ética.	• Semiótica • Narrativa Gráfica • Diseño de Identidad Gráfica • Diseño Editorial • Ilustración • Ilustración Digital (OP) • Producción Fotográfica • Publicidad Estratégica • Edición de Video y Gráficos Animados • Discurso Audiovisual • Diseño de Señalización y Señalética • Diseño y Visualización de la Información • Metodología para proyectos gráficos (OP) • Sustentabilidad en el diseño y la comunicación visual	• Publicidad Estratégica • Diseño y Visualización de la Información	Básica	Tecnología (3) Comunicación visual (4) Diseño (5) Gestión (1)

Competencia profesional 2: Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
2.1. Identificar necesidades de comunicación en sectores sociales, culturales y	• Normatividad para el Diseño		Disciplinar	Gestión (1)

productivos, mediante investigación contextual y análisis de usuarios para atender y resolver sus necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión y comercialización, con ética y responsabilidad social.				
2.2 Producir soluciones visuales pertinentes mediante la utilización de herramientas tecnológicas de diseño para integrarlas a proyectos de diseño y comunicación visual, con creatividad y vanguardia.	- Edición de Mapa de Bits - Tipografía - Composición Gráfica - Producción Fotográfica - Diseño de Envases y Embalajes - Diseño y Visualización de la Información - Ilustración digital (requisito cursar ilustración, OP)	- Composición Gráfica - Diseño y Visualización de la Información	Disciplinar	Tecnología (2) Comunicación visual (2) Diseño (2)
2.3. Diseñar proyectos de diseño y comunicación visual mediante la aplicación de métodos de diseño para atender necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, con ética y responsabilidad social.	- Dibujo Natural - Bocetaje Básico - Geometría Descriptiva - Ilustración - Desarrollo de Proyectos de Diseño - Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico	Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico	Disciplinar	Tecnología (1) Comunicación visual (4) Diseño (1)
Competencia profesional 3: Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual - análogas, digitales y multimedia- para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.				
Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
3.1. Comunicar narrativas transmedia para múltiples plataformas mediante la aplicación de herramientas análogas, digitales y multimedia para adaptarlas a las necesidades de proyectos de diseño y comunicación visual, con equidad social y de género.	- Vectorización de Gráficos - Edición de Mapas de Bits - Comunicación Visual - Composición Gráfica - Discurso Audiovisual	Composición Gráfica	Disciplinar	Tecnología (3) Comunicación visual (1) Diseño (1)
3.2. Producir contenidos gráficos y multimedia mediante la aplicación de tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual para incorporarlas a proyectos de comunicación visual distribuidos en ecosistemas multiplataforma y que atiendan los principios de la UX, UI y accesibilidad digital, con empatía, innovación y ética.	- Principios de programación web - Edición de Video y Gráficos Animados - Tipografía - Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital - Desarrollo y Diseño de Experiencia de Usuario	- Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital - Desarrollo y Diseño de Experiencia de Usuario	Disciplinar	Tecnología (4) Comunicación visual (1)
3.3. Evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma a partir de su rendimiento y funcionalidad para caracterizar la experiencia del usuario, con honestidad, objetividad y empatía.	Campañas Publicitarias en Hipermedios	Campañas Publicitarias en Hipermedios	Disciplinar	Tecnología (1)
Competencia profesional 4: Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.				

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
4.1 Desarrollar modelos de negocio en el ámbito del diseño y la comunicación visual a través de modelos de gestión y estrategias de comunicación para garantizar que los proyectos respondan a las necesidades de los diversos sectores, con creatividad, innovación y excelencia.	• Diseño de Identidad Gráfica • Mercadotecnia • Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico • Normatividad para el Diseño • Innovación en el Diseño	• Desarrollo de la Creatividad para el Diseño Gráfico • Innovación en el Diseño	Terminal	Gestión (2) Comunicación visual (1) Diseño (2)
4.2 Implementar propuestas de valor y argumentar ofertas de diseño del modelo de negocio mediante proyectos viables y factibles por medio de recursos estratégicos de comunicación, <i>marketing</i> y posicionamiento para la promoción de servicios y proyectos visuales, con creatividad, ética y responsabilidad social y medioambiental.	• Comunicación Visual • Tendencias Contemporáneas del Diseño Gráfico • Publicidad estratégica • Gestión de Comunidades Virtuales • Incubadora de Empresas Creativas • Portafolios Profesionales	• Tendencias Contemporáneas del Diseño Gráfico • Publicidad Estratégica • Incubadora de Empresas Creativas • Portafolios Profesionales	Terminal	Gestión (2) Comunicación visual (2) Diseño (1) Humanidades (1)
4.3 Administrar negocios de diseño y comunicación visual a partir de la planificación, organización, dirección y control de procesos y herramientas de gestión con el fin de fomentar la colaboración y la comunicación interdisciplinaria de los equipos de trabajo que garanticen el éxito del emprendimiento, con liderazgo, ética y excelencia.	• Gestión de Proyectos de Diseño Gráfico OP		Terminal	Gestión (1)
4.4. Evaluar la pertinencia, el impacto y la efectividad del negocio de diseño y comunicación visual mediante el cumplimiento de indicadores y la experiencia de usuario, para implementar acciones de mejora o permanencia a partir de un marco actualizado de tendencias, requerimientos y comunicación con los diversos sectores, con innovación y responsabilidad social.	• Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual. • Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos. • Desarrollo y Diseño de Experiencia de Usuario	• Desarrollo y Diseño de Experiencia de Usuario		Tecnología (1) Gestión (2)



Universidad Autónoma de Baja California
Coordinación General de Formación Profesional

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Historia de la Comunicación Gráfica
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Samara Lilian Vilchis Medina Jorge Luis Osiris Fernández Arias
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	6 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de la unidad de aprendizaje de Historia de la Comunicación Gráfica es aportar al estudiantado el conocimiento de los antecedentes históricos del diseño gráfico, entendidas como las primeras expresiones nacidas desde la necesidad comunicativa, así como la sistematización del conocimiento en métodos y teorías del diseño gráfico que dieron respuestas en contextos sociales determinados. Esto brinda al alumnado antecedentes teóricos de su profesión y un bagaje cultural útil para el desarrollo de sus proyectos de comunicación visual.

Esta asignatura se ubica en la etapa básica, con carácter obligatoria, correspondiente al Área de Perspectivas Teóricas y brindará las bases necesarias para el resto de las asignaturas teóricas y los talleres de diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40096 Historia de la Comunicación Gráfica** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por María Angélica Castro Caballero e Isabel Salinas Gutiérrez con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar el desarrollo histórico del diseño gráfico, a través del análisis integral del contexto, teorías, filosofías, métodos, técnicas y tecnologías de cada momento y producto identificado como trascendente e innovador, para considerarlas como marco referencial en el desarrollo proyectual de problemas de diseño gráfico contemporáneo con una visión integral y pensamiento crítico.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elaboración y presentación oral de un ensayo en el cual compara y analiza el origen y desarrollo del fenómeno del diseño gráfico desde la prehistoria a la Revolución Industrial, con base en parámetros teóricos y considerando los diversos contextos que influenciaron a que se manifestara ese fenómeno de la comunicación gráfica.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Comunicación visual en la Prehistoria, Edad Antigua y Edad Media

Competencia

Examinar el desarrollo histórico del diseño gráfico, a través del análisis contextual antropológico, social, cultural, artístico y tecnológico de sucesos representativos por su aportación a la disciplina, para identificar sus aportaciones a la práctica actual del diseño y comunicación gráfica con una visión interdisciplinar y de carácter crítico.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

- Análisis de pinturas rupestres y los primeros sistemas de escritura traduciendo un concepto de marca moderna utilizando únicamente pictogramas o ideogramas.
- Creación de un tablero (en Pinterest o Padlet) donde se clasifican diferentes tipos de caligrafía y encuadernación medieval apoyándose con el catálogo del Museo del Prado o el Louvre.

Contenido

- 1.1. Manifestación de la comunicación visual en la Prehistoria
 - 1.1.2. El origen de la comunicación con imágenes en las cuevas
- 1.2. Manifestación de la comunicación visual en la Edad Antigua
 - 1.2.1. Medios de comunicación y símbolos gráficos en Mesopotamia
 - 1.2.2. Medios de comunicación y símbolos gráficos en Egipto
 - 1.2.3. El origen del papel en China
- 1.3. Manifestación de la comunicación visual en la Época Medieval
 - 1.3.1. Los manuscritos medievales
 - 1.3.2. La caligrafía, las técnicas de encuadernación y conservación del libro
- 1.4. El grabado
 - 1.4.1. Alberto Durero. Los aportes en el grabado y teoría en el arte

Duración

15 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Archaeological Method & Theory, 32(2), 1–27.

<https://libcon.rec.uabc.mx:2938/linkprocessor/plink?id=f669b1ed-bb8c-3081-9a01-94518a1ca48a>

Chirivì, A., Pietroni, E., Greco, M., Pandurino, A., & Bucciero, A. (2026). An evolving scenario in the study of illuminated manuscripts: innovative approaches to research questions. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, 40(1).

<https://libcon.rec.uabc.mx:2281/10.1016/j.daach.2026.e00496>

Garate, D. (2025). The Role of Palaeolithic Cave-Art: Estimating Social Investment in Symbolic Expressions Through the Making Cost: The Role of Palaeolithic Cave-Art: Estimating Social Investment in Symbolic Expressions Through the Making Cost: D. Garate. *Journal of Intxaurbe*, I., Arriolabengoa, M., Garate, D., Cheng, H., & Pérez-Mejías, C. (2023). Virtual reconstruction of the Palaeolithic landscape in Santimamiñe cave (Bizkaia, Spain). *Journal of Archaeological Science: Reports*, 52(1).

<https://libcon.rec.uabc.mx:2281/10.1016/j.jasrep.2023.104219>

Maurizio Damiano-Appia. (2006) *Arte egipcio: el esplendor del arte de los faraones*. Ediciones Folio. [clásica].

Müller-Brockmann, J. (2001). *Historia de la comunicación visual*. (2a ed.) Editorial G.G. Diseño. [clásica].

Yasunari, K. (1991). *Historia del arte en China*. Cátedra. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Archéologie, culture.fr. (s. f.). *Archéologie | culture.gouv.fr*. <https://archeologie.culture.gouv.fr/fr>

Benati, G., & Carugati, F. (2024). *Information and state capacity in Mesopotamia*. USC Price School of Public Policy.

Charles, S. J. (2024). *The medieval scriptorium: Making books in the Middle Ages*. Reaktion Books.

Drège, J.P. (2024). *A short history of paper in imperial China*. De Gruyter.

Naylor, T. (2023). *Ancient Egyptian hieroglyphs illustrated: A formal writing system used in ancient Egypt*. Amber Books.

Unidad II. Comunicación visual en la Edad Moderna

Competencia

Examinar los aportes de las artes gráficas y comunicación visual en determinadas sociedades europeas, desde el enfoque cultural, tecnológico y estético, a través de análisis de casos de estudio representativos en la historia del diseño gráfico, para identificar y reinterpretar estrategias útiles en la práctica actual de la disciplina con actitud reflexiva y una visión creativa.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

- Informe de investigación de las aportaciones de maestros como Garamond o Didot y diseño de un espécimen tipográfico digital donde se explica cómo el sistema de puntos de Didot profesionalizó la industria editorial vinculando la precisión técnica histórica con la retícula y el diseño editorial contemporáneo.

Contenido

- 2.1. La evolución de la imprenta y la cultura tipográfica
 - 2.1.1. La imprenta moderna en Alemania y la transformación de la cultura escrita.: Johannes Gutenberg.
 - 2.1.2. Redes de impresión en Italia: diseño tipográfico y humanismo (Nicolas Jenson y Aldo Manucio)
 - 2.1.3. La imprenta en Francia: Claude Garamond y la consolidación de la tipografía como identidad cultural
 - 2.1.4. Sistemas de medición y racionalización del diseño editorial: Fournier y la familia Didot
 - 2.1.5. Más allá de Europa: tecnologías de impresión en Asia, el mundo islámico y América Latina

2.1.6. De la imprenta al diseño editorial contemporáneo

Duración

15 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bringhurst, R. (2019). Los elementos del estilo tipográfico (4ª ed.). Fondo de Cultura Económica. [clásica].

Meggs, B. P. (2000). *Historia del diseño gráfico*. McGraw-Hill. [clásica].

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Drucker, J. (2020). *Inventing the alphabet: The origins of letters from antiquity to the present*. University of Chicago Press. [clásica].

Eisenstein, E. L. (2019). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna*. Akal. [clásica].

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2023). *Meggs' history of graphic design* (6th ed.). Wiley.
<https://download.e-bookshelf.de/download/0007/7205/47/L-G-0007720547-0013960150.pdf>

Zapata, M. (2022). *Historia del diseño gráfico en América Latina*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Unidad III. Comunicación visual en la Edad Moderna y la Revolución Industrial

Competencia

Contrastar los principios ideológicos, bases teóricas, tecnología y sistematización de medios de comunicación editoriales que fundamentaron la identidad del diseño gráfico en la sociedad moderna europea, a través del estudio de movimientos filosóficos-sociales y el origen de medios

de comunicación visual masivo para comprender el desarrollo de las prácticas e identidad del diseño y comunicación visual con una visión crítica y reflexiva.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración y presentación oral de un ensayo en el cual compara y analiza el origen y desarrollo del fenómeno del diseño gráfico desde la prehistoria a la Revolución Industrial, con base en parámetros teóricos y considerando los diversos contextos que influenciaron a que se manifestara ese fenómeno de la comunicación gráfica.

Contenido

- 3.1. La gráfica popular Victoriana
- 3.2. Forma y función. Los constructos de la filosofía del diseño en el Art and Craft y Modernismo.
- 3.3. Características del diseño tipográfico y la imagen en el Modernismo.
- 3.4. Características de la comunicación visual en el modernismo.
 - 3.4.1. La fotografía como medio gráfico.
 - 3.4.2. Fotografía como elemento editorial en revistas y en periódicos.
- 3.5. Los inicios de la comunicación gráfica en plataformas digitales.

Duración

18 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Meggs, P. B. (2000). *Historia del diseño gráfico*. McGraw-Hill. [clásica].

Müller-Brockmann, J. (2001). *Historia de la comunicación visual*. (2a ed.) Editorial G.G.

Diseño. [clásica].

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Barnard, M. (2013). *Graphic design as communication*. Routledge. [clásica]

Collins, P. (1970). *Los ideales de la arquitectura moderna: Su evolución 1750–1950*. Gustavo

Gili. [clásica]

Newhall, B., Thevenet, H.A. (tr.). (2002). *Historia de la fotografía*. Gustavo Gili. [clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje por retos en plataformas virtuales
- Microaprendizaje (microlearning)
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de aplicaciones para mapas mentales, conceptuales o infografías) y toma de apuntes estratégicos en formato digital.
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Actividades	20%
- Proyecto final (reporte 10% y exposición 50%)	60%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o áreas afines, preferentemente posgrado en diseño gráfico o área afín, perfilado hacia conocimientos avanzados en historias del diseño y la comunicación gráfica, así como metodología de la investigación. Se requiere experiencia docente mínima de dos años, con especial énfasis en la capacidad de vincular el desarrollo de la comunicación visual con los retos estratégicos contemporáneos. Asimismo, deberá destacar por su perfil proactivo, analítico y con valores de equidad y respeto por la diversidad.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I.DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Metodología de Diseño
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Taller: 02 Horas Extra-clase: 02 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Melina Amao Cenicerros Iliana Berenice Muñoz López Rosalba Pinto
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es brindar las bases metodológicas del diseño y la comunicación visual, mediante el análisis evolutivo de los enfoques, modelos y métodos que han configurado la disciplina, así como introducir a las y los estudiantes a las técnicas generales y uso de herramientas digitales e inteligencia artificial, para comprender el diseño como un proceso estructurado, reflexivo y estratégico orientado a la solución responsable de problemas de comunicación visual como base de su formación profesional.

Se ubica en la etapa básica, es de carácter obligatoria y pertenece al área de conocimiento Perspectivas Teóricas del programa educativo de Licenciado en Diseño y Comunicación Visual Estratégica.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40133 Metodología para Proyectos Gráficos** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Gloria Azucena Torres de León, Susana Rodríguez Gutiérrez e Isabel Salinas Gutiérrez con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Distinguir los enfoques, métodos y técnicas del diseño, mediante la revisión de los fundamentos teóricos y disciplinarios para la aplicación de procesos de diseño pertinentes a la solución de problemas de comunicación visual con pensamiento crítico, rigor metodológico y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Proyecto gráfico con sustento metodológico

Proyecto gráfico en el que se aplique un proceso metodológico que articule enfoque, método y técnicas de diseño orientado a resolver un problema específico de comunicación visual con coherencia epistemológica. La entrega del proyecto debe ser en formato digital, dentro del plazo señalado, cumpliendo criterios de formalidad, rigor académico, presentación profesional, claridad estructural y calidad técnica.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI.EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Inclusión; Excelencia; Vanguardia e Interculturalidad.

VII.DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos conceptuales del proceso de diseño

Competencia

Distinguir los fundamentos epistemológicos del diseño, así como los abordajes de los problemas de diseño y de comunicación visual, mediante la revisión analítica de enfoques, modelos y métodos, para definir un proceso metodológico pertinente a una problemática de comunicación estratégica, con rigor académico y responsabilidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un informe académico que analice un problema de diseño mediante el estudio fundamentado de enfoques, métodos y técnicas, con el propósito de articular con coherencia los referentes conceptuales y metodológicos del proceso de diseño.

Contenido

- 1.1. Epistemología del diseño
 - 1.1.1. El diseño como disciplina: fundamentos y debates contemporáneos
 - 1.1.2. Diseño como proceso cognitivo y estratégico
 - 1.1.2.1. Conceptos del enfoque metodológico
 - 1.1.2.1.1. Enfoque, método, metodología, modelo, técnica, proceso.
 - 1.1.3. Diseño y producción de conocimiento
 - 1.1.4. Investigación en diseño: research for, about y through design
 - 1.1.5. Naturaleza del problema en el diseño
 - 1.5.1. El problema en el diseño
 - 1.5.2. Variables contextuales, sociales y comunicativas
 - 1.5.3. Dimensión ética del problema de diseño
- 1.3. Abordajes de los problemas de diseño
 - 1.3.1. Abordaje sistemático
 - 1.3.2. Abordaje exploratorio
 - 1.3.3. Abordaje estratégico
 - 1.3.4. Estructura general del proceso de diseño
 - 1.4.1.1. Investigación
 - 1.4.1.2. Síntesis
 - 1.4.1.3. Ideación
 - 1.4.1.4. Desarrollo
 - 1.4.1.5. Evaluación

Duración

10 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Vilchis Esquivel, L. del C. (2014). *Metodología del diseño: Fundamentos teóricos* (4a ed.). Designio. [clásica].

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Cross, N. (2001). Designerly ways of knowing: Design discipline versus design science. *Design Studies*, 17(3), 49–55. <https://doi.org/10.1002/0471684228.egp06293> [clásica].

Cross, N. (2019). Editorial: Design as discipline. *Design Studies*, 65, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2019.11.002> [clásica].

Lloyd, P. (2019). You make it and you try it out: Seeds of design discipline futures. *Design Studies*, 65, 167–181. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2019.10.008> [clásica].

Vilchis Esquivel, L. del C. (2016). Diseño: Universo de conocimiento. *Teoría general del diseño*. <https://doi.org/10.29410/qtp.16.02> [clásica].

Unidad II. Enfoques, métodos y técnicas aplicados al diseño

Competencia

Examinar enfoques, métodos y técnicas del diseño desde sus fundamentos teóricos y disciplinares, mediante el análisis y categorización de propuestas de los principales referentes teóricos en el área de conocimiento, para valorar su pertinencia frente a distintos problemas de comunicación visual con integridad académica y objetividad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un análisis estructurado que contraste métodos de diseño y vincule técnicas con etapas del proceso metodológico, para valorar su pertinencia ante problemas de comunicación visual.

Contenido

- 2.1. Enfoques y modelos metodológicos del diseño
 - 2.1. Enfoques proyectuales y racionalistas
 - 2.1.1. El método proyectual de Bruno Munari.
 - 2.1.2. El proceso creativo de Bernd Löbach.
 - 2.1.3. El pensamiento creativo de Christopher Jones.
- 2.2. Enfoques centrados en el usuario y la comunicación
 - 2.2.1. Propuesta de Jorge Frascara.
 - 2.2.2. El diseño gráfico como agente de cambio: modelo SenseMaking de Van Patter.
- 2.3. Enfoques estratégicos y contemporáneos
 - 2.3.1. El emprendimiento en el Design Thinking.
 - 2.3.2. Integración estratégica del diseño en contextos organizacionales.

Duración

10 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

- Brown, T. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperCollins. [clásica]
- Frascara, J. (2008). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Infinito. [clásica].
- Löbach, B. (2001). *Diseño industrial*. Gustavo Gili. [clásica].
- Munari, B. (2023). *¿Cómo nacen los objetos?: Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

- Ávila Gutiérrez, M. J., Aguayo González, F., & Lama Ruiz, J. R. (2021). *Metodología del diseño: Técnicas de análisis y síntesis con teoría y casos prácticos*. Alfaomega.
- De Sordi, J. O. (2021). *Design science research methodology: Theory development from artifacts*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-82156-6>
- Jones, J. C. (1992). *Design methods* (2nd ed.). John Wiley & Sons. [Obra clásica].

Romero-Hall, E. (2021). *Research methods in learning design and technology*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9780367821883>

Unidad III. Implementación del proceso metodológico en diseño

Competencia

Implementar un proceso metodológico mediante la investigación, ideación, desarrollo y evaluación de un problema determinado de diseño, para asegurar una solución comunicativa adecuada y centrada en el usuario, con empatía, inclusión y responsabilidad social

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Proyecto gráfico en el que se apliquen de manera sistemática el proceso de diseño, que asegure una solución de comunicación visual pertinente y centrada en el usuario.

Contenido

- 3.1. Formulación del problema de comunicación visual
 - 3.1.1. Del síntoma al problema estructural
 - 3.1.2. Delimitación y pertinencia
- 3.2. Contextualización y análisis situacional
 - 3.2.1. Análisis del entorno
 - 3.2.2. Identificación de actores
 - 3.2.3. Marco cultural y simbólico
- 3.3. Diseño centrado en el usuario
 - 3.3.1. Concepto de usuario vs. público
 - 3.3.2. Empatía y experiencia
 - 3.3.3. Co-diseño aplicado a la comunicación estratégica
- 3.4. Herramientas digitales para la investigación, ideación y desarrollo
 - 3.4.1. Inteligencia artificial generativa para el diseño
 - 3.4.2. Uso crítico y ético de la IA
- 3.5. Redacción del brief estratégico
 - 3.5.1. Mapas conceptuales del proyecto
 - 3.5.2. Narrativa visual
 - 3.5.3. Grupos focales para validación

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G., & Harris, P. (2013). *Bases del diseño: Investigación en el diseño*. Parramón Arts & Design. [clásica].

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised and expanded ed.). Basic Books.
[clásica].

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Ávila Gutiérrez, M. J., Aguayo González, F., & Lama Ruiz, J. R. (2021). *Metodología del diseño: Técnicas de análisis y síntesis con teoría y casos prácticos*. Alfaomega.

Cassidy, T. (2011). The mood board process is modeled and understood as a qualitative design research tool. *Fashion Practice*, 3(2), 225–251.
<https://doi.org/10.2752/175693811x13080607764854> [clásica].

Kelley, T. R. (2020). The anatomy of a design brief. *Technology and Engineering Teacher*, 79(7), 8–12. [clásica].

Song, B., Soria Zurita, N. F., Gyory, J. T., Zhang, G., McComb, C., Cagan, J., Stump, G., Martin, J., Miller, S., Balon, C., & Yukish, M. (2022). Decoding the agility of artificial intelligence-assisted human design teams. *Design Studies*, 79, 101094.
<https://doi.org/10.1016/j.destud.2022.101094>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

UNIDAD II Enfoques, métodos y técnicas aplicados al diseño

Práctica 1. Comparación de métodos proyectuales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Examina los métodos de Munari, Löbach y Jones desde su estructura y fases.
3. Identifica similitudes y diferencias en entradas, procesos y resultados.
4. Relaciona cada método con un tipo específico de problema de comunicación visual.

5. Sistematiza el análisis en una matriz comparativa fundamentada.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Textos de referencia
- Plantilla de matriz comparativa
- Biblioteca digital UABC
- Procesador de texto

Práctica 2. Enfoques centrados en usuario y comunicación

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Analiza el enfoque de Frascara y el modelo SenseMaking desde su base teórica.
3. Identifica el papel del usuario y la dimensión social del diseño.
4. Relaciona técnicas específicas con etapas metodológicas correspondientes.
5. Formula una valoración crítica sobre su pertinencia disciplinar.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Lecturas especializadas
- Guía de análisis crítico
- Plataforma institucional
- Procesador de texto

Práctica 3. Enfoques estratégicos contemporáneos

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Examina el Design Thinking y su integración organizacional.
3. Analiza la dimensión estratégica del diseño en contextos institucionales.
4. Relaciona herramientas contemporáneas con fases metodológicas específicas.
5. Elabora un análisis estructurado con fundamento teórico.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Lecturas sobre Design Thinking
- Casos organizacionales
- Plantilla de análisis estructurado
- Procesador de texto

UNIDAD III Implementación del proceso metodológico en diseño

Práctica 4. Formulación del problema y contextualización

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Define un problema de comunicación visual a partir de un contexto real.
3. Analiza entorno, actores y marco cultural del proyecto.
4. Delimita el problema y establece criterios de pertinencia.
5. Redacta un planteamiento argumental con sustento metodológico.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de formulación del problema
- Fuentes documentales
- Plataforma institucional
- Procesador de texto

Práctica 5. Diseño centrado en el usuario

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Diferencia usuario y público en el contexto del proyecto seleccionado.
3. Construye perfiles y mapas de empatía con base en investigación.
4. Integra hallazgos en una propuesta conceptual preliminar.
5. Sistematiza resultados en documento estructurado.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de mapa de empatía
- Herramientas digitales colaborativas
- Lecturas sobre diseño centrado en usuario
- Procesador de texto

Práctica 6. Brief estratégico y validación

Duración

07 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Redacta un brief estratégico con base en el análisis previo.
3. Construye mapa conceptual y narrativa visual del proyecto.
4. Integra herramientas digitales para ideación inicial.
5. Presenta propuesta para validación preliminar con retroalimentación estructurada.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de brief estratégico
- Software de diagramación
- Herramientas de IA generativa
- Rúbrica de evaluación

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos
- Aprendizaje basado en casos
- Micro aprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante
- Toma de apuntes en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- | | |
|--------------------------|-----|
| - Evaluaciones parciales | 15% |
| - Actividades | 15% |
| - Prácticas de taller | 30% |

- Proyecto gráfico	40%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje de Metodología de Diseño deberá contar con Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual o área afín. Dominará fundamentos de desarrollo estratégico de proyectos de diseño; métodos, metodologías, herramientas de organización y representación, para la materialización y evaluación de proyectos de diseño. Preferentemente contar con un posgrado y dos años de experiencia docente. Ser una persona creativa, analítica, inclusiva, con dominio tecnológico, capacidad innovadora y compromiso con la actualización profesional continua.

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Dibujo Natural
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Julio César Rincón Martínez Jhosell Rosell Castro Claudia Marcela Calderón Aguilera
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	6 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Promover habilidades perceptivas, analíticas y representacionales del dibujo como lenguaje fundamental de la comunicación visual, mediante la observación directa, la interpretación formal y la representación gráfica de objetos, espacios y sujetos.

Se aplican principios de proporción, estructura, composición y expresión visual para conceptualizar y desarrollar propuestas de diseño pertinentes a distintos contextos sociales y productivos, con ética y responsabilidad social, integrando el dibujo como herramienta estratégica en los procesos de ideación, análisis y desarrollo de proyectos de diseño y comunicación visual. La asignatura es de carácter obligatorio, forma parte de la etapa básica, pertenece al área de Comunicación Visual y no presenta requisitos previos para cursar.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **38847 Dibujo Natural** del Plan de Estudios 2022-2 de los programas educativos Arquitecto; Licenciado en Diseño Industrial; y Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Gloria Torres, Alma Gloria Moreno y Gloria Gabriela Alcaráz Adame con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Humberto Cervantes de Ávila, Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar el dibujo como herramienta metodológica y estratégica de la comunicación visual para analizar, conceptualizar y representar ideas, objetos y contextos, mediante técnicas de observación, composición y representación gráfica, a fin de apoyar el desarrollo de proyectos de diseño y comunicación visual, con pensamiento crítico, creatividad, ética y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Bitácora de dibujo analítico: Conjunto sistematizado de ejercicios de observación, análisis formal y representación gráfica de objetos, figura humana y espacios, que evidencie el desarrollo progresivo de habilidades perceptuales, técnicas y conceptuales, aplicadas al dibujo al natural como proceso y disciplina.

Trabajo de síntesis: Proyecto que integre los conocimientos adquiridos sobre forma, proporción, estructura, volumen, relaciones espaciales y elementos del diseño, demostrando criterio compositivo, pensamiento visual y sensibilidad estética, con actitud ética y responsable frente al acto de observar y representar.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción,

promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. El dibujo como lenguaje de la comunicación visual

Competencia

Reconocer el dibujo como herramienta de representación y comunicación visual, analizando sus fundamentos teóricos, perceptivos y expresivos, para desarrollar la capacidad de observación, interpretación y organización visual, aplicando los elementos y principios del diseño, con actitud ética y criterio compositivo.

Contenido

- 1.1. El dibujo como lenguaje visual
 - 1.1.1. Función comunicativa y expresiva del dibujo
 - 1.1.2. Dibujo como lenguaje simbólico y herramienta de análisis
 - 1.1.3. Dibujo y contexto sociocultural
- 1.2. Percepción visual y observación
 - 1.2.1. Principios de percepción visual: Atención y memoria visual, figura–fondo y Gestalt
 - 1.2.2. Observación consciente del entorno
 - 1.2.3. Desarrollo de habilidades perceptuales para la representación al natural
- 1.3. Elementos y principios de composición del diseño aplicados al dibujo
 - 1.3.1. Elementos básicos de composición: punto, línea, forma, valor tonal, textura, espacio y figura–fondo
 - 1.3.2. Principios de composición visual: equilibrio, énfasis, proporción y escala, ritmo y movimiento visual, unidad/armonía, contraste, espacio y respiración visual
- 1.4. Ejercicios de síntesis y práctica
 - 1.4.1. Representación de elementos del entorno y composiciones simples
 - 1.4.2. Aplicación de percepción, elementos del diseño y principios de composición

Duración

05 horas

Unidad II. Técnicas y exploración en dibujo al natural

Competencia

Explorar diversas técnicas de dibujo al natural mediante la observación y representación de objetos, figura humana y entornos, con el fin de aplicar y desarrollar habilidades perceptuales,

control del trazo, manejo básico de luz y volumen, y ejercitando criterio compositivo, con orden y sensibilidad estética, en el contexto del Diseño y Comunicación Visual.

Contenido

- 2.1. Técnicas básicas de dibujo al natural
 - 2.1.1. Técnicas secas: grafito, carbón, lápices de color
 - 2.1.2. Técnicas húmedas y mixtas: tinta, aguada y combinaciones
 - 2.1.3. Exploración del trazo y gestualidad con materiales
- 2.2. Luz, sombra y volumen
 - 2.2.1. Identificación de la fuente de luz
 - 2.2.2. Aplicación básica de claroscuro y gradación tonal
 - 2.2.3. Representación inicial de volumen y profundidad
 - 2.2.5. Texturas visuales y táctiles
- 2.3. Representación de objetos, figura humana y entorno
 - 2.3.1. Dibujo de objetos cotidianos
 - 2.3.2. Figura humana esquemática
 - 2.3.3. Entornos básicos y composiciones simples
 - 2.3.4. Aplicación de criterio compositivo y sensibilidad estética

Duración

05 horas

Unidad III. Proceso y continuidad del dibujo al natural

Competencia

Desarrollar el proceso de dibujo natural de forma autónoma mediante la planificación, ejecución y revisión consciente de ejercicios de observación y representación, a fin de fortalecer la organización del trabajo y la coherencia formal, en el nivel básico del Diseño y la Comunicación Visual, con creatividad y responsabilidad.

Contenido

- 3.1. Proceso del dibujo natural
 - 3.1.1. Fases del dibujo: observación, planteamiento, desarrollo y cierre
 - 3.1.2. Bocetaje y estructuración inicial del dibujo
 - 3.1.3. Secuencia progresiva de construcción y administración del tiempo en ejercicios de observación y representación
- 3.2. Análisis y corrección gráfica
 - 3.2.1. Comparación entre modelo y representación
 - 3.2.2. Detección de errores y ajustes durante el proceso
 - 3.2.3. Revisión y mejora del trabajo de dibujo
- 3.3. Serie de dibujos y continuidad visual

- 3.3.1. Desarrollo de una serie de estudios sucesivos de un mismo modelo
- 3.3.2. Variación de encuadres manteniendo los fundamentos técnicos
- 3.3.3. Registro evolutivo del trabajo, mostrando progreso y coherencia visual entre los ejercicios
- 3.4. Presentación formal del trabajo
 - 3.4.1. Organización de carpeta o portafolio básico y limpieza del soporte
 - 3.4.2. Secuencia lógica de ejercicios y reflexión sobre el proceso realizado
- 3.5. Trabajo integrador final
 - 3.5.1. Desarrollo completo de un estudio al natural siguiendo el proceso aprendido
 - 3.5.2. Aplicación ordenada de observación, estructuración y cierre
 - 3.5.3. Entrega formal con evidencia del proceso

Duración

06 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. El dibujo como lenguaje de la comunicación visual

Práctica 1: Dibujo como lenguaje comunicativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza referentes visuales, como carteles, ilustraciones u objetos cotidianos, con el propósito de identificar la intención comunicativa de cada pieza.
3. Selecciona un concepto asignado y se representa mediante dibujo libre, priorizando la claridad y la expresión del mensaje.
4. Ajusta la forma, el trazo y la composición conforme a lo observado en los referentes, para acercarse a una comunicación visual efectiva.
5. Compara los resultados obtenidos con los referentes y reflexiona sobre la función comunicativa del dibujo, evaluando cómo la elección de formas, líneas y composición contribuye a transmitir el significado deseado.
6. Presentar el ejercicio con limpieza y rotulación técnica.
7. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápiz HB
- Papel bond
- Proyector
- Referentes impresos o digitales

Práctica 2: Dibujo como lenguaje simbólico y análisis visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un objeto o figura del entorno, que sirva como referencia para el ejercicio. Representa de manera esquemática el elemento, destacando su función simbólica o conceptual y priorizando la claridad en la comunicación visual.
3. Analiza la forma en que la representación transmite información o significado, identificando los elementos que permiten comprender su intención.
4. Reflexiona sobre la relación entre el dibujo y su contexto sociocultural, reconociendo cómo los símbolos y las formas visuales se vinculan con la cultura y la experiencia del entorno.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Objetos reales o fotografías
- Ejemplos de símbolos gráficos

Práctica 3: Observación consciente y percepción visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un objeto del entorno para su observación directa, prestando atención a los detalles y la forma general.
3. Realiza un dibujo de contorno ininterrumpido, centrando la atención en la memoria visual, la relación figura–fondo y la fidelidad de las proporciones.
4. Aplica principios de Gestalt para organizar los elementos de manera armoniosa y comprensible, facilitando la percepción de la estructura del objeto.
5. Comparten los resultados y reflexiona sobre la percepción visual y la atención consciente, evaluando cómo la observación dirigida contribuye a la representación gráfica precisa y significativa.

6. Entrega ejercicio desarrollado.
7. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Objetos reales
- Espacio con buena iluminación

Práctica 4: Aplicación de elementos y principios de composición

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Realiza un dibujo de un objeto o escena sencilla, aplicando los elementos básicos de composición, tales como punto, línea, forma, valor tonal, textura, espacio y figura–fondo, con el fin de organizar visualmente la información.
3. Integra los principios de composición visual, incluyendo equilibrio, énfasis, proporción, ritmo, unidad, contraste y respiración visual, para lograr coherencia y armonía en la representación. Ajusta de manera progresiva la composición visual durante el proceso, corrigiendo proporciones y relaciones espaciales según sea necesario.
4. Redacta una breve reflexión sobre cómo la aplicación de estos elementos y principios contribuye a mejorar la comunicación visual y la claridad en la representación al natural.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices de diferentes durezas
- Papel
- Objetos cotidianos
- Regla y plantillas de formas básicas

Práctica 5: Ejercicios de síntesis y representación integrada

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.

2. Selecciona un conjunto de elementos del entorno para representarlos en una composición simple, integrando la observación directa, la percepción visual y la aplicación de los elementos y principios de composición.
3. Revisa la coherencia visual, la proporción y el equilibrio de la composición, realizando ajustes cuando sea necesario para mantener armonía y claridad.
4. Reflexiona sobre el proceso de síntesis y sobre la relación entre la observación y la representación al natural, evaluando cómo la integración de estos factores contribuye a la construcción de composiciones visuales coherentes y significativas.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Objetos del entorno
- Ejemplos de composiciones sencillas

Unidad II. Técnicas y exploración en dibujo al natural

Práctica 5: Exploración de técnicas de dibujo al natural

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un objeto, figura humana esquemática o entorno básico como referencia para la observación directa.
3. Experimenta con técnicas secas como grafito, carbón y lápices de color, así como con técnicas húmedas y mixtas como tinta, aguada y combinaciones de materiales, explorando la gestualidad, el trazo y la expresividad de cada técnica.
4. Reflexiona sobre cómo las diferentes técnicas afectan la percepción de forma, volumen y textura, y se registran observaciones sobre la expresividad personal y el manejo del material.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Carbón
- Tinta
- Pinceles
- Papel de distintos gramajes

- Objetos del entorno o modelos sencillos

Práctica 6: Representación de luz, sombra y volumen

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un objeto para observar la interacción de la luz sobre sus superficies y se identifica la fuente de luz principal.
3. Realiza un dibujo aplicando técnicas básicas de claroscuro y gradación tonal, buscando representar volumen y profundidad iniciales.
4. Explora texturas visuales y táctiles para reforzar la sensación de materialidad y forma.
5. Reflexiona sobre cómo la luz y la sombra contribuyen a la percepción del volumen y a la coherencia visual de la representación al natural.
6. Entrega ejercicio desarrollado.
7. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices de diferentes durezas
- Papel
- Linterna o luz natural
- Objetos reales

Práctica 7: Representación de objetos cotidianos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Elige un objeto cotidiano para dibujar, observando cuidadosamente proporción, estructura y relaciones espaciales.
3. Aplican los elementos del diseño como línea, forma, valor y espacio, así como principios de composición básica, para lograr un dibujo equilibrado y coherente.
4. Realiza ajustes en el trazo y la composición según lo observado, y reflexiona sobre cómo la atención a la percepción visual mejora la representación de objetos en el contexto del dibujo al natural.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Objetos cotidianos
- Referencias visuales simples

Práctica 8: Figura humana esquemática y entornos básicos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona una figura humana esquemática o un entorno básico para observar y representar de manera simplificada.
3. Aplica principios de proporción, volumen y relación espacial, integrando criterio compositivo y sensibilidad estética en la composición.
4. Ajustan trazos, formas y escala, y se reflexiona sobre la manera en que la figura y el entorno se relacionan visualmente, fortaleciendo la capacidad de síntesis y la coherencia de la representación al natural.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Modelos de figura humana simplificada
- Objetos o fotografías de entornos simples

Práctica 9: Composición integrada de observación y representación

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un conjunto de elementos del entorno, incluyendo objetos y figura humana esquemática, para desarrollar una composición simple integrada.
3. Aplica de manera conjunta la observación directa, los elementos del diseño, los principios de composición y las técnicas exploradas previamente, prestando atención a luz, volumen y textura.

4. Realiza ajustes progresivos para mantener coherencia visual, equilibrio y proporción, y finalmente se reflexiona sobre cómo la integración de estos recursos fortalece la representación gráfica y la comunicación visual al natural.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Objetos del entorno
- Modelos humanos esquemáticos
- Ejemplos de composiciones sencillas

Unidad III. Proceso y continuidad del dibujo al natural

Práctica 10: Proceso del dibujo al natural

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un objeto o modelo para la observación directa, siguiendo las fases del dibujo: observación, planteamiento, desarrollo y cierre.
3. Realiza un boceto previo para estructurar la composición y sigue una secuencia progresiva de construcción, administrando el tiempo de manera consciente durante los ejercicios de observación y representación.
4. Promueve la atención en proporción, volumen y coherencia formal, fortaleciendo la organización del trabajo y la autonomía inicial en el proceso al natural.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Objetos reales
- Modelos sencillos o fotografías

Práctica 11: Análisis y corrección gráfica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Compara los dibujos realizados con los modelos observados para detectar diferencias, errores y desajustes en proporciones, relaciones espaciales y coherencia visual.
3. Aplica ajustes y mejoras progresivas, reforzando la capacidad crítica y la atención al detalle.
4. Reflexiona sobre las correcciones realizadas y sobre cómo estas contribuyen a la mejora de la representación al natural, fomentando la responsabilidad y el respeto hacia el trabajo propio y ajeno.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Reglas
- Objetos reales o modelos sencillos

Práctica 12: Serie de dibujos y continuidad visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Desarrolla una serie de estudios sucesivos de un mismo modelo, variando encuadres o puntos de vista sin alterar los fundamentos técnicos del dibujo.
3. Mantén la coherencia visual y el registro evolutivo entre cada ejercicio, observando el progreso en proporciones, volumen y organización espacial.
4. Reflexiona sobre la continuidad y la progresión del trabajo, fortaleciendo la autonomía y la capacidad de análisis en la representación al natural.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Modelos de objetos
- Figura humana esquemática o entornos sencillos

Práctica 13: Presentación formal del trabajo gráfico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Organiza la carpeta o portafolio básico, cuidando la limpieza del soporte y asegurando una secuencia lógica de los ejercicios.
3. Revisa la coherencia visual y el progreso reflejado en los dibujos.
4. Redacta una reflexión sobre el proceso realizado, evaluando la integración de observación, estructuración y cierre.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Carpeta o portafolio
- Lápices
- Papel
- Objetos del entorno o modelos

Práctica 14: Trabajo integrador final

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Desarrolla un estudio completo al natural aplicando todo el proceso aprendido: observación, bocetaje, estructuración, construcción progresiva y cierre.
3. Integran la organización, coherencia formal y criterios de representación, asegurando que la serie refleja continuidad y progresión.
4. Realiza la entrega formal del trabajo con evidencia del proceso, acompañada de una reflexión sobre las decisiones adoptadas, reforzando la autonomía, la responsabilidad y el respeto hacia el propio trabajo y el de los demás.
5. Entrega ejercicio desarrollado.
6. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lápices
- Papel
- Objetos del entorno
- Modelos o fotografías
- Carpeta o portafolio

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo
- Criterios de evaluación y rúbricas
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

Algunas de las estrategias de enseñanza utilizadas en la impartición del curso son las siguientes, no obstante, en atención a la libre cátedra, el facilitador tendrá la posibilidad de emplear la que a su juicio considere conveniente, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Demostración guiada y modelado docente
- Práctica progresiva supervisada
- Reflexión y análisis guiado
- Aprendizaje colaborativo en observación
- Bitácoras de dibujo y organizadores visuales
- Ejercicios de análisis formal y composición

Estrategias de aprendizaje

Algunas de las estrategias de aprendizaje que se motivará en las y los estudiantes durante la impartición del curso, son las siguientes, aunque el facilitador tendrá la oportunidad de promover las que mejor crea convenientes en función de las condiciones generales del grupo, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Práctica de observación directa
- Práctica reflexiva y crítica
- Organizadores visuales aplicados al dibujo
- Trabajo colaborativo guiado
- Toma de apuntes estratégicos sobre observación y técnica
- Experimentación y exploración de materiales

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

– Evaluaciones parciales (prácticas de taller)	30%
– Tareas	15%
– Bitácora de dibujo analítico	25%
– Proyecto de síntesis dibujo natural	30%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Arnheim, R. (2016). *Arte y percepción visual*. Alianza [clásica]

Berger, W. (2021). *Dibujo como pensamiento: teoría y práctica en comunicación visual*. Editorial Académica [clásica]

Lupton, E. (2017). *Graphic design thinking*. Princeton Architectural Press [clásica]

Munari, B. (2015). *Diseño y comunicación visual*. Gustavo Gili [clásica]

Samara, T. Mariko Higaki. (2017). *Design elements*. Rockport [clásica]

Wong, W. (2015). *Principios del diseño*. Gustavo Gili [clásica]

Zeegen, L. (2019). *The fundamentals of illustration*. Fairchild Books [clásica]

Peterson, B. (2016). *Drawing basics*. Watson-Guipill [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Acha, J. (2016). *Teoría del dibujo: su sociología y su estética*. [clásica]

Barrington, B. (2020). *El dibujo paso a paso*. Mirlo.

Carver, L. (2020). *Dibujar con punta fina: Trucos y recursos de artistas contemporáneos*.

Barcelona, España: Gustavo Gili.

Edwards, B. (2000). *Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro*. Urano [clásica]

Eiseman, L. (2020). *Armonía cromática*. Barcelona, España: Blume.

Hammonds, H. (2023). *Drawing Structure: Conceptual & Observational Techniques*.

Routledge. Wiley Online Library.

Higaki, M. (2020). *Observational Sketching: Hone Your Artistic Skills by Learning How to*

Observe and Sketch Everyday Objects. Rockport Publishers.

Kim, Y. (2022). *Brand Identity Essentials (Revised and Expanded)*. Rockport Publishers.

Lupton, E., y Phillips, J. C. (2020). *Graphic Design: The New Basics* (2ª ed.). Princeton

Architectural Press. EBSCO.

Roig, G. (2024). *Fundamentos del dibujo para diseño y comunicación visual*. Editorial

Universitaria.

Weber, M. (2020). *Nature Observation Sketchbook: Artist Sketchbook for Observing Nature,*

Drawing, Painting and Doodles. Independently published.

XII. PERFIL DOCENTE

Formación en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Arquitectura, Artes Visuales o área afín; preferentemente con posgrado y dos años de experiencia docente. Debe ser proactivo, creativo, analítico y colaborativo, con capacidad para guiar el desarrollo progresivo de habilidades perceptuales, técnicas y compositivas en los estudiantes. Se valorará experiencia profesional en dibujo, representación gráfica y de comunicación visual.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Fundamentos del Diseño
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Annia Paola Montes Mendoza Gabriela de Jesús Bacelis Dorantes Antonia Veneranda Holsworth Ríos
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	6 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como finalidad facilitar los conocimientos de los principales fundamentos teóricos del diseño que le permitan su aplicación en las composiciones, su utilidad se basa en el reconocimiento y aplicación de los conceptos teóricos del diseño. Se imparte en la etapa básica, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **38846 Fundamentos de Diseño** del Plan de Estudios 2021-1 del programa educativo Arquitecto, Licenciado en Diseño Industrial y Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Luz Berenice Vizcarra, Gloria Torres de León y Laura Susana Zamudio Vega con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata, Humberto Cervantes de Ávila y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los fundamentos teóricos del diseño, para aplicarlos en ejercicios de composición formal, a través de la investigación, observación y aplicación de la metodología en proyectos de diseño, con creatividad, responsabilidad y honestidad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Producto integrador final: elaboración de una maqueta sobre una estructura de diseño, debe presentar la infografía que plasme las características, fundamentos y especificaciones técnicas vigentes.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia; Vanguardia; Innovación Social e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Percepción del diseño

Competencia

Distinguir las leyes de percepción del diseño, a través del estudio y comprensión de las teorías de percepción, para su aplicación práctica en las composiciones formales, con responsabilidad y compromiso.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un foro de discusión donde se distingan las leyes de diseño a través del análisis y exposición de elementos gráficos.

Contenido

- 1.1. Percepción
 - 1.1.1. Leyes de la teoría Gestalt
 - 1.1.2. Percepción ambiental: psicología ambiental
 - 1.1.3. Teoría del color
- 1.2. Significado del diseño
 - 1.2.1. Semiótica
 - 1.2.2. Simbología en el diseño

Duración

09 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Gifford, R. (2007). *Environmental psychology: Principles and practice*. [clásica]

Albers, J. (2013). *Interaction of color*. Yale University Press. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Ambrose, G., Harris, P. y Navarro, S. G. (2006). *Diccionario visual de diseño gráfico*. Index Book. [clásica]

Unidad II. Conceptos generales del diseño

Competencia

Distinguir los conceptos generales de diseño, a través de la revisión y comprensión de cada uno de sus elementos, figuras y características, para identificar los conceptos relacionados con la forma con una actitud analítica y crítica.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un foro de discusión donde se presentará un video de 5 minutos donde se analice y se expongan los conceptos de forma y sus elementos en campañas de diseño publicitario.

Contenido

2.1. Forma

2.1.1. Elementos primarios de la forma: punto, línea, plano, volumen

2.1.2. Figuras y sólidos primarios: círculo, triángulo, cuadrado, cono, cubo, pirámide, cilindro, entre otros

2.1.3. Características visuales de la forma

2.1.4. Transformación de la forma: formas regulares e irregulares

2.2. Elementos de relación de la Forma

2.2.1. Posición

2.2.2. Orientación

2.2.3. Espacio

2.2.4. Inercia Visual

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ching, F. D. (2016). *Diccionario visual de arquitectura*. Editorial GG. [clásica]

Ching, F. D. (2016). *Arquitectura. Forma, espacio y orden*. Editorial GG. [clásica]

Arnheim, R. (1979). *Arte y percepción visual*. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Corbusier, L. (1923). Vers une architecture-Éditions Crès. *Collection de "L'Esprit Nouveau"*, Paris. [clásica]

Unidad III. Principios teóricos de la composición

Competencia

Examinar los principios teóricos de la composición, mediante la aplicación de principios ordenadores de diseño, para producir composiciones con dominio de la forma y organización del espacio bidimensional con una actitud creativa, innovadora y con responsabilidad ética.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elabora y expone una composición de técnica libre, utilizando un tema específico indicado por el docente, donde se evidencie la aplicación de los principios teóricos de la composición.

Contenido

- 3.1. Escala y proporciones
- 3.2. Articulación de la forma
- 3.3. Principios ordenadores
 - 3.3.1. Simetría
 - 3.3.2. Eje
 - 3.3.3. Jerarquía
 - 3.3.4. Pauta y ritmo
 - 3.3.5. Repetición
 - 3.3.6. Transformación

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ching, F. D. (2024). *Dibujo y proyecto: Tercera edición ampliada*. Editorial GG.

Ramírez, A. G. y Lozano, A. R. (2021). Conceptualización. Pensamiento gráfico y generación de ideas. *cuerpo académico análisis territorial, ambiental y urbano universidad de guanajuato*, 46.

Unwin, S. (2020). *Analysing architecture: The universal language of place-making*. Routledge.
[clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (2019). *The fundamentals of graphic design*. Bloomsbury Publishing. [clásica]

Unidad IV. Relaciones y sistemas de composición formal

Competencia

Distinguir las relaciones y sistemas de composición formal, mediante los tipos de composiciones bidimensionales y tridimensionales de diseño, para elaborar composiciones aplicadas en formato 2D y 3D, con creatividad y responsabilidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Presentación y entrega del proceso creativo de su composición y un conjunto de mockups mostrando la aplicación de sus diseños en objetos tridimensionales.

Contenido

- 4.1. Composiciones bidimensionales
 - 4.1.1. Composiciones con repetición
 - 4.1.2. Composiciones con radiación
 - 4.1.3. Composiciones con gradación
 - 4.1.4. Composiciones con semejanza
 - 4.1.5. Composiciones con concentración
 - 4.1.6. Composiciones con contraste
 - 4.1.7. Composiciones con anomalía
- 4.2. Texturas
 - 4.2.1. Textura visual: decorativa, espontánea y mecánica
 - 4.2.2. Textura táctil: natural asequible, natural modificada y organizada
- 4.3. Composiciones tridimensionales
 - 4.3.1. Estructura lineal
 - 4.3.2. Líneas enlazadas
 - 4.3.3. Planos seriados
 - 4.3.4. Estructuras de pared
 - 4.3.5. Prismas y cilindros
 - 4.3.6. Estructuras poliédricas

Duración

15 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ching, F. D., Adams, C. y Juárez, R. A. (2004). *Guía de construcción ilustrada*. Limusa Wiley.

[clásica]

Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica*.

Editorial GG. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: the new basics (revised and expanded)*.

Chronicle Books. [clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Microaprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Gamificación o aprendizaje basado en juego
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Meta por unidades	40%
- Producto integrador final	30%
- Portafolio de evidencias	10%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje de Fundamentos de Diseño deberá contar con Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual, Arquitectura o área afín. Dominará conceptos de diseño; métodos, metodologías, herramientas de organización y representación, para la materialización y evaluación (conceptos teóricos de diseño) de proyectos de diseño. Preferentemente contar con posgrado y dos años de experiencia docente. Será creativo, analítico, inclusivo, con dominio tecnológico, capacidad innovadora y compromiso con la actualización profesional continua.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Geometría Descriptiva
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En Línea
Equipo de diseño:	Julio César Rincón Martínez Alberto Enrique Estrella Castro
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es proporcionar al estudiantado los fundamentos teóricos y prácticos de la geometría descriptiva para la representación, análisis y construcción de formas bidimensionales y tridimensionales, mediante sistemas de proyección, relaciones espaciales y principios geométricos. Tiene la finalidad de fortalecer la conceptualización, visualización y desarrollo de proyectos de diseño y comunicación visual estratégica en contextos sociales, culturales y productivos, con rigor técnico, claridad comunicativa y responsabilidad social. Es una asignatura de carácter obligatoria que forma parte de la Etapa Básica y pertenece al área de Comunicación Visual.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar los principios y métodos de la geometría descriptiva mediante el uso de sistemas de representación, proyecciones y construcciones geométricas, para analizar, estructurar y comunicar visualmente objetos, espacios y mensajes gráficos en proyectos de diseño y comunicación visual estratégica, a fin de promover precisión formal, coherencia visual y pertinencia comunicativa en distintos medios y contextos profesionales, con una postura analítica y pulcritud en el trabajo.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias de prácticas individuales conformado por la integración sistemática de ejercicios de construcción geométrica, proyecciones ortogonales y axonométricas, y análisis espacial, aplicados a problemas de comunicación visual, demostrando dominio técnico, claridad gráfica y correcta normalización.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de la geometría descriptiva

Competencia

Interpretar y aplicar los principios básicos de la geometría descriptiva mediante el análisis de formas, relaciones espaciales y sistemas de referencia, para interpretar y construir representaciones gráficas precisas en el diseño y la comunicación visual, con calidad y precisión.

Contenido

- 1.1. Conceptos básicos de geometría
 - 1.1.1. Punto, línea y plano
 - 1.1.2. Relaciones espaciales
 - 1.1.3. Proporción
 - 1.1.4. Ritmo visual
 - 1.1.5. Análisis geométrico
- 1.2. Sistemas de referencia
 - 1.2.1. Planos de proyección
 - 1.2.2. Coordenadas cartesianas
- 1.3. Trazos geométricos fundamentales
 - 1.3.1. Paralelas y perpendiculares
 - 1.3.2. División proporcional
- 1.4. Polígonos y circunferencias
 - 1.4.1. Construcción y clasificación
- 1.5. Normalización gráfica
 - 1.5.1. Escalas y formatos

Duración

03 horas

Unidad II. Sistemas de representación bidimensional y tridimensional

Competencia

Aplicar sistemas de proyección mediante métodos geométricos normalizados, para representar objetos y estructuras tridimensionales con precisión técnica y claridad comunicativa, con pensamiento crítico y objetivo.

Contenido

- 2.1. Proyección ortogonal
 - 2.1.1. Vistas principales
- 2.2. Axonometría
 - 2.2.1. Isométrica, dimétrica y trimétrica

- 2.3. Perspectiva geométrica
 - 2.3.1. Cónica y paralela
- 2.4. Secciones y cortes
 - 2.4.1. Aplicación gráfica
- 2.5. Sombras y relaciones espaciales
 - 2.5.1. Principios geométricos
 - 2.5.2. Profundidad
 - 2.5.3. Representación gráfica

Duración

03 horas

Unidad III. Proyección del punto, la recta, el plano y el volumen

Competencia

Desarrollar bidimensional y tridimensionalmente elementos geométricos en el espacio con base en los sistemas de proyección diédricos a fin de comprender su posición relativa a los planos de proyección, con pensamiento crítico y objetivo.

Contenido

- 3.1. Punto
 - 3.1.1. Punto en el espacio
- 3.2. Recta
 - 3.2.1. Recta cualquiera
 - 3.2.2. Recta horizontal
 - 3.2.3. Recta de punta
 - 3.2.4. Recta frontal
 - 3.2.5. Recta vertical
 - 3.2.6. Recta de perfil
- 3.3. Plano
 - 3.3.1. Plano cualquiera
 - 3.3.2. Plano vertical
 - 3.3.3. Plano de canto
 - 3.3.4. Plano horizontal
 - 3.3.5. Plano frontal
 - 3.3.6. Plano de perfil
- 3.4. Volumen
 - 3.4.1. Poliedros irregulares
 - 3.4.2. Poliedros regulares (sólidos platónicos)
 - 3.4.3. Prismas
 - 3.4.4. Pirámides
 - 3.4.5. Cilindro, cono y sólido de revolución

Duración

10 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER**Unidad I. Fundamentos de la geometría descriptiva****Práctica 1: Construcción de trazos básicos*****Duración***

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica el problema geométrico y sus condiciones espaciales.
3. Selecciona el sistema de referencia adecuado.
4. Traza líneas base con instrumentos normalizados.
5. Construye relaciones de paralelismo y perpendicularidad.
6. Verifica proporciones y alineaciones.
7. Corrige imprecisiones.
8. Presenta el ejercicio con limpieza y rotulación técnica.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla
- Escuadras
- Compás
- Papel bond tabloide
- Lápiz 2H–HB

Práctica 2: Construcción de polígonos regulares***Duración***

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Determina el tipo de polígono y sus dimensiones.
3. Define centro y radio de construcción.
4. Traza circunferencia base.
5. Divide geométricamente en partes iguales.
6. Une vértices con precisión.

7. Comprueba simetría y regularidad.
8. Rotula y presenta conforme a normas gráficas.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Compás
- Regla
- Papel milimétrico

Práctica 3: Aplicación de escalas

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza las dimensiones reales del objeto.
3. Selecciona la escala normalizada correspondiente.
4. Convierte medidas al formato gráfico.
5. Traza la representación proporcional.
6. Verifica correspondencia dimensional.
7. Ajusta líneas y detalles.
8. Integra rotulación técnica y datos de identificación.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Escalímetro
- Lápiz técnico
- Papel bond

Práctica 4: Reacciones plano-espaciales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica planos y elementos geométricos involucrados.
3. Establece relaciones de paralelismo e intersección.
4. Traza representaciones auxiliares.
5. Construye gráficamente las relaciones espaciales.
6. Realiza una comprobación de coherencia geométrica.
7. Refuerza líneas definitivas.

8. Presenta el ejercicio de forma clara y ordenada.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla
- Escuadras
- Papel albanene
- Lápiz 2H–HB

Práctica 5: Normalización gráfica

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona formato y orientación del soporte
3. Aplica márgenes y cajetín normalizado
4. Traza líneas guía y ejes
5. Realiza la representación geométrica correspondiente
6. Aplica rotulación técnica estandarizada
7. Revisa limpieza y jerarquía visual.
8. Presenta conforme a criterios institucionales.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Normas gráficas
- Plantillas

Unidad II. Sistemas de representación bidimensional y tridimensional

Práctica 6: Vistas ortogonales de un objeto

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza la forma y función del objeto.
3. Determina las vistas principales necesarias.
4. Traza líneas de proyección alineadas.
5. Representa cada vista con proporción correcta.
6. Verifica correspondencia entre vistas.

7. Refuerza contornos visibles.
8. Rotula y presenta según normas técnicas.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond tabloide
- Lápices de distinta dureza

Práctica 7: Axonometría isométrica

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define ejes isométricos a 120 grados.
3. Establece dimensiones reales sobre los ejes.
4. Traza el volumen base.
5. Agrega detalles geométricos del objeto.
6. Verifica proporciones y paralelismos.
7. Limpia líneas constructivas.
8. Presenta con claridad y rotulación básica.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond tabloide
- Lápices de distinta dureza

Práctica 8: Axonometría dimétrica

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona orientación y ángulos de los ejes.

3. Define coeficientes de reducción.
4. Traza estructura volumétrica inicial.
5. Construye caras visibles del objeto.
6. Ajusta proporciones geométricas.
7. Verifica coherencia espacial.
8. Finaliza con líneas definitivas y rotulación
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond tabloide
- Lápices de distinta dureza

Práctica 9: Perspectiva cónica básica

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define línea de horizonte y punto de vista.
3. Ubica los puntos de fuga correspondientes.
4. Traza líneas de proyección iniciales.
5. Construye el volumen en perspectiva.
6. Verifica la profundidad y proporción.
7. Corrige distorsiones.
8. Presenta el ejercicio con limpieza gráfica.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond tabloide
- Lápices de distinta dureza

Práctica 10: Cortes y secciones

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica el plano de corte adecuado.
3. Traza la proyección del objeto.
4. Aplica el plano de sección gráficamente.
5. Elimina partes no visibles.
6. Representa superficies seccionadas con achurado normalizado.
7. Verifica claridad de lectura.
8. Rotula conforme a normativa.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond tabloide
- Lápices de distinta dureza

Unidad III: Proyección del punto, la recta, el plano y el volumen

Práctica 11: Proyección del punto en el espacio

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica la posición del punto respecto a los planos horizontal y vertical.
3. Establece los planos de proyección.
4. Traza líneas de referencia y proyección.
5. Representa las vistas horizontal y vertical del punto.
6. Verifica coherencia entre proyecciones.
7. Analiza su posición relativa.
8. Presenta el ejercicio con limpieza y rotulación técnica.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T

- Escuadras
- Lápices de distinta dureza
- Papel bond y albanene

Práctica 12: Proyección de la recta en el espacio

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona el tipo de recta a representar.
3. Define su posición respecto a los planos de proyección.
4. Traza proyecciones del punto inicial y final.
5. Une proyecciones correspondientes.
6. Analiza la verdadera magnitud y orientación.
7. Comprueba relaciones espaciales.
8. Rotula conforme a criterios normalizados.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond.
- Lápices de distinta dureza

Práctica 13: Proyección del plano

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica el tipo de plano según su posición espacial.
3. Define sus elementos determinantes.
4. Traza proyecciones de puntos o rectas contenidos.
5. Construye las vistas correspondientes.
6. Analiza inclinación y relaciones con los planos de proyección.
7. Verifica coherencia geométrica.
8. Presenta con claridad gráfica.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond tabloide
- Lápices de distinta dureza

Práctica 14: Proyección de poliedros regulares e irregulares

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona el poliedro a representar.
3. Analizar su orientación respecto a los planos de proyección.
4. Traza proyecciones de los vértices principales.
5. Construye caras visibles y ocultas.
6. Verifica proporciones y alineaciones.
7. Resalta los contornos definitivos.
8. Presenta con rotulación técnica normalizada.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond tabloide
- Lápices de distinta dureza

Práctica 15: Proyección de pirámides

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica la pirámide a representar.
3. Define su posición espacial.
4. Traza proyecciones.
5. Construye las vistas horizontal y vertical.
6. Representa contornos visibles y ocultos.
7. Verifica simetría y proporción.

8. Presenta el ejercicio con limpieza gráfica.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Regla T
- Escuadras
- Escalímetro
- Papel bond
- Lápices de distinta dureza

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

Algunas de las estrategias de enseñanza utilizadas en la impartición del curso son las siguientes, no obstante, en atención a la libre cátedra, el facilitador tendrá la posibilidad de emplear la que a su juicio considere conveniente, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje colaborativo
- Técnica expositiva
- Instrucción directa o guiada

Estrategias de aprendizaje

Algunas de las estrategias de aprendizaje que se motivará en las y los estudiantes durante la impartición del curso, son las siguientes, aunque el facilitador tendrá la oportunidad de promover las que mejor crea convenientes en función de las condiciones generales del grupo, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Aprendizaje autorregulado
- Aprendizaje basado en casos
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva
- Resolución de problemas
- Resolución de ejercicios prácticos
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas taller	60%
- Tareas	20%
- Portafolio de evidencias	20%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bravo G, F. Oyervide J, V., Chavez M, E. (2022). *Recursos tecnológicos para la enseñanza de geometría descriptiva.*

<http://libcon.rec.uabc.mx:2048/login?url=https://revista.uisrael.edu.ec/index.php?journal=rcui>

Carvajal R, F., Agüera V, F., Martínez C, P. (2021). *Ejercicios resueltos de geometría descriptiva*. <https://libcon.rec.uabc.mx:2321/es/lc/uabc/titulos/281380>

Ching, F. D. K., y Juroszek, S. P. (2019). *Design drawing*. Wiley. [clásica]

Ching, F. D. K. (2015). *Representación gráfica para el diseño*. Wiley. [clásica]

Gill, R. (2016). *Basic geometry for designers*. Thames & Hudson. [clásica]

Martín P, A., Vargas P, R. (2024) *Geometría descriptiva y pensamiento gráfico aumentado*.
<https://doaj.org/toc/2605-082X>

Montes, R. (2018). *Geometría descriptiva aplicada*. Alfaomega. [clásica]

Pérez, J. (2020). *Dibujo técnico y normalización*. McGraw-Hill. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Coronel, M. (2025). *Desafío de Geometría Descriptiva*. EducaPlay.
https://es.educaplay.com/recursos-educativos/22155109-desafio_de_geometria_descriptiva.html

Elam, K. (2001). *Geometry of design: Studies in proportion and composition*. Princeton Architectural Press. [Clásica]

González. M. (2023). *Tipos de línea*. EducaPlay. https://es.educaplay.com/recursos-educativos/5171592-tipos_de_linea.html

ISO (2018). *Technical drawing standards*. [clásica]

Lastra (2022). *Valoración de los principios de la Geometría descriptiva en el aprendizaje.*

EducaPlay. <https://es.educaplay.com/recursos-educativos/1127009-valoracion-de-los-principios-de-la-geometria-descriptiva-en-el-aprendizaje.html>

Profesor de dibujo (2013). *Introducción al sistema diédrico. Punto, recta y plano.* [Video]

<https://www.youtube.com/watch?v=4leKLEzBORA&list=PLoahkz-APounWCA3AHK67eJ7TtTC17dzX> [clásica]

Reas, C., y McWilliams, C. (2010). *Form+code in design, art, and architecture.* Princeton Architectural Press. [Clásica]

Sánchez, A. (2021). *Terminología básica de la geometría descriptiva.* EducaPlay.

<https://es.educaplay.com/recursos-educativos/6499357-glosario.html>

UAM-Azc (2024). *Material didáctico de geometría descriptiva.* Universidad Autónoma

Metropolitana - Azcapotzalco. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=SjoO0d4nv-o&list=PLjNhp2-R3EoNHKpLuFdVNk-6wL-2JhXI>

Universidad Nacional de Ingeniería (2024). *Dibujo técnico y geometría descriptiva.*

Universidad Nacional de Ingeniería. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=C1B-WtYuzZE&list=PLQI9o35873URMDoMjeXgt2fJg4KxNQEHW>

Universidad Politécnica de Madrid (2019). *Apuntes de geometría descriptiva.* [clásica]

XII. PERFIL DOCENTE

La persona docente deberá contar con licenciatura en Diseño, Arquitectura o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado relacionados con el área, y experiencia docente mínima de dos años. Deberá poseer dominio de la geometría descriptiva, representación gráfica y desarrollo de proyectos de diseño, así como de estrategias de enseñanza teórico-prácticas y herramientas analógicas y digitales. Se requiere capacidad de análisis, creatividad, iniciativa y trabajo colaborativo para orientar el aprendizaje y acompañar el desarrollo de proyectos.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Vectorización de Gráficos
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Laboratorio: 00 Horas Práctica de Campo: 00 Horas Clínicas: 00 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Julio César Rincón Martínez Alberto Enrique Estrella Castro
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Vectorización de Gráficos tiene la finalidad de desarrollar en el(la) estudiante las capacidades técnicas, conceptuales y estratégicas para la creación, edición y optimización de gráficos vectoriales aplicados a proyectos de comunicación visual, mediante el análisis de sistemas de representación gráfica, el uso de herramientas digitales especializadas y la adaptación de resultados a distintos medios y plataformas, considerando criterios de calidad visual, accesibilidad, equidad social y de género, fomentando el pensamiento creativo y autocrítico del trabajo presentado. Esta asignatura forma parte de la etapa básica y es de carácter obligatoria y pertenece al área de conocimiento de Tecnología.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar principios de la vectorización de gráficos mediante el uso de herramientas digitales especializadas, métodos de construcción geométrica y criterios técnicos de producción, para desarrollar soluciones de comunicación visual adaptables a múltiples plataformas y contextos transmedia, con el fin de asegurar la claridad del mensaje y la coherencia visual en proyectos de diseño y comunicación visual estratégica, con responsabilidad, orden, cultura de calidad y actitud creativa.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio técnico-digital conformado por los ejercicios de vectorización digital que evidencien dominio de herramientas, precisión formal, consistencia gráfica y adecuación a distintos formatos. Asimismo, un proyecto de vectorización aplicada que muestre el desarrollo de un sistema gráfico vectorial (iconos, símbolos o elementos identitarios) derivado de un proyecto de comunicación visual, optimizado para impresión, medios digitales y plataformas emergentes, documentando el proceso técnico y las decisiones estratégicas.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia y Vanguardia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de la vectorización gráfica

Competencia

Hacer uso de los principios conceptuales y técnicos de la vectorización gráfica mediante el estudio de sistemas de representación visual, para comprender su función comunicativa y su aplicación estratégica en proyectos de diseño, con responsabilidad y orden.

Contenido

- 1.1. Gráficos vectoriales y su función comunicativa
 - 1.1.1. Imagen vectorial e imagen rasterizada
 - 1.1.2. Características técnicas
 - 1.1.3. Usos en comunicación visual
- 1.2. Principios de forma y geometría
 - 1.2.1. Punto, línea y plano
 - 1.2.2. Proporción y modulación
 - 1.2.3. Retículas y estructuras
- 1.3. Lenguaje visual y síntesis gráfica
 - 1.3.1. Simplificación formal
 - 1.3.2. Abstracción visual
 - 1.3.3. Legibilidad y pregnancia
- 1.4. Formatos de gráficos vectoriales
- 1.5. Programas de gráficos vectoriales

Duración

03 horas

Unidad II. Técnicas y herramientas de vectorización

Competencia

Desarrollar gráficos vectoriales para proyectos de comunicación visual mediante herramientas de software especializadas, tecnologías emergentes, inteligencia artificial (IA) y métodos de construcción gráfica, con el fin de producir elementos visuales precisos y funcionales en distintos entornos de diseño, con creatividad, orden y excelencia.

Contenido

- 2.1. Herramientas digitales de vectorización
 - 2.1.1. Interfaces y flujos de trabajo
 - 2.1.2. Pluma y trazados
 - 2.1.3. Edición de nodos
- 2.2. Vectorización manual y digital
 - 2.2.1. Bocetaje previo
 - 2.1.2. Digitalización

- 2.1.3. Corrección y optimización
- 2.3. Herramientas de representación gráfica
 - 2.3.1. Herramientas de selección
 - 2.3.2. Formas básicas
 - 2.3.3. Herramientas de trazado
 - 2.3.4. Uso del color
 - 2.3.5. Símbolos y estilos gráficos
- 2.4. Tipografía y gráficos vectoriales
 - 2.4.1. Contornos topográficos
 - 2.4.2. Manipulación formal
 - 2.4.3. Usos expresivos
- 2.5. Efectos y texturas
- 2.6. Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

Duración

09 horas

Unidad III. Vectorización estratégica y transmedia

Competencia

Integrar gráficos vectoriales en proyectos de comunicación visual mediante criterios de adaptabilidad, accesibilidad, coherencia visual y con apoyo de herramientas de software especializados, tecnologías emergentes e inteligencia artificial (IA), para fortalecer narrativas transmedia en múltiples plataformas con responsabilidad, creatividad, orden y excelencia.

Contenido

- 3.1. Vectorización para multiplataforma
 - 3.1.1. Formatos y resoluciones
 - 3.1.2. Escalabilidad
 - 3.1.3. Exportación
 - 3.1.4. Uso de IA generativa y tecnologías emergentes
- 3.2. Accesibilidad y equidad en gráficos
 - 3.2.1. Lectura visual inclusiva
 - 3.2.2. Perspectiva de género
 - 3.2.3. Diseño universal
- 3.3. Gestión y aplicación profesional
 - 3.3.1. Sistemas gráficos
 - 3.3.2. Manuales básicos
 - 3.3.3. Uso en proyectos estratégicos

Duración

04 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I: Fundamentos de la vectorización gráfica

Práctica 1: Análisis de gráficos vectoriales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica ejemplos profesionales de gráficos vectoriales en distintos contextos; observar características formales y técnicas.
3. Compara diferencias entre usos impresos y digitales; clasificar los gráficos según su función comunicativa.
4. Analiza su nivel de síntesis y legibilidad.
5. Argumenta de manera escrita la pertinencia visual de cada caso analizado.
6. Entrega ejercicio desarrollado.
7. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Banco de ejemplos digitales

Práctica 2: Construcción geométrica básica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define un formato de trabajo adecuado.
3. Traza una retícula base con proporciones controladas.
4. Construye figuras geométricas elementales a partir de módulos.
5. Relaciona formas mediante alineación y repetición.
6. Verifica equilibrio y coherencia visual.
7. Ajusta proporciones conforme a criterios de claridad y estabilidad gráfica.
8. Entrega ejercicio desarrollado.
9. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo.

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Guías visuales

Práctica 3: Síntesis gráfica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona una imagen de referencia compleja.
3. Identifica sus elementos visuales esenciales.
4. Abstrae las formas principales mediante simplificación progresiva.
5. Traduce los elementos a estructuras vectoriales básicas.
6. Evalúa la legibilidad del resultado.
7. Optimiza el nivel de síntesis para su correcta comunicación visual.
8. Entrega ejercicio desarrollado.
9. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Referentes visuales

Unidad II: Técnicas y herramientas de vectorización

Práctica 4: Dominio de herramientas vectoriales

Duración.

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Explora la interfaz del software de vectorización.
3. Configura el espacio de trabajo según el proyecto.
4. Traza formas utilizando la herramienta pluma.
5. Edita nodos y manejadores con precisión.
6. Aplica ajustes de alineación y curvas.
7. Guardar versiones del archivo documentando los cambios realizados.
8. Entrega ejercicio desarrollado.
9. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Tutoriales de apoyo

Prácticas 5. Vectorización desde boceto

Duración

28 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Realiza un boceto manual con intencionalidad comunicativa.
3. Digitaliza el boceto mediante escaneo o fotografía.
4. Importa la imagen al software vectorial.
5. Traza las formas principales con precisión.
6. Corrige irregularidades en nodos y curvas.
7. Vectoriza el boceto obtenido en el punto 3 con apoyo de IA generativa
8. Identifica las diferencias de ambos resultados.
9. Elabora un glosario visual bilingüe de los comandos y formatos de exportación.
10. Elabora una ficha breve de instrucciones para exportar un gráfico vectorial.
11. Exporta el archivo final en formato vectorial editable.
12. Entrega ejercicio desarrollado.
13. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Papel
- Escáner o cámara
- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Banco digital de gráficos vectoriales
- IA y tecnologías emergentes
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas
- Tutoriales de apoyo

Práctica 6. Manipulación tipográfica vectorial

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Apóyate de la IA y tecnologías emergentes para desarrollar el siguiente procedimiento:
 - Selecciona una tipografía acorde al objetivo del proyecto.
 - Convierte el texto en contornos editables.
 - Analiza la estructura formal de los caracteres.
 - Modifica nodos y trazos con criterio gráfico.
 - Experimenta variaciones controladas de forma.
 - Evalúa la legibilidad y coherencia tipográfica del resultado final.

3. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Tipografías digitales
- IA y tecnologías emergentes

Unidad III: Vectorización estratégica y transmedia

Práctica 7: Adaptación multiplataforma

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Apóyate de la IA y tecnologías emergentes para desarrollar el siguiente procedimiento:
 - Define las plataformas de destino del gráfico vectorial.
 - Establece requerimientos técnicos de cada medio.
 - Ajusta tamaños y proporciones sin perder coherencia visual.
 - Realiza una comprobación de la escalabilidad del gráfico.
 - Exporta versiones optimizadas en distintos formatos.
 - Valida su correcta visualización en cada plataforma seleccionada.
3. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- IA y tecnologías emergentes
- Guías de formatos digitales

Práctica 8: Evaluación de accesibilidad visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza niveles de contraste cromático
3. Verifica la legibilidad de formas y trazos
4. Identifica posibles barreras visuales para distintos usuarios
5. Evalúa la neutralidad y equidad del lenguaje gráfico
6. Propone ajustes formales que mejoren la accesibilidad

7. Justifica las decisiones desde criterios de diseño inclusivo.
8. Recibe retroalimentación del docente

Recursos de apoyo.

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Lineamientos de accesibilidad

Práctica 9: Integración en sistema gráfico

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define los componentes del sistema visual.
3. Integra los gráficos vectoriales desarrollados.
4. Establece reglas de uso y consistencia formal.
5. Organiza los elementos en composiciones coherentes
6. Documenta lineamientos básicos de aplicación.
7. Presenta el sistema gráfico como solución integrada de comunicación visual.
8. Recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño vectorial
- Plantilla de sistema gráfico

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La estructura del curso
- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Instrucción directa o guiada
- Simulación de casos reales

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes estratégicos
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller	30%
- Tareas	15%
- Portafolio técnico-digital	25%
- Proyecto de vectorización aplicada	30%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

- Ambrose, G., y Harris, P. (2021). *Basics Design: Layout*. Bloomsbury Visual Arts.
- Berman, A. (2023). *Graphic Design and Visual Communication: Techniques and Tools for Contemporary Practice*. Bloomsbury Visual Arts. EBSCO - Art & Architecture Complete
- Heller, S., y Vienne, V. (2021). *Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design*. Wiley. Wiley Online Library - Art & Architecture Complete.
- Jain, A., Xie, A, y Abbeel, P. (2022). *VectorFusion: Text-to-SVG by Abstracting Pixel-Based Diffusion Models*. Berkeley. <https://arxiv.org/pdf/2211.11319>
- Landa, R. (2020). *Graphic Design Solutions: a guide to problems, practices, and strategies*. Cengage Learning. [clásica]
- Lu, S., y Armstrong, H. (2022). *Designing with Adobe Illustrator: Creative Techniques for Vector Graphics*. Routledge. EBSCO - Academic Search Ultimate.
- Lupton, E. (2017). *Graphic design: The new basics*. Princeton Architectural Press. [clásica]
- Samara, T. (2017). *Design elements*. Rockport. [clásica]
- Tian, X. y Gunther, T.r (2024) *A Survey of Smooth Vector Graphics: Recent Advances in Representation, Creation, Rasterization, and Image Vectorization*. IEEE
<https://libcon.rec.uabc.mx:2279/document/9942350>
- Wong, W. (2015). *Principios del diseño*. Gustavo Gili. [clásica]

Zhao, K., Liangbao, Li, Y., Su, X., Zhang, K., y Tian, X. (2025). *Less is More: Efficient Image Vectorization with Adaptive Parameterization*. IEEE.

<https://libcon.rec.uabc.mx:2279/document/11094824>

Recursos de acceso libre o complementarios externos

ISO (2018). *ISO 9241-210: Human-centred design*. [clásica]

W3C (2023). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2*.

Adobe (2024). *Illustrator user guide*.

Wood, B. (2019). *Adobe Illustrator CC Classroom in a Book (2020 release)*. Adobe Press.
[clásica]

Müller, J. (2015). *Logo modernism*. Taschen. [clásica]

Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity (5th ed.)*. Wiley. [clásica]

XII. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje Vectorización de Gráficos deberá contar con licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o área afín; preferentemente con posgrado y dos años de experiencia docente. Deberá dominar estrategias de enseñanza teórico-prácticas, herramientas digitales de vectorización, inteligencia artificial generativa y tecnologías emergentes. Asimismo, se requiere experiencia profesional en vectorización digital, sistemas gráficos y producción visual para medios impresos y digitales, así como creatividad, pensamiento analítico, iniciativa y disposición para el trabajo colaborativo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Gráfica Mexicana
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Samara Lilian Vilchis Medina Jorge Luis Osiris Fernández Arias
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje Gráfica Mexicana, tiene como propósito brindar a las y los estudiantes bases sólidas sobre los antecedentes históricos, culturales y profesionales del diseño gráfico en México, con la finalidad de comprender su identidad disciplinar y valorar su proyección en el contexto internacional. Se ubica en la etapa básica, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Perspectivas Teóricas, es deseable y recomendable haber cursado Historia de la Comunicación Gráfica.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40108 Gráfica Mexicana** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Martha Patricia Alcaraz Florese e Isabel Salinas Gutiérrez con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la producción gráfica mexicana mediante el estudio crítico de sus rasgos distintivos, contextos socioculturales y acontecimientos históricos que incidieron en la profesionalización del diseño gráfico, con el fin de interpretar los fundamentos de su quehacer profesional y su impacto en el diseño contemporáneo, con una actitud propositiva, compromiso ético y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Diseño y presentación de infografía académica

Elaboración y presentación de una infografía académica (60 x 90 cm) sobre un tema de Gráfica Mexicana, sustentada en investigación documental y síntesis clara de la información, que evidencie organización jerárquica, coherencia conceptual, calidad gráfica, uso adecuado del color e iconografía pertinente, correcta redacción y cumplimiento en tiempo y forma.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Primeros registros de gráfica en México

Competencia

Analizar los antecedentes históricos de la producción gráfica mexicana desde la época prehispánica hasta el México independiente, mediante el estudio de sus características formales, técnicas, materiales y contextuales, con el propósito de comprender la evolución del lenguaje visual y los procesos gráficos que fundamentan el diseño contemporáneo, con sentido crítico y responsabilidad cultural.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

- Manual de Identidad basado en un análisis visual de códices prehispánicos con el fin de identificar su composición geométrica, paleta cromática y jerarquía de información.
- Ejercicio práctico de linóleo inspirado en las técnicas de Vanegas Arroyo y Posada a partir de una noticia actual utilizando la estética de la "Nota Roja" del siglo XIX.
- Reporte reflexivo de la Mesa Redonda: "Debate de la Influencia Francesa vs. Lo Popular", derivado de la participación en la sesión, en el que se contextualiza histórica y conceptualmente el tema; se exponen las ideas centrales del autor o autores; se realice un análisis crítico fundamentado; y se formule una postura propia sustentada en reflexión crítica y coherencia teórica.

Contenido

- 1.1 Códices, sellos y pintaderas en el México prehispánico.
- 1.2. La llegada de la imprenta a México: ilustración, grabado y litografía, y el aporte de la imprenta de Antonio Vanegas Arroyo.
- 1.3. La academia de las Tres Nobles Artes de San Carlos de la Nueva España, como diferenciador del arte académico y la gráfica popular.
- 1.4. La gráfica mexicana de raíces populares del siglo XIX (1800-1880): Manuel Manilla y José Guadalupe Posada.
- 1.5. La gráfica porfiriana (1880-1910): Litografías con reminiscencia francesa.
- 1.6. La gráfica revolucionaria (1910-1927): La imprenta durante la lucha armada y la estética revolucionaria.
- 1.7. Movimientos artísticos revolucionarios: ¡Estridentismo, Revista Crisol, LEAR, !30-30¡

Duración

15 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Troconi, G. (2010). *Diseño gráfico en México: 100 años*. Artes de México. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Tibol, R. (2008). *Diego Rivera: Great illustrator*. RM.

Unidad II. Gráfica e ilustración mexicana del siglo XX**Competencia**

Examinar las corrientes y autores de la gráfica mexicana del siglo XX mediante matrices comparativas que distingan estilos técnicos y fines comunicativos de cada periodo, con el propósito de fundamentar decisiones de diseño estratégicas contextualizadas en el ámbito nacional, actuando con rigor analítico, respeto por el patrimonio cultural y responsabilidad profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

- Realizar una tabla comparativa entre la gráfica del Taller de Gráfica Popular y el Muralismo donde identifiquen la composición de cada movimiento para dirigir la mirada del espectador (estrategia de atención).
- Rediseño de Propaganda en el que se adapten a una campaña de comunicación social contemporánea y justifiquen la selección de los elementos compositivos a partir de una obra de David Alfaro Siqueiros o Diego Rivera (ej. salud pública o ecología)

Contenido

2.1. El Taller de Gráfica Popular: Fermín Revueltas, Leopoldo Méndez, Jean Charlot, Ramón Alva de la Canal y Gabriel Fernández Ledesma.

2.2. Muralismo mexicano como proyecto de nación: Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco.

2.3. El exilio español: Las aportaciones de Miguel Prieto, Josep Renau y Vicente Rojo al diseño gráfico mexicano.

Duración

15 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Musacchio, H. (2007). *Taller de gráfica popular*. Fondo de Cultura Económica. [clásica]

Pompa y Pompa, A. (1988). *450 años de imprenta tipográfica en México*. Asociación Nacional de Libreros. [clásica]

Speckman Guerra, S., Jáuregui, L., García Diego, D., García Martínez, G. M., Escalante Gonzalbo, F., Aboites Aguilar, A., & Vázquez, J. Z. (2008). *Nueva historia mínima de México ilustrada*. El Colegio de México. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Becerra Pérez, G. (1991, octubre). Tradición y producción editorial en México. *Diseño en Síntesis*, 1(11). [clásica]

Unidad III. El Diseño Gráfico como profesión

Competencia

Analizar los fundamentos históricos y sociales de la profesionalización del diseño gráfico en México y en su región, mediante el estudio de las prácticas profesionales contemporáneas de la disciplina, con el propósito de consolidar su identidad profesional y fortalecer su desempeño en contextos locales y nacionales, actuando con pensamiento crítico, empatía y compromiso social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un análisis sistémico de la identidad gráfica de los Juegos Olímpicos, en el que se identifique la aplicación de una “estratigrafía” visual, integración del arte óptico y referentes del arte huichol como estrategia para la construcción de una marca país con proyección global.

Contenido

- 3.1. La identidad gráfica de los Juegos Olímpicos de 1968.
- 3.2. La gráfica del movimiento estudiantil de 1968.

- 3.3. El legado cultural de la gráfica en la década de 1970.
- 3.4. La Bienal Internacional de Cartel en México, como plataforma de proyección para diseñadores.
- 3.5. El surgimiento de empresas de diseño gráfico comercial y los productores del diseño actual
- 3.6. El surgimiento y profesionalización del Diseño Gráfico en Baja California.

Duración

18 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Albiñana, S. (2014). *México ilustrado, 1920–1950: Libros, revistas y carteles* (2.ª ed.). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [clásica]

Garone Gravier, M. (2011). Textos y contextos de una década de diseño gráfico en México (1990–2000). *Ensayos. Historia y Teoría del Arte*, (21).
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayo/article/view/45983> [clásica]

Vilchis Esquivel, L. C. (2010). *Historia del diseño gráfico en México, 1910–2010*. Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Becerra Pérez, G. (1991, octubre). Tradición y producción editorial en México. *Diseño en Síntesis*, 1(11). [clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje por retos en plataformas virtuales
- Microaprendizaje (microlearning)
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Actividades	40%
- Diseño y presentación de infografía	40%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

La persona docente responsable de la unidad de aprendizaje Gráfica Mexicana deberá contar con título de Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Artes Visuales o áreas afines. Se requiere experiencia docente mínima de dos años y trayectoria profesional comprobable en producción gráfica, consultoría visual, investigación o gestión del patrimonio cultural, preferentemente en el ámbito regional. Es deseable que posea estudios de posgrado en Diseño, Artes, Comunicación o campos afines, así como interés académico por la actividad gráfica, pensamiento crítico y compromiso con el desarrollo disciplinar.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Comunicación Visual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Melina Amao Ceniceros Vannessa Lucía Sandoval Benavides Gustavo Alonso Romero Robles Iliana Berenice Muñoz López
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es analizar, conceptualizar e interpretar mensajes visuales, incorporando fundamentos teóricos de la comunicación visual, con la finalidad de examinar contextos socioculturales, responder a las necesidades de comunicación contemporáneas y construir discursos visuales eficaces, éticos e innovadores, aplicables a distintos medios, soportes y audiencias. Se ubica en la etapa básica, con carácter de obligatoria y forma parte del área de Comunicación Visual del programa educativo de Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual Estratégica.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los elementos que distinguen el lenguaje visual, a través de la interpretación de los significados, imaginarios y narrativas contextualizados, con la finalidad de responder a necesidades de comunicación y construir discursos visuales estratégicos incluyentes, con responsabilidad social y ética profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elaborar un proyecto de análisis y productos de comunicación visual a través de la aplicación de bases teóricas del lenguaje visual. La entrega del proyecto debe ser en formato digital y/o impreso presentado con apoyo visual.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social, Inclusión y Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Historia y cultura visual: fundamentos para la interpretación de la imagen

Competencia

Examinar la evolución de la cultura visual y sus sistemas de representación mediante la revisión y comprensión histórica de los paradigmas occidentales para identificar la relación entre los mensajes visuales y su contexto social, cultural y político, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido

1.1. Cultura visual y construcción social de la imagen

1.1.1. Concepto de cultura visual

1.1.2. La imagen como documento histórico y dispositivo cultural

- 1.1.3. Relación entre imagen, poder, ideología e identidad
- 1.2. Antecedentes históricos de la comunicación visual
 - 1.2.1. De las representaciones originarias al mundo clásico
 - 1.2.2. Edad Media y Renacimiento: imagen, religión y ciencia
 - 1.2.3. Modernidad: industrial, propaganda y medios masivos
 - 1.2.4. Contemporaneidad: cultura digital y visibilidad global
- 1.3. Lectura crítica de la imagen en perspectiva histórica
 - 1.3.1. Análisis comparativo de imágenes de distintas épocas
 - 1.3.2. Permanencias y rupturas en los códigos visuales

Duración

05 horas

Unidad II. La construcción visual de la sociedad

Competencia

Comparar los regímenes visuales a partir del análisis de perspectivas teóricas provenientes de los estudios culturales, con la finalidad de reconocer las relaciones de poder en la cultura visual así como su potencial transformador, con actitud crítica y responsable.

Contenido

- 2.1. Régimen escópico
 - 2.1.1. Ocularcentrismo
- 2.2. Modos de ver
- 2.3. Representación e imaginarios visuales
- 2.4. Justicia epistémica, representacional y estética
- 2.5. Male gaze vs Female gaze
 - 2.5.1. Escopofilia
 - 2.5.2. Test de las Belcher
- 2.6. Queerbaiting

Duración

05 horas

Unidad 3. Nuevas narrativas visuales e interactividad

Competencia

Distinguir las estrategias de construcción de experiencias de comunicación visual mediante la integración de narrativas visuales contemporáneas, principios de interactividad y herramientas digitales de producción, con el propósito de interpretar de manera crítica mensajes visuales, con responsabilidad social, ética profesional y apertura a la innovación tecnológica.

Contenido

- 3.1. Narrativas visuales contemporáneas
 - 3.1.1. Concepto de narrativa visual en la era digital

- 3.1.2. Storytelling transmedia y multiplataforma
- 3.1.3. Cultura visual participativa
- 3.2. Interfaces visuales e interactividad en redes socio digitales
 - 3.2.1. Prosumer
 - 3.2.2. Identidades virtuales y globalización visual
- 3.3. Ética, accesibilidad e impacto social en entornos digitales
 - 3.3.1. Diseño inclusivo y accesibilidad visual
 - 3.3.2. Ética en la comunicación digital
 - 3.3.3. Consumo crítico de contenidos visuales
 - 3.3.4. Responsabilidad del diseñador en entornos interactivos

Duración

06 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Historia y cultura visual: fundamentos para la interpretación de la imagen

Práctica 1: Cartel sociocrítico: del muro histórico al muro urbano

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica y revisa los conceptos de cultura visual, imagen como documento histórico y visualidad sociopolítica.
2. Analiza ejemplos históricos de propaganda gráfica identificando composición, color, tipografía, símbolos de poder y estrategias persuasivas.
3. Investiga referentes de arte urbano sociocrítico como Banksy y Shepard Fairey, observando su uso del espacio público como medio de comunicación alternativa.
4. Relaciona los elementos visuales de ambas tradiciones (propaganda y street art) con su contexto histórico, social e ideológico.
5. Define un tema sociocultural actual (medio ambiente, desigualdad, identidad, consumo, tecnología, etc.) que funcione como eje discursivo del cartel.
6. Crea un concepto visual que traduzca el mensaje en una imagen simbólica clara, directa y crítica, considerando la imagen como dispositivo cultural.
7. Diseña la composición aplicando recursos formales de la propaganda (alto contraste, síntesis gráfica, jerarquía tipográfica, diagonales dinámicas) integrados con recursos del arte urbano (texturas, estencil, apropiación del espacio, estética contestataria).
8. Construye el cartel en formato digital o análogo incorporando códigos visuales históricos reinterpretados desde una mirada contemporánea.
9. Justifica por escrito (media cuartilla) las decisiones formales tomadas, explicando la relación entre imagen, poder, ideología e identidad en tu propuesta.

10. Expone su propuesta ante la clase y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso a internet
- Libro: Trespass: Historia del Arte Urbano no oficial
- Documental “Exit through the gift shop”
- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Proyector

Práctica 2: Análisis iconográfico de la imagen histórica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Selecciona una imagen representativa de un periodo histórico.
3. Identifica elementos formales, simbólicos y compositivos.
4. Analiza su función como documento histórico.
5. Relaciona la imagen con su contexto social, político y cultural.
6. Redacta una interpretación crítica fundamentada.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Bibliografía especializada
- Repositorios de imágenes
- Equipo de cómputo
- Procesador de texto
- Acceso a internet

Práctica 3: Reconstrucción visual de códigos históricos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Identifica códigos visuales de un periodo histórico.
3. Analiza sus características formales y comunicativas.
4. Selecciona un mensaje contemporáneo para reinterpretar.
5. Aplica los códigos visuales en una propuesta gráfica.

6. Explica la relación entre pasado y presente en la imagen.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Referentes visuales históricos
- Proyector

Práctica 4: Ensayo visual sobre cultura e identidad

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Define un tema relacionado con la identidad cultural.
3. Selecciona imágenes que representen el tema.
4. Analiza su significado desde la cultura visual.
5. Organiza una secuencia narrativa visual.
6. Redacta una reflexión crítica que acompañe la propuesta.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Banco de imágenes
- Software de diseño
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Procesador de texto

Unidad II: La construcción visual de la sociedad

Práctica 5: Análisis guiado de narrativas visuales

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende instrucciones del docente.
2. Realiza revisión documental.
3. Compara las perspectivas teóricas y conceptuales.

4. Selecciona un producto comunicativo contemporáneo en lenguaje visual (publicidad, campaña, propaganda).
5. Elabora análisis mediante guía de preguntas y uso de categorías teóricas (male gaze, female gaze, queerbaiting, representación).
6. Envía la evidencia indicada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lecturas sobre visualidad desde los estudios culturales
- Casos de estudio: productos comunicativos visuales
- Guía de preguntas para análisis
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Procesador de texto

Práctica 6: Identificación de regímenes escópicos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Revisa conceptos de régimen escópico y modos de ver.
3. Selecciona ejemplos visuales contemporáneos.
4. Identifica formas de representación y visualidad dominante.
5. Analiza relaciones de poder presentes en las imágenes.
6. Elabora un esquema interpretativo.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Bibliografía
- Casos visuales
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Procesador de texto

Práctica 7: Evaluación crítica de representaciones visuales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Selecciona una pieza visual mediática.

3. Identifica elementos de representación e imaginarios.
4. Aplica categorías como male gaze o queerbaiting.
5. Evalúa implicaciones éticas y sociales.
6. Redacta conclusiones argumentadas.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Casos de estudio
- Bibliografía
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Procesador de texto

Práctica 8: Producción de contranarrativa visual

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende instrucciones del docente.
2. Realiza revisión documental.
3. Diseña una propuesta comunicativa visual (campaña social, comercial o política) en formato de tríptico incorporando narrativas visuales con perspectiva interseccional.
4. Justifica por escrito los significados contrahegemónicos de la propuesta, explicando la relación entre imagen y narrativa dominante.
5. Envía la evidencia (tríptico y justificación) y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Lecturas sobre contra narrativas, contra visualidades e interseccionalidad
- Casos de estudio: productos comunicativos visuales
- Editor de imágenes / Software de diseño
- Procesador de texto

Unidad III: Nuevas narrativas visuales e interactividad

Práctica 9: Cartografía de experiencias contemporáneas

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende instrucciones de su docente para la práctica.
2. Primera sesión (4 horas):

- Presenta su docente una clasificación de tipologías de experiencias visuales contemporáneas como narrativas transmedia, experiencias interactivas en redes socio digitales (p. ej., historias en Instagram, tendencias en TikTok), proyectos de cultura visual participativa (p. ej., memes, fan art, retos virales).
 - Selecciona las y los estudiantes (por equipos) dos casos o experiencias contrastantes de comunicación visual contemporáneas (transmedia, interactivas o participativas) para su análisis comparativo.
 - Elabora una ficha de registro con los casos seleccionados y su justificación de pertinencia y sus enlaces o referencias.
3. Segunda sesión (4 horas):
- Investiga y documenta sus dos casos seleccionados, considerando el contexto de producción (¿quién lo creó?, ¿con qué propósito?, ¿en qué plataforma o medio se muestra?), las estrategias narrativas, los principios de interactividad, las herramientas digitales de producción, el análisis crítico del mensaje y la valoración ética y de accesibilidad.
 - Elabora un dossier de investigación por caso (formato libre: documento, presentación, infografía) con la información recopilada y sus referencias bibliográficas.
 - Construye una matriz comparativa (formato tabular) que contraste ambos casos con las siguientes dimensiones: 1) estrategias narrativas empleadas; 2) principios y niveles de interactividad; 3) herramientas digitales y recursos técnicos; 4) impacto social y cultural; 5) aspectos éticos y de accesibilidad; 6) relación con la identidad del prosumer y la globalización visual.
4. Tercera sesión (4 horas):
- Redacta un texto analítico (3 a 4 cuartillas) sobre los hallazgos, conclusiones y una reflexión crítica.
 - Presenta de manera visual el análisis ante el grupo para una discusión colectiva
 - Envía la evidencia solicitada y reciben retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Lecturas base sobre narrativas transmedia, interactividad y cultura participativa (proporcionadas por el docente o disponibles en repositorio académico).
- Dispositivos móviles (laptop, tableta, smartphone)
- Acceso a internet para investigación y visualización de casos
- Plataformas para trabajo colaborativo
- Software para presentaciones
- Rúbrica de evaluación proporcionada por el docente
- Casos sugeridos (opcional, para orientar la selección)

Práctica 10: Evaluación integral de contenidos visuales digitales

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Selecciona contenido visual digital contemporáneo en plataformas socio digitales.
3. Analiza su intención comunicativa considerando propósito, audiencia y contexto de circulación.
4. Examina los elementos formales y narrativos del contenido, incluyendo composición, lenguaje visual, recursos gráficos y estructura del mensaje.
5. Interpreta su significado desde una perspectiva sociocultural, identificando representaciones, imaginarios y posibles efectos en la audiencia.
6. Evalúa aspectos funcionales como claridad comunicativa, interactividad, accesibilidad e implicaciones éticas del contenido.
7. Propone recomendaciones de mejora fundamentadas en el análisis realizado y envía la evidencia solicitada, recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Literatura sobre comunicación visual y cultura digital
- Plataformas para trabajo colaborativo
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Rúbrica de evaluación proporcionada por el docente
- Casos sugeridos (opcional, para orientar la selección)

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje servicio
- Aprendizaje situado
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva / Práctica reflexiva en campo
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes estratégicos

- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	30%
- Prácticas taller	30%
- Proyecto de análisis y productos	40%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Abril, G. (2008). *Análisis crítico de textos visuales: Mirar lo que nos mira*. Síntesis. [clásica]

Bramston, D. (2011). *Bases del diseño de producto: Lenguaje visual* (M. Armada Antolín, Trad.). Parramón. [clásica]

Cazeneuve, J. (1978). *La sociedad de la ubicuidad: Comunicación y difusión*. Gustavo Gili. [clásica]

Barnicoat, J. (1972). *Los carteles: Su historia y lenguaje*. Gustavo Gili. [clásica]

Mirzoeff, N. (2016). *Cómo ver el mundo: Una nueva introducción a la cultura visual* (P. Hermida Lazcano, Trad.). Paidós. [clásica]

Mitchell, W. J. T. (2019). *La ciencia de la imagen: Iconología, cultura visual y estética de los medios* (R. Perni, Trad.). Akal. [clásica]

Serrano, M. (Ed.). (2008–2011). *Étapes: Diseño y cultura visual* (D. Giménez & Á. Marcos, Trads.). Gustavo Gili. [clásica]

Sánchez Martínez, J. A. (2019). *Estética de la interacción visual: La imagen-avatar y performance en las redes sociales*. Universidad Autónoma Metropolitana; Gedisa. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Acosta López, M. R. (2022). De la estética como crítica a las gramáticas de lo inaudito: resistencias estéticas frente a la violencia epistémica (autobiografía académica). *Estudios de Filosofía*, (66), 131-154. <https://doi.org/10.17533/udea.ef.349487>

Bermúdez-Castillo, J. (2010). *Cultura visual. Nodo: Arquitectura. Ciudad. Medio Ambiente*, 4(8), 5-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3392151> [clásica]

Chateau, Pierre. (2017). Cultura Visual e historia del arte. La puesta en evidencia de los estudios visuales. *Universum: Universidad de Talca*, 32(2), 15-28. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762017000200015> [clásica]

García-Canclini, N. (1993). La cultura visual en la época del posnacionalismo. ¿Quién nos va a contar la identidad? *Nueva Sociedad*, 127, 23–31. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/2270_1.pdf [clásica]

Català, J. M., & Doménech, J. M. C. (2005). *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Universitat Autònoma de Barcelona. [clásica]

- Mitchell, W. J. T. (2019). *La ciencia de la imagen: Iconología, cultura visual y estética de los medios* (R. Perni, Trad.). Ediciones Akal. [clásica]
- Berger, John. 2000. *Modos de ver* John Berger. Gustavo Gili. [clásica]
- Díaz, J. M. (2021). *Identidad, semiocapitalismo y un nuevo régimen escópico*. Epikeia: Revista del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades, (43).
<https://epikeia.iberoleon.mx/numeros/43/cine-semiocapitalismo.pdf>
- Jay, M. (2020). Regímenes escópicos da modernidade (L. Rivetti, Trad.). *ARS*, 18(38), 329-349. <https://doi.org/10.11606/issn.2178-0447.ars.2020.169121> [clásica]
- Martínez, S. (2021). *Cultura visual. La pregunta por la imagen*. Ars Iuris.
<https://www.redalyc.org/journal/2790/279063839002/279063839002.pdf>
- Ponterotto, D. (2016). Resisting the Male Gaze: Feminist Responses to the "Normalization" of the Female Body in Western Culture. *Journal of International Women's Studies*, 17(1), 133-151. <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol17/iss1/10> [clásica]
- Sisco, C. (2020). The male gaze in visual culture. En M. Niles Goins, J. Faber McAlister & B. K. Alexander (Eds.), *The Routledge handbook of gender and communication* (cap. 10). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429448317-10> [clásica]
- Castañares, W. (2007). Cultura visual y crisis de la experiencia. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 12, 29-48. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93501203.pdf> [clásica]

Guarinos, V., & Sedeño, A. M. (Coords.). (2013). *Narrativas audiovisuales digitales:*

Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia. Fragua. [clásica]

Ligarretto, R. E. (2020). Meme educativo: experiencia para una pedagogía de la cultura visual.

Educación y Ciudad, (39), 131–145. <https://doi.org/10.36737/01230425.n39.2020.2341>

[clásica]

Manresa-Yee, C., Amengual, E., & Ponsa, P. (2014). La usabilidad de las interfaces basadas

en visión. *FAZ*, (7), 12–31. <https://hdl.handle.net/2117/23969> [clásica]

Monroy, A. (2023). *Media Aura: Mediatización de la obra de arte tradicional en Instagram*

(Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. Accedido desde Dipòsit Digital de Documents de la UAB. [clásica]

Sánchez, J. A. (2015). *Cultura visual digital y campos de acción en redes sociales*. En R.

Winocur Iparraguirre & J. A. Sánchez Martínez (Coords.), *Redes sociodigitales en*

México (pp. 164–190). Fondo de Cultura Económica; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [clásica]

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. The MIT Press.

<https://books.google.es/books?id=cZI9AQAAQBAJ> [clásica]

XII. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje de Comunicación Visual debe contar con título de Licenciado en Comunicación, Diseño Gráfico o área afín, con conocimientos sobre la teoría de la comunicación visual, producción gráfica y estar en la vanguardia de los paradigmas críticos contemporáneos; preferentemente con estudios de posgrado en el campo de las ciencias sociales y dos años de experiencia docente. Ser una persona proactiva, analítica y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Bocetaje
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Dibujo Natural
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Julio César Rincón Martínez Marisol Montiel Berumen Claudia Marcela Calderón Aguilera
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Bocetaje tiene como propósito desarrollar en el estudiantado habilidades cognitivas, perceptuales y creativas procedimentales para la generación, exploración y comunicación de ideas visuales mediante el boceto como herramienta fundamental del proceso de diseño y comunicación visual. Se enfatiza el uso del bocetaje como medio de expresión gráfica para el análisis, conceptualización, integración y validación temprana de propuestas. Es una unidad de carácter obligatorio que forma parte de la Etapa Básica y pertenece al área de Comunicación Visual.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar propuestas preliminares de comunicación visual mediante la aplicación sistemática del bocetaje análogo, sustentado en fundamentos perceptuales, metodológicos y estratégicos del diseño, para conceptualizar, explorar, evaluar y comunicar soluciones visuales pertinentes a necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión y comercialización en distintos contextos, con pensamiento crítico, creatividad y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias debidamente estructurado en formato y forma físico y/o digital que se integre por la totalidad de ejercicios elaborados en el transcurso del semestre, mismos que demuestran en el estudiantado calidad, limpieza y precisión; así como capacidad de análisis, conceptualización, creatividad y exploración formal como conceptos vinculados a la comunicación visual.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos perceptivos y gráficos del bocetaje

Competencia

Analizar y aplicar el boceto como herramienta creativa, cognitiva y comunicativa del diseño mediante ejercicios de observación y representación, para desarrollar habilidades iniciales de expresión gráfica y registro visual aplicables al diseño y sustentar procesos de ideación y conceptualización en distintos ejercicios, con pulcritud, calidad y responsabilidad.

Contenido

- 1.1. Naturaleza del boceto
 - 1.1.1. Definición y propósito
 - 1.1.2. Diferencias con dibujo terminado
 - 1.1.3. Función cognitiva en diseño
- 1.2. Observación visual
 - 1.2.1. Atención selectiva
 - 1.2.2. Análisis de forma
 - 1.2.3. Reconocimiento de proporciones
- 1.3. Coordinación ojo- mano
 - 1.3.1. Control del trazo
 - 1.3.2. Continuidad gestual
 - 1.3.3. Precisión progresiva
- 1.4. Elementos gráficos básicos
 - 1.4.1. Punto
 - 1.4.2. Línea
 - 1.4.3. Plano
- 1.5. Principios compositivos iniciales
 - 1.5.1. Balance visual
 - 1.5.2. Ritmo gráfico
 - 1.5.3. Dirección visual

Duración

04 horas

Unidad II. Técnicas tradicionales de bocetaje

Competencia

Aplicar técnicas secas tradicionales de bocetaje mediante prácticas guiadas, para explorar recursos expresivos y estructurales en la representación visual básica, con creatividad, formalidad y sentido estético.

Contenido

- 2.1. Herramientas y soportes
 - 2.1.1. Tipos de papel
 - 2.1.2. Durezas de grafito
 - 2.1.3. Instrumentos de trazo
- 2.2. Tipos de línea
 - 2.2.1. Línea estructural
 - 2.2.2. Línea expresiva
 - 2.2.3. Línea de contorno
- 2.3. Técnicas tonales
 - 2.3.1. Sombreado lineal
 - 2.3.2. Tramado
 - 2.3.3. Difuminado
- 2.4. Métodos de simplificación
 - 2.4.1. Geometrización
 - 2.4.2. Síntesis formal
 - 2.4.3. Reducción de detalle
- 2.5. Bocetaje exploratorio
 - 2.5.1. Variaciones formales
 - 2.5.2. Series gráficas
 - 2.5.3. Iteración visual

Duración

06 horas

Unidad III. Bocetaje aplicado a la comunicación visual

Competencia

Diseñar proyectos de comunicación visual mediante el empleo del bocetaje y secuencias metodológicas, para estructurar soluciones visuales claras y pertinentes, con precisión, fluidez y sentido de autenticidad.

Contenido

- 3.1. Boceto para composición gráfica
 - 3.1.1. Distribución espacial
 - 3.1.2. Jerarquía visual
 - 3.1.3. Relación figura- fondo
- 3.2. Boceto para narrativa visual
 - 3.2.1. Secuencia gráfica
 - 3.2.2. Continuidad visual
 - 3.2.3. Lectura direccional
- 3.3. Boceto para símbolos y signos
 - 3.3.1. Simplificación icónica
 - 3.3.2. Claridad semántica
 - 3.3.3. Reconocimiento visual
- 3.4. Boceto para identidad básica
 - 3.4.1. Concepto visual
 - 3.4.2. Coherencia formal
 - 3.4.3. Unidad gráfica
- 3.5. Boceto para propuestas integradoras
 - 3.5.1. Exploración de alternativas
 - 3.5.2. Selección fundamentada
 - 3.5.3. Presentación preliminar

Duración

06 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Bases perceptuales y gráficas del bocetaje

Práctica 1: Reconocimiento del boceto

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Observa ejemplos impresos de boceto.
3. Identifica características esenciales.
4. Identifica la diferencia entre boceto y dibujo final.
5. Registra observaciones gráficas.
6. Reproduce ejemplos mediante trazos simples.
7. Compara resultados.
8. Registra hallazgos en bitácora.
9. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Muestras impresas
- Bitácora
- Papel bond
- Material para trazo, (lápiz, borrador y difuminador)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 2: Observación analítica

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Observa y examina objetos cotidianos.
3. Descompone formas de objetos en estructuras simples.
4. Traza ejes proporcionales.
5. Representa contornos generales.
6. Ajusta proporciones comparativas.
7. Repite ejercicio utilizando otro objeto.
8. Documenta variaciones perceptuales en bitácora.
9. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Objetos físicos simples
- Bitácora
- Papel bond
- Material para trazo, (lápiz borrador y difuminador)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 3: Coordinación motriz gráfica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Realiza series de líneas continuas.
3. Desarrolla trazo con variación de presión y velocidad.
4. Traza figuras geométricas repetidas.
5. Mantiene ritmo manual constante y corrige desviaciones.
6. Repite secuencia controlada.
7. Registra progreso comparativo.
8. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Hojas de prácticas
- Bitácora
- Papel bond
- Material para trazo, (lápiz borrador y difuminador)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 4: Elementos gráficos básicos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica punto, línea y plano en referentes.
3. Reproduce combinaciones elementales.
4. Construye composiciones simples.
5. Modifica densidades visuales.
6. Evalúa el equilibrio resultante y selecciona composición más clara.
7. Justifica la elección gráficamente.
8. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Hojas de prácticas
- Bitácora
- Papel bond
- Material para trazo, (lápiz borrador y difuminador)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 5: Composición inicial

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza ejemplos compositivos
3. Esquematiza estructuras básicas.
4. Distribuye elementos gráficos.
5. Prueba variaciones de balance y ajusta direcciones visuales
6. Compara alternativas.
7. Integra versión final comentada
8. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Láminas de referencia
- Bitácora
- Papel bond
- Material para trazo, (lápiz borrador y difuminador)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Unidad II. Técnicas tradicionales de bocetaje

Práctica 6: Exploración de materiales para el bocetaje formal

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Utiliza distintos lápices y soportes.
3. Registra diferencias de trazo.
4. Ejecuta líneas controladas.
5. Elabora escalas tonales.
6. Compara resultados materiales y selecciona combinación eficaz.
7. Documenta conclusiones técnicas.
8. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla y bristol, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 7: Tipologías de línea

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza tipos de línea en muestras.
3. Reproduce variantes, aplica líneas en formas simples y combina estilos lineales.
4. Evalúa la calidad y características gráficas.
5. Elige combinación funcional y registra análisis comparativo.
6. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Plantillas
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 8: Técnicas de sombreado

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Observa las gradaciones tonales.
3. Práctica tramados progresivos.
4. Representa volúmenes simples.
5. Ajusta la densidad tonal y verifica el contraste visual.
6. Repite ejercicio con variaciones.
7. Documenta resultados.
8. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Plantillas
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 9: Simplificación formal

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un objeto complejo y lo reduce a formas geométricas.
3. Elimina detalles secundarios y refuerza rasgos distintivos.
4. Compara síntesis con original y refina representación.
5. Registra criterios aplicados.
6. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Objetos modelo
- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 10: Iteración gráfica

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Plantea el concepto simple y genera múltiples variaciones.
3. Modifica proporciones y estructura.
4. Analiza las diferencias.
5. Selecciona opción clara y mejora la propuesta elegida.
6. Justifica el proceso visual.
7. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel reciclado

- Marcadores
- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Unidad III: Bocetaje aplicado a la comunicación visual

Práctica 11: Composición comunicativa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define un mensaje breve.
3. Esquematiza distribución visual y jerarquiza elementos.
4. Ajusta relaciones figura- fondo.
5. Aplica cromática libre en elementos.
6. Evalúa la claridad comunicativa.
7. Refina boceto.
8. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Set de lápices de color
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 12: Secuencia visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza, propone y divide en escenas clave una historia breve.
3. Boceta y aplica cromática libre en elementos de cada momento.
4. Mantiene continuidad gráfica y fluidez narrativa.
5. Corrige inconsistencias e integra secuencia final.
6. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Guión breve
- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Set de lápices de color, borrador
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 13: Diseño de símbolo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un concepto abstracto.
3. Genera representaciones icónicas.
4. Simplifica formas progresivamente.
5. Evalúa y elige una alternativa clara por medio del reconocimiento visual.
6. Perfecciona trazo y aplica cromática libre en elementos.
7. Registra argumentos formales.
8. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Set de lápices de color
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 14: Identidad básica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define un nombre ficticio.
3. Explora conceptos visuales.
4. Boceta signos gráficos y prueba variaciones formales.
5. Aplica cromática libre en elementos.
6. Revisar coherencia visual.

7. Selecciona una propuesta sólida.
8. Documenta la justificación.
9. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Set de lápices de color
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

Práctica 15: Proyecto integrador básico

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza el problema planteado y genera bocetos exploratorios.
3. Organiza alternativas y selecciona una solución pertinente.
4. Refina la estructura visual y aplica cromática libre en elementos.
5. Prepara presentación para exponer proceso y resultado.
6. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Set de lápices de color
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Discusión guiada
- Instrucción directa o guiada
- Simulación de casos reales

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes estratégicos

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller	60%
- Tareas	20%
- Portafolio de evidencias	20%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G., y Harris, P. (2019). *Design thinking*. Bloomsbury. [clásica]

Barnwell, M. (2021). *Design and Culture : A Transdisciplinary History*. eBook Collection (EBSCOhost).

<https://research.ebsco.com/c/vfl6sr/search/results?q=design&autocorrect=y&expanders=fullText&expanders=concept&limiters=FM30%3AY&searchMode=all&searchSegment=all-results&sqlid=sq%3Aee779b88-8234-4512-b686-04f394896b1a&skipResultsFetch=true>

Cross, N. (2023). *Design Thinking: understanding how designers think and work*. Bloomsbury Visual Arts.

Goldschmidt, G. (2014). *Linkography*. MIT Press. [clásica]

Huppatz, D. (2019) *Design: The Key Concepts*. eBook Collection (EBSCOhost). [clásica]
<https://research.ebsco.com/c/vfl6sr/search/details/dohpovi3mv?limiters=FM30%3AY&q=design&searchMode=all>

Koos, E., y Roselien, S. (2013). *Bocetaje: las bases*. Gustavo Gili [clásica]

Lupton, E. (2020). *Graphic design thinking*. Princeton Architectural Press. [clásica]

Norman, D. (2013). *The design of everyday things*. Basic Books. [clásica]

Ware, C. (2021). *Information visualization*. Morgan Kaufmann.

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Ajolote, M. (2026). *Te enseñé mi proceso de bocetaje*. [YouTube]

<https://www.youtube.com/watch?v=FtZxwq79ENI>

Cantú, M. (2021). *Deconstrucción de objetos para boceto*. [YouTube]

<https://www.youtube.com/watch?v=OJbTHhvKCuY>

Creativo, M. (2021). *Empieza por el boceto. Proceso de diseño*. [YouTube]

<https://www.youtube.com/watch?v=eUN426vNAIM>

Hernández, A. (2022). *Técnicas de bocetaje*. [EducaPlay] https://es.educaplay.com/recursos-educativos/14282321-examen_submodulo_ii.html

Hernández, A. (2021). *Para qué sirve un boceto*. [EducaPlay]

https://es.educaplay.com/recursos-educativos/8688369-para_que_sirve_un_boceto.html

McKim, R. (2016). *Experiences in visual thinking*. Cengage Learning. [clásica]

Páez, L. (2018). *Clases de diseño de moda*. [YouTube]

https://www.youtube.com/watch?v=GCI2_Z6JDUC&list=PLMIAt-n_gylE2En0WVQW3hnNuotpnUNZD [clásica]

Serrano, A. (2020). *Boceto humano*. [EducaPlay] https://es.educaplay.com/recursos-educativos/6583928-boceto_humano.html [clásica]

XII. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje Bocetaje debe contar con licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual, Arquitecto o área afín; preferentemente con posgrado. Con dos años de experiencia docente, dominio de métodos de enseñanza teórico-prácticos y uso de herramientas analógicas. Experiencia profesional en procesos de diseño, bocetaje y desarrollo de proyectos de comunicación visual. Ser una persona proactiva, creativa, analítica y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Eta de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Laura Susana Zamudio Vega
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de la unidad de aprendizaje consiste en desarrollar la capacidad para conceptualizar proyectos de diseño y comunicación visual, a partir de la construcción textual del concepto y su codificación visual como sistema formal coherente. Su importancia radica en que la conceptualización constituye el fundamento estratégico que orienta la toma de decisiones formales y garantiza la congruencia entre intención comunicacional, contexto y propuesta gráfica y aporta a la originalidad y diferenciación del proyecto. Esta unidad de aprendizaje es de carácter obligatorio, se ubica en la etapa disciplinaria, y pertenece al área de conocimiento Comunicación Visual.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40101 Conceptualización Visual del Diseño Gráfico** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Gloria Azucena Torres de León y Susana Rodríguez Gutiérrez con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Construir la idea conceptual de un proyecto de diseño y comunicación visual mediante la formulación textual del concepto y su codificación visual correspondiente, para configurar propuestas formales coherentes con la intención comunicacional y el contexto definido, con pensamiento crítico, rigor metodológico, creatividad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Conceptualización del proyecto de diseño que integre el concepto textual, la abstracción y su codificación visual.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, Vanguardia, Compromiso con la responsabilidad social, Inclusión e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos cognitivos y construcción de la idea conceptual aplicada al diseño y la comunicación visual

Competencia

Distinguir los fundamentos para establecer las bases teóricas del desarrollo de una idea conceptual aplicada al diseño y la comunicación visual por medio del estudio de los procesos cognitivos, con capacidad de análisis, creatividad y disciplina.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Examen tipo caso de estudio que distinga los fundamentos teóricos de la conceptualización en diseño y comunicación visual.

Contenido

- 1.1. Estructura del concepto en diseño
 - 1.1.1. Percepción
 - 1.1.2. Abstracción
 - 1.1.3. Generalización
- 1.2. Problema comunicacional y necesidad social
- 1.3. Contexto sociocultural y audiencia
- 1.4. Intención comunicacional
- 1.5. Delimitación del núcleo conceptual y atributos semánticos
- 1.6. Consideraciones éticas en la conceptualización

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G., & Harris, P. (2015). *Genios del diseño* (C. Barber Casasnovas, Trad.). Blume. [clásica].

Ambrose, G., & Harris, P. (2015). *Metodología del diseño: El acto o la práctica de usar tu mente para considerar el diseño* (S. del Molino Casanovas, Trad.; 3.^a ed.). Parramón. [clásica].

Arnheim, R. (1985). *Arte y percepción visual: Psicología de la visión creadora* (R. Masera, Trad.; 9.^a ed.). EUDEBA. [clásica].

Munari, B. (2016). *¿Cómo nacen los objetos?: Apuntes para una metodología proyectual* (C. Artal Rodríguez, Trad.; 2.^a ed.). Gustavo Gili. [clásica].

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Csikszentmihalyi, M. (2013). *Creativity: The psychology of discovery and invention*. Harper Perennial.

Günay, D. (2021). Design in visual communication. *Open Journal of Social Sciences*, 9(4), 1–10. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=108268>

Kujur, F., & Singh, S. (2020). Visual communication and consumer-brand relationship on social networking sites: Uses & gratifications theory perspective. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 15(1), 30–47. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762020000100104>

Li, Y., & Park, J. (2024). The impact of social media on visual communication design. *Journal of New Media and Economics*, 1(2), 138–145. <https://doi.org/10.62517/jnme.202410223>
[Clásica]

Nixon, J. (2023). *The art of abstraction: A practical guide to mastering generalization*.

Independently published. [Clásica]

Rubin, R., & Strauss, N. (2023). *The creative act: A way of being*. Penguin Press. [Clásica]

Russmann, U., & Svensson, J. (2017). Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges. *Media and Communication*, 5(4), 1–5. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1263>

Serrano Acuña, M. E., & Cardoso Villegas, A. J. (2009). La relación entre la imagen mental, conceptualización y pensamiento creativo en el diseño gráfico. *Revista Digital Universitaria*, 10(12), 3–14. <https://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art92/art92.pdf>

Unidad II. Conceptualización textual del proyecto

Competencia

Construir la conceptualización textual del proyecto mediante el análisis de los atributos conceptuales, para determinar el núcleo semántico congruente con la intención comunicacional, con originalidad, compromiso y validez argumentativa.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Informe de fundamentación de la idea conceptual que incluya el análisis del problema, delimitación del núcleo conceptual y justificación, aplicado a un problema comunicacional propuesto, con apoyo de la inteligencia artificial en la etapa de análisis.

Contenido

- 2.1. Semiosis y construcción de significado
- 2.2. Aplicación de un modelo conceptual (Pensar- Producir signos conceptuales)
 - 2.2.1. Matriz de atributos conceptuales
 - 2.2.2. Elemento base (Idea-tema)
 - 2.2.3. Contextualización del elemento (Semantización)
 - 2.2.3.1. Intangibles
 - 2.2.3.2. Intangibles

- 2.3. Redacción del concepto rector
- 2.4. Relación entre significado e intención comunicacional
- 2.5. Abstracción conceptual
- 2.6. Formulación de hipótesis (núcleo semántico)

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Berger, J. (2024). *Mirar*. Gustavo Gili.

Munari, B. (2020). *El arte como oficio*. Gustavo Gili. [clásica]

Munari, B. (2022). *Fantasía: Invención, creatividad e imaginación en las comunidades visuales*. Gustavo Gili.

Gonzalo, A. (2008). *Análisis crítico de textos visuales: Mirar lo que nos mira*. Síntesis. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Chandler, D. (2022). *Semiotics: The basics* (4th ed.). Routledge.

Eco, U. (1994). *The limits of interpretation*. Indiana University Press. [clásica]

Serrano Acuña, M. E., & Cardoso Villegas, A. J. (2009). La relación entre la imagen mental, conceptualización y pensamiento creativo en el diseño gráfico. *Revista Digital Universitaria*, 10(12), 3–14. <https://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art92/art92.pdf>
[clásica]

Unidad III. Conceptualización visual del proyecto

Competencia

Traducir a un sistema visual la idea conceptual del proyecto mediante la articulación de morfología, gramática visual y niveles de significación para expresar gráficamente el núcleo semántico, con coherencia, creatividad y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Moodboard que sintetice el núcleo la definición del código visual, la selección morfológica, justificación de equivalencias gráficas y el desarrollo de hipótesis visuales coherentes con el concepto textual, que derive en el desarrollo de una idea conceptual aplicada a un problema de comunicación visual expresada gráficamente.

Contenido

- 3.1. Equivalencia gráfica (Íconos y símbolos)
 - 3.1.1. Nivel morfológico
 - 3.1.2. Sintaxis visual
 - 3.1.3. Síntesis
 - 3.1.4. Abstracción (nivel de iconicidad)
- 3.2. Aplicación formal del sistema visual
 - 3.2.1. Selección estratégica de referentes
 - 3.2.2. Coherencia estética y semántica
 - 3.2.3. Relación entre atributos conceptuales y referencias visuales
 - 3.2.4. Codificación
 - 3.2.5. Hipótesis visuales conceptuales
 - 3.2.6. Moodboard como síntesis conceptual
- 3.3. Procesos de validación de la idea conceptual
 - 3.2.5.1. Evaluación del impacto comunicacional
 - 3.2.5.2. Ajustes y refinamiento del sistema visual
 - 3.2.5.3. Validación de coherencia conceptual
- 3.4. Argumentación profesional del concepto aplicado al proyecto
- 3.5. Presentación integral del proceso conceptual

Duración

24 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Dondis, D. A. (1992). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual* (10.^a ed.). Gustavo

Gili. [clásica]

Muñoz, A. (2018). *El proyecto de arquitectura: Concepto, proceso y representación*. Reverté.
[clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Arteaga, M. (2022). *Así nacen las ideas: Diseñadores gráficos y procesos creativos*. Hoaki Books.

Bardel, W., & Baskinger, M. (2020). *Dibujar las ideas a mano para diseñar mejor*. Anaya Multimedia. [clásica]

Belsky, S. (2025). *Hacer realidad las ideas: Superar los obstáculos entre la visión y la acción*. Gustavo Gili.

Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21.
<https://doi.org/10.2307/1511637> [clásica]

Cassidy, T. (2011). The mood board as a tool for creative visual exploration. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 4(3), 225–234. [clásica]

Krippendorff, K. (2006). *The semantic turn: A new foundation for design*. CRC Press. [clásica]

Verganti, R. (2009). *Design-driven innovation: Changing the rules of competition by radically innovating what things mean*. Harvard Business Press. [clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso.
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Microaprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Webinars
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje basado en casos (ABC)
- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Desarrollo de proyectos digitales
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación activa en foros y videoconferencias

- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)
- Uso de inteligencia artificial (IA)

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	30%
- Metas de la unidad I	5%
- Metas de la unidad II	10%
- Metas de la unidad III	15%
- Conceptualización del Proyecto de Diseño	40%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje Conceptualización en el Diseño y la Comunicación Visual, deberá contar con licenciatura en Diseño y Comunicación Visual o área afín. Dominará fundamentos del diseño, comunicación visual, producción gráfica y estar a la vanguardia en el diseño; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Será creativa, analítica, inclusiva, con dominio tecnológico, capacidad innovadora y compromiso con la actualización profesional continua.

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Matemáticas para el Diseño
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Rosalba Pinto Rita Sofía Trillo Gabaldón Ana Erika Ruiz Arellano
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar en cada estudiante la comprensión y aplicación de métodos y procesos matemáticos fundamentales para la estructuración de composiciones gráficas y sistemas cromáticos, mediante el análisis de proporciones, escalas, relaciones geométricas y modelos numéricos del color, con el fin de sustentar decisiones formales y técnicas en proyectos de diseño gráfico con precisión, coherencia y pensamiento lógico. Está unidad de aprendizaje se encuentra en la etapa básica, es de carácter obligatorio, forma parte del área de conocimiento Comunicación Visual.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar métodos matemáticos relacionados con proporción, geometría plana y modelos numéricos del color para estructurar composiciones gráficas y sistemas cromáticos en proyectos de diseño y comunicación visual estratégica, con precisión técnica, pensamiento lógico y criterio analítico.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias que integre:

- Desarrollo de un sistema compositivo fundamentado matemáticamente (retícula, módulo o proporción áurea) aplicado a una pieza gráfica, acompañado de justificación técnica.
- Proyecto de análisis y aplicación de modelos matemáticos del color (RGB, CMYK y conversión entre sistemas) en una propuesta gráfica digital, con explicación numérica del proceso utilizado.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia y Vanguardia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Introducción: Un puente entre la matemáticas y el diseño

Competencia

Identificar la relación entre matemáticas y diseño en decisiones de composición y comunicación visual, mediante el análisis de literatura específica, con el fin de comprender el enfoque aplicado de las matemáticas para el diseño, con apertura, responsabilidad e integridad académica

Evidencia de aprendizaje

Elaboración de un podcast breve (4–6 min) fundamentado en literatura específica, en el que se identifique la relación entre matemáticas y diseño en decisiones de composición y comunicación visual, integrando tres conexiones clave y un ejemplo aplicado a una pieza visual seleccionada, con referencia APA.

Contenido

- 1.1. Relación entre matemáticas y diseño: una revisión histórica
- 1.2. Matemáticas en la composición visual: proporción, retícula, jerarquía y ritmo
- 1.3. Geometría aplicada: forma, simetría, módulo y patrón

Duración

03 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Black, A. (Ed.). (2023). *Design: The definitive visual history*. Dorling Kindersley.

Moreno Castillo, R. (2004). *Fibonacci: El primer matemático medieval*. Nivola. [Clásica]

Tondreau, B. (2009). *Principios fundamentales de composición: 100 proyectos de diseño con retículas* (R. Diéguez Diéguez, Trad.). Blume. [Clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Del Busto Sipán, E. (s. f.). *La matemática en el diseño gráfico* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=k3pqOXSsfc>

Sáenz de Cabezón, E. (s. f.). *Matemáticas y diseño: Ejemplos en la arquitectura actual* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xozHKS4jm4A>

Unidad II. Proporción y estructura matemática en la composición gráfica

Competencia

Analizar y aplicar relaciones proporcionales y sistemas geométricos mediante procedimientos de trazo y verificación de composiciones gráficas para estructurar piezas visuales con coherencia formal, precisión matemática y responsabilidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Desarrollo de una propuesta compositiva bidimensional fundamentada en relaciones proporcionales y sistemas geométricos, que incluya la construcción matemática del rectángulo áureo, aplicación de división proporcional del plano y justificación técnica del uso de retícula, escalas y relación de aspecto en formato digital.

Contenido

- 2.1. Razón y proporción
- 2.2. Proporción áurea
 - 2.2.1. Número áureo (φ)
 - 2.2.2. Construcción geométrica de la sección áurea
 - 2.2.3. Rectángulo áureo y espiral logarítmica
- 2.3. Sistemas modulares y retículas
 - 2.3.1. División proporcional del plano
 - 2.3.2. Escalas y jerarquías visuales
- 2.4. Escalamiento y proporciones en formatos impresos y digitales
 - 2.4.1. Relación de aspecto
 - 2.4.2. Serie ISO (A4, A3, etc.)
 - 2.4.3. Resolución y proporción de imagen

Duración

09 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Dabner, D. (2005). *Diseño, maquetación y composición: Comprensión y aplicación* (E. Casademont Caixàs, Trad.). Blume. [clásica]

Klee, P. (2004). *Bases para la estructuración del arte* (P. Tanagra R., Trad.). Ediciones Coyoacán. [clásica]

Elam, K. (2003). *Geometría del diseño: Estudio en proporción y composición* (J. A. Barrientos y Olivares, Trad.). Trillas. [clásica]

Rangel Salazar, J. J. (1998). *Introducción a la composición formal: Elementos y relaciones para el diseño y la creación*. Trillas. [clásica]

Wong, W., & Wong, B. (2004). *Diseño gráfico digital* (M. Dávila Freire, Trad.). Gustavo Gili. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Ambrose, G., & Harris, P. (2021). *The layout book*. Bloomsbury Academic. [clásica]

Elam, K. (2001). *Geometry of design: Studies in proportion and composition*. Princeton Architectural Press. [clásica]

Livio, M. (2002). *The golden ratio: The story of phi, the world's most astonishing number*. Broadway Books. [clásica]

Lupton, E. (2010). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors & students* (2nd rev. and expanded ed.). Princeton Architectural Press. [clásica]

Meisner, G. B. (2023). *La proporción áurea: La divina belleza de las matemáticas*. Librero.

Samara, T. (2017). *Making and breaking the grid: A graphic design layout workshop* (2nd ed.).

Rockport Publishers. [clásica]

Unidad III. Geometría aplicada al diseño y la comunicación visual

Competencia

Aplicar principios de geometría y relaciones métricas en la construcción formal de elementos gráficos, mediante procedimientos de trazo, medición y verificación, con criterios técnicos establecidos, para estructurar logotipos, tipografías y composiciones bidimensionales con precisión matemática, responsabilidad y disciplina.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Construcción geométrica digital de una estructura gráfica (signo, composición tipográfica o sistema modular), aplicando principios de simetría, ejes, sistemas métricos y coordenadas cartesianas en software vectorial.

Contenido

- 3.1. Geometría del plano aplicada a composición
- 3.2. Construcciones geométricas básicas
- 3.3. Simetría, ejes y equilibrio matemático
- 3.4. Sistemas de escala y modulación en estructuras bidimensionales
- 3.5. Sistemas métricos y proporcionales en composición gráfica
- 3.6. Introducción a sistemas vectoriales y coordenadas cartesianas aplicadas al diseño digital

Duración

18 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Elam, K. (2003). *Geometría del diseño: Estudio en proporción y composición* (J. A. Barrientos y Olivares, Trad.). Trillas. [clásica]

Klee, P. (1998). *Bases para la estructuración del arte* (2.^a ed.). Coyoacán. [clásica]

Wong, W., & Wong, B. (2004). *Diseño gráfico digital* (M. Dávila, Trad.). Gustavo Gili. [clásica]

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño* (H. Alsina Thevenet & E. Rosell i Miralles, Trads.).

Gustavo Gili. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Elam, K. (2004). *Grid systems: Principles of organizing type*. Princeton Architectural Press.

[Clásica]

Müller-Brockmann, J. (1996). *Sistemas de retículas: Un manual para diseñadores gráficos*.

Gustavo Gili. [Clásica]

Samara, T. (2020). *Design elements: Understanding the rules and knowing when to break them*

(3rd ed., updated and expanded). Rockport Publishers. [Clásica]

Wong, W. (1993). *Principios del diseño en color y forma*. Gustavo Gili. [Clásica]

Unidad IV. Modelos matemáticos del color

Competencia

Interpretar y aplicar modelos matemáticos del color en la gestión de sistemas cromáticos para medios digitales e impresos mediante el uso de modelos y estándares de representación y control el color, herramienta de medición y software de diseño con criterio de calibración y prueba, para asegurar coherencia visual y reproducción cromática adecuada en piezas de comunicación visual con precisión técnica, rigor y coherencia visual.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Desarrollo de una pieza gráfica digital que integre aplicación controlada de modelos RGB y CMYK, incluyendo cálculo de contraste, conversión entre sistemas y ajuste de resolución.

Contenido

- 4.1. Fundamentos físicos y matemáticos del color
- 4.2. Modelo RGB
- 4.3. Modelo CMYK
- 4.4. Modelo HSB/HSV
- 4.5. Cálculo de contraste y relaciones tonales

4.6. Resolución digital

4.7. Gestión técnica del color en producción gráfica

Duración

18 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Adams, S., & Stone, T. L. (2018). *El color en el diseño gráfico* (R. Diéguez Diéguez, Trad.).

Blume. [clásica]

Bann, D., & Gargan, J. (1992). *Cómo corregir pruebas en color*. Gustavo Gili. [clásica]

Gallego, R., & Sanz, J. C. (2006). *Armonía cromática*. Tursen / H. Blume. [clásica]

Labudovic, A., & Rose, S. (2008). *Color in graphics* (S. Serrano, Trad.). Index Book. [clásica]

Perryman, L. (2021). *Color en el arte y el diseño* (R. Cano Camarasa, Trad.). Blume. [clásica]

Polster, B. (2009). *The A–Z of modern design*. Merrell. [clásica]

Swann, A. (1993). *El color en el diseño gráfico*. Gustavo Gili. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Adobe Inc. (2023). *Color management documentation*. Adobe.

<https://helpx.adobe.com/acrobat/using/color-managing-documents.html>

Birren, F. (2013). *Principles of color*. Dover Publications. [clásica]

Fraser, B., Murphy, C., & Bunting, F. (2004). *Real world color management* (2nd ed.). Peachpit

Press. [clásica]

Green, P., & MacDonald, L. (2019). *Colour engineering: Achieving device independent colour*.

Wiley. [clásica]

Sharma, G., & Bala, R. (2003). *Digital color imaging handbook*. CRC Press. [clásica]

Stone, T. L., Adams, S., & Morioka, N. (2006). *Color design workbook: A real-world guide to using color in graphic design*. Rockport Publishers. [clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

Son acciones didácticas planificadas por el personal docente para facilitar el logro de los aprendizajes esperados. Estas estrategias deben seleccionarse en función del tipo de competencia, el nivel cognitivo y la naturaleza del contenido.

- Clase invertida (flipped classroom).
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos digitales.
- Foros de discusión guiada
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Webinars interactivos
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

Son enfoques que el estudiantado emplea para organizar, adquirir, comprender y aplicar el conocimiento. Estas estrategias deben promover el desarrollo de competencias, el pensamiento crítico y el aprendizaje significativo.

- Aprendizaje autorregulado en plataforma LMS.
- Resolución de problemas en entornos digitales.
- Desarrollo de proyectos digitales individuales.
- Participación argumentada en foros académicos.
- Elaboración de portafolio digital.

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

– Evaluaciones parciales	40%
– Actividades de unidades	40%
– Portafolio de evidencias	20%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

Contar con título en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual o área afín, con dominio en geometría aplicada al diseño, sistemas proporcionales, construcción modular, retículas y modelización matemática del color en medios digitales e impresos. Deberá poseer conocimientos en gestión técnica del color (RGB, CMYK, HSB), resolución digital y uso de software vectorial, preferentemente con estudios de posgrado y experiencia docente mínima de dos años en educación superior en línea. Debe contar con conocimientos en la gestión de plataformas educativas. Se espera que cuente con pensamiento lógico–analítico, capacidad para vincular fundamentos matemáticos con la práctica proyectual y disposición para fomentar la precisión técnica y el razonamiento crítico.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Edición de Mapa de Bits
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Julio César Rincón Martínez Ana Erika Ruiz Arellano
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Cada estudiante desarrollará habilidades técnicas en la edición de imágenes de mapa de bits a través de herramientas digitales contemporáneas, para comprender sus fundamentos técnicos, prácticas de manipulación visual y criterios de calidad aplicables a proyectos de comunicación visual. Es una unidad de aprendizaje de carácter obligatorio que forma parte de la etapa básica, pertenece al área de conocimiento de Tecnología y se recomienda previamente cursar y aprobar la unidad de aprendizaje de Vectorización de Gráficos.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar técnicas de edición de imágenes de mapa de bits mediante el uso de software especializado, la integración de selección, retoque, composición y ajustes de color, para producir soluciones visuales pertinentes que respondan a necesidades de comunicación visual con criterios de precisión técnica, estética y funcionamiento multiplataforma, con un enfoque creativo, profesional y ético.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias que contenga un registro detallado del desarrollo de las prácticas realizadas en cada unidad, presentado con exactitud, calidad y limpieza en cada ejercicio.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia y Vanguardia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos y entorno técnico de imágenes de mapa de bits

Competencia

Comprender la estructura y funcionamiento de las imágenes de mapa de bits, mediante el análisis de sus componentes técnicos, modos de color y parámetros de resolución en software especializado, para seleccionar y justificar configuraciones adecuadas que aseguren calidad visual y pertinencia en distintos soportes de reproducción, con actitud profesional y ética.

Contenido

- 1.1. Conceptos de imagen digital: píxel, resolución y modos de color
 - 1.1.1. Definición de píxel y su rol en la imagen digital
 - 1.1.2. Resolución y tamaño de impresión y pantalla
 - 1.1.3. Profundidad de color y modos de color
 - 1.1.4. Implicaciones de compresión y formatos
 - 1.1.5. Metadatos y perfiles de color
- 1.2. Herramientas del software de edición
 - 1.2.1. Interfaces y paneles
 - 1.2.2. Herramientas de selección
 - 1.2.3. Herramientas de pintura y retoque
 - 1.2.4. Capas y máscaras
 - 1.2.5. Atajos y flujo de trabajo óptimo

Duración

02 horas

Unidad II. Técnicas de edición y composición

Competencia

Aplicar técnicas de selección, retoque y composición en imágenes de mapa de bits, mediante el uso sistemático de herramientas digitales especializadas, tecnologías emergentes, inteligencia artificial (IA) y criterios de integración visual, para transformar imágenes en soluciones comunicativas efectivas acordes con requerimientos de comunicación visual, con compromiso, creatividad y trabajo colaborativo.

Contenido

- 2.1. Selecciones y máscaras avanzadas
 - 2.1.1. Selecciones por canal
 - 2.1.2. Máscaras de capa
 - 2.1.3. Refinamiento de bordes
 - 2.1.4. Selecciones vectoriales combinadas
 - 2.1.5. Guardado y reutilización
- 2.2. Retoque de imagen y corrección de color
 - 2.2.1. Ajustes tonales
 - 2.2.2. Balance de color
 - 2.2.3. Clonación y reparación
 - 2.2.4. Frecuencia de separación
 - 2.2.5. Eliminación de imperfecciones
- 2.3. Composición y montaje
 - 2.3.1. Integración de múltiples fuentes
 - 2.3.2. Uso de guías y reglas
 - 2.3.3. Jerarquía visual
 - 2.3.4. Ajuste de perspectiva
 - 2.3.5. Integración tipográfica

2.4. Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

Duración

10 horas

Unidad III. Producción y salida

Competencia

Desarrollar imágenes de mapa de bits para su publicación y distribución, mediante la optimización técnica, selección de formatos y gestión de perfiles de color, para garantizar compatibilidad, calidad visual y funcionalidad en medios impresos, digitales y multiplataforma, con actitud profesional y responsable.

Contenido

- 3.1. Formatos de exportación y perfiles técnicos
 - 3.1.1. PNG, JPEG, GIF, TIFF, PSD, PDF, entre otros
 - 3.1.2. Profundidad y compresión
 - 3.1.3. Metadatos y perfiles ICC
 - 3.1.4. Compatibilidad multiplataforma
 - 3.1.5. Estándares para imprenta
- 3.2. Publicación web y dispositivos
 - 3.2.1. Optimización para web
 - 3.2.2. Responsive y DPI para pantallas
 - 3.2.3. Accesibilidad y etiquetas alt
 - 3.2.4. Criterios de uso ético y derechos
- 3.3. Archivo, documentación y portafolio
 - 3.3.1. Organización de archivos
 - 3.3.2. Backup y versiones
 - 3.3.3. Documentación técnica de entregables
- 3.4. Generación de mockups
 - 3.4.1. Uso de objetos inteligentes para simulación de piezas impresas y digitales
 - 3.4.2. Integración de perspectiva, iluminación y coherencia material
 - 3.4.3. Ajustes de deformación y mapas de desplazamiento
 - 3.4.4. Mockups para impresión, entornos digitales, portafolio y presentación ejecutiva

Duración

04 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I: Fundamentos y entorno técnico

Práctica 1: Parámetros técnicos de imagen digital

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre imágenes de prueba.
3. Identifica dimensiones y resolución.
4. Analiza modo de color y profundidad.
5. Modifica tamaño y remuestreo.
6. Compara visualización en pantalla e impresión simulada.
7. Registra variaciones perceptuales.
8. Redacta conclusión técnica fundamentada.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de edición
- Banco de imágenes
- Monitor calibrado
- Impresora

Práctica 2: Exploración del entorno de edición

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Examina la interfaz del programa.
3. Personaliza paneles y herramientas.
4. Activar funciones de selección y pintura.
5. Crea y organiza capas.
6. Guarda espacio de trabajo personalizado.
7. Documenta las funciones operativas principales.
8. Compartir configuración final.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de edición raster

- Manual digital
- Tableta gráfica (opcional)

Unidad II: Técnicas de edición y composición

Práctica 3: Selección y máscaras precisas

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Importa una imagen compleja.
3. Seleccionar sujeto principal.
4. Refinar bordes con máscara.
5. Combina métodos de selección.
6. Guarda canal reutilizable.
7. Evalúa precisión con fondo contrastante.
8. Justifica los ajustes aplicados.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo.

- Computadora
- Software de edición
- Imágenes de práctica
- Tableta gráfica (opcional)

Práctica 4: Corrección cromática y tonal

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre fotografía base.
3. Analiza histograma tonal.
4. Ajusta niveles y curvas.
5. Equilibra dominantes cromáticas.
6. Compara el resultado con el original.
7. Valida la naturalidad visual.
8. Registra los criterios técnicos utilizados.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de edición
- Archivo de alta resolución
- Monitor calibrado

Prácticas 5: Composición digital integrada

Duración

24 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Apóyate de la herramienta de diseño especializado y sus componentes de IA para desarrollar el siguiente procedimiento:
 - Importar múltiples imágenes.
 - Recorta elementos principales.
 - Integra capas con transformaciones.
 - Ajusta perspectiva e iluminación.
 - Organiza jerarquía visual.
 - Verifica coherencia compositiva.
 - Exportar montaje final.
3. Elabora una lista de verificación del procedimiento y captura de pantalla comentada del antes/después con frases breves en inglés.
4. Entrega ejercicio desarrollado.
5. Recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de edición
- Set de imágenes
- Guía compositiva
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas
- Tutoriales de apoyo en inglés
- IA y tecnologías emergentes

Unidad III: Producción y salida

Práctica 6: Exportación técnica de archivos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para la práctica.
2. Abre composición final.
3. Duplica archivo maestro.
4. Exporta versiones en formatos distintos.
5. Configura compresión y resolución.
6. Compara peso y calidad.
7. Selecciona formato óptimo.
8. Justifica la elección técnica.
9. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de edición
- Archivos fuente
- Tabla comparativa

Práctica 7: Optimización para publicación digital

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para su práctica.
2. Apóyate de las herramientas de diseño especializado y de IA para desarrollar el siguiente procedimiento:
 - Redimensiona la imagen para pantallas.
 - Ajusta la resolución efectiva.
 - Aplica compresión controlada.
 - Verifica la visualización en distintos dispositivos.
 - Mide el tiempo de carga.
 - Optimiza la nitidez final.
3. Documenta especificaciones.
4. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de edición
- Simulador de dispositivos
- IA y tecnologías emergentes

Práctica 8: Preparación profesional de entrega

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la práctica.
2. Convierte archivo a perfil requerido.
3. Asigna modo de color adecuado.
4. Verifica resolución y sangrados.
5. Genera PDF de salida.
6. Incrusta los metadatos técnicos.
7. Valida la previsualización.
8. Organiza la carpeta final.
9. Entrega ejercicio desarrollado.
10. Recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de edición
- Perfiles ICC
- Plantilla de impresión
- Almacenamiento digital

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones de cada docente, las y los estudiantes.
- Uso de inteligencia artificial (IA)

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

Algunas de las estrategias de enseñanza utilizadas en la impartición del curso son las siguientes, no obstante, en atención a la libre cátedra, cada docente tendrá la posibilidad de emplear la que a su juicio considere conveniente, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Discusión guiada
- Instrucción directa o guiada
- Simulación de casos reales

Estrategias de aprendizaje

Algunas de las estrategias de aprendizaje que se motivará en los estudiantes durante la impartición del curso, son las siguientes, aunque cada docente tendrá la oportunidad de promover las que mejor crea convenientes en función de las condiciones generales del grupo, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Aprendizaje autorregulado
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva
- Toma de apuntes estratégicos
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas taller	60%
- Tareas	20%
- Portafolio de evidencias	20%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Adobe Inc. (2023). *Adobe Photoshop classroom in a book: 2023 release*. Adobe Press.

Davies, J. (2022). *Digital image editing and retouching for designers*. Focal Press.

Freeman, M. (2022). *The photographer's guide to editing images: Practical techniques for digital photography*. Blume.

Harrington, P., & Ming, X. (2020). *Practical raster graphics processing: Algorithms and applications*. Springer. [clásica]

Lupton, E. (2018). *Graphic design and visual communication: A critical reader*. Bloomsbury. [clásica]

Sandvik, K. (2019). *Multiplatform visual storytelling: Techniques and workflows for beyond the screen*. Routledge. [clásica]

Tjaden, R. (2024). *Image optimization for web and interactive media*. Elsevier.

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Brown, B. (2021). *Color management for photographers: Hands-on techniques for Photoshop and Lightroom*. Routledge. [clásica]

Brownlee, J. (2019). *What is a bitmap image?* Machine Learning Mastery. [clásica]

GIMP. (2025). *Manual de usuario de GIMP*. <https://docs.gimp.org/es/>

Williams, E. (2020). *Raster vs. vector graphics*. Web Fundamentals. [clásica]

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual o área afín; preferentemente con posgrado y dos años de experiencia docente, con dominio de métodos de enseñanza teórico-prácticos, uso de herramientas digitales especializadas, IA generativa y tecnologías emergentes. Experiencia profesional en procesos de diseño, edición de imagen digital y desarrollo de proyectos de comunicación visual. Ser una persona proactiva, creativa, analítica y que trabaje de manera colaborativa.

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

School:	All departments or schools within the Autonomous University of Baja California
Major:	All bachelor's degree programs offered by the Autonomous University of Baja California
Study Program:	From 2025 onward
Learning Module Name:	English L1
Number:	50655
Time distribution:	Class Hours: 02 Workshop Hours: 03 Laboratory Hours: 00 Field Practice Hours: 00 Clinical Hours: 00 Out-of-Class Hours: 02 Credits: 07
Stage:	Basic
Module Type::	Elective
Requirements::	None
Mode of delivery:	In-person
Design Team:	José Carlos Vaca Zavala Samuel Jesús Mejía Rodríguez Rodolfo Campos Catalina Elena Valencia Rivera
Approval of Assistant Dean (s):	David Guadalupe Toledo Sarracino
Date:	May 22, 2025.
Approval and registration:	DEPARTAMENTO DE DISEÑO CURRICULAR UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

To introduce students to basic English communication skills, focusing on speaking, listening, reading, and writing. Through interactive exercises, real-life dialogues, and structured grammar practice, students will develop confidence in using English for everyday situations. The module aims to provide a solid foundation in essential vocabulary and sentence structures while fostering effective communication skills.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

To apply correct pronunciation and intonation patterns for clear communication and development of listening skills to recognize information in spoken English according to the Common European Framework of Reference A1 level, with the purpose of enhancing communication clarity and developing listening comprehension in different contexts involving attention, accuracy, confidence, and a positive attitude toward effective communication.

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Oral Presentation: Students introduce themselves, describe their daily routine, or talk about their interests using complete sentences.

Written Test: Includes a combination of multiple-choice questions, fill-in-the-blank exercises, and short writing tasks.

Listening Test: Students listen to a short dialogue and answer comprehension questions.

Reading Comprehension Test: Students read a simple text and answer questions about the main idea and details.

V. PROFESSIONAL COMPETENCY OF THE GRADUATE PROFILE TO WHICH THE LEARNING UNIT CONTRIBUTES

This subject promotes generic competencies that have an impact on the different graduate profiles of the educational programs within the academic unit.

VI. CROSS-CUTTING THEME TO WHICH IT CONTRIBUTES

Interculturality

VII. UNIT DESCRIPTIONS

Unit I. Where are you from?

Competency

To apply basic greeting expressions appropriately in different contexts, introducing themselves and others using common expressions and basic grammatical structures, providing general

personal information, such as address, phone number, name, and occupation, using appropriate vocabulary and correct phrasing, writing and spelling names while applying basic punctuation and spelling rules, to recognize essential details in introduction and personal communication situations, demonstrating respect and openness toward other cultures by engaging with different greeting and introduction styles.

Content

- 1.1. Introducing oneself
 - 1.1.1. Wh-questions with “be”, using “what, where, who and how”
 - 1.1.2. Pronunciation: linked sounds
- 1.2. Exchanging personal information
 - 1.2.1. Yes/No Questions. Short answers with “be”
 - 1.2.2. Listening for names, countries, etc.
- 1.3. Introducing someone. Saying “hello” and “goodbye”
 - 1.3.1. Subject pronouns (I, he, she, it, we, you, they)
 - 1.3.2. Writing questions requesting personal information
- 1.4. Checking information. Talking about school subjects
 - 1.4.1. Possessive adjectives (my, your, her, his, its, our, their)
 - 1.4.2. School subjects
 - 1.4.3. Reading about popular names
 - 1.4.4. Collecting personal information about classmates

Time Allotted

04 hours

Unit II. What do you do?

Competency

To apply day-to-day expressions about jobs and school activities using appropriate vocabulary and basic grammatical structures to express ideas clearly and incentivize asking and answering questions about opinions related to work and school, demonstrating understanding and respect in communication to explain daily routines using time expressions and clock time accurately, applying basic grammar and text coherence rules about listening and the comprehension of dialogues and texts about jobs and daily routines, identifying key information in simple and clearly articulated speech, demonstrating responsibility and interest in academic and professional life by sharing ideas about personal experiences.

Content

- 2.1. Jobs: Describing jobs, workplaces and school
 - 2.1.1. Simple Present using wh-Questions and statements
 - 2.1.2. Syllable stress
 - 2.1.3. Writing a biography of a classmate
 - 2.1.4. Reading about jobs: My Parents Do not understand my job

2.2. Daily Schedules

2.2.1. Describing daily schedules

2.2.2. Listening to descriptions of jobs and daily routines

2.2.3. Finding similarities in classmates schedules “What we have in common”

2.3. Clock time

2.3.1. When; Time expressions: at, in, on, around, early, late, until, before and after

2.4. Progress revision Unit One and two

2.4.1. Self-assessment

2.4.2. Role play: Introductions

2.4.3. Speaking: Interview; What a great job!

2.4.5. Listening: At a party

2.4.6. Speaking: Survey: My perfect day

Time Allotted

04 hours

Unit III. How Much are these?

Competency

To apply conversations about prices and express opinions on product costs using appropriate vocabulary and basic grammatical structures about sharing shopping preferences, justifying their choices clearly and respectfully, making comparisons between products, prices, and shopping experiences, applying correct comparative structures and listening to dialogues and texts about shopping and transactions to identify key information in simple and clearly articulated speech, writing short texts about shopping experiences, demonstrating coherence and using relevant vocabulary, always in a good manner and a responsible way.

Content

3.1. Shopping and Prices

3.1.1. Talking about prices

3.1.1.1. Questions with “How Much” and “Which”

3.1.2. Giving opinions

3.1.2.1. Comparisons with adjectives

3.1.3. Discussing preferences

3.1.3.1. Listening to people shopping

3.2. Clothing and Personal Items

3.2.1. Buying and selling items

3.2.2. Writing about favorite clothes

3.3. Colors and Materials

3.3.1. Reading about unusual online items.

3.3.1.1. Online shopping: The crazy things people buy

3.4. Buying and selling articles

3.4.1. Flea market: Student A page 116 Student B page 117

Time Allotted

04 hours

Unit IV. Do you play the guitar?

Competency

To apply expressions about likes and dislikes through questions and responses using appropriate grammatical structures, including do and WH questions, object pronouns and the modal verb would to make, accept and decline invitations politely using suitable expressions to understand and interpret in simple dialogues about preferences and plans; identifying key ideas in clearly articulated speech, demonstrating politeness and respect in communication, fostering positive social interactions.

Content

4.1. Talking about likes and dislikes

4.1.1. Yes and no questions with do

4.1.2. Listening for likes and dislikes

4.2. Giving opinions

4.2.1. Question: What kind, object pronouns

4.2.2. Writing about your favorite musician

4.3. Making invitations and excuses

4.3.1. Modal verb would; verb + to + verb

4.3.2. Making plans; inviting and giving excuses

Time Allotted

04 hours

Unit V. What an interesting family

Competency

To apply simple questions about basic needs and family-related topics using common vocabulary and simple grammatical structures to communicate effectively in everyday situations, expressing likes and dislikes clearly and participating in brief exchanges about abilities and predictable routine situations, understanding and processing simple speech spoken clearly and slowly, to recognize expressions and questions related to immediate priority areas through clear and simple articulation, to comprehend short texts with familiar phrases and sentences, using visual support to grasp general meaning, all of this while demonstrating respect in communication, fostering empathy and positive interaction with others.

Content

5.1. Talking about families and family members

5.1.1. Family members; typical families

5.1.2. Pronoun: No one

5.1.3. Listening for family relationships

5.2. Exchanging information about the present

5.2.1. Present continuous yes/no and WH questions

5.2.2. Quantifiers: all, nearly all, most, many, a lot of, some, not many and few

5.3. Describing family life

5.3.1. Pronunciation: Intonation in statements

5.3.2. Writing an email about family

5.3.3. Reading about four families

5.3.4. Finding out information about classmates' families

Time Allotted

04 hours

Unit VI. How often do you run?

Competency

To apply vocabulary about routines and physical activities, promoting an interest in a healthy lifestyle, using frequency adverbs and appropriate question structures to express habits and abilities, exchanging information about sports and athletes in a clear and simple manner, using common vocabulary and basic grammatical structures to understand and produce short responses in conversations about the frequency and duration of activities, demonstrating listening comprehension by identifying key expressions in well-articulated and paced speech, demonstrating discipline and respect in communication.

Content

- 6.1. Asking about and describing routines and exercise; talking about frequency
 - 6.1.1. Adverbs of frequency, always, almost always, usually, often, sometimes, hardly ever, almost never and never
 - 6.1.2. Questions: How often, how long, how well, and how good
 - 6.1.3. Short answers
- 6.2. Discussing sports and athletes
 - 6.2.1. Listening to descriptions of sports participation
 - 6.2.2. Vocabulary about sports and fitness
- 6.3. Talking about abilities
 - 6.3.1. Listening to people talking about free-time activities
 - 6.3.2. Writing about weekly activities
 - 6.3.3. Finding out about classmates' abilities

Time Allotted

04 hours

Unit VII. We went dancing!

Competency

To apply and respond to simple statements on familiar topics, asking and answering questions about common such as recent activities and past experiences, inquiring about hobbies and explaining them in a simple way, understanding expressions related to areas of personal interest through clear, concise, slowly and properly articulated dialogue, extracting information from short oral interactions concerning everyday activities to comprehend simple texts containing frequently used vocabulary, writing short emails, biographies, basic event descriptions, and personal experiences, demonstrating respect, collaboration, and a positive attitude toward the language.

Content

7.1. Talking about past events

7.1.1. Simple past, yes/no and Wh- questions

7.1.2. Statements and short answers with regular and irregular verbs

7.1.3. Past of be

7.2. Giving opinions about past experiences

7.2.1. Reduction of did you

7.2.2. Listening to descriptions and opinions of past events

7.3. Talking about vacations

7.3.1. Listening to descriptions and opinions of vacations

7.3.2. Reading about different kinds of vacations

7.3.3. Writing a blog post about vacations

7.3.4. Finding out about classmates' past experiences and vacations

Time Allotted

04 hours

Unit VIII. How's the neighborhood?

Competency

To apply simple questions and initiate statements on familiar topics, exchange ideas about relevant subjects such as the weather, everyday activities, vacations, and past situations, communicate using phrases related to routine activities, understand expressions about vacations, the weather, and past activities when spoken clearly and slowly, grasp essential information about common activities when presented clearly, decipher short texts with frequently used vocabulary, write sentences and statements about personal information, including residence and occupation to produce short descriptions of past events and personal experiences, all with respect, collaboration, and a positive attitude toward the language..

Content

8.1. Asking about and describing locations of places

8.1.1. There is/there are; Reduction of there is/there are

8.1.2. One, any, and some

8.1.3. Prepositions of places

8.1.4. Listening for locations and descriptions of places

8.2. Asking about and describing neighborhoods

8.2.1. Writing about neighborhoods

8.2.2. Reading about popular neighborhoods

8.2.3. Describing and guessing locations

8.3. Asking about quantities

8.3.1. Quantifiers

8.3.2. How many/ How much

8.3.3. Count and noncount nouns

Time Allotted

04 hours

VIII. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

Unit I. Where are you from?

Practice 1: Getting to know you

Time

02 hours

Procedure

1. Answer questions: what's your name? What city are you from?
2. Ask and answer questions in the chart. Receive support with vocabulary and pronunciation as needed
3. Review hobbies and months of the year.
4. Model and write questions and then interview three classmates.
5. Complete the task and are helped with any grammar or vocabulary questions when finished students revise the activity.
6. Students are given feedback by the teacher and classmates..

Support resources

- Interchange book
- Worksheet with months of the year
- Presentation about hobbies

Practice 2: Group work

Time

02 hours

Procedure

1. Ask and answer questions in pairs regarding personal information of their peers.
2. After providing the information to their peers, discuss questions and answers as a group, using follow-up questions if needed.
3. Give information about their classmates' personal details.
4. Students are given feedback by their teacher and classmates.

Support resources

- Interchange book
- Workbook

Unit II. What do you do?

Practice 3: What we have in common

Time

02 hours

Procedure

1. Go over any new vocabulary.
2. Review how to write and pronounce the vocabulary, individually and in pairs if needed.
3. Respond to the following questions: what time do you get up during the week? After answering, students complete the first line in the activity on page 115, then complete the following columns found on the same page individually.
4. Go around the class and interview two classmates. They write each classmate's name and ask the questions in the chart on page 115.
5. Models the task with their teacher.
6. Students complete the task while the teacher circulates, offering support and correcting errors as necessary.
7. Get feedback from the teacher and their peers.

Support resources

- Interchange Book
- Vocabulary list with useful expressions
- Example conversation

Practice 4: Pair work

Time

02 hours

Procedure

1. Complete the task found on page 115 in pairs.
2. Explain why their schedules are similar, analyzing their similarities and differences.
3. Answer questions from the class regarding their schedules and provide follow-up questions if needed.
4. Receive feedback from the teacher and their classmates, complimenting their main ideas.

Support resources

- Interchange book
- Workbook

Unit III. How Much are these?

Practice 5: Flea market

Time

03 hours

Procedure

1. Get an explanation of what a flea market is.
2. Discuss with the questions, "Are there flea markets in your country? Do people bargain for better prices?"
3. Students are provided with an image of a flea market and are asked, "What do you see here? What are these people doing?"
4. Students are divided in pairs and are assigned to different pages (A and B) using their books, pages 116 and 117.
5. Students focus their attention on different objects and are asked, "What is a good price for (object)?" Students A and B are told to write an asking price for each item that is mentioned.
6. Work individually to make up prices for all the items.
7. Students A and B take turns as buyer and seller. The buyers choose three things they want to buy from their partner's page. Buyers decide on a good price for each thing.
8. The teacher models an example conversation, assigning roles: A as the buyer and B as the seller. Students are asked to vary the conversation and to bargain.
9. Students are asked to take turns so that each student is both buyer and seller.
10. Do this activity until both partners have bought and sold at least 3 items.
11. Receive feedback from teacher and classmates.

Support resources

- Interchange book
- Vocabulary list with useful expressions
- Example conversation
- Visuals representing flea markets and different items

Practice 6: Flea market roleplay

Time

03 hours

Procedure

1. Make a list of six to eight things to sell at a flea market. If possible, students are asked to bring to the class those items.
2. In pairs, perform a roleplay for the class depicting a negotiation in a flea market.
3. Follow a conversation model provided by the teacher to make their roleplay.
4. Emphasize the asking price and bargain expressions.

5. The activity continues until every pair has presented their roleplay.
6. Students are provided with feedback for each pair.

Support resources

- Vocabulary list of items to sell
- Worksheet with a conversation model of a flea market negotiation
- Real life items (e.g., computer, hat...)
- Fake money

Unit IV. Do you play the guitar?

Practice 7: Are you free this weekend?

Time

03 hours

Procedure

1. Write three things they need to do and three things they want to do this weekend, as well as the days and times using page 118 of their book as a guide.
2. Work in pairs. accepting or declining an invitation (to the movies, go dancing, go to the gym). Students agree on two activities to do together and, if there is a declination, students explain the reason.
3. After the activity, students share their answers with their class.
4. Students receive feedback from the teacher.

Support resources

- Interchange book
- Worksheet with guide questions
- Worksheets with information on declining invitations

Practice 8: Weekend plans roleplay

Time

02 hours

Procedure

1. Students are organized in groups of 3 or 4 and are provided with different real life situations regarding weekend plans.
2. Students are asked to create a script using the situation they were given, emphasizing weekend plans, how to accept the invitation or decline it, and providing a reason.
3. Students rehearse their scripts and perform the roleplay under teacher supervision.
4. Present their roleplay to the class without reading.
5. Students are provided with feedback and suggestions on how to improve their presentation and or pronunciation.

Support resources

- Strip papers with real life situations
- Sheet of paper for each group
- Whiteboard
- Realia

Unit V. What an interesting family

Practice 9: Is that true?

Time

01 hour

Procedure

1. Observe the images on page 119 of their books. They describe their family member's current activities using the images.
2. In pairs, Students are asked to say two extra true actions and a false one about themselves.
3. Students are modeled after a conversation.
4. Can only ask two questions to guess which statement is false.
5. Complete the activity with three other classmates, taking turns to speak and guess.
6. Students are monitored during the activity, paying close attention to errors.
7. Share what they learned about their classmates' family members.
8. Students are provided with feedback from the teacher after finishing the activity.

Support resources

- Interchange book
- Notebook
- Whiteboard
- Markers

Practice 10: This is my (family member)

Time

02 hours

Procedure

1. Prepare an electronic presentation about a family member of their choice. They include information such as childhood, likes, dislikes, daily routine, what they mean for the student, and so forth.
2. With the help of visuals and keywords, students present their work to the class.
3. After the presentation, students open a Q&A section for their classmates.
4. Answer their classmates' doubts and provide extra information to complement it.
5. After their presentation, the student receives feedback from the teacher and peers.

Support resources

- Computer
- Projector
- Electronic presentation
- Visuals
- Whiteboard
- Markers

Unit VI. How often do you run?

Practice 11: What's your talent

Time

03 hours

Procedure

1. Focus their attention on the chart and read through the list of items from their book, page 120, activity 6.
2. Add two of their own ideas to the chart based on their workbook pages 31 to 36.
3. Ask each other who does these activities, how often they do them, and how well they do them.
4. Students must try to find one person who does each thing without repeating names.
5. Go around the room and complete the activity.
6. Receive feedback from the teacher and classmates.

Support resources

- Interchange book
- Workbook
- Vocabulary list about hobbies and routines

Practice 12: Group work

Time

03 hours

Procedure

1. Imagine the class is participating in a fundraiser as seen in the activity B of their book, page 120.
2. Choose three people from the class to help raise money at the fundraiser.
3. Reflect and analyze what each person will do for the fundraiser and why.
4. Complete the task in small groups.
5. Explain their choices with the class and try to find three people to agree with.
6. Students are given positive feedback by the teacher.

Support resources

- Interchange book
- Workbook
- Pictures about fundraisers
- Name tags

Unit VII. We went dancing!

Practice 13: Memories

Time

03 hours

Procedure

1. Focus the attention on the board game and read the instructions from the activity 7, page 121 of their book.
2. Write their initials with the help from the teacher on small pieces of paper and use them as markers.
3. Students toss a coin. Point out which side is face up and which side is face down.
4. Read the questions in each space and explain what a free question is.
5. Students can make up an answer if they don't want to answer truthfully.
6. Ask follow up questions when necessary.
7. Work in teams to play the game with a group of three.
8. Play the game in small groups. Students are monitored.
9. Receive feedback from other teams and the teacher.

Support resources

- Interchange book
- Paper sheets and markers
- Plastic coin
- Board game

Practice 14: Our Past Adventures

Time

06 hours

Procedure

1. Answer these questions: What did you do yesterday, did you watch T.V last night? Where did you go last weekend?
2. Analyze pictures of activities (e.g., swimming, playing soccer, eating ice cream).
3. Students form small groups and each team chooses a simple vacation theme (e.g., the beach, the mountains, a city trip).

4. Working with their teams write 5-7 simple sentences describing what they “did”; on their vacation.
5. Create a small poster or mini-book with drawings or printed images of their trip.
6. Write their sentences next to the pictures.
7. Practice a basic conversation using their story.
8. Students in teams present their vacation story with their visuals.
9. Hang the work around the classroom so they can see each other’s stories.
10. Give positive feedback to each story on the wall.

Support resources

- Pictures of common free-time
- activities and vacation places.
- Flashcards with past tense verbs (regular and irregular).
- Colored paper and markers.
- Sentence frames for support (e.g., Yesterday, I... / Last weekend, we...).
- A simple map template (optional).

Unit VII. How’s the neighborhood?

Practice 15: Where are we?

Time

06 hours

Procedure

1. Play a guessing game.
2. Read the instructions from activity 8, page 122 of their book and choose a location and keep it secret for the time being.
3. One student from each team goes to the front of the class. Those two students guess the other team’s location.
4. Students, together with their team, show the opposite team the location but keep it secret from that team’s guesser. Teams take turns giving clues to the other team’s guesser and use there is/there are and quantifiers.
5. Teams provide up to ten clues, each worth one point. The teams try to guess the location in as few guesses as possible trying to get the least amount of points.
6. Three students model the example conversation at the bottom of the page.
7. Play the game with a group of three.
8. Receive feedback from the teacher and classmates.

Support resources

- Interchange book
- Paper sheets
- Pictures of locations

Practice 16: Exploring Our Neighborhood

Time

06 hours

Procedure

1. Students will work in teams to explore and describe a neighborhood. Each team will be assigned a real or fictional neighborhood and must gather information about key places.
2. Create groups of 3-5 and assign each team a real or fictional neighborhood.
3. Students as a group list at least five places they will describe (e.g., parks, supermarkets, schools, restaurants, hospitals).
4. Use maps or the internet to locate and gather key details about their neighborhood's landmarks.
5. Students together with their teams write descriptions of their selected places using structures like: There is / There are, you can find, It is located near.
6. Gathered in teams create a visual map of their neighborhood, labeling the places they described and they can draw it on paper or edit a digital map.
7. Students, together with their teams, create a short conversation where one person asks for directions and another responds.
8. Practice their dialogues and receive feedback from the teacher.
9. Students in teams present their neighborhood by describing the locations and performing their dialogue.
10. Submit their illustrated map and written dialogue as part of their final product.
11. Students, together with the teacher and classmates give constructive feedback on the clarity and accuracy of the descriptions.

Support resources

- Printed or digital maps of a neighborhood (real or fictional)
- Paper, markers, and colors
- Internet access (if possible)
- Question prompt cards
- Devices for audio or video recording (optional)

IX. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework

On the first day of class, each instructor must establish the working methods, evaluation criteria, quality of academic work, and teacher-student rights and responsibilities.

Teaching strategies

- Role- plays, debates, and discussions to build conversational fluency
- Pair and group work to encourage natural language use
- Peer review and teacher feedback for continuous improvement

- Integrating technology and authentic materials to enhance engagement
- Collaborative learning
- Games and activities for reinforcing grammatical concepts
- Storytelling
- Demonstration and questioning

Learning strategies

- Active participation
- Engage in classroom discussions, pair work, and group activities
- Practicing English both inside and outside the classroom
- Taking ownership of their learning through self-assessment and goal setting
- Completing assignments and using digital resources for independent practice
- Providing and receiving peer feedback to reinforce understanding
- Peer teaching and review
- Think-pair-share strategies
- Problem-solving teams
- Round robin to share ideas in small groups.
- Having dedicated time outside the classroom time to study the topics learned in-class.
- Collaborative games

X. EVALUATION CRITERIA

Accreditation criteria

To be eligible for ordinary and extraordinary exams, each student must meet the attendance percentages established by the current School Statute. Grades are on a scale from 0 to 100, with a minimum passing grade of 60.

Assessment criteria

– Class Participation	20%
Active involvement in discussions, group work, workshop practices and activities.	
Consistent effort in speaking and using English in class.	
– Assignments and Homework	20%
Completion and quality of written tasks and exercises.	
Timely submission and adherence to guidelines.	
– Quizzes and Tests	40%
Regular short quizzes to assess grammar, vocabulary and comprehension.	
Periodic exams to evaluate overall progress.	
– Speaking and Listening Assessments	20%
Role-plays, presentations, and oral interviews.	
Listening exercises and comprehension activities	
Total	100%

XI. BIBLIOGRAPHY

Resources of the UABC physical and digital library

Richards, J. C., Bohlke, D., & Cambridge University Press. (2017). *Interchange Level 1 Student's Book with Online Self-Study and Online Workbook* (5th ed.). Cambridge University Press. [classic]

Freely Accessible or External Complementary Resources

British Council. (n.d.). *Learn English Online* [Website]. <https://learnenglish.britishcouncil.org>
Cambridge University Press. (2017). *Interchange Fifth Edition Level 1 & Level 2* [Digital resources]. <https://www.cambridge.org/interchange> [classic]

Duolingo. (n.d.). *Duolingo Language Learning App* [Mobile application]. <https://www.duolingo.com>

Goldstein, B., Jones, C., & Cambridge University Press. (2019). *Evolve Level 2 Student's Book with Practice Extra*. Cambridge University Press. [classic]

Grammarly Inc. (n.d.). *Grammarly Writing Assistant* [Online tool]. <https://www.grammarly.com>

Hendra, L. A., Barber, D., & Cambridge University Press. (2019). *Evolve Level 1 Student's Book with Practice Extra*. Cambridge University Press. [classic]

Murphy, R. (2001). *Essential grammar in use: a self-study reference and practice book for elementary students of English; with answers*. Cambridge University Press. [classic]

Quizlet Inc. (n.d.). *Quizlet Vocabulary and Flashcards* [Mobile application]. <https://www.quizlet.com>

XII. TEACHER PROFILE

The qualifications and requirements that the teacher must have include: Bachelor's degree in English, Education, Linguistics, or a related field, strong command of English (C1/C2 level – CEFR), TOEFL, TESOL, CELTA or an equivalent certification, experience in designing and implementing engaging lesson plans, familiarity with young and adult learning methodologies and communicative approaches, excellent communication and interpersonal skills, ability to assess and adapt lessons to different proficiency levels, proficiency in using technology for online and in-person instruction. The responsibilities that the teacher has, are as follows: deliver interactive and engaging English lessons tailored to adult learners, develop lesson plans that integrate speaking, listening, reading, and writing skills, use real-life scenarios and practical exercises to enhance learning, provide regular assessments and feedback to monitor student progress, adapt teaching methods to accommodate different learning styles and needs, encourage student participation and build confidence in English communication, maintain a professional and motivating classroom environment, and collaborate with the academic team to improve curriculum and teaching strategies. The preferred skills that the teacher must possess are: experience with blended learning and digital tools for education, as well as the ability to motivate and inspire young and adult learners.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Ilustración con Técnicas Tradicionales
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Gustavo Alonso Romero Robles Ernesto Zúñiga Benítez
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es resolver problemas de comunicación a partir de la realización de ilustraciones y representaciones. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiantado aprender las técnicas plásticas y análogas de manera creativa y eficaz para crear ilustraciones con un propósito determinado. Se imparte en la etapa básica, con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Comunicación Visual.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40092 Ilustración** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Daniel Rivera Gutiérrez y Jemille Estefanía Ordorica Canales con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Realizar ilustraciones y representaciones efectivas y funcionales, para solucionar problemas de comunicación, a través de técnicas plásticas y análogas con creatividad, eficacia, honestidad y compromiso social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de ilustraciones y representaciones efectivas y funcionales que integre lo siguiente:

- Bitácora de taller.
- Descripción del proceso técnico y la metodología de cada práctica y del proyecto final.
- Proyecto final que incluya al menos la aplicación de tres medios plástico análogos.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, vanguardia, innovación social e interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Introducción a la Ilustración

Competencia

Distinguir los antecedentes históricos de la ilustración, a partir del análisis de los elementos gráficos y metodológicos, para determinar la pertinencia de aplicación de las diferentes técnicas, con actitud analítica y reflexiva.

Contenido

- 1.1. Concepto
- 1.2. Antecedentes
- 1.3. Elementos básicos de la gráfica
- 1.4. Metodología
- 1.5. Elementos de aplicación
 - 1.5.1. Editorial
 - 1.5.2. Publicitaria
 - 1.5.3. Narrativa gráfica
 - 1.5.4. Infantil
 - 1.5.5. Científica
 - 1.5.6. Digital
- 1.6. Composición
- 1.7. Color
- 1.8. Estilismo

Duración

02 horas

Unidad II. Ilustración con grafito, carboncillo y tinta china

Competencia

Realizar ilustraciones, mediante técnicas secas y húmedas con grafito, carboncillo y tinta china, para desarrollar elementos de comunicación gráfica con diferentes sustratos, soportes y gradaciones, con actitud creativa, honesta y responsabilidad en el cuidado de los materiales.

Contenido

- 2.1. Grafito y carboncillo
 - 2.1.1. Achurados
 - 2.1.2. Difuminado
 - 2.1.3. Grafito carboncillo y agua
- 2.2. Tinta china
 - 2.2.1. Achurados
 - 2.2.2. Gradaciones
 - 2.2.3. Color

Duración

07 horas

Unidad III. Ilustración con lápices de color, acuarela y gouache***Competencia***

Realizar ilustraciones, mediante técnicas secas y húmedas con lápices de color, acuarela y gouache, para desarrollar elementos de comunicación gráfica con diferentes con diferentes sustratos, soportes y gradaciones, con actitud creativa, honesta y responsabilidad en el cuidado de los materiales.

Contenido**3.1. Lápices de colores****3.1.1. Gradaciones de color****3.1.2. Texturas****3.2. Acuarelas****3.2.1. Técnicas de acuarelas****3.3. Gouache*****Duración***

07 oras

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Introducción a la Ilustración

Práctica 1: Infografía Ilustrada: Historia y aplicación de la ilustración en el cómic mexicano

Duración

08 horas

Procedimiento:

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica considerando el formato de infografía ilustrada y los contenidos de la unidad.
2. Analiza el concepto de ilustración y sus antecedentes históricos en México, vinculados con la gráfica popular, editorial y narrativa visual.
3. Investiga los autores y proyectos asignados para comprender su contexto sociocultural, técnicas empleadas y aportaciones a la historieta mexicana.
4. Identifica los elementos básicos de la gráfica presentes en sus obras: línea, textura, composición, narrativa visual y estilización.
5. Desarrolla una metodología de síntesis visual organizando la información en categorías como antecedentes, aplicaciones, técnicas y estilos.
6. Diseña la composición de la infografía aplicando principios de organización, jerarquía, color y equilibrio visual.
7. Crea recursos ilustrativos propios (íconos, viñetas, retratos interpretativos o citas visuales) que dialoguen con los estilos analizados sin copiarlos.
8. Justifica la selección cromática, el estilismo gráfico y la estructura compositiva explicando cómo comunican la evolución de la ilustración editorial mexicana.
9. Expone su propuesta ante la clase y el docente para recibir retroalimentación crítica, reflexionando sobre la pertinencia técnica y conceptual de su solución visual.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Computadora
- Documental: El Gallito Comics: Materiales para resistir la realidad
- Editor de texto
- Software Adobe Illustrator
- Proyector

Unidad II. Ilustración con grafito, carboncillo y tinta china

Práctica 2: Grafito

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica considerando el uso adecuado de materiales, soportes y limpieza del área de trabajo.
2. Analiza el universo narrativo del cuento seleccionado identificando símbolos, atmósferas y elementos fantásticos susceptibles de interpretación gráfica.
3. Boceta ideas preliminares explorando composición, personajes y relaciones espaciales antes de iniciar el trabajo final.
4. Dibuja la estructura base sobre el sustrato elegido cuidando proporción, trazo limpio y organización del espacio compositivo.
5. Desarrolla gradaciones de valor tonal mediante superposición progresiva de capas para lograr transiciones suaves, volumen y profundidad.
6. Explora diferentes presiones y direcciones de trazo para ampliar la complejidad tonal de la ilustración.
7. Construye texturas visuales utilizando variaciones de línea, punteado, entramado y achurado que refuercen las cualidades de la imagen.
8. Integra valor y textura como elementos comunicativos que aporten significado y no solo cualidad decorativa.
9. Refina detalles, contrastes y acentos de luz y sombra para equilibrar la composición y dirigir la atención del espectador.
10. Justifica en una breve reflexión escrita las decisiones técnicas empleadas (gradación, textura, paleta y soporte) en relación con la interpretación del cuento.
11. Expone su propuesta ante la clase y el docente para recibir retroalimentación crítica sobre los resultados técnicos, expresivos y comunicativos.

Recursos de apoyo

- Tablas de dibujo
- Proyector
- Scanner
- Mesas de luz
- Impresora
- Lápices de grafito calidad profesional
- Papel de diferentes gramajes grado artístico
- Cuaderno de bocetos
- Papel bond para impresión láser
- Borrador moldeable
- Borrador blanco suave
- Calavera de borrado
- Cepillo para dibujo

- Antología de cuento latinoamericano, varios autores
- Video “Vamos a hablar de las herramientas de dibujo” Desde El Búnker de Edgar Clement

Práctica 3: Carboncillo

Duración

12 horas

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Analiza el universo narrativo del cuento seleccionado identificando símbolos, atmósferas y elementos fantásticos susceptibles de interpretación gráfica.
3. Boceta ideas preliminares explorando composición, personajes y relaciones espaciales antes de iniciar el trabajo final.
4. Dibuja la estructura base sobre el sustrato elegido cuidando proporción, trazo limpio y organización del espacio compositivo.
5. Desarrolla gradaciones de valor tonal mediante superposición progresiva de capas para lograr transiciones suaves, volumen y profundidad. Explora diferentes presiones y direcciones de trazo para ampliar la complejidad tonal de la ilustración.
6. Construye texturas visuales utilizando variaciones de línea, y esfumado que refuercen las cualidades de la imagen.
7. Integra valor y textura como elementos comunicativos que aporten significado y no solo cualidad decorativa.
8. Refina detalles, contrastes y acentos de luz y sombra para equilibrar la composición y dirigir la atención del espectador.
9. Justifica en una breve reflexión escrita las decisiones técnicas empleadas (claroscuro, gradación, textura y soporte) en relación con la interpretación del cuento.
10. Expone su propuesta ante la clase y el docente para recibir retroalimentación crítica sobre los resultados técnicos, expresivos y comunicativos.

Recursos de apoyo

- Tablas de dibujo
- Proyector
- Scanner
- Mesas de luz
- Impresora
- Carbón comprimido suave, medio y duro
- Carbón de vid
- Lápices de carbón suaves, medios y duros
- Esfumino #1, #4 y #6
- Papel de diferentes gramajes grado artístico
- Cuaderno de bocetos
- Papel bond para impresión láser
- Borrador moldeable
- Borrador blanco

- Borrador mecánico
- Calavera de borrado
- Trapos de algodón
- Fijador para carboncillo
- Colección de cuentos “El Diosero” de Francisco Rojas González
- Video “Jorge Gonzales/ workshop Sketch lessons”
- Documental “William kentdrige, Ideas Brillantes”/ Episodio 41

Práctica 4: Tinta

Duración

08 horas

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Analiza el universo narrativo del cuento seleccionado identificando símbolos, atmósferas y elementos fantásticos susceptibles de interpretación gráfica.
3. Boceta ideas preliminares explorando composición, personajes y relaciones espaciales antes de iniciar el trabajo final.
4. Dibuja la estructura base sobre el sustrato elegido cuidando proporción, trazo limpio y organización del espacio compositivo.
5. Desarrolla gradaciones de valor tonal mediante superposiciones progresivas de aguadas para lograr transiciones suaves, volumen y profundidad.
6. Explora diferentes presiones y direcciones de trazo para ampliar la complejidad tonal de la ilustración.
7. Construye texturas visuales utilizando variaciones de línea, y achurado que refuercen las cualidades de la imagen.
8. Integra valor y textura como elementos comunicativos que aporten significado y no solo cualidad decorativa.
9. Refina detalles, contrastes, orientación, flujo de los trazos y acentos de luz y sombra para equilibrar la composición y dirigir la atención del espectador.
10. Justifica en una breve reflexión escrita las decisiones técnicas empleadas (claroscuro, gradación, textura y soporte) en relación con la interpretación del cuento.
11. Expone su propuesta ante la clase y el docente para recibir retroalimentación crítica sobre los resultados técnicos, expresivos y comunicativos.

Recursos de apoyo

- Tablas de dibujo
- Proyector
- Scanner
- Mesas de luz
- Impresora
- Tinta china negra y colores primarios
- Tinta acrílica negra y colores primarios
- Tinta sumi

- Pinceles redondos de pelo
- Pinceles planos de pelo
- Plumillas para tinta de diferentes tipos y tamaños
- Godete
- Frascos o recipientes para agua
- Servitoallas
- Trapos de algodón
- Papel grado artístico medios húmedos
- Papel grado artístico con diferentes texturas
- Papel para impresión láser
- Cuaderno de bocetos
- Gouache o acrílico blanco
- Juan José Arreola “Confabulario”
- Video “Luis Scafati” Ilustres #5

Práctica 5: Técnicas mixtas

Duración

08 horas

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica considerando el uso adecuado de materiales, soportes y limpieza del área de trabajo.
2. Analiza el universo narrativo del cuento seleccionado identificando símbolos, atmósferas y elementos fantásticos susceptibles de interpretación gráfica.
3. Elabora ejercicios prácticos utilizando distintos tipos de tinta , usando diferentes herramientas y soportes.
4. Aplica la técnica adecuada para cada medio y soporte.
5. Entrega ejercicios prácticos.
6. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Tablas de dibujo
- Proyector
- Scanner
- Mesas de luz
- Impresora

Unidad III: Ilustración con lápices de color, acuarela y gouache

Práctica 6: Interpretación cromática surrealista con lápices de color

Duración

16 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica considerando el uso adecuado de materiales, soportes y limpieza del área de trabajo.
2. Analiza el universo narrativo del cuento seleccionado identificando símbolos, atmósferas y elementos fantásticos susceptibles de interpretación gráfica.
3. Boceta ideas preliminares explorando composición, personajes y relaciones espaciales antes de iniciar el trabajo final. Dibuja la estructura base sobre el sustrato elegido cuidando proporción, trazo limpio y organización del espacio compositivo.
4. Desarrolla gradaciones de color mediante superposición progresiva de capas para lograr transiciones suaves, volumen y profundidad.
5. Explora diferentes presiones, direcciones de trazo y mezclas cromáticas para ampliar la complejidad tonal de la ilustración.
6. Construye texturas visuales utilizando variaciones de línea, punteado, entramado o veladuras secas que refuercen la cualidad onírica de la imagen.
7. Integra color y textura como elementos comunicativos que aporten significado y no solo cualidad decorativa.
8. Refina detalles, contrastes y acentos cromáticos para equilibrar la composición y dirigir la atención del espectador. Justifica en una breve reflexión escrita las decisiones técnicas empleadas (gradación, textura, paleta y soporte) en relación con la interpretación del cuento. Expone su propuesta ante la clase y el docente para recibir retroalimentación crítica sobre los resultados técnicos, expresivos y comunicativos.

Recursos de apoyo

- Tablas de dibujo
- Tipos de papel
- Gramajes de papel
- Distintas marcas de lapices de color
- Papel para bocetaje
- Cinta para enmascarillar
- Cuento “La leche del sueño” de Leonora Carrington
- Bio documental: Leonora Carrington, Imaginación a golpe fino

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje servicio
- Aprendizaje situado
- Discusión guiada
- Estancias o rotaciones profesionales
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales
- Trabajo de campo guiado
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental

- Investigación empírica
- Práctica reflexiva / Práctica reflexiva en campo
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	25%
- Prácticas taller	25%
- Tareas	25%
- Portafolio	25%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Arnheim, R. (2018). *Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador*. Alianza. [clásica]

Baines, P., & Dixon, C. (2019). *A type & image: The language of graphic design*. Laurence King. [clásica]

Brawne, M. (2016). *Color in design and illustration*. Bloomsbury. [clásica]

Ching, F. D. K. (2020). *Dibujo y proyecto* (2.^a ed.). Gustavo Gili. [clásica]

Heller, S., & Vienne, V. (2015). *Becoming a graphic designer*. Wiley. [clásica]

Male, A. (2017). *Illustration: A theoretical & contextual perspective* (2nd ed.). Bloomsbury.
[clásica]

McCloud, S. (2015). *Understanding comics: The invisible art* (Rev. ed.). Harper. [clásica]

Rees, D. (2016). *How to be an illustrator* (2nd ed.). Laurence King. [clásica]

Zeegen, L. (2020). *The fundamentals of illustration* (3rd ed.). Bloomsbury. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Dawber, M. (2018). *The art of modern illustration*. Thames & Hudson. [Clásica]

Gurney, J. (2021). *How to paint light*. Andrews McMeel Publishing. [Clásica]

Hische, J. (2015). *In progress: See inside a letterer's sketchbook and process, from pencil to vector*. Princeton Architectural Press. [Clásica]

Spicer, J. (2017). *You will be able to draw by the end of this book*. Ilex Press. [Clásica]

3DTotal Publishing. (2019). *Art fundamentals: Color, light, composition, anatomy, perspective, and depth*. 3DTotal Publishing. [Clásica]

Van Leuven, K. (2015). *Modern watercolor: A playful and contemporary exploration of watercolor painting*. Chronicle Books. [Clásica]

3DTotal Publishing. (2022). *Beginner's guide to sketching: Characters, creatures, and concepts*. 3DTotal Publishing

XII. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la asignatura de Ilustración Tradicional deberá contar con formación en Diseño Gráfico, Artes Visuales o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado y actualización constante en tecnologías digitales. Debe poseer experiencia profesional comprobable en producción de ilustración aplicada a proyectos de comunicación visual, así como dominio de software especializado y flujos de trabajo digitales. Así como hacer un uso responsable de los recursos tecnológicos, manteniendo una actitud innovadora, colaborativa y orientada a la formación integral.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Composición Gráfica
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Gustavo Alonso Romero Robles Gabriela de Jesús Bacelis Dorantes Julio César Rincón Martínez
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es conocer los principios de composición gráfica y desarrollar habilidades para la propuesta de proyectos innovadores en los que aplique la forma, la jerarquía, el equilibrio y el movimiento, como elementos generatrices para lograr una comunicación visual efectiva. Esta unidad de aprendizaje aporta herramientas para que el estudiantado desarrolle competencias en un nivel elemental y habilidades para el aprendizaje en niveles superiores. Es una unidad de carácter obligatorio, se ubica en etapa básica y pertenece al área de Diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40103 Composición Gráfica** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Gloria Azucena Torres de León y José Ramón Rodríguez Esquer con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar los fundamentos de la composición gráfica mediante procesos teórico-metodológicos, experimentación proyectual y evaluación crítica, con el fin de diseñar soluciones de comunicación visual estratégicas, pertinentes al contexto sociocultural y orientadas a públicos específicos, con pensamiento crítico, creatividad, y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Carpeta de evidencias que demuestre el conocimiento de la composición gráfica en distintas aplicaciones, compuesto por el conjunto de ejercicios desarrollados de forma práctica a lo largo del curso, que incluyan un análisis crítico y reflexivo en cada caso.

Proyecto integrador que incorpore los conocimientos adquiridos sobre espacio, forma, estructura, jerarquía, relaciones espaciales y elementos del diseño, demostrando criterio compositivo, pensamiento visual y sensibilidad estética, con actitud ética y responsable frente al acto de observar y representar.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de la composición

Competencia

Identificar los principios de la composición gráfica, a través del análisis de los conceptos generales, como elementos, espacio, orden y estructura, para transmitir un mensaje claro e innovador con sentido analítico y proactivo.

Contenido

1.1 Elementos

- 1.1.1. Forma (punto, línea, volumen, valor (tono), textura)
- 1.1.2. Color
- 1.1.3. Tipografía
- 1.1.4. Imagen

1.2. Espacio

- 1.2.1. Espacio positivo y negativo
- 1.2.2. Espacio Ilusorio y Fluctuante
- 1.2.3. Orden

1.3. Simetría

- 1.3.1. Eje
- 1.3.2. Pauta
- 1.3.3. Jerarquía
- 1.3.4. Ritmo y Repetición

1.4. Estructura

- 1.4.1. Ejes y Líneas
- 1.4.2. Retículas (Grids)
- 1.4.3. Equilibrio
- 1.4.4. Jerarquía Visual
- 1.4.5. Espacio Positivo y Negativo

Duración

04 horas

Unidad II. Forma y jerarquía

Competencia

Hacer uso de la forma y la jerarquía visual mediante la elaboración de productos de diseño, para obtener una comunicación efectiva a través de una armonía gráfica, con una actitud creativa, sustentable y reflexiva.

Contenido

2.1. Forma simple y forma compleja

- 2.1.1. Características de la forma simple: síntesis, claridad y geometría básica
- 2.1.2. Características de la forma compleja: detalle, variación y riqueza visual

- 2.1.3. Relación entre forma y significado en la comunicación gráfica
- 2.1.4. Transformación formal: repetición, superposición y variación
- 2.4.5. Aplicación de formas en composiciones de diseño
- 2.2. Jerarquía visual
 - 2.2.1. Concepto e importancia de la jerarquía visual en el diseño
 - 2.2.2. Recursos jerárquicos: tamaño, contraste, color y posición
 - 2.2.3. Jerarquía tipográfica aplicada a la organización de la información
 - 2.2.4. Dirección de lectura y recorrido visual del espectador
 - 2.2.5. Énfasis visual y creación de puntos focales
- 2.3. Figura y fondo
 - 2.3.1. Principio figura–fondo y su base perceptual (Gestalt)
 - 2.3.2. Contraste y diferenciación visual entre elementos principales y secundarios
 - 2.3.3. Uso del espacio negativo como recurso compositivo
 - 2.3.4. Ambigüedad visual e intercambio figura-fondo
 - 2.3.5. Aplicaciones en cartel, identidad visual y comunicación gráfica

Duración

03 horas

Unidad III. Equilibrio

Competencia

Aplicar el equilibrio en el diseño por medio del uso de las propiedades del color, para representar y comunicar ideas creativas e innovadoras, con actitud creativa y responsable.

Contenido

- 3.1. Espacio compositivo
 - 3.1.1. Concepto de espacio compositivo y su función comunicativa
 - 3.1.2. Organización de elementos dentro del formato
 - 3.1.3. Relación entre lleno y vacío en la composición
 - 3.1.4. Dirección visual y recorrido del espectador en el espacio
 - 3.1.5. Espacio como generador de orden, claridad y armonía gráfica
- 3.2. Peso visual
 - 3.2.1. Definición de peso visual y percepción del equilibrio
 - 3.2.2. Factores que generan peso visual: tamaño, color, forma y posición
 - 3.2.3. Relación entre peso visual y jerarquía en la composición
 - 3.2.4. Distribución estratégica del peso visual para lograr balance
 - 3.2.5. Uso del contraste como herramienta para controlar la atención visual
- 3.3. Simetría
 - 3.3.1. Concepto de simetría y equilibrio formal
 - 3.3.2. Tipos de simetría: axial, bilateral y radial
 - 3.3.3. Simetría como recurso de estabilidad, orden y claridad visual
 - 3.3.4. Aplicaciones de la simetría en diseño editorial, identidad y cartel
- 3.4. Asimetría
 - 3.4.1. Concepto de asimetría y equilibrio dinámico

- 3.4.2. Relación entre tensión visual y organización compositiva
- 3.4.3. Estrategias para equilibrar composiciones asimétricas mediante peso visual
- 3.4.4. Asimetría como recurso expresivo en el diseño contemporáneo
- 3.4.5. Comparación entre equilibrio simétrico y asimétrico

Duración

04 horas

Unidad IV. Movimiento

Competencia

Desarrollar composiciones por medio de la práctica del movimiento y la aplicación de la estabilidad, el dinamismo y el ritmo, para lograr una comunicación efectiva, con una actitud creativa y propositiva.

Contenido

4.1. Estabilidad.

- 4.1.1. Concepto de estabilidad en la composición gráfica
- 4.1.2. Relación entre equilibrio, alineación y sensación de reposo visual.
- 4.1.3. Uso de ejes horizontales y verticales para generar estabilidad
- 4.1.4. Estabilidad como recurso de claridad, formalidad y control comunicativo

4.2. Dinamismo

- 4.2.1. Concepto de dinamismo como generador de movimiento visual
- 4.2.2. Uso de diagonales, contrastes y direcciones para crear acción
- 4.2.3. Relación entre dinamismo, tensión visual y expresividad.
- 4.2.4. Aplicación del dinamismo en publicidad y medios digitales.

4.3. Ritmo

- 4.3.1. Definición de ritmo visual y su relación con la percepción
- 4.3.2. Secuencia, intervalo y cadencia en los elementos gráficos
- 4.3.3. Ritmo regular, alternado y progresivo
- 4.3.4. Ritmo como guía del recorrido visual del espectador

4.4. Tipos de composiciones

- 4.4.1. Composición central, axial y radial
- 4.4.2. Composición diagonal y triangular como generadoras de movimiento
- 4.4.3. Composición modular y reticular
- 4.4.4. Selección del tipo de composición según la intención comunicativa
- 4.4.5. Relación entre estructura compositiva y narrativa visual

4.5. Repeticiones

- 4.5.1. Concepto de repetición como principio de organización visual
- 4.5.2. Repetición de forma, color, textura y dirección
- 4.5.3. Modulación y patrones como generadores de unidad visual
- 4.5.4. Relación entre repetición, ritmo y movimiento
- 4.5.5. Uso de la repetición para reforzar identidad y coherencia gráfica

Duración

05 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos de la composición

Práctica 1: Sintaxis visual básica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define un concepto abstracto a comunicar.
3. Selecciona punto, línea y plano como base formal.
4. Construye variaciones de forma y valor tonal en escala de grises.
5. Integra textura analógica o digital.
6. Incorpora una tipografía neutra.
7. Organiza imagen y forma en formato A3.
8. Controla el contraste figura-fondo.
9. Evalúa la coherencia semántica.
10. Ajusta las proporciones y balance final.
11. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel A3 (297 × 420 mm)
- Lápices HB–4B
- Tinta negra
- Regla metálica

Práctica 2: Serie compositiva positivo–negativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define un concepto abstracto.
3. Dibuja siluetas contrastantes en papel negro.
4. Recorta figuras principales.
5. Invierte las formas sobre fondo blanco.
6. Reorganiza vacíos para generar tensión.
7. Equilibra proporciones entre lleno y vacío.
8. Fija la composición final.
9. Argumenta decisiones espaciales con base en la claridad perceptual.
10. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Cartulina blanca
- Cartulina negra
- Tijeras
- Cúter
- Pegamento
- Lápiz
- Regla
- Base de corte

Práctica 3: Sistema y pauta compositiva

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Traza un eje central en formato vertical A3.
3. Establece una pauta modular con regla y lápiz.
4. Distribuye formas geométricas repetidas.
5. Varía tamaño para crear jerarquía.
6. Introduce ritmo mediante intervalos constantes.
7. Corrige alineaciones para reforzar simetría.
8. Verifica coherencia estructural.
9. Presenta reflexión crítica sobre orden y legibilidad.
10. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel bond tamaño A3
- Lápices de diversa dureza
- Regla metálica
- Escuadra
- Compás y marcador negro

Práctica 4: Retícula constructiva manual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Determina márgenes proporcionales en formato editorial.
3. Construye retícula de 6×6 módulos.
4. Inserta bloques tipográficos simulados con papel recortado.

5. Coloca imágenes abstractas dentro de módulos.
6. Ajusta las alineaciones verticales y horizontales.
7. Comprueba el equilibrio general.
8. Fija elementos definitivamente.
9. Redacta breve análisis sobre función estructural en la comunicación.
10. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Cartulina base
- Papel bond A3
- Regla
- Escuadra
- Lápiz
- Cúter
- Pegamento
- Papel de color
- Tipografías impresas para recorte

Unidad II. Forma y jerarquía

Práctica 5: Síntesis y complejidad formal

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un objeto cotidiano.
3. Dibuja versión sintética en tres figuras básicas.
4. Desarrolla una versión compleja con detalle y textura.
5. Compara significados derivados.
6. Transforma la forma mediante repetición y superposición.
7. Organiza ambas versiones en un mismo formato.
8. Evalúa claridad comunicativa frente a riqueza visual.
9. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel bond A3
- Lápices
- Estilógrafos
- Borrador
- Regla
- Objeto de referencia

Práctica 6: Cartel jerárquico manual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define un mensaje cultural breve.
3. Establece título, subtítulo y cuerpo.
4. Asigna tamaños contrastantes con recortes tipográficos.
5. Distribuye información según dirección de lectura occidental.
6. Incorpora color selectivo para énfasis.
7. Verifica puntos focales.
8. Corrige contrastes insuficientes.
9. Argumenta eficacia jerárquica frente al grupo.
10. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Cartulina A3
- Revistas tipográficas
- Tijeras
- Pegamento
- Regla
- Marcadores de color
- Lápiz
- Cinta autoadherible

Práctica 7: Ambigüedad perceptual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Dibuja contornos interdependientes en blanco y negro.
3. Recorta áreas alternadas.
4. Intercambia posiciones figura-fondo.
5. Equilibra contraste para ambigüedad controlada.
6. Ajusta bordes para precisión.
7. Monta en soporte rígido.
8. Explica relación con principios de la Gestalt.
9. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel blanco y negro

- Tijeras
- Cúter
- Pegamento
- Lápiz
- Cartón soporte

Unidad III. Equilibrio

Práctica 8: Espacio compositivo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Delimita formato horizontal.
3. Coloca masas negras recortadas en un tercio del plano.
4. Distribuye vacíos predominantes.
5. Analiza el recorrido visual resultante.
6. Ajusta proporciones hasta lograr claridad.
7. Fija composición.
8. Documenta razones de balance espacial.
9. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Cartulina blanca
- Papel negro
- Regla
- Cúter
- Pegamento
- Lápiz

Práctica 9: Balance perceptual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Dibuja eje vertical central.
3. Coloca una forma grande a la izquierda.
4. Compensa con varias formas pequeñas a la derecha.
5. Modifica el tono para incrementar peso.
6. Observa sensación de estabilidad.
7. Reajusta posiciones milimétricamente.

8. Consolida composición final.
9. Redacta conclusión sobre distribución estratégica del peso.
10. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel A3
- Lápiz 2B-6B
- Borrador
- Regla
- Marcador negro

Práctica 10: Orden axial

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Traza eje axial preciso.
3. Dibuja mitad de composición con motivos geométricos.
4. Réplica manualmente al lado opuesto.
5. Verifica coincidencia milimétrica.
6. Introduce contraste tonal mínimo.
7. Monta sobre cartón rígido.
8. Evalúa sensación de estabilidad formal.
9. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel bond
- Regla
- Lápiz
- Compás
- Marcador
- Cartón base

Práctica 11: Tensión equilibrada

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña composición sin eje central evidente.
3. Distribuye masas irregulares.
4. Incrementa contraste en área secundaria.

5. Observa tensión visual.
6. Equilibra mediante desplazamientos sutiles.
7. Consolida relaciones de tamaño y posición.
8. Fija el resultado y compara efectos frente a composición simétrica previa.
9. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Cartulina
- Papel de color
- Tijeras
- Pegamento
- Regla
- Lápiz

Unidad IV. Movimiento

Práctica 12: Reposo estructural

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Organiza composición basada en horizontales predominantes.
3. Alínea elementos con precisión.
4. Evita diagonales.
5. Distribuye pesos homogéneos.
6. Controla contraste moderado.
7. Revisa la sensación de calma.
8. Monta versión final.
9. Explica la relación entre alineación y percepción de estabilidad.
10. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel A3
- Regla
- Lápiz
- Marcador negro
- Pegamento

Práctica 13: Diagonales activas

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Traza diagonales dominantes.
3. Coloca formas apuntando en una misma dirección.
4. Incrementa contraste cromático manual con gouache.
5. Genera superposiciones parciales.
6. Ajusta inclinaciones.
7. Verifica flujo visual continuo.
8. Fija composición final.
9. Reflexiona sobre la tensión y expresividad resultante.
10. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Cartulina
- Regla
- Lápiz
- Gouache
- Pinceles
- Recipiente con agua
- Trapo

Práctica 14: Secuencia modular rítmica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña módulo base geométrico.
3. Repite el diseño en patrón regular.
4. Introduce variación progresiva de tamaño.
5. Organiza en composición radial o diagonal.
6. Controla intervalos constantes.
7. Enfatiza unidad mediante color limitado.
8. Evalúa continuidad visual.
9. Monta serie final.
10. Sustenta elección estructural según intención comunicativa.
11. Entrega la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Papel opalina
- Cartulina base
- Regla
- Compás
- Lápiz

- Marcadores de color
- Tijeras
- Pegamento

Práctica 15: Proyecto integrador

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza el problema planteado y genera bocetos exploratorios.
3. Organiza alternativas y selecciona una solución pertinente.
4. Refina la estructura visual y aplica cromática libre en elementos.
5. Prepara presentación para exponer proceso y resultado.
6. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora
- Diferentes tipos de papel (bond, marquilla, bristol, opalina y albanene, entre otros)
- Set de lápices (3H, 2H, HB, 2B y 4B, entre otros)
- Set de lápices de color
- Estilógrafos (puntos 0.003, 0.05 y 1.0, entre otros)
- Material básico (regla T, escalímetro, escuadras, cepillo y cojín limpiador)

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

Algunas de las estrategias de enseñanza utilizadas en la impartición del curso son las siguientes, no obstante, en atención a la libre cátedra, el o la facilitadora tendrá la posibilidad

de emplear la que a su juicio considere conveniente, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Aprendizaje basado en problemas
- Discusión guiada
- Instrucción directa o guiada

Estrategias de aprendizaje

Algunas de las estrategias de aprendizaje que se promoverán en el estudiantado durante la impartición del curso, son las siguientes, aunque el o la facilitador tendrá la oportunidad de promover las que mejor crea convenientes en función de las condiciones generales del grupo, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Aprendizaje autorregulado
- Práctica reflexiva
- Toma de apuntes estratégicos

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas taller	50%
- Carpeta de evidencias	15%
- Proyecto integrador	35%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Arnheim, R. (2011). *El pensamiento visual*. Paidós. [clásica]

Eliassen, M. (2024). *Graphic design*. Salem Press.

Leborg, G. (2013). *Gramática visual*. Gustavo Gili. [clásica]

Markopoulos, P., Martens, J., Malins, J., Coninx, K., & Liapis, A. (Eds.). (2016). *Collaboration in creative design: Methods and tools*. Springer. [clásica]

Müller-Brockmann, J. (2012). *Sistemas de retículas: Un manual para diseñadores gráficos*. Gustavo Gili. [clásica]

Bringhurst, R. (2019). *The elements of typographic style* (4th ed.). Hartley & Marks. [clásica]

Olivares, J., Ramírez, M., & Cisneros, A. (2020). Síntesis visual del proceso de diseño gráfico de la marca Chivas, Club Deportivo Guadalajara. *Zincografía*, (8), 5–23. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i8.75> [clásica]

Shaoqiang, W. (Ed.). (2022). *New page design: Layout and editorial design* (2nd ed.). Hoaki Books.

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Arnheim, R. (2003). *Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador*. Alianza. [clásica]

Farina, A., & Cure, S. (2019). *Diseño gráfico y pensamiento visual*. Gustavo Gili. [clásica]

Krause, J. (2014). *Visual design: Creative core*. Adams Media. [clásica]

Lupton, E., & Miller, J. (2019). *El ABC de la Bauhaus: La Bauhaus y la teoría del diseño*. Gustavo Gili. [clásica]

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Arquitectura o área afín; preferentemente con posgrado y con dos años de experiencia docente, con conocimientos avanzados en composición gráfica. Debe ser una persona proactiva, creativa, analítica, colaborativa y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Desarrollo de Proyectos de Diseño
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Conceptualización del Diseño y la Comunicación
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Marisol Montiel Berumen Antonia Veneranda Holsworth Rios Lizeth Guadalupe Félix Lugo
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es la elaboración de proyectos elementales de diseño visual a través de la aplicación de fundamentos y metodologías de diseño, y el uso de herramientas de representación y comunicación visual, para atender necesidades individuales y/o sociales desde un enfoque disciplinario de Diseño y Comunicación Visual Estratégica. Aporta habilidades manuales de representación, conocimientos teóricos y la formación del pensamiento crítico para establecer la correspondencia entre el entendimiento e interpretación de las necesidades en un objeto de diseño visual. Es una asignatura de carácter obligatorio que pertenece al área de Diseño, y forma parte del grupo de unidades de aprendizaje de etapa básica de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual Estratégica. Para cursar esta unidad de aprendizaje es requisito cursar y aprobar la asignatura de Conceptualización del Diseño y la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar productos desde el planteamiento de Diseño y Comunicación Visual a través de la aplicación de metodologías, fundamentos de diseño, y herramientas de representación, con el fin de materializar y comunicar de forma clara las ideas de diseño, con una actitud creativa, colaborativa, proactiva, y con enfoque ético.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual integrando principios técnicos y estéticos. A través de prácticas de campo y exposiciones orales, sustentan sus procesos creativos y la metodología empleada en la ejecución de cada propuesta, con fundamento conceptual y estético.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos integrales, innovadores y de excelencia, sustentados en la investigación estratégica de necesidades sociales, la aplicación de las fases del proceso creativo, de metodologías y herramientas para transformar las ideas en proyectos de diseño, con una actitud crítica, creativa, y responsabilidad ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, vanguardia e inclusión.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentación estratégica del proyecto de diseño

Competencia

Analizar la naturaleza, el origen y los fundamentos del proceso creativo para un proyecto de diseño y comunicación visual estratégica por medio de la aplicación de metodologías, herramientas de organización y representación, para la conceptualización y la transformación de una idea a un proyecto, con una actitud crítica, creativa, y responsabilidad ética.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Documento académico (brief de diseño del proyecto) que identifique los elementos clave del planteamiento del problema, articule el mensaje, contexto y público objetivo, asimismo, un moodboard argumentado, cronograma estructurado, bocetaje rudo exploratorio, prototipado, mockups y recursos visuales, por medio de la aplicación de metodologías, herramientas de organización, representación y visitas de campo a la institución u organización seleccionada, para la conceptualización y la transformación de la idea al proyecto, los cuales evidencian su aplicación contextual, con una actitud crítica, creativa, y responsabilidad ética.

Contenido

- 1.1. Naturaleza del proyecto de diseño y comunicación visual estratégica
 - 1.1.1. Diseño como proceso disciplinar y estratégico
 - 1.1.2. Comunicación visual y construcción de significado
 - 1.1.3. Conceptos relevantes para el proyecto de diseño y comunicación visual
 - 1.1.4. Fundamentos y evolución del proyecto de diseño y comunicación visual
- 1.2. Origen y delimitación del proyecto de diseño y comunicación visual
 - 1.2.1. Investigación para la definición del proyecto
 - 1.2.1.1. Identificación y valoración de necesidades y requerimientos
 - 1.2.1.2. Análisis del contexto sociocultural
 - 1.2.1.3. Descripción y perfilación del público objetivo
 - 1.2.1.4. Análisis de competencia y tendencias visuales
 - 1.2.1.5. Fuentes de información y criterios de confiabilidad
 - 1.2.1.6. Observación, registro y documentación
 - 1.2.2. Planteamiento estratégico del proyecto
 - 1.2.2.1. Definición del problema de diseño y comunicación visual
 - 1.2.2.2. Justificación del proyecto
 - 1.2.2.3. Formulación de objetivos generales y específicos
 - 1.2.2.4. Alcances y restricciones
 - 1.2.2.5. Elaboración del brief de diseño

- 1.3. Rutas de trabajo y planificación del proyecto
 - 1.3.1. Modelos de estructuración del proyecto de diseño
 - 1.3.2. Rutas de trabajo para el desarrollo de proyectos
 - 1.3.3. Cronograma de actividades
 - 1.3.4. Organización de fases y entregables
- 1.4. Conceptualización del proyecto de diseño y comunicación visual asistido por inteligencia artificial (IA)
 - 1.4.1. Construcción del concepto rector
 - 1.4.2. Relación entre concepto, mensaje y contexto
 - 1.4.3. Traducción conceptual a criterios visuales
 - 1.4.4. Moodboard como herramienta de traducción de la idea textual a la idea conceptual
 - 1.4.5. Coherencia semántica y formal
 - 1.4.6. Argumentación de la idea conceptual

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Lawson, B. (2005). *How designers think: The design process demystified* (4th ed.). Architectural Press. [clásica]

Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Crown Currency. [clásica]

Vysotskaya, N. V., & Kyrbatskaya, T. B. (2019). Design thinking methodology as a tool for the formation of innovative solutions. *Entrepreneur's Guide*, (44), 56–68. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Liu, X., Zhong, F., & Zhang, J. (2025). *Design for sustainability*. In *Design for sustainability* (pp. 33–50). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-96-8657-5_2

Unidad II. Materialización del proyecto de diseño

Competencia

Analizar los diferentes sistemas de representación y proyección de la forma bidimensional y tridimensional a través del uso del lenguaje técnico de dibujo, geometría, y la manipulación de materiales, para representar, transmitir y materializar ideas en un proyecto de diseño, con actitud objetiva, creatividad vanguardista, bajo estándares de excelencia y responsabilidad ética.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de bocetos, rudo exploratorio y fino, mediante múltiples propuestas visuales, la aplicación de principios de composición y jerarquía visual, para la representación y materialización de ideas en el proyecto de diseño, con actitud objetiva, creatividad vanguardista, bajo estándares de excelencia y responsabilidad ética.

Contenido

2.1. Representación visual del proyecto

2.1.1. Representación bidimensional de las ideas

2.1.1.1. Elementos básicos del lenguaje visual: Elementos básicos, formas, aplicaciones y medios

2.1.1.2. Representación del boceto conceptual

2.1.1.3. Proyecciones aplicadas a propuestas visuales

2.1.1.4. Principios técnicos y estéticos del diseño

2.1.1.4.1. Originalidad

2.1.1.4.2. Jerarquía visual

2.1.1.4.3. Contraste y legibilidad

2.1.1.4.4. Equilibrio y unidad

2.1.1.4.5. Alineación y cuadrículas

2.1.1.4.6. Regla de los impares

2.1.1.5. Normativa en la representación y producción gráfica de un objeto original

2.1.1.6. Simbología normalizada en la comunicación visual

2.1.2. Planteamiento tridimensional del proyecto de diseño

2.1.2.1. Características y elementos visuales clave

2.1.2.2. Conceptos relevantes

2.1.2.3. Fundamentos de la estructura y el volumen

2.1.2.4. Técnicas de ideación y representación

2.1.2.5. Principios básicos para la visualización efectiva

2.2. Materialización del proyecto de diseño

2.2.1 Proceso de bocetaje

2.2.1.1. Bocetaje rudo

2.2.1.2. Refinamiento de propuestas

2.2.1.3. Boceto fino

2.2.2. Definición formal de la propuesta

- 2.2.2.1. Criterios técnicos y estéticos
 - 2.2.2.1.1. Selección de materiales y soportes
 - 2.2.2.1.2. Especificaciones técnicas básicas
- 2.2.2.2 Selección de alternativa final
- 2.2.3 Prototipado y maquetación
 - 2.2.3.1 Maqueta física o digital
 - 2.2.3.2 Pruebas y ajustes
- 2.3. Presentación y comunicación del concepto
 - 2.2.1. Estructura del "Pitch Deck" para la defensa del diseño
 - 2.2.2. Storytelling visual y Mockups
 - 2.2.3. Portafolio de diseño
- 2.4. Preparación del original electrónico

Duración

05 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (2019). *The fundamentals of graphic design* (2nd ed.).

Bloomsbury Visual Arts. [Clásica]

Ching, F. D. K. (2024). *Dibujo y proyecto* (3.ª ed. ampliada; C. Jiménez Romera & M. Rojals del Álamo, Trans.). Editorial GG.

Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Gustavo Gili. [Clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Leborg, C. (2006). *Visual grammar: A design handbook*. Princeton Architectural Press. [Clásica]

Unidad III. Consolidación del proyecto de diseño y comunicación visual

Competencia

Integrar y evaluar un proyecto de diseño y comunicación visual estratégica mediante la articulación de investigación, conceptualización, representación y materialización, para demostrar su pertinencia comunicativa y viabilidad técnica en un contexto específico, con rigor profesional y responsabilidad ética.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Prototipo final, informe y presentación, que integren y evalúen la pertinencia comunicativa del proyecto en relación con el contexto, las fortalezas y áreas de mejora, implementen ajustes finales, derivados del análisis realizado, a través de la investigación, conceptualización, representación y materialización de las ideas, para su consolidación y una comunicación visual pertinente y viable, con rigor profesional y responsabilidad ética.

Contenido

- 3.1. Integración del proyecto
 - 3.1.1. Articulación entre problema, concepto y solución visual
 - 3.1.2. Coherencia entre estrategia y propuesta formal
 - 3.1.3. Verificación de objetivos y alcances
- 3.2. Evaluación del proyecto
 - 3.2.1. Criterios de evaluación técnica y estética
 - 3.2.1.1. Ergonomía visual
 - 3.2.1.2. Diseño sostenible
 - 3.2.1.3. La interpretación del contexto por medio de los símbolos y formas
 - 3.2.2. Evaluación de funcionalidad comunicativa
 - 3.2.3. Retroalimentación y mejora continua
 - 3.2.4. Ajustes finales
- 3.3. Implementación del proyecto
 - 3.3.1. Adaptación a distintos soportes o formatos
 - 3.3.2. Consideraciones básicas de producción real
 - 3.3.3. Viabilidad técnica y operativa
 - 3.3.4. Entrega final del proyecto
- 3.4. Documentación y cierre del proyecto
 - 3.4.1. Memoria del proyecto
 - 3.4.2. Justificación conceptual y técnica
 - 3.4.3. Presentación final profesional
 - 3.4.4. Reflexión crítica del proceso

Duración

05 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC.

Barnard, M. (2013). *Graphic design as communication*. Routledge. [clásica]

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: The new basics* (Rev. and expanded ed.).

Chronicle Books. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Karjaluoto, E. (2013). *The design method: A philosophy and process for functional visual communication*. New Riders. [clásica]

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentación estratégica del proyecto

Práctica 1. Conceptualización del proyecto

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Selecciona una institución u organización para el desarrollo de su proyecto.
3. Apóyate en tecnologías emergentes y de IA para desarrollar el siguiente procedimiento:
 - Identifica los elementos clave del problema y sintetízalos en una idea rectora.
 - Construye el concepto del proyecto articulando mensaje, contexto y público objetivo.
 - Traduce el concepto en criterios visuales preliminares mediante la selección de referentes pertinentes.
 - Elabora un moodboard argumentado que evidencie coherencia semántica y formal.
4. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de conceptualización
- Banco de imágenes y referencias visuales
- Herramientas digitales de diseño
- IA y tecnologías emergentes
- Rúbrica de evaluación

Práctica 2. Planificación del proyecto

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los objetivos definidos.
2. Identifica las fases necesarias para el desarrollo del proyecto.
3. Organiza las actividades en una secuencia lógica de trabajo.
4. Establece tiempos estimados y responsables para cada fase.
5. Elabora un cronograma estructurado con entregables definidos.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de cronograma
- Herramientas digitales de gestión de proyectos
- Calendario académico
- Rúbrica de evaluación

UNIDAD II. Representación y materialización del proyecto (taller)

Práctica 3. Bocetaje y exploración formal

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa el concepto aprobado.
2. Apóyate en herramientas especializadas de diseño, tecnologías emergentes e IA para desarrollar el siguiente procedimiento:
 - Genera múltiples alternativas visuales mediante bocetaje rudo exploratorio.
 - Analiza las propuestas con base en criterios técnicos y estéticos.
 - Refina las alternativas seleccionadas aplicando principios de composición y jerarquía visual.
3. Selecciona la propuesta preliminar con justificación argumentada.
4. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Cuaderno de bocetos

- Material de dibujo
- Guía de principios de composición
- Herramientas digitales de diseño
- IA y tecnologías emergentes
- Rúbrica de evaluación

Práctica 4. Desarrollo formal y prototipado

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa la propuesta preliminar validada.
2. Elabora el boceto fino integrando criterios técnicos y estéticos.
3. Define materiales, soportes y especificaciones básicas de producción.
4. Desarrolla un prototipo físico conforme a la propuesta final.
5. Desarrolla un prototipo digital con apoyo de tecnologías emergentes e IA conforme a la propuesta final.
6. Realiza pruebas de funcionalidad y efectúa ajustes pertinentes.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Materiales de prototipado
- Herramientas digitales de diseño
- IA y tecnologías emergentes
- Herramientas de corte y ensamblaje
- Rúbrica de evaluación

Práctica 5. Presentación intermedia y ajustes

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y organiza la información del proyecto.
2. Estructura una presentación que articule problema, concepto y propuesta formal.
3. Incorpora mockups y recursos visuales para evidenciar aplicación contextual.
4. Argumenta las decisiones técnicas y estéticas ante el grupo.
5. Integra ajustes derivados de la retroalimentación recibida.

6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de presentaciones
- Plantilla de pitch académico
- Mockups digitales
- Rúbrica de evaluación

UNIDAD III. Integración, evaluación y cierre profesional del proyecto

Práctica 6. Integración del proyecto

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los avances acumulados.
2. Integra investigación, conceptualización y desarrollo formal en un documento estructurado.
3. Verifica coherencia entre objetivos, concepto y solución visual.
4. Refina el prototipo final con especificaciones técnicas definitivas.
5. Organiza los elementos gráficos y documentales del proyecto integral.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de proyecto integral
- Herramientas digitales de diseño
- Prototipo físico o digital
- Rúbrica de evaluación

Práctica 7. Evaluación y validación del proyecto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los criterios de evaluación establecidos.

2. Analiza la pertinencia comunicativa del proyecto en relación con el público objetivo.
3. Evalúa la viabilidad técnica y coherencia formal de la propuesta.
4. Elabora un informe crítico con fortalezas y áreas de mejora.
5. Implementa ajustes finales derivados del análisis realizado.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Lista de cotejo
- Instrumento de evaluación
- Plantilla de informe
- Rúbrica de evaluación

Práctica 8. Documentación y presentación final

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y organiza la documentación del proyecto.
2. Redacta la memoria metodológica que describa las fases desarrolladas.
3. Diseña el portafolio que integre proceso y resultados finales.
4. Presenta la presentación profesional del proyecto ante el grupo.
5. Defiende las decisiones estratégicas y técnicas de manera argumentada.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de memoria metodológica
- Herramientas digitales de diseño
- Procesador de textos
- Proyector o plataforma digital
- Rúbrica de evaluación

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS CAMPO

Unidad I: Fundamentación estratégica del proyecto de diseño

Práctica 1. Diagnóstico y delimitación estratégica del proyecto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones del docente y revisa el encuadre general del proyecto asignado.
2. Realiza una visita de campo a la institución u organización seleccionada en la primera práctica de taller.
3. Analiza el contexto sociocultural, las necesidades comunicativas y el público objetivo mediante fuentes confiables y registro sistemático.
4. Define el problema de diseño y comunicación visual con base en la información recopilada.
5. Formula los objetivos generales y específicos, así como los alcances y restricciones del proyecto.
6. Elabora el brief de diseño, con su justificación estratégica y sus criterios de evaluación.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Guía para elaboración del brief
- Bases de datos académicas
- Plantilla de diagnóstico
- Rúbrica de evaluación
- Procesador de texto

Práctica 2: Diagnóstico y delimitación del proyecto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones del docente y revisa el encuadre general del proyecto asignado.
2. Realiza una visita de campo a la institución u organización seleccionada.

3. Analiza el contexto sociocultural, las necesidades comunicativas y el público objetivo mediante fuentes confiables y registro sistemático.
4. Define el problema de diseño y comunicación visual con base en la información recopilada.
5. Formula los objetivos generales y específicos, así como los alcances y restricciones del proyecto.
6. Elabora el brief de diseño con su justificación estratégica y criterios de evaluación.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Guía para elaboración del brief
- Bases de datos académicas
- Plantilla de diagnóstico
- Rúbrica de evaluación
- Procesador de texto

Práctica 3: Análisis de referentes y observación contextual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones del docente y revisa el encuadre general del proyecto asignado.
2. Realiza una visita de campo a la institución u organización seleccionada.
3. Realiza un recorrido en el entorno seleccionado para identificar referentes visuales vinculados al proyecto.
4. Registra evidencias gráficas y descriptivas sobre soluciones formales, materiales y aplicaciones reales.
5. Analiza la pertinencia comunicativa y formal de los casos observados en función del público objetivo.
6. Sistematiza la información en una matriz comparativa con hallazgos relevantes.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Instrumento de observación
- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Formato de registro de campo
- Matriz comparativa
- Rúbrica de evaluación

Unidad II. Materialización del proyecto de diseño

Práctica 4: Evaluación del prototipo con usuarios potenciales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones del docente y revisa el encuadre general del proyecto asignado.
2. Realiza una visita de campo a la institución u organización seleccionada.
3. Presenta el prototipo al usuario potencial previamente delimitado en el proyecto.
4. Aplica un instrumento estructurado para recabar información sobre claridad del mensaje, comprensión visual y funcionalidad.
5. Registra observaciones cualitativas y cuantitativas obtenidas durante la interacción.
6. Analiza los resultados y determina áreas de mejora con base en los datos recopilados.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Prototipo físico o digital
- Instrumento de evaluación con usuarios
- Cámara fotográfica y de video
- Formato de registro de resultados
- Dispositivo móvil o tableta
- Rúbrica de evaluación

Práctica 5: Evaluación del prototipo con el cliente o solicitante

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones del docente y revisa los objetivos establecidos en el brief de diseño.
2. Realiza una visita de campo a una institución u organización.

3. Presenta el prototipo ajustado al cliente o solicitante del proyecto.
4. Expone la relación entre problema, concepto y solución formal implementada.
5. Recaba retroalimentación respecto a viabilidad, coherencia estratégica y cumplimiento de objetivos.
6. Registra acuerdos, ajustes solicitados y criterios de aprobación.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Prototipo final
- Brief de diseño
- Instrumento de registro de acuerdos
- Plataforma de reunión presencial o virtual
- Rúbrica de evaluación

Unidad III. Consolidación del proyecto de diseño y comunicación visual

Práctica 6: Evaluación de ergonomía visual del prototipo

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones del docente y revisa los criterios de evaluación de ergonomía visual establecidos.
2. Realiza una visita de campo a la institución u organización seleccionada.
3. Presenta el prototipo en condiciones reales de iluminación y distancia de observación previstas para su uso.
4. Solicita a participantes representativos del público objetivo que interactúen con la pieza diseñada.
5. Registra datos sobre legibilidad, contraste, tamaño tipográfico, jerarquía visual y tiempo de comprensión.
6. Analiza los resultados obtenidos y determina ajustes formales necesarios para optimizar la experiencia visual.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Prototipo físico o digital
- Lista de cotejo de ergonomía visual
- Instrumento de registro de observaciones
- Luxómetro o referencia de condiciones de iluminación
- Rúbrica de evaluación

Práctica 7: Evaluación de cualidades sostenibles del proyecto

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones del docente y revisa los criterios de sostenibilidad definidos para el proyecto.
2. Realiza una visita de campo a la institución u organización seleccionada.
3. Analiza los materiales, procesos de producción y ciclo de vida previstos para la pieza diseñada.
4. Consulta proveedores o fuentes especializadas para identificar alternativas de menor impacto ambiental.
5. Evalúa la eficiencia en uso de recursos, posibilidad de reutilización y disposición final del producto.
6. Elabora un reporte técnico con propuestas de mejora orientadas a sostenibilidad y viabilidad operativa.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Matriz de evaluación de sostenibilidad
- Fichas técnicas de materiales
- Información de proveedores
- Instrumento de análisis de ciclo de vida simplificado
- Rúbrica de evaluación

X. MÉTODO DE TRABAJO

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.

- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos
- Aprendizaje basado en casos
- Microaprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante
- Toma de apuntes en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	15%
- Metas de la unidad 1 (prácticas de taller y de campo)	15%
- Metas de la unidad 2 (prácticas de taller y de campo)	15%
- Metas de la unidad 3 (prácticas de taller y de campo)	15%
- Proyecto de diseño	40%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual, Arquitectura o área afín. preferentemente con posgrado y dos años de experiencia docente, con dominio de métodos de enseñanza teórico-prácticos, uso de herramientas digitales especializadas, IA generativa, tecnologías emergentes, fundamentos de desarrollo estratégico de proyectos de diseño (métodos, metodologías, herramientas de organización y representación), para la materialización y evaluación de proyectos de diseño. Ser una persona proactiva, creativa, analítica, que fomente el trabajo colaborativo y abierta a la actualización profesional continua.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Teoría y Psicología del Color
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Rita Sofía Trillo Gabaldón Rubén Avilés Reyes Annia Paola Montes Mendoza
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es conocer los principios del color, origen y características. Esto permite a cada estudiante desarrollar habilidades para conseguir combinaciones armoniosas y desarrollar criterios para elegir de manera acertada el color de acuerdo con el contexto cultural y los conceptos formales de la psicología del color. Es una unidad de aprendizaje de la etapa básica, con carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento de Comunicación Visual y forma parte del programa educativo de la licenciatura en Comunicación Visual Estratégica.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA 40128 Teoría del Color del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Gloria Azucena Torres de León y José Ramón Rodríguez Esquer con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar de manera teórica y práctica la psicología del color a través de la experimentación y combinaciones de los colores primarios, blanco y negro para crear experiencias que permitan generar criterios sobre el uso del color en los medios impresos y digitales, con responsabilidad social, dedicación e ingenio creativo.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias que demuestren el comportamiento de la psicología del color y sus aplicaciones, que integre un ensayo sobre el manejo del color como elemento de composición visual.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Innovación social; Interculturalidad; Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos básicos del color

Competencia

Analizar la naturaleza del color a través de sus distintos sistemas y modelos para determinar cómo es percibido por el ser humano, con un sentido analítico y proactivo.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un mapa conceptual interactivo, donde se definan los fundamentos básicos del color, que contenga al menos 3 referencias en formato APA.

Contenido

- 1.1. Naturaleza del color
 - 1.1.1. Espectro de la luz solar
 - 1.1.2. Descomposición de la luz solar
 - 1.1.3. Espectro de la luz solar visible por el ser humano
- 1.2. Percepción del color
 - 1.2.1. El ojo humano y la distribución de conos y bastones
 - 1.2.2. Enfermedades que afectan la apreciación del color
- 1.3. Modelos del color
 - 1.3.1. RGB
 - 1.3.2. CMYK
 - 1.3.3. HSV
- 1.4. Sistemas de color
 - 1.4.1. Munsell
 - 1.4.2. Pantone

Duración

06 horas

Referencias y recursos la biblioteca física y digital de la UABC

Cramer, W. R. (2021). Color fundamentals. *Physics and Spectroscopy Reviews*.

<https://doi.org/10.1515/psr-2020-0164>

Fehrman, K. (2018). *Color: the secret influence*. Prestige Hall. [classic]

Gallego, R. (2006). *Armonía cromática*. Tres Cantos. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Lin, C., Mottaghi, S., & Shams, L. (2024). The effects of color and saturation on the enjoyment of real-life images. *Psychonomic Bulletin & Review*, 31, 361–372. <https://doi.org/10.3758/s13423-023-02357-4>

Maule, J., Skelton, A. E., & Franklin, A. (2023). The development of color perception and cognition. *Annual Review of Psychology*, 74, 87–111. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-032720-040512>

Unidad II. Grupos de color

Competencia

Aplicar los grupos de color a través del círculo cromático para lograr una armonía cromática y hacer perceptible lo que la vista comprende como el color, con actitud abierta y reflexiva.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un collage digital que muestre los grupos de color que incluyan fotografías propias y de autores específicos. Incluir las referencias.

Contenido

- 2.1. Círculo cromático
- 2.2. Colores primarios, secundarios y terciarios
- 2.3. Colores cálidos y fríos
- 2.4. Colores claros y oscuros

Duración

06 horas

Referencias y recursos la biblioteca física y digital de la UABC

Itten, J. (2020). *El arte del color*. GG

Gallego, R. (2006). *Armonía cromática*. Tres Cantos. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Albers, J. (2013). *Interaction of color* (50th anniversary ed.). Yale University Press. [clásica]

Unidad III. Propiedades del color

Competencia

Desarrollar la composición de un diseño por medio de las propiedades del color y con trazos rápidos de dibujo a color, para representar y comunicar ideas, con actitud propositiva y creativa.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Presentar ante el grupo un análisis de una imagen desde la perspectiva de las propiedades del color.

Contenido

- 3.1. Tono, matiz y tinte
- 3.2. Saturación o Intensidad
- 3.3. Valor o brillo
- 3.4. Colores acromáticos
- 3.5. Colores cromáticos grises
- 3.6. Colores monocromáticos
- 3.7. Colores complementarios
- 3.8. Colores complementarios cercanos
- 3.9. Dobles complementarios
- 3.10. Triadas complementarias
- 3.11. Gammas múltiples
- 3.12. Contrastes

Duración

10 horas

Referencias y recursos la biblioteca física y digital de la UABC

Holtzschue, L. (2023). *Understanding color* (6th ed.). Wiley.

Montes Mendoza, A. P. (2022). *Evaluación del efecto del color en la capacidad creativa de los estudiantes de arquitectura y diseño en un ambiente virtual de aprendizaje* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Baja California.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Forni, O., Darmon, A., & Benzaquen, M. (2026). Harmonious color pairings: Insights from human preference and natural hue statistics. *iScience*, 29(6), Article 116038. <https://doi.org/10.1016/j.isci.2026.116038>

Yan, F., Li, N., & Hirota, K. (2021). QHSL: A quantum hue, saturation, and lightness color model. *Information Sciences*, 577, 196–213. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2021.06.077> [clásica]

Unidad IV. Psicología del color

Competencia específica

Interpretar los efectos emocionales, cognitivos y conductuales del color en las personas para dirigir la comunicación visual de manera intencional a través del análisis de campañas publicitarias con responsabilidad social y compromiso.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elegir una campaña publicitaria (política, alimentaria, textil, construcción, etc) y explicar a través de un podcast, basado en un resumen guiado o ficha de lectura en inglés, los componentes emocionales, cognitivos y conductuales con relación a la paleta cromática utilizada.

Contenido

- 4.1. Color y emoción
 - 4.1.1. Respuestas afectivas básicas
 - 4.1.2. Activación fisiológica
 - 4.1.3. Color y atención
- 4.2. Color y cognición
 - 4.2.1. Memoria visual
 - 4.2.2. Toma de decisiones
 - 4.2.3. Percepción de riesgo y seguridad
 - 4.2.4. Jerarquía visual
- 4.3. Conducta del usuario
 - 4.3.1. Influencia en consumo
 - 4.3.2. Preferencias cromáticas
 - 4.3.3. Fatiga visual
 - 4.3.4. Usabilidad

Duración

16 horas

Referencias y recursos la biblioteca física y digital de la UABC

Holtzschue, L. (2023). *Understanding color* (6th ed.). Wiley.

Montes Mendoza, A. P. (2022). *Evaluación del efecto del color en la capacidad creativa de los estudiantes de arquitectura y diseño en un ambiente virtual de aprendizaje* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Baja California.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2012). Exciting red and competent blue: The importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(5), 711–727.

<https://doi.org/10.1007/s11747-010-0245-y> [clásica]

Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 65, 95–120.

<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115035> [clásica]

Unidad V. Sensaciones del color

Competencia

Aplicar la psicología del color a través de la expresión del diferencial semántico del color para el diseño digital e impreso, con actitud creativa y responsable.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Presentación de la aplicación de la psicología del color en el diseño gráfico, industrial y arquitectónico.

Contenido

- 5.1. Expresión del color
- 5.2. Diferencial semántico del color
- 5.3. Utilización del color
 - 5.3.1. En el diseño publicitario
 - 5.3.2. En el diseño de espacios arquitectónicos

5.3.3. En el diseño de indumentaria

Duración

10 horas

Referencias y recursos la biblioteca física y digital de la UABC

Montes-Mendoza, A. P. (2022). *Evaluación del efecto del color en la capacidad creativa de los estudiantes de arquitectura y diseño en un ambiente virtual de aprendizaje* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Baja California.

McLeod, J. (2016). *Colour psychology today*. John Hunt Publishing Limited. [clásica]

Heller, E. (2012). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Adams, S. (2017). *The Designer's Dictionary of Color*. Harry N. Abrams. [clásica]

Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 65, 95–120.

<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115035> [clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones de cada docente, de las y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

Son acciones didácticas planificadas por el docente para facilitar el logro de los aprendizajes esperados. Estas estrategias deben seleccionarse en función del tipo de competencia, el nivel cognitivo y la naturaleza del contenido.

- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje situado
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

Son enfoques que el estudiante emplea para organizar, adquirir, comprender y aplicar el conocimiento. Estas estrategias deben promover el desarrollo de competencias, el pensamiento crítico y el aprendizaje significativo.

- Aprendizaje autorregulado
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	30%
- Tareas y actividades	20%
- Portafolio de evidencias	40%
- Participaciones	10%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño o área afín, con conocimientos sobre la teoría, psicología del color y su comunicación visual, estar en la vanguardia del diseño mismo; con dominio de gestión en plataformas educativas; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente en línea. Ser una persona proactiva, analítica, que fomente el trabajo colaborativo y la creatividad en sus estudiantes.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I.DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Tipografía
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Taller: 02 Horas Extra-clase: 02 Créditos: 06
Etapas de formación:	Básica
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Marisol Montiel Berumen Marcos Eduardo González Trevizo
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de la unidad de aprendizaje es desarrollar el conocimiento de la evolución histórica y de los fundamentos conceptuales, teóricos y técnicos de la tipografía como sistema estructural del discurso visual, con el fin de aplicarlos con solvencia en piezas gráficas y comprender el proceso de diseño y configuración de nuevas fuentes tipográficas. La unidad se ubica en la etapa básica, tiene carácter obligatorio y pertenece al área de Comunicación Visual. Proporciona las bases teóricas y técnicas necesarias para los talleres de diseño posteriores, en los cuales la tipografía desempeña una función fundamental en la organización, jerarquización y codificación de los mensajes visuales y escritos.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40091 Tipografía** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Cynthia Raquel Mendoza Casanova, Carolina Medina Zavala y Monserrat Tamayo Parra con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar de manera integral los sistemas tipográficos, con fundamento histórico, teórico y técnico, en productos de comunicación visual, así como diseñar propuestas tipográficas coherentes para alcanzar un propósito comunicativo específico, con creatividad, rigor técnico y ética profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Las y los estudiantes desarrollan proyectos de diseño de piezas gráficas en formato digital e impreso, mediante la aplicación de un sistema tipográfico preexistente y otro de creación propia, con fundamento conceptual, técnico y estético.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, vanguardia, inclusión e interculturalidad.

VII.DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Historia de la tipografía

Competencia

Analizar la importancia que ha tenido el diseño tipográfico en el desarrollo de la historia, así como el impacto directo que genera en el diseño de la comunicación gráfica aplicada a diferentes sectores para la divulgación de la información, a través de la investigación documental, con la finalidad de reflexionar sobre el diseño de tipografía en la actualidad, con actitud responsable, crítica y reflexiva.

Contenido

- 1.1. Sistemas de escritura y diversidad cultural
- 1.2. Origen y evolución de los alfabetos
- 1.3. Del manuscrito a la imprenta
- 1.4. Evolución del diseño tipográfico y tipógrafos influyentes
- 1.5. La tipografía en la comunicación gráfica contemporánea

Duración

08 horas

Unidad II. Análisis de la morfología y estructura del sistema tipográfico

Competencia

Analizar la morfología y estructura del sistema tipográfico, por medio del estudio y experimentación con los principios tipográficos, para aplicarse en piezas gráficas impresas y digitales con creatividad, coherencia formal y rigor técnico

Contenido

- 2.1. Morfología tipográfica
 - 2.1.1. Anatomía de la letra
 - 2.1.2. Proporciones, eje y contraste
 - 2.1.3. Modulación y construcción formal
 - 2.1.4. Terminología tipométrica y sistemas de medición
- 2.2. Clasificación y familias tipográficas
 - 2.2.1. Criterios históricos y formales de clasificación
 - 2.2.2. Características estructurales de las principales familias
 - 2.2.3. Relación entre forma y función
- 2.3. Macrotipografía
 - 2.3.1. Jerarquía tipográfica
 - 2.3.2. Réticula, organización estructural del texto y escalas tipográficas
 - 2.3.3. Mancha tipográfica y textura visual del texto
 - 2.3.4. Sistemas modulares y composición en entornos impresos y digitales
- 2.4. Microtipografía
 - 2.4.1. Interletrado, interlineado y espaciado

- 2.4.2. Control de viudas, huérfanas y ríos tipográficos
- 2.4.4. Legibilidad, lecturabilidad y estética de la tipografía
- 2.5. Ortotipografía
 - 2.5.1. Normas de composición textual
 - 2.5.2. Uso de signos, versalitas, cifras y abreviaturas
 - 2.5.3. Criterios de corrección tipográfica en piezas impresas y digitales
 - 2.5.4. Normas ortotipográficas para accesibilidad y experiencia de usuario (UX)

Duración

08 horas

Unidad III. La tipografía en entornos impresos y digitales

Competencia

Diseñar una fuente tipográfica mediante la integración de la morfología y estructura del sistema tipográfico, para aplicarse en piezas gráficas impresas y digitales con creatividad, coherencia formal y rigor técnico.

Contenido

- 3.1. Métodos de diseño tipográfico
 - 3.1.1. Diseño reticular y uso de grilla en la construcción de caracteres
 - 3.1.2. Diseño por formas geométricas y construcción modular
 - 3.1.3. Diseño por partes de la letra y coherencia estructural
 - 3.1.4. Diseño híbrido y criterios de integración formal
- 3.2. Diseño y desarrollo de familia tipográfica
 - 3.2.1. Bocetos iniciales de mayúsculas y minúsculas
 - 3.2.2. Trazos digitales de caracteres alfabéticos
 - 3.2.3. Diseño de acentos, números y signos
 - 3.2.4. Importación a software especializado y configuración técnica
 - 3.2.5. Generación de archivo tipográfico en formato TrueType (.ttf)
 - 3.2.6. Instalación y comprobación funcional de la fuente
- 3.3. Aplicación tipográfica en distintos entornos
 - 3.3.1. Uso de la tipografía en aplicaciones digitales y entornos móviles
 - 3.3.2. Tipografía cinética en piezas publicitarias
 - 3.3.3. Aplicación tipográfica en medios impresos

Duración

16 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Historia de la tipografía

Práctica 1: Diseño de infografía sobre la evolución del diseño tipográfico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza un conjunto de datos crudos.
3. Transforma la información estructurada.
4. Construye representación conceptual del proceso.
5. Argumenta implicaciones visuales.
6. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Literatura especializada
- Computadora

Unidad II. Análisis de la morfología y estructura del sistema tipográfico

Práctica 2: Diseño de cartel

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña y propone una composición y/o combinación estratégica de imágenes, tipografía y color para comunicar un mensaje claro de forma visual a través de un cartel
3. Analiza la jerarquía visual (título, subtítulo entre otros).
4. Establece un mensaje claro (comunicar, motivar y diferenciar).
5. Elabora en idioma inglés y español una ficha técnica de una familia tipográfica y justifica brevemente su selección.
6. Selecciona fuentes tipográficas legibles basadas en la familia tipográfica incluida en la ficha técnica bilingüe.
7. Define una paleta cromática para el diseño de cartel.
8. Elabora bocetos previos al cartel final.
9. Entrega el trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet

- Literatura especializada
- Material para dibujo y bocetaje
- Dispositivo electrónico (laptop, tablet, entre otros)
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas

Práctica 3: Diseño de folleto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza la jerarquía visual.
3. Establece un mensaje claro y coherente.
4. Transforma la información estructurada.
5. Organiza la información considerando estructura editorial y secuencia de lectura.
6. Elige fuentes tipográficas legibles adecuadas para texto continuo y títulos.
7. Selecciona una paleta cromática adecuada basada en el público objetivo.
8. Define el formato del folleto (dúptico, tríptico u otro).
9. Elabora bocetos preliminares.
10. Desarrolla la propuesta final en formato digital e impreso.
11. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Lecturas especializadas sobre diseño editorial y composición
- Equipo de cómputo
- Banco de imágenes para la portada
- Software de diseño vectorial

Unidad III: La tipografía en entornos impresos y digitales

Práctica 4: Diseño y configuración de una fuente tipográfica

Duración

14 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define el propósito comunicativo, el estilo y el contexto de uso de la fuente.
3. Elabora un brief tipográfico que establezca atributos formales, estructura, proporciones y criterios de coherencia.

4. Determina los parámetros estructurales: altura x, ascendentes, descendentes, eje, contraste y sistema de modulación.
5. Boceta los caracteres base a partir de trazos iniciales en papel o tableta, para establecer el sistema morfológico.
6. Analiza la consistencia formal, ritmo y equilibrio visual entre caracteres.
7. Configura los caracteres y métricas básicas mediante software especializado.
8. Genera un set mínimo funcional que incluya mayúsculas, minúsculas, números y caracteres especiales.
9. Realiza pruebas de funcionalidad.
10. Exporta la fuente en formato funcional
11. Documenta las decisiones formales y técnicas en una memoria breve.
12. Entrega el informe de la práctica.
13. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Carpeta para la recopilación y el análisis de referentes tipográficos
- Bitácora de trabajo para registro de decisiones conceptuales y formales
- Sustratos para el bocetaje
- Instrumentos básicos de trazo y medición
- Equipo de cómputo
- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Acceso a impresora para pruebas de funcionamiento y legibilidad

Práctica 5: Aplicación de la tipografía a una pieza gráfica

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define el formato, la retícula base y la jerarquía de información (logotipo, titular principal, subtítulos y elementos secundarios).
3. Integra la tipografía diseñada en la práctica anterior, como eje del sistema tipográfico de la portada.
4. Selecciona una tipografía existente para complementar la propuesta, con base en criterios de compatibilidad estructural, contraste formal y función jerárquica.
5. Justifica la combinación tipográfica a partir de atributos como proporción, modulación, peso visual y tono comunicativo.
6. Ajusta tamaños, interletrado, interlineado y alineaciones conforme a criterios de legibilidad y coherencia compositiva.
7. Evalúa la relación entre tipografía e imagen en términos de contraste, equilibrio y dirección visual.
8. Realiza pruebas de composición en escala real o proporcional para verificar impacto y claridad jerárquica.

9. Ajusta parámetros técnicos según el medio de salida (impreso o digital).
10. Presenta la propuesta final y fundamenta las decisiones tipográficas adoptadas en función del propósito comunicativo.
11. Entrega trabajo final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Archivo digital de la tipografía diseñada en la práctica anterior
- Equipo de cómputo
- Software de maquetación o diseño vectorial y de mapas de bit
- Repositorio de tipografías existentes para selección y prueba de combinación
- Banco de imágenes para la portada
- Acceso a impresora para pruebas de composición

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Discusión guiada
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)

- Investigación documental
- Experimentación formal
- Desarrollo de proyectos
- Elaboración de prototipos
- Refinamiento iterativo
- Resolución de problemas
- Registro en bitácora y toma de apuntes
- Trabajo colaborativo

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	30%
- Prácticas de taller	30%
- Tareas	10%
- Proyectos de diseño	30%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Felici, J. (2003). *The complete manual of typography: A guide to setting perfect type*. Peachpit Press. [clásica]

Frutiger, A. (2012). *El libro de la tipografía*. Gustavo Gili. [clásica]

Hochuli, J., & Monzó Nebot, E. (2007). *El detalle en la tipografía: Letra, espacio entre letras, palabra, espacio entre palabras, línea, interlineado, caja*. Campgràfic. [clásica]

Inglis, T. (2023). *The graphic design bible: The definitive guide to contemporary and historical graphic design*. Octopus.

Kane, J., & Dávila, M. (2005). *Manual de tipografía*. Gustavo Gili. [clásica]

Samara, T. (2007). *Design elements: A graphic style manual*. Rockport Publishers. [clásica]

Society for News Design. (2002). *The best of newspaper design* (23rd ed.). Rockport Publishers. [clásica]

Stirton, P. (2019). *Jan Tschichold and the new typography: Graphic design between the world wars*. Yale University Press. [clásica]

Tschichold, J. (2002). *El abecé de la buena tipografía: Impresos agradables con una buena tipografía* (E. Monzó Nebot, Trad.). Campgràfic. [clásica]

Zapaterra, Y. (2007). *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Gustavo Gili. [clásica]

Zavala Ruiz, R. (2013). *El libro y sus orillas: Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas* (1.^a ed. electrónica). Fondo de Cultura Económica. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Hartson, H. R., & Pyla, P. S. (2026). *The UX book: Agile UX design for a quality user experience* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.

Marín Álvarez, R. (2023). *Ortotipografía para diseñadores* (2.^a ed.). Gustavo Gili.

Samara, T. (2019). *Las formas de las letras: Diseño tipográfico: Pasado, presente y futuro*.

Anaya Multimedia. [clásica]

Turgut, O. P. (2012). Kinetic typography in movie title sequences. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51, 583–588. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.209>

[clásica]

Zanette, D. H. (2025). Herdan's (or heaps') law. In *Reference Module in Social Sciences*.

Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-95504-1.00886-3>

XII. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje de Tipografía deberá contar con Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual, Arquitectura o un área afín; con conocimientos en fundamentos históricos, morfológicos y normativos del sistema tipográfico, así como el dominio técnico en diseño y configuración de fuentes tipográficas, manejo de retículas, sistemas tipo métrico y de tecnologías emergentes, o bien demostrar un compromiso con el desarrollo profesional continuo mediante plataformas especializadas. Preferentemente, deberá contar con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente, así como dominio de metodologías de enseñanza teórico-prácticas y del software estándar de la industria. Se espera que sea una persona creativa, responsable e inclusiva; con dominio tecnológico, actitud proactiva, capacidad innovadora y analítica, así como un firme compromiso con el trabajo en equipo.

LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

School:	All departments or schools within the Autonomous University of Baja California
Major:	All bachelor's degree programs offered by the Autonomous University of Baja California
Study Program:	From 2025 onward
Learning Module Name:	English L2
Number:	50656
Time distribution:	Class Hours: 02 Workshop Hours: 03 Laboratory Hours: 00 Field Practice Hours: 00 Clinical Hours: 00 Out-of-Class Hours: 02 Credits: 07
Stage:	Basic
Module Type::	Elective
Requirements::	English L1
Mode of delivery:	In-person
Design Team:	Claudia Serna Rocha Rodolfo Campos Catalina Elena Valencia Rivera
Approval of Assistant Dean (s):	David Guadalupe Toledo Sarracino
Date:	May 22, 2025.
Approval and registration:	DEPARTAMENTO DE DISEÑO CURRICULAR UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA 

II. PURPOSE OF LEARNING MODULE

To promote in the student with a minimum of prior knowledge of the foreign language, the initial development of the four communicative skills of the language (oral and written expression, reading and listening), integrating aspects of grammar, lexicon, critical thinking skills and basic culture that allow him to communicate in the activities to be carried out in the classroom, and in some family and/ or social situations using simple phrases and sentences, at a basic level corresponding to an A1, based on the Common European Framework of Reference (CEFR)..

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

To use everyday expressions related to areas of expertise that are particularly relevant, using simple phrases relating to people, places, greetings, occupations, proper and common names, as well as those designed to meet immediate needs, in an environment of respect, with a proactive and responsible attitude.

IV. EVIDENCES OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Students will design and present a short dialogue or dramatization focused on everyday topics such as introductions, greetings, occupations, places, and personal information. The project will involve the creation of a script using appropriate vocabulary, grammar, and sentence structure aligned with the writing process (planning, drafting, revising, and editing).

V. PROFESSIONAL COMPETENCY OF THE GRADUATE PROFILE TO WHICH THE LEARNING UNIT CONTRIBUTES

This subject promotes generic competencies that have an impact on the different graduate profiles of the educational programs within the academic unit..

VI. CROSS-CUTTING THEME TO WHICH IT CONTRIBUTES

Interculturality

VII. UNIT DESCRIPTIONS

Unit I. What does she like?

Competency

To describe physical appearance and identify individuals using appropriate grammar, adjectives, and descriptive in order to communicate clearly and respectfully, while demonstrating politeness, cultural sensitivity, and responsibility in social interactions..

Content

1.1. Describing people using be and have (*She is tall. He has short hair.*)

1.1.1. Comparative adjectives (*She is taller than her sister. He has curlier hair than me.*)

- 1.1.2. Question formation with What does (he/she) look like? and how does (he/she) look?
- 1.2. Physical appearance (*tall, short, thin, heavy, curly hair, straight hair, blond, brown eyes*)
 - 1.2.1. Describing facial features (*glasses, mustache, beard*)
 - 1.2.2. Clothing and style (casual, formal, trendy, sporty)
 - 1.2.3. Asking and answering questions about someone's appearance
 - 1.2.4. Listening to descriptions of people and identifying them
 - 1.2.5. Talking about differences in appearance between friends or family members
- 1.3. Intonation in descriptive sentences (*She has long, curly hair.*)
 - 1.3.1. Sentence stress in comparisons (*Her hair is longer than mine.*)
- 1.4. Communication Strategies
 - 1.4.1. Using descriptive adjectives correctly (*He is kind of tall. She has really short hair.*)
 - 1.4.2. Asking for clarification (*Do you mean the girl with glasses?*)
 - 1.4.3. Giving additional details to help identify someone (*She's wearing a red jacket and has brown eyes.*)
- 1.5. Reading descriptions of people and matching them to pictures
- 1.6. Writing a short description of a friend or a celebrity using adjectives

Time Allotted

04 hours

Unit II. Have you ever been there?

Competency

To talk about life experiences using the present perfect tense, through distinguish between past simple and present perfect usage in conversations about travel, activities, and personal experiences, usage in context, grammar drills and sentence construction exercises further reinforce the correct usage of the present perfect tense, demonstrating creativity, collaboration, discipline, and respect in all activities.

Content

- 2.1. Present Perfect for experiences (*Have you ever been to Paris? Yes, I have. / No, I haven't.*)
 - 2.1.1. Differences between *Present Perfect* and *Simple Past* (*I've been to Japan three times. / I went to Japan last year.*)
 - 2.1.2. Question formation with *ever* (*Have you ever tried sushi?*)
- 2.2. Contractions in Present Perfect (*I've been to Italy. She's visited London.*)
 - 2.2.1. Rising intonation in yes/no questions (*Have you ever tried surfing?*)
- 2.3. Communication strategies
 - 2.3.1. Expressions related to travel (*a great experience, an amazing trip, a beautiful place*)

2.3.1.1. Asking follow-up questions to keep a conversation going (*Wow! What was it like? / When did you go?*)

2.3.1.2. Expressing excitement and interest (*That sounds amazing! / I'd love to go there!*)

2.3.1.3. Using time expressions correctly (*I've been there twice. / I went there last summer.*)

2.3.2. Talking about travel experiences and asking about others' trips

2.3.3. Listening to conversations about places people have visited

2.3.4. Sharing personal experiences and describing past trips

2.3.4.1. Writing about a memorable trip using *Present Perfect* and *Simple Past*

2.3.5. Reading short travel stories and identifying key information

Time Allotted

04 hours

Unit III. It's a really nice city

Competency

To describe cities and places and make recommendations about places to visit, using adjectives, adverbs, conjunctions, and comparative structure, make suggestions about places using modal verbs and express opinions about different locations with descriptive vocabulary, to communicate about places in a detailed and engaging way, showing respect, empathy, and courtesy.

Content

3.1. Describing cities

3.1.1. Using adjectives to describe cities, places (*big, modern, crowded, expensive, beautiful*)

3.1.2. Comparatives and superlatives (*bigger, more modern, the most crowded, the nicest*)

3.1.2.1. There is / There are (*There is a big park. / There are many restaurants.*)

3.2. Communication Strategies

3.2.1. Giving opinions about places (*I love New York because it's exciting.*)

3.2.1.1. Making comparisons (*Tokyo is bigger than my city, but it's also more expensive.*)

3.2.1.2. Talking about attractions and recommendations (*You should visit the old town—it's beautiful!*)

3.3. Listening to descriptions of different cities and identifying key details

- 3.4. Reading short texts about different cities around the world
- 3.5. Writing a short description of a city, highlighting its best features

Time Allotted

04 hours

Unit IV. It's important to get rest

Competency

To talk about health, wellness, and daily habits by using advice structures and expressions related to rest and well-being, using modal verbs to give and receive advice on healthy habits, discussing sleep routines, and sharing personal experiences related to rest, showing empathy, responsibility, and respect.

Content

- 4.1. Modal verbs for giving advice (*should, shouldn't, must, have to*)
 - 4.1.1. Expressions with *It's important to...* and *You need to...*
 - 4.1.2. Using *too* and *enough* (*I'm too tired to work. / I don't get enough sleep*)
- 4.2. Communication Strategies
 - 4.2.1. Asking for and giving health-related advice (*What should I do if I'm tired? / You should take a nap.*)
 - 4.2.2. Expressing necessity and importance (*It's important to eat well. / You have to rest.*)
 - 4.2.3. Talking about personal experiences with stress and relaxation
 - 4.2.3.1. Health and wellness terms (*exercise, diet, sleep, relaxation, stress, energy*)
 - 4.2.3.2. Common health problems (*cold, headache, back pain, sore throat, fever*)
 - 4.2.3.3. Advice-related phrases (*You should get more sleep. / You need to drink more water*)
 - 4.2.4. Reading short texts about the importance of rest and self-care
 - 4.2.5. Writing simple advice for staying healthy (*You should exercise more. / It's important to drink water*)

Time Allotted

04 hours

Unit V. What would you like?

Competency

To use language effectively in situations such as ordering food, making polite requests, and expressing preferences in a restaurant or café setting, while using appropriate polite expressions and reinforce the use of modal verbs, countable and uncountable nouns, and food-related expressions, to communicate politely and respectfully in restaurants, cafés, or other customer service environments, promoting good manners, empathy and cultural awareness.

Content

5.1. Polite requests

5.1. Polite request using *would like* (*I'd like a cup of coffee. / Would you like some water?*)

5.2. Countable and uncountable nouns (*a sandwich, some rice, a few apples, a little sugar*)

5.3. Offering and responding to requests (*Would you like some tea? / Yes, please. / No, thanks*)

5.3.1. Food and drink items (*bread, pasta, chicken, salad, coffee, juice, soda*)

5.3.2. Quantifiers (*some, any, a little, a few, a lot of*)

5.3.3. Restaurant and café phrases (*menu, order, bill, waiter, customer, check*)

5.2. Communication Strategies

5.2.1. Ordering food and drinks at a restaurant or café

5.2.2. Offering and accepting food politely

5.2.3. Listening to conversations between customers and waiters

5.2.4. Reading a menu and understanding food choices

5.2.5. Writing a simple food order or request (*I'd like a sandwich and some juice*)

5.3. Pronunciation

5.3.1. Contractions with *would like* (*I'd like, she'd like, we'd like*)

5.3.2. Intonation in polite requests (*Would you like some coffee?*)

Time Allotted

04 hours

Unit VI. It's the coldest city!

Competency

To describe places, weather conditions, and travel experiences, while using superlative adjectives to express extremes, showing curiosity, open-mindedness, and appreciation for diversity.

Content

6.1. Superlative adjectives

- 6.1.1. Superlative adjectives (*the coldest, the biggest, the most expensive*)
- 6.1.2. Comparisons using superlatives (*It's the most beautiful place I've ever visited.*)
- 6.1.3. Using *one of the + superlatives* (*It's one of the tallest buildings in the world.*)

6.2. Communication Strategies:

- 6.2.1. Asking for and giving opinions about places (*What's the most interesting place you've visited?*)
- 6.2.2. Using superlatives to describe travel experiences (*Tokyo is the busiest city I've ever seen.*)
- 6.2.3. Comparing personal experiences (*This is the coldest winter I've ever had!*)
 - 6.2.3.1. Describing cities and places using superlatives. Reading short travel descriptions about different cities
 - 6.2.3.2. Discussing personal experiences with different climates and locations
- 6.2.4. Listening to conversations about different cities and their unique characteristics

Time Allotted

04 hours

Unit VII. What are you doing later?

Competency

To talk about future plans and arrangements using the present continuous tense, to ask and answer questions while practicing grammar structures, discuss schedules and make plans with others, demonstrate responsibility, confidence, and social interaction skills.

Content

- 7.1. Present continuous for future arrangements (*I'm having dinner with my parents tonight.*)
 - 7.1.1. *Be going to* for planned intentions (*She's going to study abroad next year.*)
 - 7.1.2. Difference between present continuous and *be going to* for future events
 - 7.1.3. Time expressions related to the future (*tonight, tomorrow, next week, on Friday*)
- 7.2. Engaging in conversations about future plans

7.2.1. Listening to dialogues where people discuss schedules and appointments

7.2.2. Intonation in questions (*What are you doing later?*)

7.2.3. Asking and responding to questions about plans (*What are you doing this weekend?, I'm going to a concert.*)

7.2.3.1. Expressing uncertainty (*I'm not sure yet, maybe I'll stay home.*)

7.2.3.2. Offering alternatives (*How about meeting for coffee instead?*)

7.3. Reading short texts about people's future schedules

7.4. Writing a short message or email about plans (*Hey, I'm meeting some friends later. Do you want to join?*)

Time Allotted

04 hours

Unit VIII. How have you changed?

Competency

To describe life changes over time using the comparative and present, past and present perfect tense in meaningful conversations, while practicing grammar structure for the future using verb+ infinitive, to share experiences about how have changed over time, describe past and present characteristics, and describe transformations in appearance, habits, and skills using relevant vocabulary, with respect, kindness and cooperation.

Content

8.1. Present perfect tense to describe changes over time (*I've learned a lot since last year., She's become more confident.*)

8.1.1. Present perfect with *for* and *since* (*I've lived here for five years., He has worked at that company since 2020.*)

8.1.2. Comparisons using present perfect (*I've gotten better at speaking English.*)

8.1.3. Time expressions: *recently, in the past few years, for a long time, since last summer, lately, over the years*

8.2. Asking and answering questions about personal changes: *How have you changed in the last five years?*

8.2.1. Discussing lifestyle improvements, new habits, and skills

8.2.2. Identifying key details about how people have changed and using context clues to infer meaning

8.2.3. Writing a short paragraph about personal growth and changes over time

Time Allotted

04 hours

VIII. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

Unit I. What does she like?

Practice 1: What does she look like?

Time

02 hours

Procedure

1. Receive guidance from the teacher about vocabulary related to physical appearance (e.g., height, body type, hair, distinguishing features).
2. Observe a presentation or images provided by the teacher to identify how people are described using complete sentences.
3. Bring to class a printed picture or magazine cutout of a person (friend, family member, or celebrity).
4. Work in pairs to exchange pictures and describe the person in the classmate's image using appropriate vocabulary and basic grammatical structures.
5. Participate in a group activity where each pair describes a person and the rest of the class guesses who it is based on the description.
6. Write a short paragraph (4–5 sentences) describing one of the people using the vocabulary and sentence structures practiced in class.
7. Exchange written texts with a partner and provide feedback on vocabulary usage, grammar, and clarity of ideas.
8. Receive feedback from the teacher on both written and oral production, highlighting strengths and areas for improvement...

Support resources

- Magazines, pictures
- Presentation about people physical appearance

Practice 2: She's so pretty!

Time

02 hours

Procedure

1. Receive instructions from the teacher about how to describe physical appearance and ask about age using appropriate vocabulary and question forms.
2. Ask and answer questions with classmates about physical traits and age, using guided sentence structures (e.g., What does she look like? How old is she?).
3. Work in pairs. One student uses the image and information from page 59, activity 3 (Interchange Book 1) and the other uses the image from pages 123 or 124.

4. Take turns describing people from their respective pages without showing the images, while the partner tries to guess who is being described.
5. Practice listening actively and giving short, descriptive answers using vocabulary such as tall, short, curly hair, young, middle-aged, etc.
6. Compare answers and verify if the guessed description matches the correct person.
7. Receive feedback from the teacher about the use of vocabulary, grammar, and pronunciation.

Support resources

- Interchange 1 book

Practice 3: Find the differences. Which one is Justin?

Time

03 hours

Procedure

1. Work in groups to describe people's physical appearance and age using appropriate expressions.
2. Write on the board or a shared space the expressions generated as a group to reinforce vocabulary and sentence structure.
3. Listen to audio or teacher cues for details about people's physical features and age, focusing on identifying specific individuals based on descriptions.
4. Complete activity 6 on page 60 of Interchange 1 Book, identifying which person is being described.
5. Write an email describing someone (a classmate, friend, or a person from the activity) using clear and complete sentences, applying vocabulary and grammar covered in class.
6. Share the written email with classmates and the teacher for peer and teacher review.
7. Receive oral or written feedback on vocabulary usage, organization, grammar accuracy, and clarity of description.

Support resources

- Interchange 1 Book

Unit II. Have you ever been there?

Practice 4: Have you ever been there?

Time

03 hours

Procedure

1. Work in pairs to describe recent and past activities or experiences using visuals, practicing the present perfect tense.
2. Practice using the present perfect tense with both regular and irregular past participles, focusing on “yet” and “already”.
3. Listen to details about recent events, paying attention to pronunciation and practicing linking final consonants with vowels.
4. Practice speaking about past experiences, using the present perfect tense to share personal stories.
5. Read a text related to past experiences, identifying specific details and information from the text.
6. Receive feedback from the teacher after completing the activity to correct mistakes and improve understanding of the language.

Support resources

- Interchange 1 book
- Listening track

Unit III. It's a really nice city

Practice 5: It looks so relaxing. This city is big and the weather is nice

Time

02 hours

Procedure

1. Write down new adjectives to describe places in your notes for future reference.
2. Listen and practice pronunciation of the new adjectives.
3. Complete the activity by choosing the correct adjective to describe places to visit.
4. Write about an interesting place you would like to visit, using the new adjectives.
5. Choose two cities or towns and describe them in pairs, using the adjectives learned.
6. Practice conversation with a partner, describing the cities or towns you chose.
7. Receive positive feedback from the teacher on vocabulary usage, accuracy, and sentence structure.
8. Receive feedback from teacher and classmates.

Support resources

- Interchange 1, vocabulary useful phrases and adjectives
- The use of adverbs and conjunctions
- Interchange Listening

Practice 6: A great place to visit

Time

03 hours

Procedure

1. Work in pairs to describe cities or towns. State two positive features and one negative feature for each city or town.
2. Write descriptions, focusing on using clear language to express the features of each place.
3. Share the descriptions with a partner and discuss the cities or towns described.
4. Receive feedback from the teacher and classmates to improve the descriptions.

Support resources

- Interchange 1 book

Unit IV. It's important to get rest

Practice 7: Good advice. What should you do for a cold? Can you suggest anything?

Time

03 hours

Procedure

1. Students identify and discuss common health problems (whole class).
2. In pairs, students practice a conversation about advice for health problems using adjective + infinitives and nouns + infinitives.
3. Students practice pronunciation to be able to reduce "to" in a conversation.
4. In pairs, students practice speaking about health problems and medical advice.
5. In groups, students ask and give "good advice" about health problems.
6. In pairs, students practice a conversation using "can, could, and may" to request suggestions about health problems.
7. Group work: Students listen for specific information about health problems and healthcare products.
8. Individual/pair work: Students write a blog post giving advice and respond to another student's blogspot.

Support resources

- Interchange book

Unit V. What would you like?

Practice 8: What would you like to eat?

Time

03 hours

Procedure

1. Express likes and dislikes about food using appropriate vocabulary.
2. Express preferences when ordering in a restaurant, using “would” and “will” for requests.
3. Make a chart with countable and uncountable nouns to help categorize food items.
4. Complete an activity using quantifiers to describe food portions.
5. Listen to a conversation in a restaurant, focusing on how to order food.
6. Read an article about tipping practices in restaurants ("To tip or not to tip").
7. Review vocabulary and useful phrases related to food and restaurant ordering on pages 86, 87, and 88 of Interchange 1.
8. Read the article on page 91 of Interchange 1 to further understand the tipping culture.
9. Listen to track 28 for additional practice on restaurant conversations.
10. Listen to track 29 for more examples on how to order food in a restaurant.

Support resources

- Interchange 1, book vocabulary and useful phrases
- Interchange 1 listening

Practice 9: May I take your order?

Time

05 hours

Procedure

1. Prepare for a role play by reviewing the phrases for ordering food using “would” and “will.”
2. Work in pairs to practice ordering food at a restaurant, using “would” and “will” to make polite requests.
3. Take turns being the customer and the waiter/waitress during the role play.
4. Observe your classmates while they do their role plays, taking note of other examples of ordering food.
5. Ask your classmates questions about their role play and compare how they used “would” and “will.”
6. Listen to track 3, which provides a conversation on how to order food in a restaurant.
7. Discuss the conversation from track 3 with your partner to identify useful phrases.
8. Receive feedback from the teacher and classmates on your performance in the role play.
9. Review any mistakes and practice correcting them with the teacher’s help.

10. Repeat the role play after receiving feedback, trying to improve your use of polite ordering phrases..

Support resources

- Interchange Listening, how to order food

Unit VI. It's the coldest city!

Practice 10: It's a coldest city! An interesting place to visit

Time

04 hours

Procedure

1. Compare different places around the world using comparatives and superlatives.
2. Work with vocabulary about the weather, identifying different weather conditions and related terms.
3. Describe travel experiences, focusing on the weather and environment in the places you visited.
4. Read and listen about other countries, gaining insights into their weather and environments.
5. Review vocabulary and useful expressions on page 92 of Interchange 1 to improve descriptions.
6. Study comparatives and superlatives on page 93 of Interchange 1 for a better understanding of comparisons.
7. Practice pronunciation and intonation on page 94 of Interchange 1 to improve fluency.
8. Listen to activity track 37, paying attention to how the weather and travel experiences are discussed.
9. Read the articles on page 97 of Interchange 1, focusing on the descriptions of different countries.

Support resources

- Interchange 1, vocabulary and useful expressions
- Comparatives and superlatives
- Pronunciation and intonation
- Interchange 1 listening

Practice 11: You should visit this city

Time

06 hours

Procedure

1. Brainstorm ideas about a place you would recommend to tourists.
2. Research information about the place you're recommending, including key features and attractions.
3. Write an article recommending the place, using descriptive language to explain why it's worth visiting.
4. Include useful recommendations for tourists, such as places to visit, things to do, and any travel tips.
5. Revise the article to ensure it includes proper grammar, spelling, and clear organization.
6. Share the article with the class, explaining the reasons why you recommend the place.
7. Present the article orally to the class, discussing key points and interesting facts.
8. Listen to classmates' presentations, taking notes on the places they recommend.
9. Ask questions to the classmates about the places they recommended to gather more information.
10. Receive feedback from the teacher and classmates on the article's content, structure, and presentation.
11. Reflect on the feedback and consider ways to improve the article for future writing.

Support resources

- Interchange 1, vocabulary and recommendations

Unit VII. What are you doing later?

Practice 12: What are you doing later?

Time

03 hours

Procedure

1. Talk about plans using the present continuous, describing what you are doing later or in the near future.
2. Work with vocabulary related to accepting and refusing invitations, using "going to" to express future intentions.

3. Talk about your leisure-time activities, incorporating time expressions related to the future (e.g., tomorrow, next week, later).
4. Review vocabulary from the vocabulary list with useful expressions on pages 101 and 103 of Interchange 1.
5. Listen to track 48, focusing on how people discuss their future plans and activities.
6. Practice listening comprehension, paying attention to the usage of the present continuous and "going to."
7. Read the article on page 105 of Interchange 1 to explore further examples of future plans and expressions.
8. Discuss the article in pairs or small groups, focusing on how the present continuous and "going to" are used in context.

Support resources

- Interchange 1, vocabulary list with useful expressions
- Interchange 1 listening
- Read the article

Practice 13: Can I take your message?

Time

04 hours

Procedure

1. Work in pairs, practicing how to ask and respond when taking and leaving a message.
2. Role-play taking a message over the phone, using polite phrases such as "Can I take your message?" and responding accordingly.
3. Write a short email to your classmate, asking about their weekend plans or confirming plans for the weekend.
4. Answer the email from your classmate, providing details of your plans for the weekend.
5. Review vocabulary related to taking and leaving messages from the vocabulary and example section on page 104 of Interchange 1.
6. Practice writing emails using appropriate greetings, closings, and polite expressions.
7. Exchange emails with your partner or classmates, giving feedback on how clearly the message was communicated.
8. Discuss common mistakes in email writing, focusing on structure, grammar, and polite language. Students work in pairs asking and responding, taking and leaving a message.
9. Students write and answer a short email to their classmate about a plan for the weekend.

Support resources

- I Interchange 1 vocabulary and example

Unit VIII. How have you changed?

Practice 14: How have you changed?

Time

03 hours

Procedure

1. Exchange information with a partner, using the present tense to talk about current situations and the past tense to discuss changes over time.
2. Discuss how things have changed, using the present perfect tense and comparisons to highlight differences between the past and present.
3. Talk about your plans for the future, using the future tense and time expressions to describe upcoming events.
4. Write a proposal for a class party, outlining ideas for the event, such as the location, activities, and guest list.
5. Review vocabulary from pages 106, 107, and 108 of Interchange 1, focusing on key words and phrases for talking about change and future plans.
6. Study useful phrases on page 108 of Interchange 1, practicing how to express changes and make proposals effectively.
7. Read the article on page 111 of Interchange 1, analyzing how changes over time are described and how future plans are presented.
8. Share your proposal with the class, discussing your ideas for the class party and asking for feedback.

Support resources

- Vocabulary list
- Interchange 1 book
- Read the article

Practice 15: What have you done?

Time

03 hours

Procedure

1. Listen to people at a class reunion, focusing on what they have done and the changes in their lives. Pay attention to the use of the present perfect tense.
2. Work in small groups to discuss your proposal for a class party. Share ideas about the location, activities, and guest list.
3. Complete the task in small groups, working together to create a final plan for the party, considering different aspects like food, entertainment, and decorations.
4. Present the proposal to the class, explaining the details of the party plan.

5. Receive feedback from the teacher and classmates on the proposal, focusing on areas for improvement and ways to make the party idea even better.

Support resources

- Interchange book listening

IX. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework

On the first day of class, each instructor must establish the working methods, evaluation criteria, quality of academic work, and teacher-student rights and responsibilities.

Teaching strategies

- Role- plays, debates, and discussions to build conversational fluency
- Pair and group work to encourage natural language use
- Peer review and teacher feedback for continuous improvement.
- Integrating technology and authentic materials to enhance engagement.
- Collaborative learning
- Games and activities for reinforcing grammatical concepts
- Storytelling
- Demonstration and questioning

Learning strategies

- Active participation.
- Engage in classroom discussions, pair work, and group activities
- Practicing English both inside and outside the classroom
- Taking ownership of their learning through self-assessment and goal setting
- Completing assignments and using digital resources for independent practice
- Providing and receiving peer feedback to reinforce understanding
- Peer teaching and review
- Think-pair-share strategies
- Problem-solving teams
- Round robin to share ideas in small groups
- Having dedicated time outside the classroom to study the topics learned in-class
- Collaborative games

X. EVALUATION CRITERIA

Accreditation criteria

To be eligible for ordinary and extraordinary exams, each student must meet the attendance percentages established by the current School Statute. Grades are on a scale from 0 to 100, with a minimum passing grade of 60.

Assessment criteria

– Class Participation	20%
Active involvement in discussions, group work, workshop practices and activities. Consistent effort in speaking and using English in class.	
– Assignments and Homework	20%
Completion and quality of written tasks and exercises. Timely submission and adherence to guidelines.	
– Quizzes and Tests	40%
Regular short quizzes to assess grammar, vocabulary, and comprehension. Periodic exams to evaluate overall progress. Short dialogue or dramatization focused on everyday topics	
– Speaking and Listening Assessments	20%
Role-plays, presentations, and oral interviews. Listening exercises and comprehension activities	
Total	100%

XI. BIBLIOGRAPHY

Resources of the UABC physical and digital library

Richards, J. C., Bohlke, D., & Cambridge University Press. (2017). *Interchange Level 1 Student's Book with Online Self-Study and Online Workbook* (5th ed.). Cambridge University Press. [classic]

Freely Accessible or External Complementary Resources

British Council. (n.d.). *Learn English Online* [Website]. <https://learnenglish.britishcouncil.org>

Cambridge University Press. (2017). *Interchange Fifth Edition Level 1 & Level 2* [Digital resources]. <https://www.cambridge.org/interchange> [classic]

Goldstein, B., Jones, C., & Cambridge University Press. (2019). *Evolve Level 2 Student's Book with Practice Extra*. Cambridge University Press. [classic]

Hendra, L. A., Barber, D., & Cambridge University Press. (2019). *Evolve Level 1 Student's Book with Practice Extra*. Cambridge University Press. [classic]

Murphy, R. (2001). *Essential grammar in use: a self-study reference and practice book for elementary students of English; with answers*. Cambridge University Press. [classic]

Quizlet Inc. (n.d.). *Quizlet Vocabulary and Flashcards* [Mobile application].
<https://www.quizlet.com>

XII. TEACHER PROFILE

The qualifications and requirements that the teacher must have include: Bachelor's degree in English, Education, Linguistics, or a related field, strong command of English (C1/C2 level – CEFR), TOEFL, TESOL, CELTA or an equivalent certification, experience in designing and implementing engaging lesson plans, familiarity with young and adult learning methodologies and communicative approaches, excellent communication and interpersonal skills, ability to assess and adapt lessons to different proficiency levels, proficiency in using technology for online and in-person instruction. The responsibilities that the teacher has, are as follows: deliver interactive and engaging English lessons tailored to adult learners, develop lesson plans that integrate speaking, listening, reading, and writing skills, use real-life scenarios and practical exercises to enhance learning, provide regular assessments and feedback to monitor student progress, adapt teaching methods to accommodate different learning styles and needs, encourage student participation and build confidence in English communication, maintain a professional and motivating classroom environment, and collaborate with the academic team to improve curriculum and teaching strategies. The preferred skills that the teacher must possess are: experience with blended learning and digital tools for education, as well as the ability to motivate and inspire young and adult learners.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Ilustración con Técnicas Digitales
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatorio
Requisito:	Ilustración
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Gustavo Alonso Romero Robles Ernesto Zúñiga Benítez
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como finalidad desarrollar la capacidad para resolver problemas de comunicación visual mediante la realización de ilustraciones digitales, a partir de la conceptualización de ideas y el uso estratégico de herramientas digitales para la creación de proyectos gráficos. Se ubica en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento de Comunicación Visual y establece como requisito previo la acreditación de la asignatura Ilustración con Técnicas Tradicionales.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA 40130 Ilustración Digital del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Jemille Estafanía Ordorica Canales y Daniel Rivera Gutiérrez con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Crear representaciones visuales que involucren conceptos e ideas a través de técnicas digitales para resolver problemas de comunicación, con creatividad, disciplina y originalidad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Crear una historieta que exponga la importancia de la ilustración en México desde sus inicios hasta la actualidad, a partir del cartón editorial hasta la digitalización del cómic underground. Cumplir con los siguientes requisitos: 1) demostrar el movimiento de la historieta independiente en México, así como su impacto sociocultural; y, 2) integrar a los principales exponentes del movimiento, así como sus personajes más representativos. Criterios de entrega impreso en medidas de 12x18", a color, en papel opalina (mínimo 180g), mínimo tres páginas, máximo cinco.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Innovación; Vanguardia e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDAD

Unidad I. Fundamentos de la ilustración digital

Competencia

Aplicar los fundamentos técnicos, conceptuales y éticos de la ilustración digital, mediante el análisis de sus tipos, aplicaciones y herramientas, para seleccionar y justificar soluciones gráficas pertinentes en distintos contextos profesionales, con pensamiento crítico y responsabilidad ética en el uso de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Pieza de ilustración digital profesional acompañada de memoria técnica crítica.

Contenido

- 1.1. Tipos de ilustración digital
 - 1.1.1. Ilustración vectorial
 - 1.1.2. Ilustración raster o mapa de bits
 - 1.1.3. Ilustración 3D
 - 1.1.4. Compromiso ético en el uso de la inteligencia artificial en la ilustración digital
- 1.2. Aplicaciones de la ilustración digital
 - 1.2.1. Ilustración editorial
 - 1.2.2. Ilustración publicitaria y de marca
 - 1.2.3. Ilustración para medios digitales y entretenimiento
- 1.3. Herramientas para la ilustración digital
 - 1.3.1. Software especializado
 - 1.3.2. Hardware y dispositivos
 - 1.3.3. Recursos complementarios

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Álvarez, N. (2020). *Aprender Photoshop CC: Con 100 ejercicios prácticos*. Marcombo. [clásica]

Anton, K. K., & DeJarld, T. (2023). *Adobe InDesign Classroom in a Book (2023 release)*. Adobe Press.

Delgado Cabrera, J. M. (2022). *Adobe Photoshop 2022*. Ediciones Anaya Multimedia.

Guarniz Izquierdo, E. (2022). *El gran libro de Illustrator: El vector del diseño*. Editorial Macro.

Ibáñez Carrasco, P., & Salazar, N. (2024). *Cultura digital II*. Cengage Learning.

Salinas Gutiérrez, I. (2022). *El diseño de textos digitales interactivos*. McGraw-Hill;

Tenreiro, R. (2024). *Inteligencia artificial para pintores y artistas*. Autoeditado.

Thong, M. (2022). *Adobe Photoshop 2022: A-Z Adobe Photoshop 2022 mastery guide for beginners, intermediates and experts*. Independently Published.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Buba Comix. (s. f.). *Historietas prodigiosas*. <https://bubacomix.net/>

Salinas Gutiérrez, I. (2019). El diseño de textos digitales interactivos: Una metodología de producción. *Gráfica: Revista de Diseño Gráfico*, 7(14), 85–94. [Clásica]

Unidad II. Ilustración Vectorial

Competencia

Diseñar ilustraciones vectoriales aplicadas al ámbito editorial, mediante el uso estratégico de programas especializados y técnicas avanzadas (pinceles, malla, perspectiva, iluminación y texturización), para comunicar de manera crítica una problemática social regional, con rigor conceptual, creatividad e innovación.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Desarrollar un cartón editorial digital en formato vectorial que exprese visualmente una problemática social actual de la comunidad de Baja California, sustentado en investigación periodística regional y en el análisis de estilos y técnicas de la caricatura política en México.

Contenido

- 2.1. Tipos de Ilustración vectorial
 - 2.1.1. Plana
 - 2.1.2. De línea
 - 2.1.3. De gradiente
 - 2.1.4. Isométrica

- 2.2. Programas y aplicaciones
 - 2.2.1. Adobe
 - 2.2.2. Corel
 - 2.2.3. Affinity designer
 - 2.2.4. Vectr
 - 2.2.5. Inkscape
- 2.3. Técnicas y herramientas
 - 2.3.1. Pinceles
 - 2.3.2. Patrones
 - 2.3.3. Perspectiva
 - 2.3.4. Efectos de iluminación y texturización
 - 2.3.5. Uso de la malla
- 2.4. Ilustración vectorial aplicada
 - 2.4.1. Editorial
 - 2.4.2. Publicitaria
 - 2.4.3. Producto de marca
 - 2.4.4. Creación de personaje
 - 2.4.5. Infografía
 - 2.4.6. Animación

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

American Showcase. (2002b). *Illustration*. [clásica]

Gómez, C. (2024). *Canva: Curso completo*. Editorial RA-MA.

Guarniz, E. (2021). *El gran libro de Illustrator*. Marcombo. [clásica]

Klanten, R., & Monrad, P. (Eds.). (2022). *Craft beer design: The design, illustration and branding of contemporary breweries*. Gestalten.

Wagner, L. (2021). *La paleta perfecta: Combinaciones de colores inspiradas en el arte, la moda y el diseño* (J. de Cos Pinto & A. Misrahi Vallés, Trads.). Editorial GG.

The Black Book illustration. (1997) [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

21 Draw. (2022). *Illustrator's guidebook (Vols. 1–3)*. 21 Draw Publishing.

Giannini, T., & Bowen, J. P. (Eds.). (2019). *Museums and digital culture: New perspectives and research*. Springer. [clásica]

Orozco Maldonado, D. A. (2024). *Libro ilustración digital 2024-1*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Rycroft, N. (s. f.). *Una guía básica para libros ilustrados*. Skillshare.

Universidad Nebrija. (2025). *Técnicas de ilustración digital*. Facultad de Diseño Digital y Multimedia.

Unidad III. Ilustración en mapa de bits

Competencia

Diseñar ilustraciones digitales a través de herramientas de mapa de bits para comunicar conceptos e ideas, con disciplina, innovación y creatividad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Diseñar una ilustración digital en formato raster, aplicando técnicas avanzadas de color, modelado de luces y sombras, texturización, efectos de fusión y profundidad de campo, para comunicar de manera efectiva ideas o conceptos visuales con intencionalidad estética y comunicativa.

Contenido

3.1. Colores planos

3.1.1. Concepto de color plano en la ilustración raster

3.1.2. Selección y construcción de paletas cromáticas controladas

3.1.3. Uso de herramientas de relleno, selección y máscaras

3.1.4. Aplicación del color plano en estilos gráficos contemporáneos

3.2. Rasterización de sombras y luces

- 3.2.1. Principios básicos de iluminación digital (luz directa, ambiental y rebote)
- 3.2.2. Técnicas de sombreado manual con pinceles digitales
- 3.2.3. Construcción de volumen mediante valores tonales
- 3.2.4. Uso de capas para control de luces y sombras
- 3.3. Texturas
 - 3.3.1. Tipos de texturas digitales: orgánicas, geométricas y fotográficas
 - 3.3.2. Creación de texturas mediante pinceles personalizados
 - 3.3.3. Integración de texturas sin perder legibilidad visual
 - 3.3.4. Relación entre textura, materialidad y narrativa gráfica
- 3.4. Efectos de fusión y efectos de Photoshop
 - 3.4.1. Modos de fusión de capa y su impacto visual
 - 3.4.2. Transparencias, superposiciones y atmósferas cromáticas
 - 3.4.3. Ajustes de color, contraste y equilibrio tonal
 - 3.4.4. Uso de efectos para enriquecer la intención comunicativa sin saturar la imagen
- 3.5. Profundidad de campo
 - 3.5.1. Concepto de plano, enfoque y jerarquía visual
 - 3.5.2. Perspectiva atmosférica aplicada a la ilustración digital
 - 3.5.3. Desenfoques selectivos para generar narrativa espacial
 - 3.5.4. Separación de planos mediante color, detalle y contraste

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Chapman, N., & Chapman, J. (2014). Digital media tools. Wiley Global Education.[clásico]

Savage, T. M., & Vogel, K. E. (2013). An introduction to digital multimedia (2nd ed.). Jones & Bartlett Learning.[clásico]

Inglis, T. (2024). Diseño gráfico: La guía definitiva del diseño contemporáneo y su historia. Blume.

Wagner, L. (2021). La paleta perfecta: Combinaciones de colores inspiradas en el arte, la moda y el diseño (J. de Cos Pinto & A. Misrahi Vallés, Trans.). Editorial GG.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

3dtotal Publishing. (2016). *Digital painting techniques: Volume 8*. 3DTotál Publishing. [clásica]

3dtotal Publishing. (2016). *Master the art of speed painting*. 3DTotal Publishing. [clásica]

Kim, Y., Kim, B., Kim, J., & Kim, Y. J. (2017). CanvoX: High-resolution VR painting in large volumetric canvas. [clásica]

Vavilala, V. (2016). *3D printed stencils for texturing flat surfaces*. [clásica]

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Introducción a la ilustración digital

Práctica 1: Crónica ilustrada del entorno social de la ilustración digital

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica y revisa los conceptos de ilustración vectorial, ráster, 3D, aplicaciones profesionales y herramientas de producción digital.
2. Analiza las diferencias entre los tipos de ilustración digital, identificando características técnicas, visuales y comunicativas de cada uno.
3. Investiga ejemplos reales de aplicación en ilustración editorial, publicitaria y para medios digitales, observando cómo cambia el estilo según el contexto.
4. Boceta la estructura de tu crónica ilustrada mediante un guion visual (storyboard) donde organices la narrativa del proceso de creación digital.
5. Dibuja escenas o viñetas que representan los momentos clave del flujo de trabajo: idea, selección de software, uso de dispositivos, construcción de la imagen y salida final.
6. Crea las ilustraciones digitales integrando recursos propios de cada tipo de ilustración (vectorial, mapa de bits o 3D) de manera experimental o representativa.
7. Desarrolla la composición final incorporando texto breve que explique cada etapa, herramienta utilizada y su función dentro del proceso creativo.
8. Justifica en un apartado reflexivo las decisiones técnicas y estilísticas tomadas, incluyendo una postura ética sobre el uso de inteligencia artificial como apoyo en la ilustración digital.
9. Expone su propuesta ante la clase y el maestro para recibir retroalimentación, argumentando cómo su crónica visual comunica el ecosistema real de la ilustración digital.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- PC o laptop
- Papel y lápiz para bocetar
- Serie documental: Sensacional del diseño mexicano, Canal Once, temporada 1
- Editor de texto
- Software de edición vectorial
- Proyector

Unidad II. Ilustración Vectorial

Práctica 2: Rediseño (variante vectorial) de cubierta editorial para novela gráfica mexicana

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica y revisa los fundamentos de la ilustración vectorial y su aplicación en el diseño editorial.
2. Analiza el contenido temático, narrativo y visual de la obra para identificar conceptos clave susceptibles de representación gráfica.
3. Investiga referentes de ilustración vectorial editorial y reconoce los tipos de ilustración: plana, de línea, gradiente e isométrica.
4. Define una dirección conceptual que comunique visualmente la esencia del libro mediante síntesis formal y metáfora gráfica.
5. Boceta diferentes propuestas compositivas para portada, contraportada y solapas considerando jerarquía visual y retícula editorial.
6. Alterna en el siguiente proceso el desarrollo autónomo de tus decisiones de diseño (inteligencia humana-IH) y el uso de herramientas de inteligencia artificial (IA):
 - Dibuja los elementos principales utilizando herramientas vectoriales (pluma, formas, nodos y trazos) cuidando la precisión técnica.
 - Crea la ilustración digital aplicando recursos como pinceles, patrones, efectos de iluminación, perspectiva o malla de degradado.
 - Desarrolla la aplicación editorial completa integrando color, tipografía, composición y adaptación al formato real de cubierta.
7. Justifica en un texto breve las decisiones conceptuales, estilísticas y técnicas vinculadas con los contenidos de la unidad.

8. Expone su propuesta ante la clase y el maestro para recibir retroalimentación, argumentando el proceso de análisis, producción vectorial y solución comunicativa.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- PC o laptop
- Papel y lápiz para bocetar
- Serie documental: Moneros, Canal Once, temporada 1
- Editor de texto
- Software de edición vectorial
- IA y tecnologías emergentes
- Proyector

Unidad III. Ilustración en mapa de bits

Práctica 3: Serie ilustrada para promoción cultural

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa los fundamentos del trabajo en mapa de bits, así como los elementos conceptuales de la exposición homenaje.
3. Analiza la trayectoria del artista, sus aportaciones y los elementos simbólicos que pueden traducirse visualmente en la campaña gráfica.
4. Investiga referentes de ilustración cultural contemporánea para identificar estilos, tratamiento del color, texturas y recursos narrativos aplicables a la promoción artística.
5. Boceta una serie de propuestas compositivas considerando distintos formatos promocionales (cartel, flyer, postal, anuncios urbanos) y su adaptación comunicativa.
6. Alterna en el siguiente proceso el desarrollo autónomo de tus decisiones de diseño (inteligencia humana-IH) y el uso de herramientas de inteligencia artificial (IA):
 - Dibuja la estructura base de las ilustraciones utilizando color plano para establecer formas, siluetas, jerarquía visual y coherencia gráfica entre piezas.
 - Crea el modelado de luces y sombras mediante técnicas raster, construyendo volumen y atmósfera con pinceles digitales y valores tonales controlados.
 - Desarrolla la riqueza visual incorporando texturas, efectos de fusión, ajustes cromáticos y recursos de profundidad de campo que refuercen la narrativa visual.
7. Justifica en un documento breve las decisiones técnicas y conceptuales, explicando cómo el uso del mapa de bits permite comunicar identidad, emoción y carácter conmemorativo.
8. Expone su propuesta ante la clase y el maestro para recibir retroalimentación, argumentando el proceso creativo, el uso de herramientas raster y la aplicación de la ilustración a la difusión cultural.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- PC o laptop
- Papel y lápiz para bocetar
- Lectura del personaje seleccionado
- Editor de texto
- Software de edición de mapa de bits
- IA y tecnologías emergentes
- Proyector

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Clase invertida (flipped classroom)

- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Gamificación o aprendizaje basado en juego
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	30%
- Prácticas taller/laboratorio/clínicas/campo	20%
- Actividades	20%
- Historieta (evidencia de aprendizaje)	30%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Formación en Diseño Gráfico o área afín; preferentemente con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente; con conocimientos avanzados en técnicas de representación digital, ilustración, dibujo, arte, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, creativa, analítica, que trabaje de manera colaborativa y comprometida con la actualización profesional continua.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I.DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Técnicas de Pre-prensa Análoga y Digital
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 01 Horas Práctica de Campo: 03 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Genaro Nájera Ocegueda Verónica Castañeda Brown
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como propósito reconocer los materiales y sistemas de impresión disponibles para la producción de proyectos de comunicación gráfica en diversos soportes, mediante procesos de investigación y experimentación que permitan establecer criterios de selección de materiales y procesos aplicables a otras unidades de aprendizaje, como Diseño de Envases y Embalajes, Diseño Editorial y Publicidad, así como a la práctica profesional; se ubica en la etapa disciplinaria, con carácter obligatorio y perteneces al área de conocimiento de Tecnología, no presenta requisitos previos para cursar.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA 40098 Técnicas de Prerensa Análoga y Digital del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Oscar Gutiérrez Ruiz y Salvador Fierro Silva con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos gráficos destinados a prensa; a través del uso de procedimientos metodológicos, investigación de materiales y procesos, así como diversas herramientas de software de diseño gráfico; para su producción eficiente en distintos sistemas de impresión análogos y digitales; con una actitud responsable, de trabajo colaborativo y respetuosa con el medio ambiente.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Entrega de documento gráfico diseñado y preparado digitalmente para impresión, conforme a las especificaciones técnicas del sistema de impresión elegido.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Excelencia y Vanguardia e Innovación Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Sistemas de impresión

Competencia

Crear proyectos de producción gráfica para distintos soportes, por medio de la experimentación de sistemas de reproducción gráfica, para reconocer la variedad de los procesos disponibles, con un enfoque profesional y respetuoso del medio ambiente.

Contenido

- 1.1. Concepto de impresión
- 1.2. Proceso de impresión
 - 1.2.1. Características
 - 1.2.2. Etapas
- 1.3. Tipos de impresión
 - 1.3.1. Litografía Offset
 - 1.3.2. Flexografía
 - 1.3.3. Serigrafía
 - 1.3.4. Tampografía
 - 1.3.5. Rotograbado
 - 1.3.6. Sistemas de impresión digitales
 - 1.3.6.1. Electrofotografía (Láser / Tóner)
 - 1.3.6.2. Inyección de tinta (Inkjet)
 - 1.3.6.3. Impresión digital UV y UV-LED
 - 1.3.6.4. Impresión digital en gran format
 - 1.3.6.5. Impresión digital textil
 - 1.3.6.6. Impresión de datos variables (VDP)
 - 1.3.6.7. Impresión 3D aplicada a comunicación gráfica
 - 1.3.7. Otros tipos de reproducción gráfica
 - 1.3.7.1. Corte de vinil
 - 1.3.7.2. Sublimación
 - 1.3.7.3. Bordado
 - 1.3.7.4. Heat transfer
 - 1.3.8. Impresión digital de datos variables (VDP)
 - 1.3.9. Impresión 3D aplicada a prototipos gráficos
 - 1.3.10. Packaging inteligente (QR dinámicos, NFC)
- 1.4. Sustratos y medios de impresión
 - 1.4.1. Materiales sustentables y reciclables
 - 1.4.2. Tintas ecológicas y UV-LED

Duración

06 horas

Unidad II. Elaboración de documentos

Competencia

Producir archivos digitales destinados a prensa, con base en las características del objeto de comunicación visual y del sistema de impresión al cual se dirige, para la reproducción eficiente de los proyectos gráficos, atento al uso responsable de los materiales y el medio ambiente.

Contenido

- 2.1. Tipos de archivos
- 2.2. Formatos de impresión
- 2.3. Dispositivos de entrada y salida
- 2.4. Imágenes
 - 2.4.1. Resolución
 - 2.4.2. Profundidad de bits
 - 2.4.3. Compresión
- 2.5. Color
 - 2.5.1. Modos de color
 - 2.5.1.1. Monocromático
 - 2.5.1.2. Escala de grises
 - 2.5.1.3. RGB
 - 2.5.1.4. CMYK
 - 2.5.1.5. Otros modos de color
 - 2.5.2. Gestión del color
 - 2.5.2.1. Perfiles de color en los documentos
- 2.6. Tipografía
- 2.7. Semitonos
- 2.8. Ajustes
 - 2.8.1. Sobreimpresión y reventados
 - 2.8.2. Rebases y sangrados
 - 2.8.3. Imposición

Duración

06 horas

Unidad III. Preparación de documentos

Competencia

Elaborar prototipos y documentos de un proyecto de impresión con las especificaciones técnicas requeridas para su producción, a fin de optimizar procesos, prevenir riesgos en el uso de recursos y garantizar la calidad del resultado, con una actitud profesional, socialmente responsable y comprometida con el cuidado del medio ambiente.

Contenido

- 3.1. Prefligth

- 3.2. Marcas para impresión
- 3.3. Exportación y empaquetado de documentos
- 3.4. Elaboración de matrices
 - 3.4.1. Originales mecánicos, positivos y negativos
 - 3.4.2. Sistemas directos CTP / CTS
- 3.5. Pruebas de salida
 - 3.5.1. Análogas
 - 3.5.2. Digitales
- 3.6. Software y hardware
- 3.7. Control de calidad digital
- 3.8. Checklist técnico profesional
- 3.9. Costeo básico de producción
- 3.10. Gestión de riesgos en producción

Duración

04 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Sistemas de impresión

Práctica 1: Diagnóstico comparativo de sistemas de impresión

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona cuatro sistemas: offset, flexografía, serigrafía y digital
3. Diseña una matriz comparativa (tiraje, costos, calidad, tiempos, sostenibilidad)
4. Analiza ventajas competitivas según tipo de proyecto (editorial, empaque, publicitario)
5. Evalúa el impacto ambiental de cada sistema
6. Presenta conclusiones técnicas con enfoque de toma de decisiones productivas y lo entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Muestras impresas
- Fichas técnicas
- Cotizaciones reales
- Catálogos industriales

Práctica 2: Selección estratégica de sustratos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Analiza propiedades físicas de distintos papeles y materiales
3. Evalúa gramaje, opacidad, textura y absorción
4. Determina compatibilidad con sistemas de impresión
5. Justifica la selección técnica para un proyecto editorial y uno de empaque
6. Documenta hallazgos en reporte técnico y lo entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Muestrarios físicos
- Lupa tipográfica
- Báscula de gramaje
- Fichas técnicas

Unidad II. Elaboración de documentos

Práctica 3: Configuración profesional de archivos para prensa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Configura documento con perfiles ICC adecuados
3. Establece sangrados, reventados y márgenes técnicos
4. Ajusta imágenes a resolución óptima
5. Aplica conversión cromática controlada RGB–CMYK
6. Genera PDF bajo estándar PDF/X
7. Ejecuta validación técnica básica
8. Entrega archivo digital y documento impreso al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Software profesional
- Perfiles de color
- Checklist técnico

Unidad III. Preparación de documentos

Práctica 4: Simulación integral de preprensa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Elaboración de un preflight report en inglés a partir de la lectura de una guía técnica o especificación de proveedor
3. Ejecuta proceso de preflight digital
4. Corrige errores detectados (fuentes, imágenes, sobreimpresiones)
5. Diseña imposición básica para pliego real
6. Simula prueba de salida (soft proof)
7. Integra el checklist de control de calidad y la nota técnica de entrega del archivo con problemas detectados y correcciones realizadas

8. Entrega expediente técnico final al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Software profesional
- Plantillas de imposición
- Lectura de una guía técnica o especificación de proveedor
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas
- Rúbrica de control

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I. Sistemas de impresión

Práctica 1: Observación del proceso offset

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera colaborativa
2. Investiga previamente el contexto a observar
3. Atiende lineamientos institucionales de visita
4. Identifica las etapas de pre prensa
5. Observa generación de placas mediante el sistema CTP
6. Observa calibración de máquina y pruebas de arranque
7. Ordena la información: proceso, controles de calidad y observaciones
8. Diseña una infografía con el flujo completo del proceso de offset
9. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Guía de observación
- Formato de registro de variables
- Formato de entrevista al operador
- Software de diseño

Práctica 2: Proceso flexográfico en envases

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera individual

2. Atiende lineamientos institucionales de visita
3. Identifica preparación de clichés y anilox
4. Observa aplicación de tintas y secado
5. Analiza registro y fidelidad cromática
6. Documenta ventajas productivas del sistema
7. Elabora diagnóstico técnico
8. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Guía de observación
- Formato de entrevista
- Registro de variables de proceso

Práctica 3: Control de calidad en impresión comercial

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera individual
2. Atiende lineamientos institucionales de visita
3. Observa pruebas certificadas (hard proof)
4. Analiza tolerancias cromáticas
5. Identifica criterios de aceptación o rechazo
6. Registra estándares internos aplicados
7. Evalúa consistencia en tirajes
8. Elabora reporte técnico de control
9. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Lista de verificación
- Formato de registro de incidencias
- Guía de estándares

Unidad II. Elaboración de documentos

Práctica 4: Flujo digital y RIP

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera individual
2. Observa configuración del flujo digital
3. Analiza el software RIP utilizado
4. Identifica automatización de procesos
5. Registra tiempos de producción
6. Evalúa ventajas competitivas
7. Elabora informe comparativo
8. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Guía de observación digital
- Formato de análisis comparativo
- Formato de entrevista

Práctica 5: Proveedor de papel y certificaciones

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera colaborativa
2. Atiende lineamientos institucionales de visita
3. Identifica tipos de sustratos y características
4. Analiza certificaciones ambientales vigentes
5. Evalúa propiedades físicas del material
6. Compara opciones tradicionales vs. sustentables
7. Documenta criterios de selección profesional
8. Recolecta muestras de sustratos
9. Diseña catálogo con sustratos ordenados
10. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Guía de análisis
- Catálogos técnicos
- Formato comparativo
- Muestras de sustratos
- Software de diseño gráfico

Práctica 6: Acabados y procesos postprensa

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera colaborativa
2. Diseña composición gráfica con requerimientos de impresión
3. Crea el documento de impresión para prensa digital
4. Realiza la impresión y acabados del proyecto
5. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Software de diseño gráfico
- Equipo de cómputo
- Equipo de impresión
- Mesa de trabajo/corte

Unidad III. Preparación de documentos

Práctica 7: Buró profesional de preprensa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera colaborativa
2. Atiende lineamientos institucionales de visita
3. Observa validación profesional de archivos
4. Identifica errores frecuentes
5. Analiza aplicación de PDF/X
6. Registra protocolos de control
7. Evalúa tiempos de corrección
8. Presenta reporte de incidencias
9. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Checklist de preflight
- Formato de registro
- Guía de entrevista

Práctica 8: Producción gráfica integral

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera colaborativa
2. Atiende lineamientos institucionales de visita
3. Analiza proceso completo archivo–producto
4. Identifica puntos críticos de control
5. Evalúa eficiencia operativa
6. Documenta desperdicio y merma
7. Registra tiempos productivos
8. Elabora mapa de proceso
9. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Plantilla de mapa de proceso
- Formato de identificación de riesgos
- Guía de observación

Prácticas Integradoras

Práctica 9: Auditoría técnica de empresa gráfica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera individual
2. Selecciona empresa previamente visitada
3. Analiza fortalezas y debilidades técnicas
4. Identifica cuellos de botella
5. Evalúa sostenibilidad del proceso

6. Propone mejoras viables
7. Presenta informe técnico estructurado
8. Entrega al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Formato de auditoría
- Matriz FODA técnica
- Plantilla de informe

Práctica 10: Propuesta estratégica de optimización

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de manera individual
2. Integra información de visitas previas
3. Compara sistemas de impresión observados
4. Analiza costos, calidad y eficiencia
5. Diseña propuesta de mejora técnica
6. Justifica decisiones con fundamentos técnicos
7. Entrega informe ejecutivo con anexos al docente para su evaluación y retroalimentación

Recursos de apoyo

- Matriz comparativa
- Formato de informe ejecutivo
- Guía de evaluación

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje servicio
- Aprendizaje situado
- Discusión guiada
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales
- Trabajo de campo guiado
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental
- Práctica reflexiva / Práctica reflexiva en campo

- Resolución de problemas
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Prácticas taller	30%
- Prácticas de campo	30%
- Diseño y preparación digital de documentos gráficos	20%
<i>Total</i>	100%

XII. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G., & Harris, P. (2017). *Print production*. Bloomsbury Publishing. [clásica]

Bann, D. (2011). *The all new print production handbook*. Watson-Guptill. [clásica]

Cossu, M., & Dalquié, C. (2015). *La serigrafía: Un completo manual de herramientas, técnicas y ejemplos de artistas internacionales* (D. Giménez, Trad.). Gustavo Gili. [clásica]

Gatter, M. (2012). *Getting it printed* (4th ed.). Laurence King Publishing. [clásica]

Gengli, L. (2016). *Printing colors in graphic design: CMYK & PMS*. SendPoints Publishing. [clásica]

Guarniz Izquierdo, E. (2022). *El gran libro de Illustrator: El vector del diseño*. Alfaomega; Marcombo.

Johansson, K., Lundberg, P., & Ryberg, R. (2011). *A guide to graphic print production* (2nd ed.). Wiley. [clásica]

Loy, J., Novak, J., & Diegel, O. (2023). *3D printing for product designers: Innovative strategies using additive manufacturing*. Routledge.

Witham, S. (2008). *Acabados de impresión y edición de soportes y formatos para promociones* (X. Faraudo Gener, Trad.). Promopress. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Cerrato Escobar, P. J. (2004). *Manual técnico de impresión offset*. Aralia XXI. [clásica]

Fogra Research Institute. (2020). *Colour management and process standard offset printing (PSO)*. Fogra. [clásica]

Fogra Research Institute. (2022). *Digital printing color management guidelines*. Fogra.

Fraser, B., Murphy, C., & Bunting, F. (2005). *Real world color management* (2nd ed.). Peachpit Press. [clásica]

International Organization for Standardization. (2022). *ISO 12647-2: Graphic technology—Process control for the production of half-tone colour separations, proof and production prints*. ISO.

Kipphan, H. (Ed.). (2001). *Handbook of print media: Technologies and production methods*.

Springer. [clásica]

López Benítez, Y. (2022). *Impresión digital* (ARGI006PO). IC Editorial.

Magdassi, S. (Ed.). (2010). *The chemistry of inkjet inks*. World Scientific. [clásica]

Pallicera, J. (2020). *La gestión de color en la producción gráfica*. EdCPG. [clásica]

Romano, F. J. (2014). *Digital printing: Technologies and applications*. Printing Industries Press. [clásica]

Romano, F. J., & Romano, R. M. (2006). *Pocket pal: A graphic arts production handbook* (19th ed.). International Paper. [clásica]

Tymoczko, J. (2018). *Color management for photographers: Hands-on techniques for Photoshop users*. Rocky Nook. [clásica]

XIII. PERFIL DOCENTE

Profesional con Licenciatura en Diseño Gráfico o área afín, con formación complementaria en producción editorial y diseño para medios impresos y digitales, y experiencia comprobable en el desarrollo integral de proyectos gráficos destinados a prensa; con dominio de procedimientos metodológicos de diseño, investigación de materiales y procesos productivos, así como de herramientas profesionales de software para la edición de textos, vectores, imágenes y maquetación editorial; con conocimientos en sistemas de impresión análogos y digitales, preparación de archivos para pre prensa y gestión o registro de publicaciones impresas y/o digitales; con capacidad para guiar procesos formativos orientados a la producción eficiente, el trabajo colaborativo y el ejercicio responsable y sostenible del diseño.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Creatividad para el Diseño y la Comunicación Visual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Annia Paola Montes Mendoza Karen Estrella Martinez Torres Antonia Veneranda Holsworth Rios Laura Susana Zamudio Vega
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje promueve y desarrolla el pensamiento creativo a través del estudio y aplicación de las técnicas y métodos de la creatividad. Esto le permitirá al estudiantado innovar y dar soluciones creativas a cualquier proyecto de diseño dentro de su trayecto formativo y en el campo profesional. Es una unidad de carácter obligatorio e integradora de la etapa disciplinaria y contribuye al área de conocimiento de Diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40104 Creatividad para el Diseño Gráfico** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Salvador Fierro Silva y Oscar Gutiérrez Ruiz con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar soluciones innovadoras y creativas de diseño a través del estudio de las fases, técnicas y métodos de la creatividad, para analizar y proponer procesos creativos de diseño, con una actitud colaborativa, propositiva y responsable.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias de las prácticas de taller que contenga los proyectos de comunicación visual de formato análogo y digital en los cuales se experimente y explore con diferentes materiales y métodos para su planeación y conceptualización, y una justificación de lo realizado, mismos que serán expuestos en clase para su retroalimentación y evaluación.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, Vanguardia y Compromiso con la responsabilidad social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Proceso creativo aplicado al diseño

Competencia

Analizar la teoría que subyace la creatividad a través del estudio de sus conceptos básicos, procesos cognitivos y perceptuales, para comprender la importancia de la creatividad e innovación en el diseño gráfico y la comunicación visual, con curiosidad, objetividad y pensamiento crítico.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Mapa visual interactivo de los procesos creativos representados por conceptos, tipos de pensamiento y fases del proceso aplicado al diseño.

Contenido

- 1.1. Creatividad en el diseño
 - 1.1.1. Diversas definiciones de la creatividad
 - 1.1.2. Características asociadas a la creatividad
- 1.2. Tipos de pensamiento
 - 1.2.1. Pensamiento divergente
 - 1.2.2. Pensamiento convergente
 - 1.2.3. Pensamiento lateral
 - 1.2.4. Otros
- 1.3. Proceso creativo en el diseño
 - 1.3.1. Fases del proceso creativo
 - 1.3.2. La creatividad y la inventiva

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Buzan, T. (2017). *El libro de los mapas mentales*. Ediciones Urano. [clásica]

Di Marco, G., Lombardi, D. y Tedjosaputro, M. (2024). *Creativity in the Age of Digital*

Reproduction: xArch Symposium. Singapore: Springer.

<https://libcon.rec.uabc.mx:2180/book/10.1007/978-981-97-0621-1>

Edward, D. B. (2007). *Creatividad 62 Ejercicio para desarrollar la mente*. Ed Paidos, Barcelona, p4-32. [clásica]

Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Crown Currency. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Arteaga, M. (2022). *Así nacen las ideas: Diseñadores gráficos y procesos creativos*. Hoaki Books.

Masferrer, A. (2024). *Diseño de procesos creativos: Metodología para idear y co-crear en equipo*. Editorial GG.

Silva Mantilla, E. L. (2024). La creatividad: Un momento de inspiración o una búsqueda rigurosa. *Actas de Diseño*, 19(45).

Unidad II. Técnicas y métodos de creatividad

Competencia

Proponer ideas de proyectos de diseño por medio de las técnicas y métodos de creatividad para la solución de problemas con responsabilidad, actitud innovadora y trabajo colaborativo.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Pitch audiovisual creativo con duración máxima de 5 minutos donde se presente una propuesta publicitaria desde el *briefing* hasta la solución final, explicando el concepto, técnicas de ideación, construcción del mensaje, soporte elegido y criterios de evaluación creativa.

Contenido

- 2.1. Métodos de ideación
 - 2.1.1. Brainstorming
 - 2.1.2. Mapas mentales
 - 2.1.3. Representación visual de ideas
- 2.2. Técnicas para el desarrollo de la creatividad
 - 2.2.1. Objetivos
 - 2.2.2. Consecuencias
 - 2.2.3. Posibilidades
 - 2.2.4. Prioridades
 - 2.2.5. Puntos de vista
 - 2.2.6. Patrones de pensamiento

- 2.2.7. Estrategias para vencer los bloqueos creativos
- 2.3. Casos de éxito de aplicación en el diseño

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bautista-Rojas, L. E., Beltrán-Pineda, B. O., González-Breton, M. F., y Cobos-Viviescas, H. J.

A. (2023). Aprendizaje inmersivo del oficio panelero. Design Thinking aplicado al diseño de realidad virtual. *Revista UIS ingenierías*, 22(3), 1-16.

De Bono, E., y Diéguez, R. D. (1988). *Seis sombreros para pensar*. Buenos Aires: Granica. [clásica]

Di Marco, G., Lombardi, D. y Tedjosaputro, M. (2024). Creativity in the Age of Digital
Reproduction: xArch Symposium. Singapore: Springer.
<https://libcon.rec.uabc.mx:2180/book/10.1007/978-981-97-0621-1>

Edward, D. B. (1994). El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. *Paidós. Signatura*, 153, D287pe. [clásica]

Munari, B. (2022). *Fantasía: invención, creatividad e imaginación en las comunidades visuales*. Gustavo Gili Editorial S.A.

Wade, N. (2015). *Art and illusionists*. (1). Springer. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Lupton, E., y Phillips, J. C. (2016). *Diseño gráfico: nuevos fundamentos*. Editorial GG.

Milanote (s.f.). Templates. <https://milanote.com/templates>

Unidad III. Creatividad aplicada a la publicidad

Competencia

Desarrollar un concepto creativo e innovador a partir de la selección de métodos y técnicas del proceso creativo para su aplicación en un proyecto publicitario, con actitud proactiva, responsabilidad social y ética profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Pitch creativo audiovisual con una duración máxima de 5 minutos, en el que se presente el desarrollo de una propuesta publicitaria completa: desde el *briefing* hasta la solución final. Deberá explicar el concepto creativo, las técnicas de ideación empleadas, la construcción del mensaje, el soporte seleccionado (impreso o mediático) y los criterios utilizados para evaluar la creatividad y pertinencia de la empresa.

Contenido

- 3.1. Interpretación estratégica del *briefing*
- 3.2. Construcción del mensaje creativo
 - 3.2.1. Idea rectora y eje de campaña
 - 3.2.2. Creatividad publicitaria
 - 3.2.3. Pragmática creativa en la publicidad
 - 3.2.4. Creatividad en medios publicitarios
- 3.3. Creatividad gráfica en medios y soportes impresos
- 3.4. Producción en medios y soportes
 - 3.4.1. Creatividad gráfica en medios impresos
 - 3.4.2. Adaptación a medios digitales y redes
 - 3.4.3. Prototipado y presentación del producto creativo

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Barrientos-Báez, A. (2024). Desafíos del liderazgo: neuromarketing y publicidad. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-15.

Di Marco, G., Lombardi, D. y Tedjosaputro, M. (2024). Creativity in the Age of Digital

Reproduction: xArch Symposium. Singapore: Springer.

<https://libcon.rec.uabc.mx:2180/book/10.1007/978-981-97-0621-1>

Rajadell Carreras, M. (2020). Creatividad, emprendimiento y mejora continua. [clásica]

Villalobos, E. R. A., Mavarez, M. D. L. Á. F., Pereira, J. B. V., y López, G. I. B. (2024).

Metodología UX para la educación: Desarrollo de la creatividad desde proyectos de innovación.

Revista de ciencias sociales, 30(9), 184-200.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Torres, R. M. V., Carchi, Y. S. I., Rivas, V. A. A., y Gálvez, W. S. A. (2025). La Publicidad y su

Influencia en la Intención de Compra. *Revista de Ciencia Latina Revista Científica*

Multidisciplinar, 9(3), 9154-9169.

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Proceso creativo aplicado al diseño

Práctica 1: Exploración conceptual de la creatividad

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Revisa las definiciones de creatividad proporcionadas por su docente.
3. Selecciona 5 definiciones de autores distintos y analiza sus similitudes y diferencias.
4. Identifica qué elementos se repiten (originalidad, utilidad, contexto, proceso mental, otros).
5. Relaciona cada definición con un ejemplo visual de diseño (cartel, logotipo, campaña, interfaz, producto).
6. Organiza la información en un esquema comparativo visual (infografía).
7. Recibe retroalimentación por parte de su docente, previo a la entrega final.
8. Entrega la infografía en el medio indicado.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Referencias bibliográficas

- Software (Canva, Figma, PowerPoint)

Práctica 2: Identificación de tipos de pensamiento creativo

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Observa los casos de diseño proporcionados (mínimo 6).
3. Clasifica cada caso según el tipo de pensamiento: Divergente, convergente, lateral y otros y justifica cada clasificación por escrito.
4. Propón una alternativa creativa distinta para cada caso usando otro tipo de pensamiento.
5. Integra una reflexión sobre cuál tipo de pensamiento utilizas con mayor frecuencia.
6. Entrega reporte escrito y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Plantilla de análisis
- Computadora

Práctica 3: Mapeo del proceso creativo personal

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Realiza un ejercicio creativo breve propuesto por su docente.
3. Registra paso a paso el proceso para generar la idea e identifica las fases del proceso creativo.
4. Detecta momentos de bloqueo y detonantes de ideas.
5. Relaciona tu experiencia con la teoría revisada.
6. Construye un mapa visual del proceso creativo e integra una reflexión final.
7. Presenta mapa visual y recibe retroalimentación grupal.

Recursos de apoyo

- Bitácora de proceso
- Herramientas de diagramación
- Lecturas sobre proceso creativo

Unidad II. Técnicas y métodos de creatividad

Práctica 4: Sesión de *Brainstorming* guiado

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Integra equipos de trabajo para el desarrollo de la práctica.
3. Analiza un problema de comunicación visual real proporcionado por su docente.
4. Redacta en equipo el reto creativo en una sola frase.
5. Realiza una sesión de lluvia de ideas (20 minutos, sin juicios) y registra las ideas generadas.
6. Clasifican las ideas en categorías y seleccionan las tres más viables mediante votación.
7. Representa visualmente cada idea mediante bocetos rápidos.
8. Presenta resultados al grupo y recibe retroalimentación grupal.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Referencias bibliográficas
- Software (Canva, Figma, PowerPoint)

Práctica 5: Generación de ideas mediante la técnica SCAMPER

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Integra equipos de trabajo.
3. Recibe por parte de su docente un producto, marca o pieza de comunicación existente.
4. Analiza en equipo sus características principales (función, público, mensaje, estética).
5. Aplican la técnica SCAMPER respondiendo: S – Sustituir: ¿Qué elemento se puede cambiar?, C – Combinar: ¿Qué se puede mezclar o integrar?, A – Adaptar: ¿Qué idea externa se puede aplicar?, M – Modificar: ¿Qué se puede exagerar o reducir?, P – Proponer otros usos: ¿Puede servir para algo distinto?, E – Eliminar: ¿Qué puede simplificarse?, y R – Reordenar: ¿Qué pasa si cambia la estructura?
6. Registra todas las ideas generadas y selecciona las dos mejores propuestas.

7. Realiza una sesión de lluvia de ideas (20 minutos, sin juicios) y registra las ideas generadas.
8. Elabora una presentación de la mejor propuesta y el proceso de generación de ideas.
9. Entrega y explica cómo la técnica permitió generar nuevas soluciones
10. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Referencias bibliográficas
- Software (Canva, Figma, PowerPoint)

Práctica 6: Laboratorio digital de metáforas visuales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Integra equipos de trabajo.
3. Recibe de su docente un producto, marca o causa social.
4. Trabaja en equipo un tablero colaborativo (Miro, Canva u otro).
5. Identifica el atributo central del producto.
6. Realiza lluvia de asociaciones libres (mínimo 15) y selecciona cinco.
7. Formula analogías digitales (Ejemplo: “Esta aplicaciones como un faro porque guía...”)
8. Transforma 3 en metáforas visuales y elabora prototipos digitales rápidos (collage digital).
9. Entrega tablero digital y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Plataforma institucional
- Software (Canva, Figma, PowerPoint)
- Plantilla de analogías
- Presentación docente sobre metáfora visual
- Banco de imágenes libres

Práctica 7: Reformulación estratégica del problema creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Revisa el reto creativo proporcionado por su docente
3. Reformula el problema en al menos 5 versiones usando: ¿Qué pasaría si...?, ¿Y si el usuario fuera diferente...?, ¿Y si cambiamos el medio?
4. Selecciona la reformulación más interesante y genera 4 ideas derivadas de esa nueva perspectiva.
5. Desarrolla un boceto digital sencillo de la mejor idea.
6. Pública en foro y retroalimenta dos trabajos.
7. Revisa retroalimentación y ajusta propuesta
8. Entrega propuesta final y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Plataforma institucional
- Software (Canva, Figma, PowerPoint)
- Banco de imágenes libres

Unidad III. Creatividad aplicada a la Publicidad

Práctica 8: Campañas publicitarias

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Investiga diferentes campañas publicitarias creativas nacionales e internacionales.
3. Selecciona una que te haya llamado la atención.
4. Analiza su estrategia creativa.
5. Realiza una presentación con toda la información recopilada de esa campaña. Incluye fotos, ilustraciones, aplicaciones en productos, etc.; todo lo que fue integrado en esa campaña
6. Pública en el foro.
7. Recibe retroalimentación por parte de tus compañeros y su docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Computadora

- Software para presentaciones o aplicaciones de acceso libre

Práctica 9: Análisis de publicidad local

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Investiga diferentes campañas publicitarias creativas de tu ciudad.
3. Toma fotografías y recopila información en redes y medios impresos.
4. Analiza sus estrategias creativas y los medios de comunicación que utilizaron en su campaña, así como los medios impresos y digitales.
5. Integra tu investigación en un documento con toda la información recopilada
6. Incluye fotos, ilustraciones, aplicaciones en productos, etc.;
7. Pública en el foro y recibe retroalimentación por parte de tus compañeros y su docente.

Recursos de apoyo.

- Acceso a internet
- Celular con cámara fotográfica
- Computadora
- Software para presentaciones o aplicaciones de acceso libre

Práctica 10: Elaboración de *Brief* Creativo

Duración

16 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte de su docente para la realización de la práctica.
2. Selecciona un producto o empresa local.
3. Recopila información de sus lineamientos creativos visuales mediante entrevistas, fotografías, medios de difusión (redes, punto de venta y medios impresos).
4. Usa esa información para estructurar un Brief creativo de la empresa.
5. Propón objetivos de comunicación: Posicionar, fidelizar, lanzar, etc.
6. Identifica el problema creativo a resolver.
7. Realiza un concepto creativo (si no lo tienen),
8. Elabora propuestas visuales de publicidad impresa y redes sociales con base en el Brief.
9. Recibe retroalimentación por parte de su docente.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Celular con cámara fotográfica
- Computadora
- Software para presentaciones o aplicaciones de acceso libre

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea.
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales.
- Clase invertida (flipped classroom).
- Foros de discusión guiada.

- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas).
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata).

Estrategias de aprendizaje

- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

El resultado de la evaluación se obtendrá siguiendo los criterios de evaluación señalados en el artículo 67, y II del Estatuto Escolar vigente. Cuando el resultado no sea aprobatorio, el alumno se deberá inscribir nuevamente en la misma unidad de aprendizaje.

Por el carácter predominantemente práctico de esta asignatura, no es susceptible de medición cuantitativa, se evaluará de conformidad con lo establecido en el artículo 74 del Estatuto Escolar de la UABC.

Criterios de evaluación

- Tareas y actividades	10%
- Evaluaciones parciales (unidad 1, 2 y 3)	30%
- Portafolio de evidencias del taller	60%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Diseño Gráfico, Arquitectura o área afín. Dominio de conocimientos aplicados sobre procesos creativos, comunicación visual y publicidad y estar a la vanguardia del diseño mismo. Preferentemente con estudios de posgrado y con dos años de experiencia docente. Ser una persona proactiva, inclusiva, con capacidad innovadora y analítica, que fomente el trabajo en equipo y el compromiso con la actualización profesional continua.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Pensamiento Visual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos: 06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Mariel Organista Camacho Lizeth Guadalupe Félix Lugo Jorge Luis Osiris Fernández Arias
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es conocer las teorías sobre la capacidad perceptual humana, psicológica e interpretación cultural del signo gráfico, métodos que distinguen los problemas pertinentes al diseño gráfico y generación del concepto de comunicación. Permitiendo al estudiantado identificar y delimitar las necesidades de comunicación visual, desarrollar contenidos y productos funcionales acordes al grupo social al cual debe dirigirse. Se ubica en la etapa disciplinaria, con carácter de obligatoria y forma parte del área de conocimiento de Comunicación Visual del Programa Educativo Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual Estratégica.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Proponer productos gráficos, mediante la identificación de las necesidades en la sociedad, la creación de un concepto y la aplicación del lenguaje visual, con la finalidad de resolver problemas de comunicación visual, con creatividad, responsabilidad y actitud crítica.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias de los productos gráficos, que integre un diagnóstico de la interacción comunicativa de una sociedad determinada y de acuerdo con el problema detectado proponga concepto, y contenido para resolver la necesidad visual.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, Compromiso con la responsabilidad social y Vanguardia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. La percepción visual en el proceso comunicativo

Competencia

Distinguir las capacidades perceptivas visuales del ser humano y sus necesidades de interacción comunicativa en sociedad, mediante la aplicación de teorías argumentativas y métodos de análisis, para identificar y delimitar problemas de comunicación, con transparencia, actitud crítica y reflexiva.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Informe crítico que integre teorías sobre la percepción visual y métodos de análisis aplicados a un problema del fenómeno de percepción visual en el proceso comunicativo desde el abordaje de las necesidades de comunicación visual básica.

Contenido

- 1.1. Definición del fenómeno percepción visual
- 1.2. Teorías sobre la percepción visual
 - 1.2.1. Según el procesamiento del mensaje para su significado
 - 1.2.1.1. Teorías sensoriales
 - 1.2.1.1.1. Teoría de la Gestalt
 - 1.2.1.1.2. Teoría constructivista
 - 1.2.2.1. Teorías perceptuales-cognitivas
 - 1.2.2.1.1. Teoría semiótica
 - 1.2.2.1.2. Teoría cognitiva
 - 1.2.2.1.3. Teoría de la inferencia (empirismo)
 - 1.2.2. Clasificación por el flujo de información
 - 1.2.2.1. Ascendente (Bottom-up)
 - 1.2.2.2. Descendente (Top-down)
- 1.3. El proceso de comunicación visual y la interacción de sus componentes
- 1.4. Las necesidades de comunicación visual básica y las características del mensaje
 - 1.4.1. La función comunicativa esencial
 - 1.4.2. El componente persuasivo y retórico
 - 1.4.3. La vertiente orientativa y de señalética
 - 1.4.4. El eje identificativo y de marca
 - 1.4.5. El carácter informativo y descriptivo
 - 1.4.6. El potencial educativo y formativo
 - 1.4.7. La dimensión lúdica y de entretenimiento

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Barnard, M. (2013). *Graphic design as communication*. Routledge. [Clásica]

Lerma Kirchner, A. E., Bárcena Juárez, S., & Vite López, R. (2016). *Marketing político* (2.^a ed.). Cengage Learning Editores. [Clásica]

Meredith, D. (2012). *Graphic design theory*. Thames & Hudson. [Clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Beuchot, M. (2020). *Manual de semiótica*. Paidós. [clásica]

Goldstein, E. B., & Cacciamani, L. (2021). *Sensation and perception* (11th ed.). Cengage Learning. [clásica]

Poulin, R. (2020). *Fundamentos del diseño gráfico: Los principios y prácticas que todo diseñador debe conocer* (2.^a ed.). Promopress. [clásica]

Unidad II. La interpretación del mensaje en la composición gráfica visual

Competencia

Analizar la composición gráfica visual, a partir de metodologías que permitan la observación de las cualidades figurativas, perceptuales y pragmáticas de la composición gráfica, para distinguir diferentes estrategias compositivas que permiten emitir un mensaje a través de signos visuales, con actitud reflexiva y crítica.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Esquema u organizador gráfico (mapa mental, mapa conceptual, cuadro sinóptico etc.) que integre conceptos asociados con la interpretación del mensaje en la composición gráfica visual, métodos para el análisis del concepto y modelos para la composición.

Contenido

2.1. Conceptos clave asociados con la interpretación del mensaje en la composición gráfica visual.

- 2.1.1. Sintaxis visual
 - 2.1.1.1. Definición de concepto
 - 2.1.1.2. Elementos sintácticos morfológicos
 - 2.1.1.2.1. El punto
 - 2.1.1.2.2. La línea
 - 2.1.1.2.3. El plano
 - 2.1.1.2.4. La forma
 - 2.1.1.2.5. El color
 - 2.1.1.2.6. La textura
 - 2.1.1.2.7. Tipografía
 - 2.1.1.3. Elementos sintácticos estructurales
 - 2.1.1.3.1. Equilibrio y tensión
 - 2.1.1.3.2. Dirección o alineamiento
 - 2.1.1.3.3. Escala y proporción
 - 2.1.1.3.4. Contraste
 - 2.1.1.3.5. Ritmo y repetición
 - 2.1.1.3.5. Dimensión y volumen
 - 2.1.1.3.6. Movimiento y dirección
 - 2.1.1.3.7. Encuadre y composición
- 2.1.2. Semiótica
 - 2.1.2.1. Conceptos semióticos
 - 2.1.2.2. Elementos semióticos
 - 2.1.2.2.1. Estructura del Signo (Significante, Significado, Referente)
 - 2.1.2.2.2. Tipos de Signos Visuales (Tríada de Peirce)
- 2.2. Método para el análisis del concepto en la composición gráfica visual
 - 2.2.1. Fase Analítico-Conceptual
 - 2.2.2. De la Idea a la Forma
 - 2.2.3. Estructuración en la Composición
- 2.3. Modelos para la composición gráfica visual
 - 2.3.1. Modelo semiótico
 - 2.3.2. Modelo iconográfico

Duración

18 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Best, K. (2022). *Design management: Gestión del diseño* (2.ª ed.). Parramón.

Beuchot, M. (2014). *Semiótica*. Paidós. [clásica]

Dondis, D. A. (2017). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual* (2.^a ed.). Gustavo Gili. [clásica]

Saltz, I. (2019). *Typography essentials: 100 design principles for working with type*. Rockport Publishers. [clásica]

Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño*. Gustavo Gili. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Lauer, D. A., & Pentak, S. (2021). *Design basics* (10th ed.). Cengage Learning. [clásica]

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2016). *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos* (2.^a ed.). Gustavo Gili. [clásica]

Mangieri, R. (2020). *Semiótica del diseño: Teorías, métodos y aplicaciones*. Universidad de los Andes / Publicaciones Académicas. [clásica]

Munari, B. (2023). *Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología proyectual* (22.^a ed.). Gustavo Gili.

Olivares, J., Ramírez, M., & Cisneros, A. (2020). Síntesis visual del proceso de diseño gráfico de la marca Chivas, Club Deportivo Guadalajara. *Zincografía*, (8), 5–23. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i8.75> . [clásica]

Scolari, C. A. (2021). *Media evolution: Sobre el origen y la evolución de las especies mediáticas*. La Marca Editora. [clásica]

Vilchis, L. C. (2002). *Diseño. Universo de conocimiento: Investigación de proyectos en la comunicación gráfica* (2.^a ed.). Centro Juan Acha. Investigación Sociológica en Arte Latinoamericano.[clásica]

Vilchis, L. C. (2017). *Propaganda política: Exámen de la campaña gráfica presidencial 2012 en México*. Compañía Editorial Impresora y Distribuidora. [clásica]

Unidad III. La conceptualización y el diseño de productos gráficos

Competencia

Crear un concepto y diseño de producto gráfico que resuelva necesidades de comunicación, a partir de métodos de diagnóstico sobre el discurso visual, identificación de signos, sus características expresivas y realización de prototipo, para abordar casos reales, con integridad, actitud creativa y proactiva.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Producto gráfico (prototipo) que resuelva necesidades de comunicación, a partir de métodos de diagnóstico sobre las necesidades de comunicación, identificación de signos, sus características expresivas, para el abordaje de casos reales.

Contenido

- 3.1. Metodología proyectual y análisis del discurso visual
 - 3.1.1. Diagnóstico y análisis visual
 - 3.1.2. Definición del diseño y objetivos
 - 3.1.3. Estrategia de comunicación visual
 - 3.1.4. Concepto, identidad y estética contemporánea
 - 3.1.5. Persuasión y semiótica aplicada
 - 3.1.6. Esquemas y bocetos
 - 3.1.7. Composición final
- 3.2. Informe final del proceso proyectual
 - 3.2.1. Presentación del producto gráfico (prototipo)

Duración

18 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Dabner, D. (2018). *Diseño gráfico: Fundamentos y prácticas*. Blume. [clásica]

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design* (3rd ed.). Routledge. [clásica]

Moles, A., & Janiszewski, L. (1990). *Grafismo funcional*. Ediciones CEAC. [clásica]

Samara, T. (2020). *Los elementos del diseño: Manual de estilo para diseñadores gráficos* (3.^a ed.). Gustavo Gili. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston. [clásica]

Costa, J., & Moles, A. (1991). *Imagen didáctica*. Ediciones CEAC. [clásica]

Gómez-Pérez, F. J., & Pérez-Curiel, C. (2021). *Retórica y comunicación visual en la era digital*. Editorial Fragua. [clásica]

Mallol, M. E. (1989). *Proceso de diseño y forma narrativa*. [clásica]

Siegel, S. (2020). *Los contenidos de la experiencia visual*. Instituto de Investigaciones Filosóficas, UNAM. [clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategia de enseñanza

- Técnica expositiva.
- Dirección y retroalimentación de las metas publicadas en la plataforma institucional.
- Revisión y evaluación de reportes y actividades.
- Elaboración y aplicación de evaluaciones parciales.
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales.
- Aprendizaje por retos en plataformas virtuales.
- Microaprendizaje (microlearning).
- Clase invertida (flipped classroom).
- Foros de discusión guiada.
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas).
- Gamificación o aprendizaje basado en juego.
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata).

Estrategia de aprendizaje

- Investigación y análisis de información sobre teorías y métodos básicos.
- Resolución de ejercicios prácticos proporcionados por el/la docente.
- Realización de las metas propuestas en la plataforma institucional.
- Participación activa en foros de debate en la plataforma institucional.
- Trabajo en equipo.

- Elaboración y entrega de actividades en tiempo y forma.
- Presentación de evaluaciones parciales.
- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas institucionales.
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos.
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías).
- Participación activa en foros y videoconferencias.
- Investigación mediante fuentes electrónicas.
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales.
- Portafolio de evidencias.

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Meta de la unidad I	15%
- Meta de la unidad II	15%
- Participación en foros	10%
- Portafolio de evidencias	40%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en diseño gráfico, comunicación visual o área afín, con conocimientos avanzados sobre teoría del diseño y metodología del diseño. Preferentemente con estudios de posgrado, con al menos dos años de experiencia docente y experiencia en la profesión, ya sea en una empresa, colectivo o como profesional independiente, en cualquier área del diseño gráfico o comunicación. Ser una persona crítica, analítica, proactiva y creativa. Hábil para fomentar el trabajo colaborativo y la participación de cada persona del grupo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Diseño de Empaque, Envase y Embalajes
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Annia Paola Montes Mendoza Karen Estrella Martínez Torres Marcos Eduardo González Trevizo Rosalba Pinto
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es proporcionar los fundamentos conceptuales, metodológicos y técnicos para el diseño integral de envases y embalajes, permitiendo al estudiantado analizar productos, seleccionar materiales y desarrollar propuestas gráficas funcionales y sostenibles, pertinentes al contexto comercial y normativo, con el fin de fortalecer su capacidad para resolver necesidades reales de comunicación visual en el ámbito profesional. Se ubica en el área de conocimiento de diseño, en la etapa disciplinaria y es de carácter obligatorio.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40119 Diseño de Envases y Embalajes** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Lizbeth González Romero, Oscar Gutiérrez Ruiz y Beatriz Torres Román con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de empaque, envase y embalaje, a partir de la selección del mercado objetivo, finalidad del producto y selección de materiales y procesos, para generar propuestas innovadoras competitivas, funcionales y eficientes, que cumplan con las especificaciones y normativas para implementarse en un punto de venta, con una actitud proactiva, colaborativa y responsable con el medio ambiente.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Realizar un proyecto integral e innovador en el que se diseñe un prototipo de empaque aplicable a un envase y/o embalaje, que responda a las necesidades del mercado laboral considerando al segmento de mercado objetivo y características destacables del producto.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia; Vanguardia; Inclusión e Interculturalidad

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Definiciones y clasificaciones

Competencia

Analizar los tipos de materiales utilizados en empaques, envases y embalajes mediante la revisión conceptual y estudios de casos de productos del mercado, para establecer criterios de selección adecuados a las necesidades del proyecto y su contexto, con actitud crítica, ética profesional y responsabilidad ambiental.

Contenido

- 1.1. Antecedentes históricos del envase y el embalaje
- 1.2. Conceptualización del empaque, envase y embalaje
 - 1.2.1. Diferencia entre envase, empaque y embalaje
 - 1.2.2. Funciones: contención, protección, información y comercialización
 - 1.2.3. Función ambiental: reducir, reutilizar y reciclar
 - 1.2.4. Niveles del envase: primario, secundario y terciario
- 1.3. Clasificación del envase según su naturaleza y uso
 - 1.3.1. Según el material
 - 1.3.1.1. Vidrio y cerámicos
 - 1.3.1.2. Papel y cartón
 - 1.3.1.3. Metal
 - 1.3.1.4. Plástico
 - 1.3.1.5. Materiales compuestos
 - 1.3.2. Según el producto
 - 1.3.2.1. Para productos perecederos
 - 1.3.2.2. Para productos no perecederos
 - 1.3.2.3. Para productos peligrosos y especiales
 - 1.3.3. Según el manejo
 - 1.3.3.1. Rígido
 - 1.3.3.2. Flexible

Duración

04 horas

Unidad II. Proceso proyectual del diseño de empaque

Competencia

Desarrollar propuestas de diseño de empaque funcional y creativo por medio de una metodología de diseño y la integración de marca, materiales, procesos de producción y normatividad vigente, para crear soluciones con base en los requerimientos del producto, con proactividad y responsabilidad social.

Contenido

- 2.1. La función del diseño gráfico en el empaque

- 2.2. Metodología para el diseño de empaque
 - 2.2.1. Diseño gráfico sustentable aplicado al empaque
 - 2.2.2. Etapas del proceso de diseño
 - 2.2.3. Análisis del producto y del usuario
 - 2.2.4. Definición de requerimientos y objetivos del empaque
- 2.3. Estrategia de comunicación
 - 2.2.1. Función del diseño gráfico en el empaque
 - 2.2.2. El empaque como portador de marca
 - 2.2.3. Relación producto – mensaje – usuario
- 2.4. Tipologías del envase y materiales
- 2.5. Producción y fabricación
 - 2.5.1. Procesos de impresión
 - 2.5.2. Corte y suajado
 - 2.5.3. Sistemas de armado
 - 2.5.4. Acabados y recubrimientos
- 2.6. Regulación y sustentabilidad
 - 2.6.1. Normas ambientales
 - 2.6.2. Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM)
- 2.7. Tecnologías emergentes aplicadas al diseño, simulación y evaluación de empaques

Duración

05 horas

Unidad III. Empaque y Merchandising

Competencia

Elaborar un proyecto integral de empaque, considerando las estrategias de exhibición, promoción y manipulación del producto para desarrollar un prototipo funcional y creativo de envase y embalaje, con actitud proactiva, colaborativa y responsable con el medio ambiente.

Contenido

- 3.1. La concentración: el shopping como fenómeno
- 3.2. Concepto de almacén, autoservicio, supermercado e hipermercado
- 3.3. Promoción, estrategias comerciales y acomodo del producto
 - 3.3.1. Negocios en cadena en el ámbito internacional
 - 3.3.2. Tiendas de descuento
 - 3.3.3. Club stores
 - 3.3.4. Las grandes cadenas
 - 3.3.5. Tiendas de conveniencia (C.S.)
 - 3.3.6. Punto de venta de botella abierta (Open-bottle sales)
 - 3.3.7. El punto de venta tradicional
 - 3.3.8. Punto de venta en línea
- 3.4. Estrategias comerciales aplicadas al envase y empaque
 - 3.4.1. Análisis de las necesidades

- 3.4.2. Impacto publicitario
- 3.4.3. La campaña publicitaria aplicada en el envase y empaque
- 3.5. El diseño gráfico en el envase
 - 3.5.1. Su análisis visual y semiótico

Duración

07 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Definiciones y clasificaciones

Práctica 1: Análisis del sistema envase-empaque-embalaje

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un producto comercial asignado por el docente.
3. Desarma cuidadosamente el sistema para identificar envase primario, secundario y terciario.
4. Identifica el material de cada componente (vidrio, cartón, plástico, metal u otros).
5. Describe la función de cada nivel: contención, protección, información y comercialización.
6. Elabora un esquema gráfico del sistema completo del envase.
7. Presenta el esquema y obtiene retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Producto comercial
- Computadora
- Apuntes de clase

Práctica 2: Elaboración de catálogo de envases, empaques y embalajes

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa la información recopilada durante la práctica de campo.
3. Selecciona al menos 10 productos distintos documentados.
4. Identifica el material predominante de cada componente
5. Clasifica cada producto según su nivel: envase primario, secundario y terciario.
6. Describe la función de cada nivel: contención, protección, información y comercialización.

7. Registra la información en fichas técnicas.
8. Diseña un catálogo organizado por categorías del producto o material.
9. Integra imágenes, nombre del producto, marca y análisis breve.
10. Realiza mockups del catálogo con apoyo de herramientas de IA.
11. Entrega el catálogo y obtiene retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Información recopilada en práctica de campo 1
- Plantilla de ficha técnica
- Software de edición
- Herramientas de IA
- Computadora
- Internet

Unidad II. Proceso proyectual del diseño de empaque

Práctica 3: Empaque y adaptación al producto.

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Con base en plantillas de empaques selecciona un tema y un producto que estará contenido en el mismo.
3. Adapta las plantillas en tamaño y forma y color de acuerdo al producto seleccionado.
4. Integra el esquema gráfico para el empaque (ilustración, tipografía, contenido, etc.).
5. Utiliza IA como apoyo para explorar alternativas de color, composición, ilustración y tratamiento visual.
6. Selecciona y ajusta las alternativas pertinentes de acuerdo con las características del producto y del usuario.
7. Ensambla las piezas del empaque como producto final.
8. Presenta los empaques y justifica frente al grupo.
9. Obtiene retroalimentación del grupo y de docente.

Recursos de apoyo

- Plantillas de empaques
 - Software de edición
 - Computadora
 - Internet
 - Herramientas de IA
- Herramientas de diseño: cutter, X-acto, regla metálica, tapete de corte, cartones, pegamento, material de trazado

Práctica 4: Rediseño de empaque

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Realiza una búsqueda de productos elaborados en tu localidad.
3. Selecciona un producto para proponer un rediseño de envase y/o empaque.
4. Realiza una búsqueda de plantillas de empaques que se pudieran adaptar al producto seleccionado, o propón un nuevo diseño.
5. Utiliza IA como apoyo para identificar alternativas de mejora o explorar diferentes soluciones de rediseño.
6. Contrasta las propuestas obtenidas con las necesidades del producto, usuario, marca, producción y sustentabilidad.
7. Materializa el prototipo del empaque y ajusta sus características físicas.
8. Integra la propuesta gráfica: ilustración, tipografía, color, contenido y elementos de marca.
9. Presenta y justifica las decisiones de diseño.
10. Obtiene retroalimentación del grupo y del docente.

Recursos de apoyo

- Software de edición
- Computadora
- Internet
- Herramientas de IA
- Herramientas de diseño: cutter, X-acto, regla metálica, tapete de corte, cartones, pegamento, material de trazado, regla, escuadras.
- Listado de productos locales
- Plantillas de empaques

Unidad III: Empaque y Merchandising

Práctica 5: Diseño integral de empaque y display para punto de venta

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un producto real o hipotético y define el público objetivo, tipo de establecimiento y área de exhibición en anaquel.
3. Analiza las diferentes estrategias de acomodo y saturación visual según el tipo de compra (impulso, planeada, premium).
4. Conceptualiza la estrategia de diseño y componentes de sustentabilidad.

5. Define tipo de envase, empaque y sistema de embalaje.
6. Determina materiales, sistema de apertura-cierre, ergonomía y manipulación del producto.
7. Boceta la propuesta estructural mostrando líneas de corte, pliegue y sangrado (dieline).
8. Diseña la propuesta gráfica considerando jerarquía visual, impacto en anaquel, color, elementos de marca, etiquetado de seguridad, etc
9. Justifica las decisiones desde el impacto publicitario y la semiótica visual.
10. Selecciona el tipo de display (de mostrador, piso, modular o de exhibición promocional).
11. Define la capacidad de carga, relación estructural de empaque-envase, sistema de armado o ensamblaje, optimización de espacio e impacto de venta.
12. Desarrolla representación a través de vistas isométricas, alzados y mock-up de acomodo en anaquel.
13. Presenta el concepto, la estrategia comercial, la propuesta estructural y gráfica, y el sistema de display, indicando sus objetivos.
14. Obtiene retroalimentación del grupo y del docente.

Recursos de apoyo

- Cartón, papel ilustración, cartulina, etc
- Software de diseño (Illustrator, ArtiosCAD, Esko, o similar)
- Regla, escuadras, cutter, pegamento y tapete de corte
- Referentes visuales de retail y mock-ups
- Computadora
- Acceso a Internet

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I. Definiciones y clasificaciones de empaques

Práctica 1: Reconocimiento de marcas, envases, empaques y embalajes

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Distingue y selecciona los distintos tipos de establecimientos locales para la venta al público objetivo (supermercado, farmacia, tienda de conveniencia)
3. Acude al establecimiento y explora las diversas áreas de venta de productos según la naturaleza de estos (alimentos, bebidas, higiene y cuidado, productos premium, etc).
4. Documenta los productos revisados (marca, tipo de envase, empaque, embalaje, materiales usados, sistema de apertura-cierre, etiquetado de información obligatoria).
5. Clasificar los productos según las funciones (protección, contención, información y comercialización).
6. Hace un análisis comparativo de marcas y la relación entre el diseño y público objetivo (sensaciones del usuario: visuales, táctiles, olfativas, sonoras, etc.).

7. Registra la evidencia visual (fotografías, bocetos, apuntes, notas descriptivas, etc)
8. Organiza una tabla comparativa en la que integra las observaciones
9. Entrega el reporte y participa en sesión de retroalimentación grupal.

Recursos de apoyo

- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Lápiz o pluma y libreta de campo
- Seguro facultativo activo

Unidad II. Proceso proyectual del diseño de empaque

Práctica 2: Proceso de producción del empaque

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes y de seguridad por parte del personal para la realización de la práctica.
2. Acude al sitio de la práctica
3. Identifica tipos de impresión utilizados en empaques.
4. Observa el proceso de corte, suajado y armado.
5. Documenta tolerancias, tamaños mínimos y restricciones.
6. Elabora registro fotográfico en zonas autorizadas.
7. Completa una ficha técnica del proceso observado
8. Reflexiona sobre el proceso de producción del empaque
9. Presenta ficha técnica y participa en sesión de retroalimentación grupal.

Recursos de apoyo

- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Lápiz o pluma y libreta de campo
- Formato de ficha técnica
- Seguro facultativo activo

Práctica 3: Análisis integral del envase en industria regional

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Acude a la industria seleccionada (por ejemplo: industria del vino).
3. Atiende la explicación del personal de la empresa sobre el proceso productivo.
4. Identifica las etapas donde interviene el envase: llenado, sellado, etiquetado, embalaje y distribución.

5. Reconoce los componentes del sistema de envase (contenedor, etiqueta, tapa, sello, empaque secundario y embalaje).
6. Identifica materiales utilizados y su relación con la conservación del producto.
7. Analiza la información obligatoria del etiquetado.
8. Evalúa la relación entre diseño gráfico, tipo de producto y segmento de mercado.
9. Registra mediante notas, croquis y fotografías autorizadas.
10. Elabora un análisis que integre las observaciones del envase.
11. Entrega el reporte y participa en sesión de retroalimentación grupal.

Recursos de apoyo

- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Lápiz o pluma y libreta de campo
- Permiso de visita
- Seguro facultativo activo
- Formato de análisis

Unidad III. Empaque y Merchandising

Práctica 4: Análisis estratégico de empaque y merchandising en empresa de mercadotecnia.

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Distingue e identifica el perfil de la empresa a visitar, según el tipo de clientes, sector de especialización, alcance local, regional, nacional e internacional.
3. Diseña una guía de observación que incluya estrategias de posicionamiento, desarrollo de campañas, integración del empaque en la estrategia comercial, desarrollo del material y diseño de display.
4. Formula preguntas técnicas específicas para entrevistar al personal de la empresa.
5. Recorre las diversas áreas de la empresa.
6. Observa y registra el proceso de conceptualización de campañas, desarrollo de propuestas de empaque, diseño de exhibidores o material POP, criterios de aprobación del cliente.
7. Sistematiza la información obtenida e identifica la relación entre empaque y merchandising
8. Entrega el reporte y participa en sesión de retroalimentación grupal.

Recursos de apoyo

- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Lápiz o pluma y libreta de campo
- Seguro facultativo activo

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Simulación de casos reales
- Trabajo de campo guiado
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Práctica reflexiva / Práctica reflexiva en campo
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	10%
- Prácticas de taller y de campo	40%
- Tareas y actividades	10%
- Presentación para retroalimentación	10%
- Proyecto integral e innovador	30%
<i>Total</i>	100%

XII. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Jackson, P. (2022). *Creative packaging: One-piece packaging solutions*. Sendpoints.

Kumar, S., & Sharma, R. (Eds.). (2021). *Biobased packaging materials: Sustainable alternative to conventional packaging material*. Springer Singapore. [Clásica]

Mendoza Robledo, J. (2019). *Empaques, envases y embalajes: El producto y su recipiente*. Sello Editorial Javeriano. [Clásica]

Tynkkynen, N. (2025). *Sustainability in food packaging: Systems, actors and innovation*. Springer Nature Switzerland.

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Calver, G. (2007). *What is packaging design?* RotoVision. [Clásica]

Denison, E., & Cawthray, R. (1999). *Packaging prototypes*. RotoVision. [Clásica]

Herriot, L. (2011). *Packaging y plegado 2: Nuevos ejemplos de ingeniería del papel listos para usar*. Gustavo Gili. [Clásica]

Roth, L., & Wybenga, G. L. (2000). *The packaging designer's book of patterns* (2nd ed.). Wiley. [Clásica]

Canva. (s. f.). *Canva Magic Studio: Text to Image*. [Canva](#)

Fotor. (2026). *AI product design*. [Fotor](#)

Pacdora. (2026). *3D mockup generator*. [Pacdora](#)

The Packaging School. (2022). *Top free AI tools for packaging design*. [The Packaging School](#)

XIII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño, Mercadotecnia o Diseño Industrial, preferentemente posgrado en área afín, con conocimientos en producción de empaque, envase o embalaje y desarrollo de ideas creativas. Con experiencia profesional y docente de dos años demostrable en ámbitos de producción gráfica; ser una persona creativa, que propicie el trabajo colaborativo y con un alto sentido de interculturalidad y responsabilidad social.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Diseño Editorial
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 03 Horas Práctica de Campo: 01 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Gustavo Alonso Romero Robles Rita Sofia Trillo Gabaldon Rubén Avilés Reyes
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	6 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y pertenece al área de Diseño. Tiene el propósito de que el estudiantado conozca los elementos de diseño editorial y los aplique a través de maquetaciones en proyectos y/o simulaciones de productos editoriales impresos y/o digitales, utilizando una metodología de diseño en la modalidad individual y colaborativa. De igual manera que se considere el uso de sustratos, herramientas análogas, digitales y se identifiquen en el desarrollo del proyecto, tanto los costos según el método o medio de reproducción como los términos teórico-prácticos para brindar una justificación oral y escrita a través de una exposición donde se explique la solución del proyecto.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40112 Diseño Editorial** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Carolina Medina Zavala e Isabel Salinas Gutiérrez con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar productos editoriales a través de una metodología de diseño impreso y digital, para generar alternativas de solución a través de prototipos y/o maquetaciones que muestren la justificación y funcionalidad clara y estética de los proyectos con una actitud de disciplina, responsabilidad social y ética profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Productos editoriales simulados de manera digital y al menos un producto editorial impreso con el desarrollo de una metodología de diseño.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, Vanguardia e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Historia e introducción al diseño editorial

Competencia

Comprender los aspectos básicos del diseño editorial a través de la revisión histórica y los antecedentes de la impresión y digitalización de los medios de comunicación para generar el análisis práctico de proyectos editoriales de vanguardia existentes con pensamiento crítico, ética profesional y de responsabilidad social.

Contenido

- 1.1. Antecedentes del diseño editorial
- 1.2. Conceptos básicos del diseño editorial
- 1.3. Alcances de un proyecto editorial
- 1.4. Elementos del diseño editorial
 - 1.4.1. Metodología para la maquetación
 - 1.4.2. Formato y sustratos
 - 1.4.3. Caja tipográfica
 - 1.4.4. Retícula o grilla
 - 1.4.5. Color
 - 1.4.6. Tipografía
 - 1.4.7. Imagen
- 1.5. Análisis de casos de proyectos editoriales

Duración

04 horas

Unidad II. Estructura y producción de productos editoriales

Competencia

Analizar la estructura y producción de productos editoriales por medio del método de maquetación para conocer la estructura y los roles del proceso, con responsabilidad social y respeto.

Contenido

- 2.1. Formatos de las publicaciones editoriales
- 2.2. Estructura externa e interna de las publicaciones editoriales (libro, periódico, revistas)
- 2.3. El uso de la publicidad en las publicaciones editoriales
- 2.4. Roles para el trabajo editorial
- 2.5. Materiales y costos para la producción de las publicaciones editoriales
- 2.6. El proceso de registro de una obra editorial
- 2.7. Maquetación de una publicación editorial impresa
- 2.8. Aplicación de un método de maquetación a una publicación editorial impresa
- 2.9. Tecnologías emergentes e inteligencia artificial aplicadas al proceso editorial

Duración

04 horas

Unidad III. Diseño, desarrollo y maquetación de un producto editorial***Competencia***

Diseñar un proyecto editorial digital o impreso a través de una metodología y la implementación de herramientas de software especializado, tecnologías emergentes e inteligencia artificial (IA), para generar alternativas de solución, desarrollar la maquetación y presentar el discurso de diseño y los costos de producción, con disciplina, respeto, responsabilidad social y ética profesional.

Contenido

- 3.1. El briefing en un proyecto editorial
- 3.2. Metodología de diseño para un proyecto editorial
- 3.3. El desarrollo de una maquetación para un producto editorial con apoyo de herramientas de software especializado, tecnologías emergentes e inteligencia artificial (IA)
- 3.4. La presentación de un producto editorial
- 3.5. La publicación y difusión de una publicación editorial
- 3.6. Uso ético de recursos digitales e inteligencia artificial generativa

Duración

08 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER**Unidad I. Historia e introducción al diseño editorial****Práctica 1: Histomapa*****Duración***

05 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Realiza un histomapa que incluya antecedentes históricos del diseño editorial desde el medievo hasta el siglo XX.
3. Utiliza herramientas digitales y sus componentes de IA (canva, gamma, etc.) para su realización y entrega.
4. Aplica los criterios de originalidad, creatividad y composición.
5. Presenta tu histomapa con tus compañeros.
6. Recibe retroalimentación grupal y docente.

Recursos de apoyo

- Computadora

- Acceso a internet
- Acceso a herramientas digitales de edición y diseño

Práctica 2: Autopsia de una edición impresa

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Utiliza una revista libro, periódico impreso para trabajar
3. Analiza los componentes esenciales de la impresión, como retícula, topografía, jerarquías, uso del color, tipo de imágenes y tipo de maquetación
4. Especifica el tipo de población al que va dirigido.
5. Aplica el criterio de comprensión de la información.
6. Presenta el análisis a través de una presentación de herramientas digitales de edición y diseño.
7. Recibe retroalimentación grupal y docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso a internet
- Acceso a herramientas digitales de edición y diseño

Unidad II. Estructura y producción de productos editoriales

Práctica 3: Diagnóstico editorial comparativo

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Consulta en la biblioteca universitaria, en la hemeroteca o en un periódico local.
3. Selecciona un libro, un periódico y una revista.
4. Realiza un análisis de cada uno y compara los siguientes elementos: portada, contraportada, lomo, índice, créditos, secciones, jerarquía tipográfica, tipo de anuncios publicitarios, impacto visual.
5. Identifica los roles editoriales de cada uno (editor, diseño editorial, ilustración, fotografía)
6. Identifica los valores que transmite cada publicación.
7. Entrega diagnóstico editorial comparativo.
8. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora

- Acceso a internet
- Acceso a herramientas digitales de edición y diseño

Práctica 4: Boceto de un diseño editorial

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Integran equipos para simular una editorial.
3. Define el producto editorial a realizar (revista, periódico, libro)
4. Asigna los roles editoriales (director editorial, editor, diseñador, corrector de estilo, publicidad)
5. Utiliza herramientas digitales y de IA para definir el diseño con un método de maquetación que incluya criterios de composición, jerarquía, entre otros tratamientos visuales.
6. Realiza los ajustes pertinentes en el diseño, de acuerdo con los criterios editoriales definidos.
7. Calcula los materiales y costos.
8. Simula el registro editorial (ISBN, requisitos de derechos de autor).
9. Realiza la impresión de prototipo (producto en formato digital).
10. Entrega tu impresión del prototipo y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso a internet
- Acceso a herramientas digitales de edición y diseño

Unidad III: Diseño, desarrollo y maquetación de un producto editorial

Práctica 5: Diseño y maquetación de un fanzine contracultural

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Toma como referencia la estética y filosofía del movimiento punk y la cultura DIY inspirada en fenómenos como los fanzines surgidos alrededor de bandas como Sex Pistols y The Ramones y The Misfits caracterizados por:
3. Realiza fotocopias en alto contraste.
4. Traza tipografías recortadas (estilo ransom note)
5. Ilustra collage y apropiación visual.

6. Crea texturas crudas.
7. Diseña estética antisistema.
8. Estructura el briefing.
9. Utiliza metodología de diseño.
10. Implementa la maquetación análoga y digital.
11. Utiliza IA para explorar variantes de aplicación, difusión o adaptación digital del producto editorial.
12. Evalúa los resultados obtenidos y selecciona aquellos congruentes con el concepto, lenguaje visual y público definido.
13. Documenta las herramientas utilizadas y las modificaciones aplicadas a los resultados generados.
14. Presenta y publica.
15. Diseña estrategia de lanzamiento en redes.
16. Crea mini campaña teaser.
17. Propone colaboración con colectivos urbanos.
18. Distribuye en espacios culturales.
19. Retroalimentación grupal por el docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso a internet
- Documental: Beautiful losers
- Recortes de revistas impresas y fotografías libres de derechos
- Herramientas digitales de ilustración, maquetación, edición y diseño
- IA y tecnologías emergentes

Práctica 6. Revista alternativa de Street Art, Skateboarding e Historieta Urbana:

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones para el desarrollo de la práctica.
2. Explora la estética urbana vinculada al skateboarding y street art.
3. Realiza investigación documental sobre skate y arte urbano.
4. Analiza los referentes editoriales.
5. Define la estructura narrativa.
6. Plantea diseño como “Thrasher Magazine” (estética skate editorial)
7. Analiza a Banksy (intervención urbana crítica)
8. Investiga a Jean-Michel Basquiat (grafiti y neoexpresionismo)
9. Diseña portada con fotografía intervenida.
10. Examina el reportaje fotográfico urbano.
11. Práctica el manejo de blancos y saturación visual.
12. Traza una crónica ilustrada.

13. Dibuja sección de historieta (mínimo 4 páginas)
14. Documenta que es una página de manifiesto gráfico.
15. Fomenta la responsabilidad social (mensaje urbano)
16. Realiza maquetación análoga y digital.
17. Utiliza IA como apoyo para revisar la coherencia editorial, jerarquía visual, legibilidad y posibles áreas de mejora; contrasta las recomendaciones con los criterios definidos para el proyecto.
18. Imprime en formato digital.
19. Produce encuadernación análoga (grapa, hilo o doblado)
20. Retroalimentación grupal por el docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso a internet
- Documental: Exit through the gift shop
- Art and Life: The Story of Jim Phillips
- Recortes de revistas impresas y fotografías libres de derechos
- Herramientas digitales de ilustración, maquetación, edición y diseño
- IA y tecnologías emergentes

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad II. Estructura y producción de productos editoriales

Práctica 1: Visita una editorial

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de campo.
2. Asiste a la editorial de un periódico local.
3. Identifica la organización, diseño y producción de la editorial
4. Realiza un reporte de tres a cinco cuartillas sobre su visita al periódico local, que contenga información sobre el trabajo y producción editorial.
5. Entrega el reporte al docente para su revisión, retroalimentación docente y aprobación.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso a internet
- Permiso para la práctica de campo

Unidad III. Diseño, desarrollo y maquetación de un producto editorial

Práctica 2: Estudio de pertinencia editorial

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica de campo
2. Asiste a una institución educativa de nivel básico o medio superior de la localidad
3. Entrevista a docentes, alumnos y padres de familia sobre las necesidades para divulgar información necesaria para la comunidad académica.
4. Realiza un diagnóstico sobre las necesidades de divulgación de la información.
5. Elabora un brief editorial, captions, tabla de contenidos o rationale breve en inglés para un prototipo impreso o digital.
6. Realiza una propuesta editorial (periódico, revista, etc.) que plasme los conocimientos adquiridos en clase.
7. Presenta la propuesta editorial a los compañeros y docente.
8. Elabora una memoria breve de diseño editorial en inglés que describa audiencia, jerarquía, retícula y decisiones tipográficas.
9. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso a internet
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas
- Permiso para la práctica de campo

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje servicio
- Aprendizaje situado
- Discusión guiada
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Trabajo de campo guiado
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- | | |
|--------------------------|-----|
| - Evaluaciones parciales | 20% |
| - Prácticas taller | 20% |
| - Prácticas de campo | 10% |

- Tareas	20%
- Productos editoriales	30%
<i>Total</i>	100%

XII. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Centro Provincial de Información de Ciencias Médicas de Santiago de Cuba. (2022).

Principales aspectos de la producción científica y editorial de MEDISAN en el quinquenio 2017–2021. *MEDISAN*.

Rico Malacara, A. Y. (2023). Provincializar la producción editorial del conocimiento en ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 68(248).

Strauss, R., Volz, A., & Lidwell, W. (2023). *The elements of education for designers: 50 research-based principles every educator should know*. Routledge.

Wang, S. (2022). *Nuevo diseño editorial: Libros, revistas y otros formatos*. Hoaki.

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Álvarez Contreras, E. I., Brancoli Poblete, M. B., & Cisterna Chávez, F. H. (2022). Más allá del libro: Nuevas miradas del diseño editorial y la experiencia del lector en los Libros-RA.

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (159).

<https://doi.org/10.18682/cdc.vi159.6815>

Kundu, C., & Zheng, L. (2020). Deep multi-modal networks for book genre classification based on its cover. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2011.07658> [Clásica]

López-Carreño, R., Delgado-Vázquez, Á. M., & Martínez-Méndez, F. J. (2024). *Libros en abierto de las editoriales universitarias españolas*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7791127>

XIII. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta esta unidad de aprendizaje deberá tener el perfil profesional de Licenciado en Diseño Gráfico o Licenciado en Comunicación o áreas afines, preferentemente con posgrado y dos años de experiencia docente, así como contar con conocimientos en producción editorial, registro de publicaciones impresas y/o digitales ante alguna casa editora y la habilidad en el uso de herramientas digitales de diseño, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, creativa, analítica y que fomente el trabajo en equipo.



LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

School:	Faculty of Engineering, Architecture and Design, Ensenada
Major:	Bachelor's degree in strategic visual communication design, Blended Modality
Study Program:	2027-2
Learning Module Name:	Photographic Production
Number:	
Time distribution:	Class Hours: 01 Workshop Hours: 01 Field Practice Hours: 03 Out-of-Class Hours: 01 Credits: 06
Academic Development Phase:	Disciplinary
Module Type:	Compulsory
Requirements:	None
Mode of delivery:	In-person
Design Team:	Vannessa Lucía Sandoval Benavides Ana Erika Ruiz Arellano Claudia Rivera Torres Julio César Rincón Martínez
Approval of Assistant Dean(s):	Eunice Vargas Viveros
Date:	October 6, 2026
Approval and registration:	

II. PURPOSE OF THE LEARNING MODULE

This course develops competencies for managing and executing professional photographic productions in analog and digital environments. Students integrate creative, organizational, and advanced technical imaging skills through a strategic production approach that enables the selection and implementation of emerging technologies for visual storytelling across multiplatform communication contexts. This learning unit belongs to the disciplinary stage of the bachelor's degree in strategic visual communication and design, is required, and is part of the Technology knowledge area.

In the design of this learning unit, the scope and theoretical elements of 40105 Production Photographical, from the 2022-2 Curriculum of the Bachelor's Degree Program in Graphic Design, were used as a foundation. This course was developed by Christian Aracely Vargas Esparza and Jorge Alberto Cid Cruz, with the approval of the associate deans Daniela Mercedes Martínez Plata and Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

Plan and evaluate a professional photographic production that generates a sequence of images with strategic and narrative value through the application of advanced lighting techniques, the use of professional capture equipment, and digital retouching workflows, as well as the efficient management of human, technical, and financial resources, in order to construct persuasive and accessible visual messages aligned with the objectives of multiplatform visual communication projects, demonstrating creativity, technical excellence, and innovation.

IV. EVIDENCE OF LEARNING/ACHIEVEMENT

Develop a professional photographic portfolio documenting the creative, technical, and managerial processes involved in the photographic productions carried out throughout the course. The portfolio must demonstrate the application of emerging technologies, lighting strategies, professional equipment handling, and digital post-production techniques. It should include production planning, final photographic sequences, and the strategic justification of each project, evidencing visual quality, technical precision, narrative coherence, and an inclusive approach suitable for multiplatform visual communication environments.

V. PROFESSIONAL COMPETENCY OF THE GRADUATE PROFILE TO WHICH THE LEARNING UNITE CONTRIBUTES

Select, master, and apply emerging technologies and visual production tools analog, digital, and multimedia to integrate and evaluate visual communication strategies within accessible

multiplatform ecosystems centered on user experience, responding to project needs, transmedia narratives, and technological trends with empathy, inclusion, gender equity, and innovation.

VI. CROSS-CUTTING THEME TO WHICH THE LEARNING MODULE CONTRIBUTES

Vanguard; Excellence.; Social and Gender Equity; Inclusion.

VII. UNIT DESCRIPTIONS

Unit I. Introduction to the Photographic Studio

Competency

Analyze the technical, technological, and expressive foundations of the photographic studio as a professional environment for visual production by exploring specialized equipment, lighting systems, composition principles, and ethical considerations in image production.

Content

- 1.1. The photographic studio as a visual production ecosystem
 - 1.1.1. Types of studios and basic equipment
 - 1.1.2. Safety procedures, maintenance, and workspace organization
- 1.2. Fundamentals of artificial lighting
 - 1.2.1. Continuous light vs flash lighting
 - 1.2.2. Light modifiers and their visual effects
- 1.3. Professional image capture equipment
 - 1.3.1. Camera formats
 - 1.3.2. Lens types and focal lengths
 - 1.3.3. Support systems: tripods, monopods, stabilizers
 - 1.3.4. Technical settings: exposure, white balance, depth of field
- 1.4. Visual language in studio photography
 - 1.4.1. Composition, color, and texture in persuasive visual communication
 - 1.4.2. Introduction to photographic storytelling
- 1.5. Ethics and copyright in photography
 - 1.5.1. Ethical protocols for capturing and distributing images
 - 1.5.2. Image rights
 - 1.5.3. Responsible digital manipulation

Time Allotted

04 hours

Unit II. Preproduction

Competency

Plan photographic production projects through briefing analysis, visual research, and resource management to establish conceptual, logistical, and technical foundations for professional image production.

Content

- 2.1. Brief analysis and communication objectives
 - 2.1.1. Interpretation of project or campaign needs
 - 2.1.2. Definition of creative concept and persuasive message
- 2.2. Visual research
 - 2.2.1. Technological and aesthetic trends
 - 2.2.2. Moodboards and art direction proposals
- 2.3. Resource management
 - 2.3.1. Budget development and scheduling
 - 2.3.2. Production roles: photographer, assistant, stylist, model
- 2.4. Logistics and permits
 - 2.4.1. Location scouting and talent selection
 - 2.4.2. Accessibility and inclusion considerations
- 2.5. Technical planning
 - 2.5.1. Storyboards and lighting plan
 - 2.5.2. Equipment checklist

Time Allotted

02 hours

Unit III. Production

Competency

Execute studio and location photo sessions using professional lighting techniques, capture equipment, and effective direction of talent and production teams to produce images aligned with the communication goals of the project.

Content

- 3.1. Studio workflow
 - 3.1.1. Set design and equipment setup
 - 3.1.2. Communication with production team and talent

- 3.2. Studio lighting techniques
 - 3.2.1. Lighting schemes for product, fashion, and portrait photography
 - 3.2.2. Troubleshooting technical issues
- 3.3. Strategic image capture
 - 3.3.1. Model direction and composition
 - 3.3.2. Image quality verification during shooting
- 3.4. File management
 - 3.4.1. Tethered shooting workflows
 - 3.4.2. Backup and organization of RAW and JPG files

Time Allotted

06 hours

Unit IV. Postproduction

Competency

Process, edit, and retouch photographic images through professional digital workflows in order to produce final images that meet technical, aesthetic, and communicative standards for multiplatform visual communication.

Content

- 4.1. Digital workflow
 - 4.1.1. Image selection and cataloging
 - 4.1.2. Digital development using specialized software
- 4.2. Advanced retouching
 - 4.2.1. Editing in Adobe Photoshop
 - 4.2.2. Product retouching, skin retouching, and color grading
- 4.3. File preparation for platforms
 - 4.3.1. Formats and color profiles for digital and print media
 - 4.3.2. Optimization for web, social media, and print
- 4.4. Professional portfolio integration
 - 4.4.1. Selection of final images
 - 4.4.2. Strategic presentation of projects

Time allotted

04 hours

VIII. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES

Unit I. Introduction to the photographic studio

Practice 1: Exploring the photographic ecosystem

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Participate in a guided walkthrough of the photographic studio, identifying core equipment, safety regulations, maintenance protocols, and spatial organization standards.
3. Produce a visual inventory by documenting each studio area and piece of equipment, including annotated notes on functionality, handling procedures, and preventive care.
4. Submit a digital deliverable (presentation, PDF, or infographic) for critique and assessment.
5. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Fully equipped photographic studio
- Annotated visual inventory template
- Digital camera

Practice 2: Exploring lighting equipment

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Operate continuous light sources (tungsten, fluorescent, LED).
3. Experiment with distance, angle of incidence, and luminous intensity.
4. Connect and synchronize flash systems.
5. Adjust flash power output and triggering via cable or wireless trigger.
6. Compare exposure results between continuous and flash lighting.
7. Capture test images using different light modifiers (softbox, umbrella, beauty dish, diffusion panels).
8. Analyze how each modifier alters light quality (hard vs. soft; directional vs. diffused).

9. Submit a technical test gallery (minimum 5 images) including exposure settings and achieved lighting effects.
10. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Continuous and flash lighting units
- Professional DSLR or mirrorless camera
- Interchangeable lenses
- Light modifiers (softbox, umbrella, beauty dish, grids, diffusion panels)
- Sync triggers (wired or wireless)

Practice 3: Exploring capture equipment

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Operate professional cameras mounted on tripods.
3. Install cameras on various support systems (tripod, monopod, stabilizer).
4. Configure manual exposure parameters.
5. Capture test shots using multiple lenses (wide-angle, telephoto, macro).
6. Present one resulting image for critique.
7. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Professional DSLR or mirrorless camera with multiple lenses
- Support systems (tripods, monopods, stabilizers)
- Quick-reference camera configuration guide
- Test targets and objects

Unit II. Preproduction

Practice 4: Advertising image deconstruction

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.

2. Analyze a provided advertising photograph.
3. Identify composition, lighting scheme, framing, chromatic strategy, styling, art direction, and probable technical decisions.
4. Infer the original project brief, considering communication objective, target audience, client need, and persuasive strategy.
5. Define the underlying creative concept and articulate a central message aligned with the image.
6. Conduct concise visual research on aesthetic, technological, and stylistic references.
7. Develop a mood board including color palette, visual references, textures, lighting references, framing strategies, and art direction cues.
8. Produce a reconstructed brief (1–2 pages) integrating project description, communication objective, target audience, creative concept, persuasive message, visual references, and aesthetic justification.
9. Receive formative feedback.
10. Submit the mood board (PDF/JPG) and reconstructed brief.
11. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Instructor-provided advertising image
- Class notes
- Internet access
- Design software

Unit III. Production

Practice 5: Lighting scheme mastery

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Receive a reference product image emphasizing texture or transparency through lighting.
3. Rotate roles: photographer (framing and capture) and lighting assistant (light positioning and adjustment).
4. Install minimal scenography (background and base).
5. Configure camera on tripod.
6. Conduct iterative lighting tests observing real-time changes.
7. Replicate the lighting scheme of the reference image.

8. Capture final images ensuring focus accuracy, exposure precision, and narrative coherence.
9. Present the final image and justify the lighting setup.
10. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- DSLR or mirrorless camera
- Tripod
- Lenses
- Studio lighting kit
- Modifiers (softboxes, umbrellas, snoots, grids, flags, reflectors)
- Product table
- Assorted objects
- Backdrops

Practice 6: Live talent fashion session

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Prepare a prior mood board proposing lighting and art direction for a fashion portrait; select live talent.
3. Install scenography and lighting scheme based on concept.
4. Conduct a lighting test with a stand-in subject.
5. Execute the live fashion session.
6. Perform a preliminary selection and organize session files.
7. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Live talent.
- Wardrobe styling.
- DSLR or mirrorless camera.
- Studio lighting kit with triggers.
- Large softboxes, beauty dishes, reflectors.
- Computer/laptop.
- Seamless paper or fabric backdrop.

Unit IV. Postproduction

Practice 7: Cataloging, tagging, and narrative adjustment

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Receive a mixed batch of RAW/JPG files.
3. Create a new catalog in software (e.g., Adobe Lightroom, Capture One, Adobe Bridge).
4. Import images applying metadata (author, copyright, keywords).
5. Assign color labels (reject, candidate, final selection).
6. Select three final images maintaining narrative and chromatic coherence.
7. Perform primary adjustments (white balance, exposure, contrast, lens correction).
8. Synchronize adjustments across the series and refine individually.
9. Export high-quality JPEG files in sRGB color profile.
10. Present the three-image series for critique.
11. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Computer
- Editing software
- RAW/JPG image batch
- Workflow guide

Practice 8: Retouching and multiplatform output

Time

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Select one image for adaptation to three outputs: Instagram Story, website publication, and magazine print.
3. Apply advanced retouching techniques:
 - a. Product: background cleaning, dust removal, texture enhancement, selective sharpening.
 - b. Portrait/fashion: skin retouching, under-eye correction, eye enhancement, dodge & burn for volumetric modeling.

4. Adjust dimensions, resolution, and format according to output requirements.
5. Delivery organized folder including original file, high-resolution retouched file (PSD/JPG), and three final platform-specific exports.
6. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Computer
- Editing software (e.g., Adobe Photoshop)
- Original image file

IX. STRUCTURE OF FIELD PRACTICES

Unit I. Introduction to the photographic studio

Practice 1. Visual narrative at real context (Light hunting)

Time

12 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Address the challenge of constructing a visual narrative in an outdoor location by applying studio lighting principles and persuasive compositional strategies.
3. Select an exterior location offering diverse lighting conditions.
4. Define a narrative concept (e.g., urban contrasts, natural and artificial light interplay, textures and shadows).
5. Apply lighting control principles during image capture.
6. Select five final images that most effectively articulate the defined narrative concept.
7. Develop a technical-analytical sheet including:
 - a. Camera settings (aperture f-number, shutter speed in seconds, ISO sensitivity, focal length in mm).
 - b. Lighting conditions (natural/artificial source, directionality, modifiers employed).
8. Narrative intention (communicative objective of the image).
9. Present the photographic series for critique and formative assessment.
10. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Professional camera and memory cards
- Interchangeable lenses
- Portable flash unit
- Reflector
- Tripod or monopod

Unit II. Preproduction

Practice 2. From strategy to execution: Integrated preproduction simulation

Time

12 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Analyze and conceptualize a detailed simulated professional brief in collaborative teams.
3. Conduct a technical scouting visit to accessible locations (studio or real exterior site) to assess illuminance conditions, spatial dimensions, accessibility, and logistical feasibility.
4. Define the creative concept.
5. Develop a physical or digital mood board reflecting art direction decisions (color palette, texture references, lighting scheme, model attitude, framing strategy).
6. Assign production roles and define logistical and resource requirements.
7. Prepare a budget sheet, production timeline, and a detailed equipment checklist specifying photographic gear, lighting instruments, and accessories required.
8. Confirm location selection and required permits.
9. Consolidate all preliminary deliverables into a structured preproduction dossier and prepare a 10-minute professional pitch for presentation to a simulated client panel (instructor and peers).
10. Present and justify each strategic, creative, and logistical decision.
11. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Simulated professional brief
- Brief analysis template
- Physical mood board kit
- Budget template (Excel or Google Sheets)
- Production schedule template

- Simulated cost sheet
- Equipment checklist template
- Computer/laptop
- Internet access

Unit III. Production

Practice 3. Narrative construction through basic lighting scheme

Time

12 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice.
2. Execute a photo session in an authorized real location (interior or exterior) applying a basic lighting scheme under partially uncontrolled conditions.
3. Select a single subject or object for the entire session.
4. Install a fundamental lighting configuration: key light, fill light, and background or secondary light (subject to equipment availability).
5. Capture three images maintaining constant framing parameters: composition, subject, camera angle, and background.
6. Modify exclusively the lighting variables in each exposure:
 - a. Light intensity.
 - b. Distance between source and subject.
 - c. Correlated color temperature.
7. Predefine three distinct communicative intentions (e.g., dramatic, commercial, melancholic, elegant, aggressive, naturalistic).
8. Adjust lighting parameters according to each narrative intention without altering other technical variables.
9. Document lighting adjustments for each exposure (approximate intensity ratio, estimated distance in meters, color temperature in kelvin).
10. Select the three final images and produce a comparative analysis explaining how lighting modifications transform visual meaning.
11. Receive formative feedback.
12. Submit three edited digital photographs (JPEG format) for evaluation.
13. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Camera with full manual control

- Interchangeable lenses
- Continuous or flash lighting sources
- Basic modifiers (diffuser, reflector, white/black foam board)
- Class notes
- Basic editing software (e.g., Adobe Lightroom or Adobe Photoshop)

Unit III. Postproduction

Practice 12. Postproduction and validation at real context

Time

12 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Conduct a validation visit to the environment where the campaign will be deployed (e.g., retail point-of-sale, urban display, print publication layout, or simulated digital interface) to evaluate real viewing conditions such as scale, luminance, and audience interaction distance.
3. Develop a production brief describing the photographic project (e.g., Sustainable Fashion Campaign “URBAN ROOTS” for social media, web platforms, and billboard display), defining target audience, brand tone, and platform-specific delivery specifications.
4. Catalog, select, and tag images resulting from a photographic production (previous or newly executed).
5. Define the visual “look” of the series based on the brief and a coherent mood board, ensuring chromatic and narrative consistency.
6. Edit and retouch selected images using non-destructive workflow principles.
7. Select 3–5 final images and prepare them for inclusion in an academic/professional portfolio.
8. Present the final portfolio, projecting the images and articulating the strategic rationale behind aesthetic and technical decisions.
9. Submit the complete digital portfolio (final images, platform-specific adaptations, strategic justifications, and documented workflow evidence) organized in a structured directory for evaluation.
10. Receive feedback from the teacher.

Support resources

- Computer/laptop
- Professional camera

- Interchangeable lenses
- RAW/JPG image batch
- Editing and cataloging software (e.g., Adobe Lightroom or Adobe Photoshop)
- Preproduction brief
- Creative mood board
- Evaluation rubric

X. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework

On the first day of class, each instructor must establish the working methods, evaluation criteria, quality of academic work, and teacher-student rights and responsibilities.

Teaching strategies

- Problem- based learning
- Project- based learning
- Collaborative learning
- Case studies
- Guided discussion
- Field practice
- Simulation of real professional scenarios

Learning strategies

- Self- regulated learning
- Collaborative project development
- Visual research
- Field practice and reflective analysis
- Problem solving in professional contexts

XI. EVALUATION CRITERIA

Accreditation criteria

To be eligible for ordinary and extraordinary exams, each student must meet the attendance percentages established by the current School Statute. Grades are on a scale from 0 to 100, with a minimum passing grade of 60.

Assessment criteria

- Workshop practices	40%
- Field practices	40%
- Integrated photographic portfolio	20%
Total	100%

XII. BIBLIOGRAPHY

Resources of the UABC physical and digital library

Adams, R. (1996). *Beauty in photography: Essays in defense of traditional values*. Aperture. [clásica]

Hirsch, R. (2011). *Exploring color photography: From film to pixels*. Focal Press. [clásica]

Innes, M. (2012). *Iluminación en interiorismo*. Blume. [clásica]

Knight, C. (2017). *The dramatic portrait: The art of crafting light and shadow*. Rocky Nook. [clásica]

Lynn, G. (2008). *Fotografía: Manual de color e iluminación*. Universidad Nacional Autónoma de México. [clásica]

Macleod, S. (2009). *Postproducción en blanco y negro*. Blume. [clásica]

Prakel, D. (2014). *Iluminación*. Blume. [clásica]

Santamarina, P. (2010). *Control de la exposición en fotografía digital* [Tesis doctoral, Universitat de València].

Valenzuela, R. (2017). *La iluminación perfecta: Un innovador sistema de iluminación para fotografiar personas* (E. Gallud Jurado, Trad.). Anaya Multimedia. [clásica]

Freely Accessible or External Complementary Resources

Adobe. (2024a). *Guía del usuario de Lightroom Classic*. <https://helpx.adobe.com/mx/lightroom-classic/user-guide.html>

Adobe. (2024b). *Guía del usuario de Photoshop*.
<https://helpx.adobe.com/mx/photoshop/using.html>

Cotton, C. (2014). *The photograph as contemporary art*. Thames & Hudson. [clásica]

Freeman, M. (2013). *Guía completa de luz e iluminación en fotografía digital*. Blume. [clásica]

Freeman, M. (2018). *50 caminos hacia la creatividad fotográfica*. Blume. [clásica]

Sans, M. (2019). *Aprende a fotografiar productos como un profesional*. Editorial GG. [clásica]

Simmons, M. (2015). *Cómo crear una fotografía*. Editorial GG. [clásica]

XIII. TEACHER PROFILE

Bachelor's degree in graphic design, Visual Communication, Architecture, Visual Arts, or a related field, preferably with graduate studies. At least two years of teaching experience and professional experience in photographic production, advertising photography, multimedia content creation, and strategic visual communication. Demonstrated technical expertise in studio and location lighting, digital photography workflows, postproduction, and preparation of visual assets for multiplatform communication environments.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Diseño de Identidad Gráfica
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Gabriela De Jesus Bacelis Dorantes Marisol Montiel Berumen Vannessa Lucía Sandoval Benavides
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar la capacidad para analizar, conceptualizar y estructurar sistemas de identidad corporativa integrales a partir del estudio estratégico de organizaciones públicas, privadas y sociales mediante la vinculación tanto de la cultura organizacional, el posicionamiento, la narrativa visual y las aplicaciones multiplataforma en propuestas coherentes y pertinentes al contexto sociocultural y productivo. Esta unidad de aprendizaje es integradora, se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y contribuye al área de conocimiento de Diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA 40100 Diseño de Identidad Gráfica del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Anabel Cortez Burciaga y Paloma Rodríguez Valenzuela con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar sistemas de identidad corporativa mediante el análisis estratégico de organizaciones y la aplicación de fundamentos teóricos y metodológicos del diseño para estructurar propuestas coherentes que articulen identidad visual, narrativa institucional y aplicaciones en entornos físicos y digitales, con pensamiento crítico, ética profesional y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Desarrollo de un proyecto integral de identidad corporativa que incluya:

- Diagnóstico organizacional y análisis contextual
- Plataforma conceptual de marca (propósito, valores y posicionamiento)
- Sistema de identidad visual (logotipo, tipografía, color y retícula)
- Manual normativo de identidad corporativa
- Prototipos de aplicaciones impresas y digitales
- Presentación del proyecto

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual a partir del análisis de los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia; Responsabilidad Social y Vanguardia

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Conceptos básicos de la identidad gráfica

Competencia

Aplicar los fundamentos de la composición del diseño, mediante el análisis de los conceptos de la identidad gráfica y las necesidades del proyecto, para elaborar diseños de logotipos corporativos, con actitud creativa, responsable y honesta.

Contenido

- 1.1. Concepto de Identidad Gráfica
- 1.2. Identidad gráfica e Identidad corporativa
- 1.3. Elementos básicos de la Identidad Gráfica
- 1.4. Funciones de la Identidad Gráfica
- 1.5. El Nombre como identidad verbal
 - 1.5.1. Tipos de nombres
 - 1.5.2. Características del nombre
 - 1.5.3. Funciones del nombre
 - 1.5.4. Textos complementarios
- 1.6. El logotipo como elemento principal de la identidad gráfica
 - 1.6.1. Definición y clasificación de composiciones logotipadas
 - 1.6.2. Estructuras para la creación de logotipos
 - 1.6.3. Psicología de logotipos
 - 1.6.4. Tipografía
 - 1.6.5. Color
 - 1.6.6. Composición
 - 1.6.7. Textos descriptivos
- 1.7. Diagnóstico organizacional y arquitectura de marca
 - 1.7.1. Cultura organizacional y valores institucionales
 - 1.7.2. Imagen, reputación y posicionamiento
 - 1.7.3. Arquitectura de marca
 - 1.7.4. Análisis de stakeholders
- 1.8. Tecnologías emergentes e IA aplicadas a la ideación de identidad gráfica
 - 1.8.1. Exploración verbal y visual asistida por IA
 - 1.8.2. Originalidad, autoría y verificación de similitud

Duración

04 horas

Unidad II. Aplicaciones de la Identidad Gráfica

Competencia

Analizar las principales aplicaciones de identidad gráfica a través de la identificación de sus componentes, características y funciones, para el diseño oportuno de gráficos auxiliares

papelería corporativa, mascotas corporativas y rediseño de identidad, con actitud creativa, reflexiva, responsable y propositiva .

Contenido

- 2.1. Uso de gráficos auxiliares
 - 2.1.1. Patrones y texturas visuales
 - 2.1.2. Elementos gráficos de identidad
 - 2.1.3. Aplicación de gráficos auxiliares
- 2.2. Diseño de papelería corporativa
 - 2.2.1. Papelería básica
 - 2.2.2. Hoja Membretada
 - 2.2.2.1. Función de hoja membretada
 - 2.2.2.2. Elementos de hoja membretada
 - 2.2.2.3. Consideraciones técnicas
 - 2.2.3. Tarjeta de presentación
 - 2.2.3.1. Función de tarjeta de presentación
 - 2.2.3.2. Características de tarjeta de presentación
 - 2.2.3.3. Formatos de tarjeta de presentación
 - 2.2.3.4. Sustratos – materiales
 - 2.2.3.5. Impresión y acabados
 - 2.2.3.6. Consideraciones técnicas
 - 2.2.4. Otras aplicaciones de Papelería corporativa
- 2.3. Diseño de mascotas corporativas
 - 2.3.1. Valores físicos
 - 2.3.2. Valores psicológicos
 - 2.3.3. Características de los personajes corporativos
 - 2.3.4. Clasificación de personajes corporativos
 - 2.3.5. Uso de mascotas corporativas como elementos de influencia social
- 2.4. Rediseño de identidad gráfica
 - 2.4.1. Concepto de Rediseño de identidad
 - 2.4.2. Motivos para rediseñar
 - 2.4.2.1. Reubicar
 - 2.4.2.1. Gestionar el cambio
 - 2.4.2.1. Modernizar
 - 2.4.3. Análisis y casos de estudio
- 2.5. Aplicación del sistema gráfico en entornos físicos
 - 2.5.1. Señalética básica institucional
 - 2.5.2. Aplicación en fachadas y puntos de contacto
 - 2.5.3. Coherencia visual en soportes espaciales
- 2.6. Aplicación y simulación del sistema de identidad en entornos digitales
 - 2.6.1. Adaptación multiplataforma
 - 2.6.2. Simulación digital y tecnologías emergentes
 - 2.6.3. Consistencia visual entre aplicaciones físicas y digitales

Duración

04 horas

Unidad III. Desarrollo de identidad gráfica

Competencia

Desarrollar un proyecto integral de identidad gráfica mediante la aplicación de metodologías, fundamentos del diseño y criterios de gestión de activos físicos y digitales, para representar y normar la personalidad visual de un producto, servicio u organización en distintos soportes y plataformas, con responsabilidad, honestidad y creatividad.

Contenido

- 3.1. Definición del Manual de Identidad
- 3.2. Características del Manual de Identidad
- 3.3. Usos del Manual de Identidad
- 3.4. Componentes del Manual de Identidad
 - 3.4.1. Introducción
 - 3.4.2. Normas básicas de construcción
 - 3.4.2.1. Concepto visual
 - 3.4.2.2. Construcción geométrica
 - 3.4.2.3. Espacio vital
 - 3.4.2.4. Reducción mínima
 - 3.4.2.5. Usos
 - 3.4.2.6. Color
 - 3.4.2.6.1. Reproducción a una tinta
 - 3.4.2.6.2. Gama cromática
 - 3.4.2.6.3. Escala de grises
 - 3.4.2.6.4. Colores secundarios
 - 3.4.3. Tipografía y elementos de aplicación interna
 - 3.4.3.1. Tipografía corporativa
 - 3.4.3.2. Tipografía complementaria
 - 3.4.3.3. Tamaños y especificaciones
 - 3.4.3.4. Papelería corporativa
 - 3.4.4. Señalética interna y externa
 - 3.4.5. Parque móvil
 - 3.4.5.1. Automóviles corporativos
 - 3.4.5. Equipamiento y uniformes
 - 3.4.6. Aplicaciones en productos
 - 3.4.7. Aplicaciones en publicidad, promoción y relaciones públicas
- 3.5. Gestión de activos digitales de identidad
 - 3.5.1. Formatos y versiones de archivos
 - 3.5.2. Licencias y derechos de uso
 - 3.5.3. Control y consistencia multiplataforma
 - 3.5.4. Lineamientos para recursos generados o modificados con IA

Duración

08 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER**Unidad I. Conceptos básicos de la identidad gráfica****Práctica 1: Análisis estructural de sistemas de identidad existentes*****Duración***

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Selecciona tres casos de identidad gráfica institucional (sector público, privado y social).
3. Identifica tipo de composición marcaria (logotipo, isotipo, imagotipo e isologo).
4. Analiza la estructura formal, tipografía, color y metáfora visual.
5. Evalúa la coherencia entre nombre, signo y sector al que pertenece.
6. Elabora matriz comparativa con criterios formales y conceptuales.
7. Presenta conclusiones argumentadas y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bibliografía
- Acceso a internet
- Plantilla de matriz comparativa
- Software de diagramación
- Procesador de textos
- Software para diseñar presentaciones audiovisuales

Práctica 2: Diagnóstico estratégico y arquitectura de marca***Duración***

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Elige una organización para el desarrollo de las prácticas.
3. Analiza la organización y revisa información institucional para identificar cultura, valores, público objetivo y posicionamiento estratégico en su contexto sectorial.
4. Identifica elementos de identidad gráfica existentes y evalúa coherencia entre imagen, reputación y arquitectura de marca mediante una matriz comparativa fundamentada en criterios conceptuales.
5. Organiza los hallazgos en un esquema estructurado que sintetice stakeholders, funciones comunicativas y necesidades visuales prioritarias del proyecto.

6. Define oportunidades de diseño derivadas del análisis y establece lineamientos conceptuales preliminares que orienten la construcción del sistema marcario.
7. Integra el diagnóstico en un documento argumentado con referencias teóricas pertinentes.
8. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de diagnóstico organizacional
- Bibliografía sobre identidad corporativa
- Matriz de análisis de stakeholders
- Plataforma digital para documentación
- Proyector o pantalla

Práctica 3: Construcción estratégica del naming

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente
2. Revisa el diagnóstico estratégico previamente elaborado para identificar atributos centrales de la organización.
3. Genera propuestas de nombre mediante técnicas de ideación verbal y clasificación tipológica considerando funciones, características y viabilidad semántica.
4. Evalúa fonética, memorabilidad, coherencia conceptual y pertinencia sectorial de cada alternativa mediante criterios definidos.
5. Selecciona la propuesta más consistente y redacta la justificación estratégica sustentada en teoría de identidad verbal.
6. Integra resultados en un documento estructurado que incluya análisis comparativo.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de tipologías de naming
- Herramientas semánticas
- Software colaborativo (pizarra colaborativa y procesador de texto colaborativo)
- Rúbrica de evaluación conceptual

Práctica 4: Exploración formal y propuesta preliminar de logotipo

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Revisa el concepto estratégico y el naming aprobado.

3. Desarrolla bocetaje estructurado aplicando metáforas visuales, principios de composición y síntesis formal coherente con la identidad definida.
4. Explora alternativas tipográficas y cromáticas considerando la psicología del color y la legibilidad.
5. Utiliza IA como apoyo para ampliar o contrastar alternativas visuales a partir del concepto previamente desarrollado.
6. Evalúa la originalidad, pertinencia y posibles similitudes de los resultados obtenidos.
7. Selecciona propuestas viables y digitaliza tres opciones preliminares respetando proporciones y retícula básica.
8. Redacta argumentación técnica que justifique decisiones formales adoptadas.
9. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Papel y material de bocetaje
- Software de diseño vectorial
- IA y tecnologías emergentes
- Bibliografía de composición y color

UNIDAD II. Aplicaciones de la Identidad Gráfica

Práctica 5: Desarrollo del sistema gráfico auxiliar

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente
2. Analiza la estructura formal del logotipo aprobado.
3. Deriva patrones, tramas y elementos gráficos secundarios coherentes con la identidad visual definida.
4. Aplica el sistema cromático institucional y establece reglas de repetición y modulación.
5. Diseña composiciones modulares y prueba su adaptabilidad en distintos formatos.
6. Evalúa consistencia visual y funcionalidad técnica del sistema auxiliar desarrollado.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño vectorial
- Banco de referencias visuales
- Rúbrica de coherencia sistémica

Práctica 6: Diseño de papelería corporativa básica

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente
2. Revisa los lineamientos del sistema gráfico definido.
3. Diseña hoja membretada y tarjeta de presentación aplicando jerarquía tipográfica y estructura compositiva.
4. Define especificaciones técnicas, formatos y sustratos adecuados para cada pieza.
5. Integra elementos gráficos auxiliares asegurando coherencia visual.
6. Prepara archivos finales considerando normas de impresión y exportación digital.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño vectorial
- Software de edición de mapas de bits
- Guía de preparación de archivos
- Muestrarios de sustratos

Práctica 7: Aplicación gráfica en entorno físico institucional

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente
2. Analiza necesidades de señalización institucional derivadas del proyecto.
3. Diseña sistema básico de señalética considerando tipología, legibilidad y jerarquía visual.
4. Aplica identidad gráfica en fachadas o puntos de contacto físico, mediante simulaciones digitales y de IA para la simulación.
5. Compara las aplicaciones y valida su consistencia, flexibilidad y adaptabilidad.
6. Evalúa coherencia visual y adaptabilidad del sistema en soportes espaciales.
7. Documenta criterios técnicos y conceptuales utilizados en la aplicación.
8. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantillas de señalética
- Imágenes para mockups
- Software de edición gráfica
- IA y tecnologías emergentes
- Guía de accesibilidad visual

UNIDAD III. Desarrollo de identidad gráfica

Práctica 8: Normas técnicas de construcción

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente
2. Revisa la versión final del sistema marcario aprobado.
3. Define retícula geométrica y área de protección del logotipo con precisión técnica.
4. Establece reducción mínima y versiones cromáticas oficiales.
5. Determina usos correctos e incorrectos mediante ejemplos gráficos normados.
6. Organiza la información técnica en formato estructurado para manual.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software vectorial
- Manuales de identidad de referencia
- Guía de especificaciones técnicas

Práctica 9: Integración editorial del manual

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente
2. Revisa los componentes obligatorios del manual de identidad.
3. Define el índice y jerarquiza contenidos normativos del documento.
4. Integra especificaciones tipográficas, cromáticas y aplicaciones internas.
5. Aplica retícula editorial coherente con la identidad desarrollada.
6. Incorpora lineamientos para formatos, versiones, licencias, usos permitidos y adaptación de los activos digitales.
7. Establece criterios de registro, atribución y uso de recursos generados o modificados con IA, cuando corresponda.
8. Revisa la consistencia gráfica y claridad normativa del documento.
9. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diagramación
- Plantilla editorial
- IA y tecnologías emergentes
- Normas técnicas de exportación

Práctica 10: Presentación argumentada del proyecto integral

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente

2. Organiza la narrativa integral del proyecto desarrollado.
3. Sintetiza el diagnóstico, proceso creativo y decisiones formales adoptadas.
4. Integra aplicaciones impresas, digitales y físicas en una secuencia coherente.
5. Prepara argumentos técnicos que sustenten cada elección visual.
6. Presenta el proyecto ante el grupo y atiende observaciones.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Presentación digital
- Prototipos impresos o mockups
- Rúbrica de evaluación
- Equipo de proyección

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado

- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes
- Trabajo colaborativo
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	15%
- Prácticas taller	30%
- Proyecto integrador	55%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Airey, D. (2015). *Logo design love: A guide to creating iconic brand identities*. New Riders.

[clásica]

Carter, R. (2000). *Diseñado con tipografía 2: Logotipos, papelería de empresa, identidad corporativa*. RotoVision. [clásica]

Costa, J. (2011). *Identidad corporativa*. Trillas. [clásica]

Evamy, M. (2016). *Logotype*. Laurence King Publishing. [clásica]

Frutiger, A. (2015). *Signos, símbolos, marcas, señales: Elementos, morfología, representación, significación*. Gustavo Gili. [clásica]

Gardener, B. (2014). *Logo creación: El misterio, la magia y el método: Detrás del diseño, grandes logos*. Parramón. [clásica]

Herrera, E., & Leire, I. (2018). *Historias que marcan: Origen y significado de 50 marcas gráficas*. Gustavo Gili. [clásica]

Hoyos, R. (2016). *Branding: El arte de marcar corazones*. Ecoe Ediciones. [clásica]

Mono. (2006). *Identidad corporativa: Del brief a la solución final*. Gustavo Gili. [clásica]

Pagés, S. P. (2006). *Tarjetas comerciales 2: Nuevas formas de saludar*. Gustavo Gili. [clásica]

París, J. (2015). *La marca y sus significados*. Ediciones Haber. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Altamirano Galván, S. (2023). *Identidad corporativa: Una introducción*. Trillas.

Brands of the World. (2021). *Brands of the world*. <https://www.brandsoftheworld.com/> [clásica]

Costa, C. V. (2025). *Branding integral: La construcción de una marca viva*. ESIC Editorial.

Foroudi, M. M., & Foroudi, P. (2021). *Corporate brand design*. Routledge. [clásica]

Logopond. (s. f.). Logopond. <https://logopond.com/>

Rodríguez González, A. (2005). *Logo ¿qué?: Análisis teórico formal de los elementos que conforman el universo de la imagen corporativa*. Siglo XXI. [clásica]

Santana Villegas, J. R. (2024). *Introducción al estudio de la reputación corporativa y de los intangibles ligados a la comunicación*. Tirant lo Blanch México.

Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing brand identity: A comprehensive guide to the world of brands and branding*. John Wiley & Sons.

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual, Arquitectura o un área afín; con conocimientos en fundamentos históricos, morfológicos y normativos del diseño, así como el dominio técnico, manejo de IA generativa y tecnologías emergentes. Preferentemente, deberá contar con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente, así como dominio de metodologías de enseñanza teórico-prácticas y del software estándar de la industria. Se espera que sea una persona creativa, responsable e inclusiva y con firme compromiso con el trabajo colaborativo.



‡PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Discurso Audiovisual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Gustavo Alonso Romero Robles Armando Navarro Suárez Pedro Cortés González Rubén Guillermo García Martínez Claudia Rivera Torres
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es diferenciar los componentes del discurso audiovisual para crear narrativas con elementos visuales y sonoros. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiantado proponer estrategias para el discurso audiovisual. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Tecnología.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40111 Discurso Audiovisual** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Ervey Leonel Hernández Torres y Jorge Alberto Cid Cruz con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Crear discursos audiovisuales a partir de la interpretación adecuada del potencial narrativo de los elementos visuales y sonoros, para proponer estrategias de comunicación audiovisual aplicables a proyectos de diseño, con sentido crítico, innovación y asertividad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Propuesta audiovisual que contenga elementos del lenguaje audiovisual.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Vanguardia; Innovación Social e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Antecedentes y evolución del discurso audiovisual

Competencia

Evaluar los factores sociales e históricos característicos del discurso audiovisual en sus diferentes vertientes, a partir de la revisión teórica y práctica de casos representativos, para comprender sus aplicaciones a futuros proyectos audiovisuales, con objetividad, pensamiento crítico y actitud colaborativa.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un ensayo audiovisual donde demuestren los conocimientos adquiridos del lenguaje audiovisual a través de las herramientas vistas en la unidad de aprendizaje.

Contenido

- 1.1. Factores socio-históricos de los medios audiovisuales
- 1.2. Evolución del discurso cinematográfico
- 1.3. Evolución del discurso televisivo
- 1.4. Discurso audiovisual para contenidos en plataformas digitales

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Aumont, J. (1996). *Estética del cine: Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Paidós

Comunicación. [clásica]

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa. [clásica]

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós

Comunicación. [clásica]

Scolari, C. A. (2018). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

[clásica]

Stam, R. (2001). *Teorías del cine: Una introducción*. Paidós Comunicación. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

British Film Institute. (s. f.). *BFI Screenonline: Film and television history resources*.

<https://www.bfi.org.uk/screenonline>

Khan Academy. (s. f.). *Pixar in a Box: The art of storytelling*.

<https://www.khanacademy.org/computing/pixar>

Massachusetts Institute of Technology. (2019). *Introduction to video*. MIT OpenCourseWare.

<https://ocw.mit.edu/> [clásica]

UNESCO. (2021). *Media and information literacy curriculum for educators and learners*.

<https://unesdoc.unesco.org/> [clásica]

Vimeo. (s. f.). *Video School and Staff Picks*. <https://vimeo.com/blog/category/video-school/>

YouTube. (s. f.). *Every Frame a Painting*. <https://www.youtube.com/@everyframeapainting>

Unidad II. Estructuras y formatos para la planeación del discurso audiovisual

Competencia

Analizar las estructuras formales para la planeación de discursos audiovisuales, a través de la revisión de los diferentes formatos, para comprender sus aplicaciones a futuros proyectos audiovisuales, con creatividad, sentido crítico y respeto a la propiedad intelectual.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un guión con una extensión de entre 3 a 5 cuartillas con las características establecidas por el formato.

Contenido

2.1. Formatos para elaboración de guión

2.1.1. Formato de guión cinematográfico

2.1.2. Formato de guión televisivo

2.1.3. Formato de guión radiofónico

2.1.4. Formato de guión para plataformas digitales (redes sociales)

2.2. Formatos para la planeación de la producción audiovisual

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Aranda, D., & Pujol, C. (2015). *¿Cómo se estructura la trama de un guión audiovisual?*

Editorial UOC. [clásica]

Diamante, J. (2010). *De la idea al film*. Cátedra. [clásica]

Durand, M. (2015). Creatividad y radio. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 36(144). <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1991.144.51893> [clásica]

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press. [clásica]

Rabiger, M. (2003). *Directing: Film techniques and aesthetics* (3rd ed.). Focal Press. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Aprender Cine. (2025). *Guión literario: Formato, plantilla y videotutorial*.

<https://aprendercine.com/guion-literario-formato-plantilla/>

Fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en la Ciudad de México.

(2020). *Manual práctico de guión 2*.

<https://procine.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Manual%20de%20Guion-comprimido.pdf> [clásica]

Guías de cine CINEDFEST. (s. f.). *Guía de guión*.

https://centros.edu.xunta.gal/iesblancoamorculledo/aulavirtual/pluginfile.php/69177/mod_resource/content/2/GUIA-1-GUION_CinedFest.pdf

Peña, D. (2016). *Diseño de guiones para audiovisual: Ficción y documental*. Universidad Autónoma Metropolitana. [clásica]

Teichmann, R. (2018). *Escribir guion: Proceso creativo y reflexivo de construcción narrativa audiovisual*. Universidad Nacional de La Plata.

https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/74281/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1 [clásica]

Unidad III. Lenguaje audiovisual

Competencia

Crear un producto audiovisual con los elementos de su propio lenguaje, a partir de la revisión teórica y práctica de casos representativos, para satisfacer una necesidad comunicativa, con actitud innovadora, creativa e integradora.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Producto audiovisual con una duración de 3 a 5 minutos, en el que utilice el lenguaje audiovisual, de manera coherente, implementando los conocimientos adquiridos durante la unidad.

Contenido

- 3.1. Plano
- 3.2. Ángulos
- 3.3. Movimientos de cámara
- 3.4. Composición
- 3.5. Elementos sonoros
 - 3.5.1. Voz (diálogo, narrador, voz en off)
 - 3.5.2. Música
 - 3.5.3. Efectos sonoros (incidentales)
 - 3.5.4. Ambiente sonoro (room tone)
 - 3.5.5. Silencio
- 3.6. Profundidad de campo, color e iluminación
- 3.7. Montaje y edición
- 3.8. Ambientación y escenografía

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bordwell, D., & Thompson, K. (2023). *Film art: An introduction* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Brown, B. (2008). *Cinematografía: Teoría y práctica: La creación de imágenes para directores de fotografía, directores y operadores de video*. Omega. [clásica]

Dancyger, K. (2007). *The technique of film and video editing: History, theory, and practice*. Taylor & Francis. [clásica]

Katz, S. (2000). *Plano a plano: De la idea a la pantalla*. Plot Ediciones. [clásica]

Lancaster, K. (2019). *Basic cinematography: A creative guide to visual storytelling*. Routledge. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Bordwell, D., & Thompson, K. (2023). *Film art: An introduction* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Brown, B. (2016). *Cinematography: Theory and practice: Image making for cinematographers and directors* (3rd ed.). Routledge. [clásica]

Dancyger, K. (2007). *The technique of film and video editing: History, theory, and practice*. Taylor & Francis. [clásica]

Huang, Q., Xiong, Y., Rao, A., Wang, J., & Lin, D. (2020). *MovieNet: A holistic dataset for movie understanding*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2007.10937> [clásica]

Katz, S. (2000). *Plano a plano: De la idea a la pantalla*. Plot Ediciones. [clásica]

Lancaster, K. (2019). *Basic cinematography: A creative guide to visual storytelling*. Routledge.
[clásica]

Pardo, A., Caba Heilbron, F., León Alcázar, J., Thabet, A., & Ghanem, B. (2021). *MovieCuts: A dataset and benchmark for cut type recognition*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2109.05569>
[clásica]

Rojas, M. (2011). *Guía para la producción de material audiovisual de carácter educativo*.
Centro de Medios Audiovisuales.
[https://canal.uned.es/uploads/serialmaterial/Serie/1192/Guía para la producción de material audiovisual educativo.pdf](https://canal.uned.es/uploads/serialmaterial/Serie/1192/Gu%C3%ADa%20para%20la%20producci%C3%B3n%20de%20material%20audiovisual%20educativo.pdf) [clásica]

Universidad de Cádiz. (s. f.). *Herramientas de creación de materiales audiovisuales*.
<https://biblioteca.uca.es/apoyo-a-la-docencia/materiales-audiovisuales/>

Universidad de Valladolid. (2021). *El lenguaje audiovisual en Educación Primaria: El cine como recurso didáctico* [Trabajo académico en acceso abierto].
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/49312/TFG-G5029.pdf?sequence=1>
[clásica]

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Antecedentes y evolución del discurso audiovisual

Práctica 1: Análisis discursivo cinematográfico

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona un cortometraje e identifica si fue producido de forma convencional o con IA
3. Observa el cortometraje seleccionado
4. Analiza el discurso del cortometraje
5. Elabora un informe sobre su discurso
6. Recibe retroalimentación docente
7. Entrega su informe a su docente y lo sube a la plataforma indicada

Recursos de apoyo

- Proyector
- Bocinas
- Cortometraje
- Herramientas de inteligencia artificial
- Acceso a internet
- Equipo de cómputo (laptop, tablet, computadora de escritorio, entre otros)

Práctica 2: Análisis comparativo cinematográfico

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Si el cortometraje seleccionado en la práctica anterior fue producido de forma convencional, selecciona una película producida con IA; pero si fue producido con IA, selecciona una película producida de forma convencional
3. Observa la película seleccionada
4. Analiza el discurso audiovisual
5. Elabora un informe comparativo entre el discurso expuesto en el cortometraje de la práctica anterior y la película
6. Recibe retroalimentación docente
7. Entrega su informe a su docente y lo sube a la plataforma indicada

Recursos de apoyo

- Proyector
- Bocinas
- Cortometraje
- Herramientas de inteligencia artificial
- Acceso a internet
- Equipo de cómputo (laptop, tablet, computadora de escritorio, entre otros)

Unidad II. Estructuras y formatos para la planeación del discurso audiovisual

Práctica 3: Creación del podcast

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica, revisando los formatos de guion audiovisual (radiofónico y para plataformas digitales), los criterios de extensión (3 a 5 cuartillas) y los lineamientos de análisis crítico y respeto a la propiedad intelectual
2. Analiza referentes del cine y series mexicanas de horror paranormal de la década de los 90, identificando contexto, estilo narrativo, recursos sonoros y tratamiento del miedo como elemento discursivo
3. Crea el concepto de un podcast original de análisis audiovisual, definiendo título, público objetivo, enfoque crítico, duración estimada y plataforma de difusión (Spotify, YouTube, etc.)
4. Genera una escaleta que incluya todos los apartados de contenido distribuidos por minuto
5. Dibuja un esquema de planeación de producción (mapa de recursos) donde señales requerimientos técnicos, ambientación sonora, roles de participación, tiempos de grabación y organización del contenido
6. Desarrolla el guion completo del podcast en formato radiofónico o para medios digitales, incorporando: locución, transiciones, indicaciones de música, efectos sonoros, silencios dramáticos y ritmo discursivo
7. Justifica la elección del formato y las decisiones narrativas en función del medio de difusión y del tratamiento del tema; al final expone su propuesta ante la clase y recibe retroalimentación docente
8. Entrega el podcast en formato WAV o MP3 a su docente para su retroalimentación

Recursos de apoyo

- Audacity – Software libre para grabación y edición de audio
- Adobe (Adobe Audition) – Edición multipista y diseño sonoro
- Spotify for Podcasters – Distribución y publicación del proyecto
- Freesound – Banco de efectos sonoros con licencias abiertas para ambientación (respetando atribuciones)

- Plantillas de guión en:
 - BBC Writersroom – Ejemplos profesionales de estructura de guión
 - Celtx – Herramienta para formateo de guiones audiovisuales

Práctica 4: Diseño de escena breve

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. En equipos de 3 a 4 integrantes, diseña una escena breve (1–2 minutos) que incluya:
 - Dos personajes en diálogo
 - Desplazamiento dentro del espacio
 - Cambio de planos (mínimo 10 planos)
3. Antes de grabar:
 - Dibuja el esquema de los tres ejes
 - Marca la zona de acción (regla de 180°)
 - Define posiciones de cámara
 - Redacta el guion que incluya el diálogo y la acción principal de la escena, así como el título de la escena, personajes, descripción del espacio, acciones principales y el diálogo.
4. Graba la escena respetando los ejes establecidos
5. Realiza una segunda versión breve (30–45 segundos) en la que rompan intencionalmente uno de los ejes para observar el efecto visual que produce en la continuidad
6. En sesión grupal:
 - Proyecta ambas versiones
 - Identifica los errores o rupturas
 - Analiza el efecto perceptivo generado
7. Elabora un reporte breve que incluya:
 - Esquematiza de los ejes utilizados
 - Justifica de decisiones de cámara
 - Reflexiona sobre la ruptura del eje
 - Elabora conclusiones sobre la importancia de la continuidad
8. Recibe retroalimentación docente.
9. Entrega el reporte en PDF y suben el video a la plataforma indicada.

Recursos de apoyo

- Cámara (DSLR, mirrorless o celular)
- Tripie
- Proyector
- Bocinas
- Espacio interior para grabación
- Computadora con software de edición

UNIDAD III. Lenguaje audiovisual

Práctica 5: Construcción del sentido: plano, ángulo y composición

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica que consiste en una secuencia fotográfica narrativa (8–10 imágenes) con intención comunicativa clara (por ejemplo: campaña social universitaria, identidad de marca local, microhistoria emocional)
2. Revisa los conceptos: tipos de plano, ángulos y reglas de composición
3. Analiza brevemente de fragmentos de:
 - Roma
 - The Grand Budapest Hotel
4. Identifica la intención comunicativa en cada caso
5. Integra equipos de 3–4 estudiantes
6. Selecciona una necesidad comunicativa real (contexto UABC, comunidad local o emprendimiento estudiantil)
7. En equipo, realiza lo siguiente:
 - Intención comunicativa
 - Público objetivo
 - Emoción dominante
 - Guión visual breve (lista de planos)
8. Captura fotografías en el campus o entorno inmediato
9. Incluye al menos 1 plano general, 2 medios, 2 cerrados
10. Utiliza un mínimo 2 ángulos distintos (picado/contrapicado)
11. Aplica la regla de tercios o composición simétrica intencional
12. Realiza la selección y el orden narrativo de las fotografías
13. Elabora una justificación escrita breve (1 cuartilla)
14. Presenta el trabajo elaborado por equipos.
15. Entrega el trabajo y reciben retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Cámara DSLR o smartphone
- Proyector
- Rúbrica de análisis compositivo
- Fragmentos audiovisuales
- Software básico de edición (Canva, Lightroom, Snapseed)

Práctica 6: Movimiento, profundidad y luz: atmósfera audiovisual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones del docente para la realización del video atmosférico de 1–2 minutos sin diálogos, centrado en una emoción (tensión, nostalgia, esperanza, incertidumbre)
2. Realiza análisis de referencia:
 - Revisa las secuencias de:
 - Blade Runner 2049
 - In the Mood for Love
 - Identifica lo siguiente:
 - Tipo de movimiento
 - Uso de color
 - Profundidad de campo
 - Dirección de luz
3. Desarrolla la planeación técnica:
 - Integran equipos de 3–4 integrantes y realizan lo siguiente:
 - Define la emoción a transmitir
 - Elabora storyboard simple (6–8 viñetas)
 - Genera el plan de iluminación (natural o artificial)
4. Rodaje:
 - Considera lo siguiente:
 - Incluye un mínimo 3 tipos de movimiento (paneo, travelling, cámara en mano, tilt, etc.)
 - Utiliza variación de profundidad (fondo desenfocado o composición en capas)
 - Realiza un control consciente de temperatura de color
5. Edición preliminar:
 - Lleva a cabo el ajuste básico de color
 - Selecciona la música instrumental libre de derechos
6. Exhibición y crítica técnica:
 - Realiza una discusión centrada en coherencia atmósfera-intención
7. Entrega el trabajo y reciben retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Cámara o smartphone con estabilizador
- Lámparas portátiles
- Cartulinas blancas/negras (rebote y absorción)
- Software: CapCut, Premiere Rush or DaVinci Resolve

Práctica 7: Narrativa sonora y montaje

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica que consiste en una secuencia audiovisual de 1 minuto donde el sonido modifique radicalmente la interpretación de la imagen
2. Ejercicio detonador:
 - Realiza la visualización de escena de:
 - Jaws
 - A Quiet Place
 - Analiza el papel del sonido
3. Grabación base:
 - Integra equipos de 3–4 integrantes
 - Graba una escena neutra (por ejemplo: persona caminando por un pasillo)
 - Realiza la toma continua sin intención dramática evidente
4. Diseño sonoro:
 - Crea dos versiones distintas usando:
 - Música contrastante
 - Efectos ambientales
 - Silencios intencionales
 - Ritmo de edición diferente
5. Montaje comparativo:
 - Versión A (ejemplo: suspenso)
 - Versión B (ejemplo: comedia o documental)
6. Análisis grupal:
 - Realiza la reflexión sobre:
 - Ritmo
 - Corte directo vs. corte por continuidad
 - Función emocional del sonido
7. Entrega el trabajo y reciben retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Grabadora o celular
- Banco de sonidos libres
- Audacity o editor integrado
- Audífonos

Práctica 8: Proyecto integrador: micro producto audiovisual estratégico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones de su docente para la realización de un micro video de 2–3 minutos que responda a una necesidad comunicativa concreta (campaña universitaria, emprendimiento local, proyecto social)

2. Definición del reto:
 - El o la docente plantea 3 posibles problemáticas reales:
 - Cultura ambiental en campus
 - Identidad de programa académico
 - Promoción de evento cultural
 - En equipos de 3 a 4 integrantes aborda una problemática real
3. Preproducción:
 - En equipo elabora:
 - *Brief* estratégico
 - Público meta
 - Guion literario breve
 - Guion técnico
 - Lista de planos
 - Diseño de ambientación y escenografía
4. Producción:
 - Condiciones obligatorias:
 - Variedad de planos
 - 2 movimientos de cámara
 - Uso intencional de iluminación
 - Diseño sonoro cuidado
 - Propuesta básica de ambientación
5. Edición final:
 - En equipo realiza:
 - Montaje coherente
 - Corrección básica de color
 - Créditos
6. Presentación tipo *pitch*:
 - Realiza la justificación estratégica del producto
7. Entrega el trabajo y reciben retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Equipo de grabación
- Software de edición
- Plantilla de *brief* estratégico
- Rúbrica integral (lenguaje audiovisual y pertinencia comunicativa)

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

UNIDAD I. Antecedentes y evolución del discurso audiovisual

Práctica 1: El cine como documento socio-histórico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Visualiza dos películas programadas en cartelera cultural local (preferentemente cine de autor o clásico restaurado)
3. Utiliza una guía de observación con la finalidad de obtener información del contexto histórico de producción, representación de clases sociales, ideología implícita y recursos formales dominantes
4. Realiza el registro etnográfico del espacio en el que identifica el tipo de público, la dinámica de consumo cultural y los discursos promocionales del recinto
5. Lleva a cabo una discusión in situ a través de un conversatorio grupal guiado: ¿Qué visión de sociedad propone la obra?, ¿Qué elementos formales responden a su época?
6. Realiza el llenado de una matriz comparativa con la finalidad de conocer el contexto sociopolítico, discurso narrativo, recursos técnicos y la intención ideológica de las dos películas visualizadas.
7. Entrega el trabajo y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Guía de análisis impresa
- Grabadora o libreta de campo
- Acceso a cartelera cultural
- Rúbrica de pensamiento crítico

Práctica 2: Espacios de memoria audiovisual y cultura visual urbana

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Realiza un recorrido guiado por un museo de imagen, archivo histórico municipal o exposición temporal relacionada con medios con la finalidad de que visualice las cámaras antiguas, carteles cinematográficos y equipos de edición analógica
2. Lleva a cabo el registro fotográfico autorizado a través de la captura de piezas que evidencian la evolución tecnológica
3. Responde, en equipo integrado por 3-4 personas, lo siguiente: ¿Cómo influyó la tecnología en el discurso?, ¿Qué transformaciones sociales se evidencian?

4. Realiza una discusión colectiva en la que relacionan la tecnología, la industria cultural y la identidad social
5. Elabora, en equipo, un ensayo visual en el que incluye la siguiente estructura: imagen, descripción histórica y reflexión crítica
6. Entrega el trabajo y recibe retroalimentación docente

Unidad II. Estructuras y formatos para la planeación del discurso audiovisual

Práctica 3: Visita a estudio de televisión

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones del docente para la realización de la práctica
2. Acude al sitio de la visita
3. Participa en el recorrido guiado
4. Analiza el equipo y el flujo de trabajo
5. Elabora un informe de campo
6. Entrega el informe al docente y lo sube a la plataforma indicada para recibir retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Bitácora de campo
- Cámara fotográfica
- Medio de transporte

Práctica 4: Construcción de guion audiovisual a partir de la observación de un espacio público

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones de su docente para la realización de la práctica (elementos básicos de un guion audiovisual, cómo identificar situaciones narrativas en contextos reales y técnicas básicas de observación etnográfica para fines narrativos)
2. Selecciona, en equipos de 3 integrantes, una locación exterior
3. Acude al sitio seleccionado
4. Observa y documenta de manera escrita, y a través de fotografías, lo siguiente:
 - Personajes potenciales (por ejemplo: vendedor ambulante, padre con su hijo, artista urbano, deportistas, personas mayores, entre otros)
 - Situaciones narrativas (encuentros, conflictos, actividades cotidianas, momentos emotivos)

- Elementos del espacio que puedan funcionar como escenario (por ejemplo: bancas, senderos, áreas verdes, monumentos, espacios de reunión)
5. Identifica el conflicto narrativo y con base en la observación realizada en el punto anterior, desarrolla una situación narrativa potencial en la que deben definir lo siguiente:
 - Personaje principal
 - Personaje secundario
 - Objetivo del personaje principal
 - Conflicto o problema
 - Posible resolución
 6. Construye la historia en la que se deben considerar los siguientes aspectos:
 - Logline
 - Resumen de la historia en una sola frase
 - Sinopsis
 - Descripción breve de la historia
 - Estructura narrativa: inicio, desarrollo, clímax y desenlace
 7. Redacta el guion audiovisual a partir de la historia desarrollada en el punto anterior: encabezado de escena, descripción de acciones, ambiente, movimientos de personajes y acciones relevantes
 8. Socializa el resultado y recibe retroalimentación del grupo. Cada equipo presenta brevemente la historia desarrollada, el conflicto narrativo y una lectura breve del guion
 9. Entrega la versión final del guion y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Cuaderno de campo o libreta
- Teléfonos móviles para registro fotográfico
- Plantillas de análisis narrativo
- Formato básico de guion audiovisual

Unidad III. Lenguaje audiovisual

Práctica 5: Registro de sonido directo y paisaje sonoro

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona, en equipos de 3 integrantes (operador de cámara, sonidista, asistente), una locación exterior o interior pública.
3. Realiza 3 ejercicios de captura:
 - Ejercicio 1: Registro de ambiente (wild track)
 - Graba 2 minutos continuos de sonido ambiente sin diálogo
 - Mantiene niveles estables
 - Evita la manipulación innecesaria del micrófono
 - Registra hora y características del entorno

- Ejercicio 2: Diálogo en entorno real
 - Graba una escena breve (1 minuto) con diálogo
 - Utiliza micrófono boom o lavalier (si se dispone)
 - Controla distancia y dirección del micrófono
 - Monitorea con audífonos
 - Ejercicio 3: Sonidos incidentales
 - Registra 5 sonidos específicos del entorno (puerta, pasos, viento, objetos, maquinaria, etc.)
 - Graba en un plano cercano y limpio.
4. Organiza el material por categorías:
 - Ambiente
 - Diálogo
 - Incidentales
 5. Elabora un reporte que incluya:
 - Descripción de la locación
 - Tipo de micrófono utilizado
 - Problemas encontrados (ruido, viento, saturación)
 - Decisiones técnicas tomadas
 - Reflexión sobre cómo el sonido construye sentido narrativo
 6. Entrega:
 - Archivo de audio organizado
 - Secuencia editada
 - Reporte en PDF
 7. Recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Grabadora digital o cámara con entrada de audio
- Micrófono boom o lavalier
- Audífonos cerrados
- Paravientos (deadcat si es posible)
- Software de edición de audio o video
- Computadora portátil

Práctica 6: Aplicación integral del lenguaje audiovisual

Duración

10 horas

Procedimiento

Sesión 1. Preproducción (2 horas)

1. Atiende las indicaciones de su docente
2. Conformar equipos de 3 a 5 integrantes
3. Definir una idea narrativa breve (ficción o documental)

4. Elabora:
 - Sinopsis (media cuartilla)
 - Guion
 - Storyboard básico
 - Desglose de producción
5. Identifica locaciones reales para rodaje
6. Planifica ejes de acción y continuidad espacial
7. Diseña propuesta básica de sonido (ambiente, diálogos, incidentes)

Sesión 2. Producción (3 horas)

1. Realiza el rodaje en locación real (fuera del aula)
Aplica conscientemente:
 - Tipos de planos y encuadre
 - Ángulos de cámara
 - Regla de los 180°
 - Continuidad de movimiento y mirada
 - Captura adecuada de sonido directo
2. Registra wildtrack del espacio
3. Lleva bitácora de rodaje

Sesión 3. Postproducción (3 horas)

- Edita el material respetando continuidad narrativa y espacial
- Ajusta los niveles de audio
- Incorpora ambiente e incidentes cuando sea necesario
- Cuida el ritmo y la coherencia discursiva
- Exporta versión final (formato MP4, Full HD recomendado)

Sesión 4. Análisis y reflexión (2 horas)

Elabora un documento reflexivo (2-3 cuartillas) que incluya:

- Justificación narrativa
- Decisiones de lenguaje audiovisual
- Uso de ejes y continuidad
- Estrategia sonora
- Dificultades encontradas en campo
- Autoevaluación crítica del resultado final

Recursos de apoyo

- Cámara o dispositivo móvil con capacidad HD
- Tripié
- Micrófono externo (boom o lavalier)
- Audífonos de monitoreo

- Software de edición
- Computadora
- Locación real

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Trabajo de campo guiado

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica en campo
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
Prácticas de taller/campo	40%
- Propuesta audiovisual	40%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Medios Audiovisuales, en Comunicación o áreas afines, con conocimientos avanzados en comunicación audiovisual; preferentemente con estudios de posgrado en comunicación, producción audiovisual o área afín y con dos años de experiencia docente. Dominio de métodos de enseñanza teórico-prácticos, uso de herramientas digitales de vectorización, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, analítica e innovadora.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Señalización y Señalética
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 01 Horas Práctica de Campo: 03 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Claudia Rivera Torres María Fernanda Arriaga Osuna Ana Erika Ruiz Arellano
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar en el estudiantado capacidades para el análisis, conceptualización, diseño y evaluación de sistemas de señalización y señalética para entornos físicos y digitales, a través de la integración de fundamentos teóricos, metodológicos y tecnológicos propios de la comunicación visual, así como la incorporación del enfoque estratégico y de gestión de proyectos de señalización y señalética, a partir de la experiencia del usuario, la accesibilidad universal, la inclusión y la integración en ecosistemas multiplataforma, con pertinencia social, cultural e innovación. Esta unidad de aprendizaje se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40106 Diseño de Señalización y Señalética** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por José Ramón Rodríguez Esquer y Susana Rodríguez Gutiérrez con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar sistemas integrales de señalización y señalética mediante el análisis contextual, la aplicación de metodologías de diseño centrado en el usuario, el uso de tecnologías de representación y prototipado, y la gestión estratégica del proyecto, para orientar, informar y mejorar la experiencia de las personas en entornos físicos, digitales e híbridos, con criterios de accesibilidad universal, sostenibilidad e interculturalidad, creatividad, innovación y responsabilidad social.

III. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elaboración de portafolio de trabajo en versión digital que evidencien de manera estructurada lo siguiente:

- Proyecto integral de sistema de señalización y señalética para un entorno real, que incluya diagnóstico contextual, investigación de usuarios, conceptualización, desarrollo gráfico, prototipado, manual normativo y plan de implementación.
- Informe estratégico de gestión y evaluación del sistema de señalización y señalética que contemple análisis de viabilidad, cronograma, presupuesto estimado, indicadores de experiencia del usuario y propuesta de mejora basada en pruebas piloto.

IV. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción,

promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

V. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Inclusión; Interculturalidad; Equidad Social y de Género; Vanguardia, Excelencia e Innovación Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos teóricos de la señalización y señalética

Competencia

Analizar los fundamentos históricos, teóricos y normativos de la señalización y la señalética mediante la interpretación de sistemas de significación visual y marcos regulatorios, para conceptualizar propuestas pertinentes a diversos contextos culturales, sociales y tecnológicos con actitud crítica y responsabilidad.

Contenido

- 1.1. Naturaleza y función de la señalética y señalización
 - 1.1.1. Conceptos y tipologías
 - 1.1.2. Clasificación de la señalización
 - 1.1.2.1. Señales obligatorias
 - 1.1.2.2. Señales de prohibición
 - 1.1.2.3. Señales preventivas
 - 1.1.2.4. Señales informativas
 - 1.1.3. Orientación espacial
 - 1.1.4. Comunicación ambiental
 - 1.1.5. Experiencia del usuario
- 1.2. Historia y evolución de la señalética y señalización
 - 1.2.1. Movimientos y referentes
 - 1.2.2. Sistemas icónicos internacionales
 - 1.2.3. Diseño moderno y universal
 - 1.2.4. Tendencias contemporáneas
 - 1.2.5. Señalización digital
- 1.3. Sistemas de significación visual
 - 1.3.1. Semiótica aplicada
 - 1.3.2. Códigos y convenciones
 - 1.3.3. Iconografía
 - 1.3.4. Tipografía funcional
 - 1.3.5. Psicología de la percepción
 - 1.3.6. El color aplicado a la señalización
 - 1.3.6.1. Color en señales de obligación
 - 1.3.6.2. Color en señales de prohibición
 - 1.3.6.3. Color en señales preventivas

- 1.3.6.4. Color en señales informativas
- 1.4. Normativa y accesibilidad
 - 1.4.1. Normas internacionales
 - 1.4.2. Normas nacionales
 - 1.4.3. Accesibilidad universal
 - 1.4.4. Inclusión y equidad
 - 1.4.5. Diseño universal
 - 1.4.6. Seguridad y regulación
- 1.5. Enfoque estratégico en proyectos de señalización y señalética
 - 1.5.1. Diagnóstico contextual
 - 1.5.2. Análisis de stakeholders
 - 1.5.3. Definición de objetivos estratégicos
 - 1.5.4. Indicadores de desempeño
 - 1.5.5. Sostenibilidad

Duración

04 horas

Unidad II. Diseño y desarrollo de sistemas de señalización y señalética

Competencia

Desarrollar sistemas de señalización y señalética mediante la aplicación de metodologías de diseño centrado en el usuario, herramientas tecnológicas y criterios de producción, para generar soluciones funcionales, estéticas y estratégicamente viables con creatividad y compromiso social.

Contenido

- 2.1. Enfoques metodológicos contemporáneos
 - 2.1.1. Design Thinking
 - 2.1.2. Doble diamante
 - 2.1.3. Diseño centrado en el usuario
 - 2.1.4. Diseño universal
 - 2.1.5. Metodologías ágiles en proyectos de comunicación visual
- 2.2. Metodología de diseño aplicada a la señalética
 - 2.2.1. Fase de investigación y definición
 - 2.2.2.1. Análisis del entorno físico y social
 - 2.2.2.2. Identificación de problemáticas de orientación
 - 2.2.2.3. Análisis de flujos y recorridos
 - 2.2.2.4. Detección de puntos de decisión
 - 2.2.2.5. Definición del problema estratégico
 - 2.2.3. Fase de ideación y conceptualización
 - 2.2.3.1. Generación de conceptos rectores
 - 2.2.3.2. Definición de criterios formales
 - 2.2.3.3. Coherencia con identidad institucional
 - 2.2.3.4. Determinación de jerarquías informativas
 - 2.2.3.5. Lineamientos de tono y lenguaje visual

- 2.2.4 Fase de desarrollo y prueba
 - 2.2.4.1. Bocetaje estructural
 - 2.2.4.2. Desarrollo de retículas
 - 2.2.4.3. Prototipado preliminar
 - 2.2.4.4. Validación interna
 - 2.2.4.5. Ajustes iterativos
- 2.3. Investigación de usuarios y análisis de experiencia
 - 2.3.1. Caracterización de usuarios
 - 2.3.1.1. Segmentación
 - 2.3.1.2. Necesidades funcionales
 - 2.3.1.3. Diversidad cultural
 - 2.3.1.4. Ergonomía, capacidades físicas y cognitivas
 - 2.3.1.5. Perspectiva de género e inclusión
 - 2.3.2. Técnicas de investigación
 - 2.3.2.1. Observación directa
 - 2.3.2.2. Entrevistas estructuradas
 - 2.3.2.3. Mapas de recorrido
 - 2.3.2.4. Encuestas
 - 2.3.2.5. Pruebas de usabilidad
 - 2.3.3. Experiencia del usuario en entornos físicos
 - 2.3.3.1. Wayfinding
 - 2.3.3.2. Legibilidad y visibilidad
 - 2.3.3.3. Tiempo de decisión
 - 2.3.3.4. Carga cognitiva
 - 2.3.3.5. Señalización intuitiva
 - 2.3.4. Experiencia en entornos híbridos y digitales
 - 2.3.4.1. Integración QR, NFC y realidad aumentada
 - 2.3.4.2. Interfaces complementarias
 - 2.3.4.3. Microinteracciones
 - 2.3.4.4. Señalización dinámica
 - 2.3.4.5. Accesibilidad digital
- 2.4. Desarrollo gráfico del sistema
 - 2.4.1. Sistema tipográfico
 - 2.4.1.1. Selección tipográfica
 - 2.4.1.2. Jerarquización textual
 - 2.4.1.3. Contraste y legibilidad
 - 2.4.1.4. Escalabilidad
 - 2.4.1.5. Pruebas de reducción
 - 2.4.2. Sistema iconográfico
 - 2.4.2.1. Síntesis formal
 - 2.4.2.2. Consistencia estilística
 - 2.4.2.3. Sistema modular
 - 2.4.2.4. Estándares internacionales
 - 2.4.2.5. Validación intercultural
 - 2.4.3. Sistema cromático

- 2.4.3.1. Psicología del color
 - 2.4.3.2. Contrastes normativos
 - 2.4.3.3. Código cromático funcional
 - 2.4.3.4. Adaptabilidad lumínica
 - 2.4.3.5. Accesibilidad visual
 - 2.4.4. Composición y retícula
 - 2.4.4.1. Sistemas modulares
 - 2.4.4.2. Alineación estructural
 - 2.4.4.3. Equilibrio visual
 - 2.4.4.4. Proporción
 - 2.4.4.5. Adaptabilidad espacial
- 2.5. Prototipado y validación
 - 2.5.1. Tipos de prototipos
 - 2.5.1.1. Bocetos físicos
 - 2.5.1.2. Mockups digitales
 - 2.5.1.3. Modelos a escala
 - 2.5.1.4. Prototipos funcionales
 - 2.5.1.5. Simulaciones espaciales
 - 2.5.2. Validación con usuarios
 - 2.5.2.1. Pruebas piloto
 - 2.5.2.2. Tiempos de orientación
 - 2.5.2.3. Evaluación de comprensión
 - 2.5.2.4. Registro de errores
 - 2.5.2.5. Retroalimentación estructurada
 - 2.5.3. Iteración y mejora continua
 - 2.5.3.1. Análisis de resultados
 - 2.5.3.2. Ajustes formales
 - 2.5.3.3. Ajustes funcionales
 - 2.5.3.4. Optimización de materiales
 - 2.5.3.5. Documentación de cambios
- 2.6. Integración en ecosistemas digitales e híbridos
 - 2.6.1. Señalización digital interactiva
 - 2.6.1.1. Pantallas dinámicas
 - 2.6.1.2. Sistemas inteligentes
 - 2.6.1.3. Contenido adaptable
 - 2.6.1.4. Señalización en tiempo real
 - 2.6.1.5. Gestión remota
 - 2.6.2. Narrativas transmedia en señalización
 - 2.6.2.1. Continuidad informativa
 - 2.6.2.2. Ecosistemas multiplataforma
 - 2.6.2.3. Experiencia expandida
 - 2.6.2.4. Identidad integrada
 - 2.6.2.5. Comunicación estratégica
 - 2.6.3. Manual normativo del sistema
 - 2.6.3.1. Lineamientos gráficos

- 2.6.3.2. Especificaciones técnicas
- 2.6.3.3. Aplicaciones correctas e incorrectas
- 2.6.3.4. Escenarios de uso
- 2.6.3.5. Actualización del sistema

Duración

06 horas

Unidad III. Gestión, implementación y evaluación de sistemas de señalización y señalética

Competencia

Gestionar la implementación y evaluación de sistemas de señalización y señalética mediante herramientas administrativas y de análisis de impacto, así como la valoración de tecnologías emergentes y soluciones apoyadas por inteligencia artificial, para asegurar su viabilidad, efectividad y mejora continua considerando su pertinencia, limitaciones, accesibilidad y tratamiento responsable de los datos, con ética profesional y responsabilidad social.

Contenido

- 3.1. Planeación estratégica del proyecto
 - 3.1.1 Definición de alcance
 - 3.1.1.1. Objetivos del proyecto
 - 3.1.1.2. Entregables
 - 3.1.1.3. Límites y restricciones
 - 3.1.1.4. Indicadores de éxito
 - 3.1.1.5. Análisis de riesgos
 - 3.1.2. Cronogramas y fases
 - 3.1.2.1. Estructura de actividades
 - 3.1.2.2. Ruta crítica
 - 3.1.2.3. Asignación de tiempos
 - 3.1.2.4. Seguimiento y control
 - 3.1.2.5. Herramientas digitales
 - 3.1.3 Gestión de equipos interdisciplinarios
 - 3.1.3.1. Roles y responsabilidades
 - 3.1.3.2. Comunicación efectiva
 - 3.1.3.3. Coordinación técnica
 - 3.1.3.4. Liderazgo colaborativo
 - 3.1.3.5. Resolución de conflictos
- 3.2. Presupuesto y viabilidad
 - 3.2.1 Estimación de costos
 - 3.2.1.1. Materiales
 - 3.2.1.2. Producción
 - 3.2.1.3. Instalación
 - 3.2.1.4. Mantenimiento
 - 3.2.1.5. Actualización tecnológica

- 3.2.2 Modelos de gestión financiera
 - 3.2.2.1. Cotización
 - 3.2.2.2. Análisis costo-beneficio
 - 3.2.2.3. Retorno de inversión
 - 3.2.2.4. Sustentabilidad económica
 - 3.2.2.5. Escalabilidad
- 3.2.3. Innovación social y sostenibilidad
 - 3.2.3.1. Materiales ecológicos
 - 3.2.3.2. Impacto ambiental
 - 3.2.3.3. Inclusión social
 - 3.2.3.4. Responsabilidad ética
 - 3.2.3.5. Economía circular
- 3.3. Producción e implementación
 - 3.3.1. Procesos de producción
 - 3.3.1.1. Selección de materiales
 - 3.3.1.2. Técnicas de impresión
 - 3.3.1.3. Corte y manufactura
 - 3.3.1.4. Señalización digital
 - 3.3.1.5. Control de calidad
 - 3.3.2. Logística e instalación
 - 3.3.2.1. Coordinación con proveedores
 - 3.3.2.2. Seguridad y normativas
 - 3.3.2.3. Supervisión técnica
 - 3.3.2.4. Documentación del montaje
 - 3.3.2.5. Validación final
 - 3.3.3. Gestión de mantenimiento
 - 3.3.3.1. Actualización de contenidos
 - 3.3.3.2. Reposición de piezas
 - 3.3.3.3. Evaluación periódica
 - 3.3.3.4. Manual de mantenimiento
 - 3.3.3.5. Plan de contingencia
- 3.4. Evaluación de experiencia y desempeño
 - 3.4.1. Indicadores de desempeño (KPIs)
 - 3.4.1.1. Tiempo de orientación
 - 3.4.1.2. Nivel de comprensión
 - 3.4.1.3. Fluidez de recorrido
 - 3.4.1.4. Satisfacción del usuario
 - 3.4.1.5. Reducción de incidencias
 - 3.4.2 Instrumentos de evaluación
 - 3.4.2.1. Encuestas estructuradas
 - 3.4.2.2. Observación directa
 - 3.4.2.3. Análisis comparativo
 - 3.4.2.4. Métricas digitales
 - 3.4.2.5. Reportes técnicos
 - 3.4.3. Análisis de impacto

- 3.4.3.1. Impacto institucional
 - 3.4.3.2. Impacto económico
 - 3.4.3.3. Impacto social
 - 3.4.3.4. Impacto cultural
 - 3.4.3.5. Mejora continua
- 3.5. Innovación y actualización tecnológica
 - 3.5.1. Tendencias emergentes
 - 3.5.1.1. Señalización inteligente
 - 3.5.1.2. Sistemas IoT
 - 3.5.1.3. Realidad aumentada
 - 3.5.1.4. Inteligencia artificial aplicada
 - 3.5.1.5. Personalización dinámica
 - 3.5.2. Actualización estratégica del sistema
 - 3.5.2.1. Revisión periódica
 - 3.5.2.2. Adaptabilidad tecnológica
 - 3.5.2.3. Escalabilidad
 - 3.5.2.4. Integración con branding institucional
 - 3.5.2.5. Proyección futura

Duración

06 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos conceptuales y análisis contextual

Práctica 1. Análisis comparativo de sistemas de señalización y señalética

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Identifica dos sistemas de señalización y señalética en contextos distintos
3. Observa y documenta sus componentes
4. Identifica los códigos formales (forma, color, pictograma, tipografía)
5. Analiza la jerarquía y funcionalidad
6. Interpreta los códigos visuales
7. Evalúa la experiencia de usuario
8. Elabora las conclusiones gráficas y escritas
9. Entrega el documento y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Cámara
- Bitácora
- Informe de experiencia de usuario
- Computadora
- Software de procesador de textos y diseño
- Software de evaluación UX/UI

Práctica 2. Línea del tiempo de los sistemas de señalización y señalética

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Investiga los referentes históricos
3. Selecciona casos emblemáticos
4. Analiza su contexto
5. Sintetiza las aportaciones formales
6. Representa gráficamente su evolución
7. Expone los hallazgos argumentales
8. Entrega el documento y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Biblioteca digital
- Software de diagramación

Unidad II. Diseño y desarrollo de sistemas de señalización y señalética

Práctica 3. Sistema iconográfico

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Establece el estilo gráfico
3. Realiza el bocetaje reticular e iconográfico
4. Diseña íconos coherentes
5. Aplica pruebas de reducción
6. Evalúa su legibilidad
7. Elabora un manual base
8. Entrega el manual y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Software de diseño
- Software de procesador de textos

Práctica 4. Prototipo funcional

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Elabora bocetos bilingües de señales
3. Digitaliza las propuestas
4. Imprime pruebas
5. Desarrolla mockups (prototipo bilingüe)
6. Realiza pruebas con usuarios que solamente hablen español o inglés
7. Integra un manual normativo bilingüe que justifique terminología, jerarquía y accesibilidad
8. Registra la retroalimentación
9. Elabora un manual normativo bilingüe que justifique terminología, jerarquía y accesibilidad
10. Entrega el documento que incluya la actividad y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Impresora
- Software de diseño
- Instrumentos de evaluación

- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas

Unidad III. Gestión, implementación y evaluación de sistemas de señalización y señalética

Práctica 5. Análisis comparativo de sistemas de actualización estratégica en señalización

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona dos o tres casos de actualización de sistemas de señalización en contextos institucionales o urbanos documentados públicamente
3. Investiga información técnica, administrativa y estratégica sobre cada caso considerando procesos de implementación, inversión y resultados obtenidos
4. Define criterios comparativos como innovación tecnológica, sostenibilidad, accesibilidad, experiencia de usuario y viabilidad financiera
5. Elabora una matriz comparativa estructurada que permita visualizar fortalezas, debilidades y aprendizajes estratégicos de cada caso
6. Analiza los resultados identificando patrones de éxito, riesgos recurrentes y factores críticos de implementación
7. Formula recomendaciones estratégicas aplicables a un contexto universitario o institucional específico
8. Expone conclusiones sustentadas destacando la importancia de la evaluación continua y la actualización tecnológica planificada en sistemas señaléticos
9. Entrega el documento que incluya la actividad y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Plantilla de matriz comparativa
- Computadora con hoja de cálculo
- Proyector
- Guía de criterios de evaluación estratégica
- Acceso a internet

Práctica 6. Prospectiva e innovación en sistemas de señalización

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.

2. Identifica tendencias emergentes en señalización mediante la revisión guiada de casos contemporáneos de señalética digital, interactiva y sostenible, analizando sus componentes tecnológicos, formales y estratégicos.
3. Analiza referentes nacionales e internacionales considerando variables de accesibilidad, inclusión, sostenibilidad, experiencia de usuario e integración multiplataforma.
4. Clasifica las tendencias detectadas en categorías como digitalización, interactividad, sostenibilidad material, personalización y automatización inteligente.
5. Evalúa la pertinencia de cada tendencia en función de un contexto específico previamente definido (campus universitario, hospital, museo o espacio urbano).
6. Compara, para el contexto seleccionado, una solución convencional de orientación o información con una alternativa apoyada por inteligencia artificial (IA) para personalización u orientación dinámica.
7. Analiza y documenta los datos que requeriría la solución apoyada por IA, sus beneficios y limitaciones, así como los posibles riesgos relacionados con privacidad, sesgos y accesibilidad.
8. Selecciona la alternativa más pertinente convencional o apoyada por IA y justifica la decisión final de diseño con base en su factibilidad técnica, requerimientos de datos, beneficios, limitaciones, accesibilidad, privacidad, posibles sesgos, impacto social, costos aproximados y coherencia estratégica.
9. Diseña una propuesta conceptual preliminar de actualización del sistema señalético integrando la tendencia elegida en esquemas visuales y narrativos.
10. Justifica la propuesta ante el grupo mediante una presentación breve que destaque beneficios funcionales, experiencia de usuario e innovación estratégica.
11. Entrega el documento que incluya la actividad y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Presentación digital con casos de estudio
- Proyector y equipo de cómputo
- Plantilla de análisis comparativo
- Herramientas de IA generativa o sistemas inteligentes aplicables a señalización
- Acceso a internet
- Pizarrón o rotafolios
- Software de diseño

Práctica 7. Integración de sistemas IoT en señalética inteligente

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Reconoce los fundamentos de los sistemas IoT aplicados a señalización, identificando sensores, dispositivos conectados, plataformas de gestión y flujos de datos

3. Analiza casos de señalización inteligente en entornos urbanos, hospitalarios o corporativos, identificando beneficios operativos y experiencias de usuario mejoradas
4. Define un escenario de aplicación específico donde la señalética IoT aporte valor funcional, como control de aforos, orientación dinámica o accesibilidad adaptativa
5. Diseña el mapa conceptual del sistema IoT indicando interacción entre dispositivos, usuarios y plataforma de gestión digital
6. Especifica requerimientos técnicos básicos, criterios de producción, mantenimiento, seguridad de datos y sostenibilidad operativa
7. Elabora diagramas funcionales y mockups que representen visualmente la interacción usuario-señal-dispositivo en situaciones reales de uso
8. Presenta el sistema propuesto argumentando su viabilidad, impacto estratégico, costos estimados y consideraciones éticas relacionadas con privacidad y accesibilidad
9. Entrega el documento que incluya la actividad y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Infografías explicativas sobre IoT
- Plantilla para diagrama de arquitectura tecnológica
- Computadoras con software de diagramación
- Acceso a internet
- Proyector
- Guía de criterios de evaluación tecnológica

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I. Fundamentos conceptuales y análisis contextual

Práctica 1. Análisis normativo de los sistemas de señalización y señalética

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un espacio público externo a la universidad con señalización institucional formal y verifica si corresponde a un entorno regulado (hospital, escuela, dependencia gubernamental).
3. Identifica la normativa aplicable en materia de señalización y accesibilidad, consultando previamente lineamientos nacionales y criterios de diseño universal.
4. Verifica dimensiones, contrastes cromáticos, alturas de colocación y presencia de braille o recursos táctiles comparándolos con estándares vigentes.
5. Evalúa la accesibilidad cognitiva y física del sistema considerando usuarios con discapacidad visual, motriz o auditiva mediante el recorrido simulado.
6. Registra incumplimientos o áreas de mejora mediante documentación fotográfica técnica con referencias métricas.
7. Analiza la coherencia entre normativa y ejecución real, identificando brechas entre diseño proyectado y experiencia del usuario.
8. Elabora una lista jerarquizada de observaciones clasificadas por nivel de riesgo o impacto comunicativo.
9. Redacta un informe diagnóstico con enfoque crítico, ético y de responsabilidad social.
10. Presenta el informe al personal del espacio público seleccionado.
11. Entrega el informe y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Normativas en formato digital
- Cinta métrica
- Medidor de contraste digital
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil
- Guía de evaluación de accesibilidad
- Tabla comparativa

Práctica 2. Evaluación normativa y de accesibilidad en contexto real

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica

2. Identifica un espacio real externo a la institución educativa (por ejemplo: oficina de gobierno municipal, estatal o federal, espacio cultural, entre otros) con sistema de señalización formalmente instalado; delimitar el área de estudio considerando accesos, nodos de circulación y zonas de permanencia, registrando características generales del entorno físico, social y funcional mediante observación directa sistemática
3. Reconoce la tipología de señales presentes (informativas, preventivas, restrictivas, direccionales e identificativas) clasificándolas según su función comunicativa y su ubicación estratégica dentro del espacio, documentando su relación con flujos de usuarios reales
4. Observa el comportamiento de los usuarios frente a las señales durante recorridos naturales, registrando tiempos de decisión, dudas, errores de orientación y patrones de desplazamiento, procurando mantener una actitud ética sin intervenir en las dinámicas del entorno
5. Analiza la correspondencia entre forma, color, tipografía, pictogramas y mensaje textual, evaluando claridad, legibilidad, visibilidad y pertinencia contextual en función de principios básicos de comunicación visual
6. Compara la función prevista de cada señal con su desempeño real observado en campo, identificando posibles fallas de interpretación, saturación visual o ausencia de información relevante
7. Documenta fotográficamente los hallazgos con encuadres técnicos adecuados, cuidando ángulos, iluminación y escala humana como referencia proporcional para posteriores análisis académicos
8. Elabora un mapa esquemático del espacio señalando la ubicación exacta de cada elemento identificado, integrando notas críticas sobre su función y nivel de efectividad comunicativa
9. Redacta conclusiones fundamentadas sobre la naturaleza funcional del sistema analizado, estableciendo relaciones entre teoría y práctica con actitud crítica y responsabilidad social
10. Entrega el documento con las conclusiones y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Guía de observación estructurada
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil
- Plano base del espacio
- Libreta de campo
- Tabla de clasificación tipológica
- Consentimiento institucional si se requiere

Práctica 3. Interpretación de sistemas de significación visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica

2. Selecciona un entorno con alta diversidad de señales y pictogramas externo a la institución educativa, delimitando un recorrido específico que permita observar variedad semiótica en un mismo contexto
3. Identifica los códigos visuales predominantes (icónicos, simbólicos, cromáticos y tipográficos) registrando ejemplos representativos de cada categoría encontrada
4. Analiza la relación significant-significado en cada caso observado, interpretando niveles de iconicidad, abstracción y convencionalidad cultural
5. Evalúa la coherencia del sistema gráfico en términos de repetición formal, retícula, proporción y consistencia estilística dentro del conjunto señalético
6. Observa reacciones de usuarios frente a pictogramas ambiguos o altamente sintéticos, registrando posibles interpretaciones divergentes
7. Aplica una breve entrevista exploratoria a usuarios voluntarios para indagar comprensión del mensaje visual, garantizando respeto y consentimiento informado
8. Sistematiza hallazgos en una tabla de análisis semiótico que vincule forma visual, código cultural y nivel de comprensión observado
9. Elabora conclusiones críticas sobre la efectividad del sistema de significación visual en relación con su contexto sociocultural específico
10. Entrega el documento con las conclusiones y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Guía de análisis semiótico
- Formato de entrevista breve
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil
- Hojas de registro
- Consentimiento informado
- Bibliografía teórica

Unidad II. Diseño y desarrollo de sistemas de señalización y señalética

Práctica 4. Brief de señalización y señalética

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona un cliente real externo a la institución educativa y que forme parte del sector privado o público
3. Visita al cliente en su espacio de trabajo
4. Identifica necesidades comunicativas del espacio
5. Define el usuario meta
6. Establece restricciones
7. Redacta el brief en el que incluya antecedentes, objetivo general y específicos, usuario meta, alcance del proyecto, requerimientos técnicos, cronograma tentativo, presupuesto estimado y entregables (propuesta gráfica y técnica)

8. Presenta la propuesta al cliente real en su espacio de trabajo
9. Entrega el brief y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Guía de entrevista
- Plantilla de brief
- Bitácora de proyecto
- Software procesador de textos
- Software de diseño y diagramación

Práctica 5. Diagnóstico metodológico en contextos reales de señalización

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Identifica un espacio público o institucional real con sistema de señalización operativo
3. Realiza un recorrido sistemático documentando flujos, puntos de decisión, jerarquías visuales y tipologías señaléticas presentes
4. Registra evidencia fotográfica georreferenciada y elabora croquis de localización estratégica
5. Analiza el sistema observado a partir de metodologías contemporáneas como Design Thinking, UX Design o Wayfinding
6. Entrevista brevemente a usuarios reales sobre claridad, orientación y experiencia espacial
7. Detecta problemáticas funcionales, cognitivas y estéticas mediante matrices comparativas
8. Sistematiza hallazgos en mapa de experiencia del usuario
9. Presenta conclusiones críticas vinculando metodología y contexto sociocultural
10. Entrega el documento que incluya las conclusiones y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Cámara fotográfica o dispositivo móvil
- Formatos de observación estructurada
- Grabadora de voz
- Plantillas de mapa de experiencia
- Software de organización visual

Práctica 6. Investigación de usuarios y análisis de experiencia espacial

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Define perfiles de usuarios reales del espacio seleccionado externo a la institución educativa
3. Diseña instrumentos de recolección de datos (entrevista breve, encuesta corta o shadowing)
4. Aplica instrumentos en campo respetando criterios éticos y consentimiento informado
5. Registra tiempos de recorrido y puntos de confusión mediante observación participante
6. Analiza resultados identificando patrones de comportamiento y barreras cognitivas
7. Elabora mapa de viaje del usuario (User Journey Map)
8. Detecta oportunidades de mejora en accesibilidad, inclusión y legibilidad
9. Presenta síntesis analítica vinculando experiencia y propuesta estratégica
10. Entrega el documento que incluya la síntesis y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Formatos de entrevista
- Cronómetro
- Grabadora o dispositivo móvil
- Plantillas de User Journey
- Software de visualización de datos

Práctica 7. Desarrollo gráfico del sistema señalético contextualizado

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Define el concepto rector del sistema, alineado a la identidad del espacio real seleccionado (exterior a la institución) para realizar esta actividad
3. Determina retícula modular considerando distancias de lectura y escala humana
4. Selecciona tipografía, cromática y sistema iconográfico con criterios de legibilidad
5. Diseña pictogramas originales coherentes con el contexto cultural del entorno
6. Establece jerarquías visuales para señales direccionales, identificativas e informativas
7. Simula aplicación gráfica sobre fotografías reales del sitio intervenido
8. Verifica contraste, accesibilidad cromática y coherencia sistémica
9. Elabora manual sintético de aplicación señalética contextualizada
10. Presenta el manual al cliente real en su espacio de trabajo
11. Entrega el manual y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Software vectorial profesional

- Guías de accesibilidad visual
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil
- Plantillas de retícula modular

Práctica 8. Propuesta de innovación digital

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Visita el mismo espacio externo a la institución educativa en el que realizó la práctica 7
3. Realiza un recorrido por las instalaciones del espacio con la finalidad de identificar puntos de interacción digital
4. Define el contenido dinámico
5. Diseña la interfaz complementaria
6. Integra un QR o NFC
7. Simula la experiencia de usuario
8. Evalúa su usabilidad
9. Presenta la propuesta al cliente real en su espacio de trabajo
10. Entrega la propuesta realizada y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Software UX/UI
- Smartphone

Unidad III. Gestión, implementación y evaluación de sistemas de señalización y señalética

Práctica 9. Planeación ejecutiva en contexto real

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica
2. Integra equipos de 3-4 personas
3. Selecciona un caso real (por ejemplo: la biblioteca de la ciudad, el centro estatal de las artes, la casa de la cultura, entre otros)
 - Realiza el recorrido guiado por el caso seleccionado
 - Identifica de manera preliminar las necesidades de señalización
 - Realiza el levantamiento de información: registro fotográfico, identificación de áreas prioritarias y detección de restricciones reales
 - Lleva a cabo el diagnóstico preliminar a partir de la verificación de medidas de la señalización y señalética instalada en el caso real seleccionado, la validación normativa del espacio y el levantamiento técnico del sitio

- Identifica los requerimientos de señalética del caso real
- Diseña la propuesta de señalética requerida
- Realiza la estimación de tiempos y responsables
- Elabora el diagrama de Gantt
- Valida el cronograma en condiciones reales
- Realiza los ajustes finales
- Entrega el documento final y reciben retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Software de gestión de proyectos
- Software de diagramación
- Formato de levantamiento en campo
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil
- Cintas para medir

Práctica 10. Presupuesto estimado con validación comercial real

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica que es continuidad de la anterior
2. Asiste con proveedores para realizar la cotización del costos de los materiales seleccionados
3. Calcula el costo de producción
4. Estima el costo de instalación
5. Integra una tabla con la información obtenida en los puntos 3 y 4
6. Justifica la viabilidad
7. Presenta el presupuesto al personal del caso real
8. Entrega el presupuesto y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Software de hoja de cálculo
- Formato de solicitud de cotización
- Calculadora financiera
- Lista de proveedores locales

Práctica 11. Implementación piloto supervisada

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica que es continuidad de la anterior

2. Confirma los permisos en el caso real para llevar a cabo la instalación de la señalética
3. Revisa normas de seguridad
4. Verifica los materiales que se utilizarán para la impresión/fabricación de la señalética
5. Revisa las especificaciones técnicas
6. Realiza el montaje de señalética piloto
7. Verifica alineación, visibilidad y ergonomía
8. Evalúa la seguridad estructural
9. Lleva a cabo el registro fotográfico antes/durante/después de la instalación
10. Elabora la bitácora de incidencias
11. Documenta el proceso y lo entrega para recibir retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Bitácora técnica
- Equipo básico de instalación
- Equipo de protección personal
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil

Práctica 12. Evaluación post-implementación con usuarios reales

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica que es continuidad de la anterior
2. Elabora un cuestionario de orientación espacial, utilice la escala Likert sobre claridad, legibilidad y ubicación
3. Determina el tamaño de la muestra
4. Aplica el cuestionario a la muestra
5. Observa y registra el comportamiento de orientación de los usuarios
6. Elabora gráficamente los resultados del cuestionario
7. Identifica patrones de comportamiento
8. Realiza ajustes en función de los resultados obtenidos
9. Elabora un documento técnico con resultados y recomendaciones
10. Entrega el documento y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Instrumento de evaluación
- Software de hoja de cálculo
- Software de procesador de textos

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Estudio de caso
- Instrucción guiada
- Resolución de problemas reales con actores reales
- Simulación de casos reales
- Trabajo de campo
- Técnica expositiva y demostrativa
- Asesoría académica
- Presentación de material de trabajo

Estrategias de aprendizaje

- Desarrollo de proyectos productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes
- Trabajo de campo autónomo
- Presentaciones orales
- Participación en prácticas de taller
- Elaboración de propuestas de señalización y señalética
- Redacción de bitácoras
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	15%
- Actividades, tareas, prácticas taller:	35%
- Portafolio de evidencias (Documento que incluya el análisis comparativo y recurso gráfico)	50%
- Total	100%

XII. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G., & Harris, P. (2018). *Design thinking for visual communication*. Bloomsbury.
[clásica]

Best, K. (2016). *Design management*. Bloomsbury. [clásica]

Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and wayfinding design*. Wiley. [clásica]

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2020). *Universal principles of design* (3rd ed.). Rockport.
[clásica]

Lupton, E. (2017). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt. [clásica]

Norman, D. (2018). *The design of everyday things* (Rev. ed.). Basic Books. [clásica]

Tufte, E. (2020). *Seeing with fresh eyes*. Graphics Press. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

AIGA. (2020). *Symbol signs manual*. <https://www.aiga.org/resources/symbol-signs> [clásica]

Costa, J. (2022). *Señalética corporativa*. Trillas.

Design Council. (2019). *Framework for innovation*. <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/> [clásica]

Interaction Design Foundation. (2022). *Accessibility guidelines*. <https://www.interaction-design.org/>

ISO. (2020). *Graphical symbols—Safety colours and safety signs*. <https://www.iso.org/es/contents/data/standard/07/93/79393.html> [clásica]

Smashing Magazine. (2021). *Wayfinding design principles*. <https://www.smashingmagazine.com/category/design-principles/> [clásica]

XIII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado, con al menos dos años de experiencia docente y profesional. Contar con conocimientos en el desarrollo e implementación de sistemas de señalización y señalética, en el manejo de metodologías centradas en el usuario, en la gestión de proyectos, en IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, innovadora y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Narrativa Gráfica
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Gustavo Alonso Romero Robles Ernesto Zúñiga Benítez Armando Navarro Suárez Claudia Rivera Torres
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje de Narrativa Gráfica tiene como finalidad dotar a las y los estudiantes de las herramientas metodológicas para la elaboración de contenidos audiovisuales para distintos públicos y soportes, así como adquirir y desarrollar diversas habilidades de análisis de teorías narrativas secuenciales. Esta asignatura es integradora, se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Comunicación Visual.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40107 Narrativa Gráfica** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Ervey Leonel Hernández Torres y Jorge Alberto Cid Cruz con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar narrativas aplicadas a proyectos audiovisuales, a partir del análisis crítico de teorías y metodologías narratológicas y del uso estratégico de herramientas análogas y digitales, con la finalidad de estructurar discursos audiovisuales coherentes e innovadores, con creatividad, sustentados en principios éticos y en el respeto a la propiedad intelectual.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

1. Portafolio digital del relato secuencial: el proyecto se compondrá de los siguientes productos articulados:
 - Guión literario, que incluya las etapas estructurales del desarrollo narrativo: idea, sinopsis, tratamiento y escaleta.
 - Guión técnico, elaborado a partir del guión literario, que permita la interpretación y viabilidad de producción, especificando indicaciones de realización del proyecto audiovisual (Lenguaje audiovisual).
 - Storyboard / Arte secuencial, como representación visual secuencial del proyecto, que integre los elementos técnicos y narrativos desarrollados previamente.
2. El storyboard / Arte Secuencial deberá evidenciar:
 - Desarrollo visual de planos y angulaciones de encuadre
 - Coherencia en la composición visual
 - Continuidad espacial y temporal
 - Construcción de ritmo narrativo secuencial
 - Correspondencia entre propuesta literaria y resolución visual

El portafolio digital deberá presentar la evidencia de manera organizada, clara, estructurada y con criterios formales de presentación profesional.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Vanguardia y Excelencia e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Antecedentes de la narrativa gráfica

Competencia

Analizar la evolución histórica de la narrativa gráfica, mediante la identificación y valoración de sus principales aportaciones en distintos contextos culturales y la interpretación crítica de sus referentes en relación con la producción contemporánea, con el propósito de fundamentar conceptualmente propuestas narrativas posteriores, en un marco de respeto y colaboración académica.

Evidencia de aprendizaje de la unidad:

Elaborar una infografía académica titulada “Evolución histórica de la narrativa gráfica”, que integre de manera visual y sintética los subtemas de la unidad y evidencie el análisis crítico de sus aportaciones y su relación con la producción contemporánea.

Contenido

- 1.1. Orígenes de la narrativa visual en las culturas antiguas
 - 1.1.2. Pinturas rupestres como primeras formas de relato visual
 - 1.1.3. Sistemas pictográficos y escritura ideográfica
 - 1.1.4. Los códigos mesoamericanos y su estructura narrativa
 - 1.1.5. Función social, religiosa y política de la imagen secuencial
- 1.2. La imagen secuencial en la Edad Media y el Renacimiento
 - 1.2.1. Manuscritos iluminados y retablos narrativos
 - 1.2.3. Grabados y narraciones visuales impresas
 - 1.2.4. La imprenta y la democratización de la imagen

- 1.2.5. Transición de lo religioso a lo social en la narrativa visual
- 1.3. Surgimiento del cómic y la historieta moderna
 - 1.3.1. La caricatura política y la prensa ilustrada
 - 1.3.2. Desarrollo del cómic en Europa y Estados Unidos
 - 1.3.3. El concepto de arte secuencial
 - 1.3.4. Consolidación del lenguaje gráfico-narrativo (viñeta, encuadre, globos de texto)
- 1.4. Narrativa gráfica en contextos culturales diversos
 - 1.4.1. Tradición japonesa del manga
 - 1.4.2. Cómic latinoamericano y su identidad cultural
 - 1.4.3. Movimientos contraculturales y novela gráfica
 - 1.4.4. Representación social y política en distintos contextos
- 1.5. Influencia de los antecedentes históricos en la producción contemporánea
 - 1.5.1. Narrativa gráfica en medios digitales
 - 1.5.2. Hibridación con animación, cine y diseño interactivo
 - 1.5.3. Tendencias actuales en ilustración narrativa
 - 1.5.4. Aplicación estratégica en comunicación visual

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Aurrecoechea, J. M., & Bartra, A. (1988). *Puros cuentos: La historia de la historieta en México*.

Grijalbo. [clásica]

Gantús, F. (2024). Medio siglo de caricatura política. Ciudad de México, 1867–1911. *Historia y Memoria*, 49–84.

Heller, S., & Landers, R. (2014). *Infographics designers' sketchbooks*. Princeton Architectural Press. [clásica]

Knight, C., & Glaser, J. (2011). *Diagrams: Grandes ejemplos de infografía contemporánea* (O. Hernando, Trad.). Gustavo Gili. [clásica]

Merino, A. (2017). *Diez ensayos para pensar el cómic*. Eolas Ediciones. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Ballester, S. (2018). *El cómic y su valor como arte*. Universidad Complutense de Madrid.
<https://docta.ucm.es/entities/publication/2494eb9d-602d-4140-900e-95880d8a0242>

[clásica]

Carrasco, D. (2017). *Religions of Mesoamerica: Cosmovision and ceremonial centers*.
Waveland Press. [clásica]

Chute, H. (2017). *Why comics? From underground to everywhere*. Harper. [clásica]

Escuela de Diseño ULS. (s. f.). *Ilustración narrativa* [Lista de reproducción]. YouTube.
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLTnajzObM4tqf66JWlpeQWmfZMr4mLmkE>

Information Is Beautiful. (s. f.). *Arts & culture*. Recuperado el 25 de febrero de 2026, de
<https://informationisbeautiful.net/topic/arts-culture/>

Meskin, A., & Cook, R. T. (Eds.). (2012). *The art of comics: A philosophical approach*. Wiley-
Blackwell. [clásica]

Panofsky, E. (2018). *Meaning in the visual arts*. University of Chicago Press. (Trabajo original
publicado en 1955). [clásica]

Priego, E. (2019). *The comic book in the age of digital reproduction*. Routledge. [clásica]

Turner, D. (2025). *10 tips for a great infographic*. EBSCO Information Services.
<https://about.ebsco.com/blogs/novelist/10-tips-great-infographic>

Vilches, G. (2019). El cómic: ¿Un arte secuencial? Una crítica al concepto de secuencia y la clasificación de las transiciones entre viñetas de Scott McCloud. *Neuróptica*. Estudios sobre el cómic.

<https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/neuroptica/es/article/view/4328/3559> [clásica]

Unidad II. Aspectos de la gráfica

Competencia

Aplicar los conceptos y elementos fundamentales de la gráfica, mediante el análisis de referentes teóricos y la resolución de ejercicios prácticos, con el propósito de construir imágenes que comuniquen ideas de manera clara y efectiva.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar una carpeta digital de ejercicios secuenciales que evidencie la aplicación de los elementos fundamentales de la gráfica (composición, color, imagen, línea, mancha, textura y tipografía) en la construcción de imágenes con intención narrativa.

Contenido

- 2.1. Composición.
 - 2.1.1. Balance
 - 2.1.2. Movimiento
 - 2.1.3. Contraste
 - 2.1.4. Unidad
 - 2.1.5. Peso
- 2.2. Color
 - 2.2.1. Contraste
 - 2.2.2. Armonía
 - 2.2.3. Color e identidad
- 2.3. Imágenes
 - 2.3.1. Imagen gráfica
 - 2.3.2. Imagen y representación
- 2.4. Línea
- 2.5. Mancha
- 2.6. Textura
- 2.7. tipografía

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (2020). *The fundamentals of graphic design*. Bloomsbury Visual Arts. [clásica]

Dabner, D., Stewart, D., & Zempol, E. (2015). *Diseño gráfico: Fundamentos y prácticas*. Blume. [clásica]

Dondis, D. A. (2016). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili. [clásica]

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: The new basics*. Princeton Architectural Press. [clásica]

Male, A. (2018). *Ilustración: Contexto, procesos creativos y proyección profesional*. Promopress. [clásica]

Poulin, R. (2011). *The language of graphic design*. Rockport Publishers. [clásica]

Samara, T. (2007). *Design elements: A graphic style manual: Understanding the rules and knowing when to break them*. Rockport Publishers. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Adobe. (2026). The power of typography in design.
<https://www.adobe.com/creativecloud/design/discover/typography.html#>

Adobe. (2026). Qué es la tipografía: historia, características y diferentes tipos para descargar.
<https://www.adobe.com/es/creativecloud/illustration/discover/typography.html>

Canva. (2026). Elementos y principios de diseño. <https://www.canva.com/learn/design-elements-principles/>

Harris, J. (2015). Typographic design. Wiley.[clásica]

Palmer, L. (2026). ¿Qué es el diseño gráfico? Historia y elementos básicos. <https://www.domestika.org/es/blog/10920-que-es-el-diseno-grafico-historia-y-elementos-basicos>

Pérez, A. (2026). Los elementos del diseño gráfico: cuáles son y cómo utilizarlos. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/elementos-diseno-grafico>

Unidad III. Fundamentos de la narrativa

Competencia

Construir relatos propios mediante el análisis crítico de los elementos narrativos y la narratología aplicada, con el propósito de estructurar propuestas con coherencia interna y sentido comunicativo, actuando con responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realiza un avance estructural del proyecto narrativo que incluya premisa, storyline, sinopsis argumental y escaleta, como fundamento para el desarrollo del relato secuencial.

Contenido

3.1. Conflictos

- 3.1.1. Conflicto interno y externo
- 3.1.2. Tipos de conflicto (personaje vs. personaje, entorno, sociedad, sí mismo)
- 3.1.3. Función del conflicto en la progresión narrativa

3.2. Personajes

- 3.2.1. Protagonista y antagonista
- 3.2.2. Objetivo, motivación y obstáculo
- 3.2.3. Transformación y arco del personaje

3.3. Tema, tono y trama

- 3.3.1. Diferencia entre tema y argumento
- 3.3.2. Tono y atmósfera
- 3.3.3. Trama principal y subtramas

3.4. Estructuras

- 3.4.1. Estructura clásica (inicio, desarrollo y cierre)
- 3.4.2. Planteamiento, confrontación y resolución

- 3.4.3. Causalidad narrativa
- 3.5. Tiempo, espacio y ritmo narrativo
 - 3.5.1. Orden temporal (lineal y no lineal)
 - 3.5.2. Espacio físico y simbólico
 - 3.5.3. Ritmo y dosificación de la información

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Aragay, T. (2021). *Método para escribir un guión*. Alba Editorial. [clásica]

Eisner, W. (2007). *El cómic y el arte secuencial: Teoría y práctica de la forma de arte más popular del mundo*. Norma Editorial. [clásica]

Muñoz, D. (2022). *Escribir con viñetas, pensar en bocadillos: Manual del guión de cómic*. Es Pop Ediciones.

Shelley, M. (2009). *Frankenstein: The ELT graphic novel*. Heinle Cengage Learning. [clásica]

Spiegelman, A. (2024). *Maus: Relato de un superviviente*. Penguin Random House.

Stevenson, N. (2024). *Nimona*. Océano de México.

Viney, B., & Dickens, C. (2010). *Great Expectations: The ELT graphic novel*. Heinle Cengage Learning. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Aguilar, B. (2010). Desarrollo de la narrativa visual de los escolares con el cómic. *Revista Iberoamericana de Educación*, 51(5), 1–11. [clásica].

<https://doi.org/10.35362/rie5151819>

De Barrio de Mendoza, M. R. (2017). La narrativa gráfica. *Memoria Gráfica*. Pontificia Universidad Católica del Perú. (10). [clásica].

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/memoriagrafica/article/view/20819>

Literaturas gráficas y relatos visuales: Sobre poéticas y políticas de la imagen narrativa.

(2022). *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. (155)

<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/6703>

Lupton, E. (2019). *El diseño como storytelling*. Editorial GG.

Moreno, R. (2025). El cómic como literatura en campo expandido: El modo narrativo en la novela gráfica. *Estudios de Teoría Literaria - Revista Digital: Artes, Letras y Humanidades*. 14 (35). 27-42.

<https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/8495>

Unidad IV Integración de la narrativa gráfica

Competencia

Integrar de manera articulada los elementos gráficos y narrativos en la elaboración de una propuesta secuencial estructurada, con el propósito de construir una narrativa gráfica coherente, funcional y comunicativamente efectiva, con pensamiento crítico y creatividad en la resolución visual.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar el arte secuencial del proyecto narrativo, que evidencie la integración de composición, secuencialidad, ritmo, texto e imagen en la construcción del discurso narrativo visual.

Contenido

4.1. Integración narrativa

4.1.1. Relación imagen–texto

4.1.2. Secuencialidad y continuidad

4.1.3. Ritmo visual

4.1.4. Transiciones entre viñetas

4.2. Construcción del relato gráfico

4.2.1. Personaje en acción

- 4.2.2. Conflicto visual
- 4.2.3. Espacio narrativo
- 4.2.4. Punto de vista y encuadre
- 4.3. Puesta en página
 - 4.3.1. Diseño de página
 - 4.3.2. Jerarquía visual
 - 4.3.3. Dirección de lectura
 - 4.3.4. Unidad estética

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

McCloud, S. (1994). *Understanding comics: The invisible art*. HarperCollins Publishers. [clásica]

Meskin, A., & Cook, R. T. (2016). *The art of comics: A philosophical approach*. Wiley-Blackwell.
[clásica]

Rius. (2004). *Los agachados: Selección de la gran historieta de los años setenta*. Grijalbo.
[clásica]

Sousanis, N. (2015). *Unflattening*. Harvard University Press. [clásica]

Sutherland, T. (2019). *Wings of Fire: The Lost Heir: A graphic novel*. Scholastic. [clásica]

Viney, B., McDonald, J., & Shakespeare, W. (2009). *Macbeth: The ELT graphic novel*. Heinle
Cengage Learning. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Baetens, J., & Frey, H. (2015). *The graphic novel: An introduction*. Cambridge University Press.
[clásica]

Eisner, W. (2017). *Comics and sequential art* (Rev. ed.). W. W. Norton & Company. [clásica]

El Refaie, E. (2019). *Autobiographical comics: Life writing in pictures*. University Press of Mississippi. [clásica]

Groensteen, T. (2015). *The system of comics* (Rev. ed.). University Press of Mississippi. [clásica]

Hernández, G. (2023). Entender el cómic: El arte invisible de Scott McCloud. *Perfiles Educativos*, 45(179), 194–199.

https://perfileseducativos.unam.mx/issue_pe/index.php/perfiles/issue/view/4502/276

Kukkonen, K. (2018). *Contemporary comics storytelling*. University of Nebraska Press. [clásica]

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Antecedentes de la narrativa gráfica

Práctica 1: Sátira en viñetas: narrativa gráfica desde la fauna regional.

Duración

16 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica, comprendiendo la relación entre narrativa gráfica, sátira sociopolítica y comunicación visual efectiva en medios impresos.
2. Primera sesión (4 horas):
 - Analiza referentes de tiras cómicas publicadas en diarios o periódicos identificando balance, movimiento, contraste, unidad y peso visual dentro de la composición.
 - Crea un personaje antropomorfo original basado en la fauna regional, definiendo su personalidad, contexto y función simbólica frente a la problemática social elegida.
3. Segunda sesión (4 horas):
 - Diseña la narrativa breve (inicio, desarrollo y cierre) estructurando la secuencia en viñetas que permitan claridad comunicativa y ritmo visual.

- Construye la composición aplicando los principios gráficos: organización espacial, jerarquía visual, uso de línea, mancha y textura para reforzar intención expresiva.
4. Tercera sesión (4 horas):
- Desarrolla una propuesta cromática considerando contraste, armonía y relación del color con la identidad cultural del mensaje.
 - Analiza la integración de imagen y representación verificando que cada elemento visual aporte significado narrativo y no solo decoración.
5. Cuarta sesión (4 horas):
- Justifica el uso de tipografía, recursos gráficos y decisiones compositivas explicando cómo fortalecen la sátira y la comprensión del mensaje.
 - Presenta la propuesta ante la clase con argumentos entre la relación de los elementos de la gráfica y la eficacia comunicativa de la tira cómica; recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Laptop o computadora de escritorio
- Conexión a internet
- Software de diseño e ilustración (Illustrator, Photoshop)
- Tableta digitalizadora (opcional)
- Escáner o cámara de celular para digitalizar bocetos
- Proyector o pantalla
- Cuaderno de bocetos
- Hojas blancas tamaño carta u oficio
- Lápices, borradores, estilógrafos o marcadores
- Regla para estructurar viñetas
- Papeles de color (si se explora técnica mixta)
- Plumones o acuarelas (opcional)

Unidad II. Aspectos de la gráfica

Práctica 2: Construcción de Sentido Visual: Imagen Gráfica y Comunicación

Duración

16 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica, comprendiendo que la imagen gráfica comunica mediante la relación estructural entre forma, color y significado.
2. Primera sesión (4 horas):

- Analiza referentes visuales identificando balance, movimiento, contraste, unidad y peso dentro de la composición.
 - Crea una idea conceptual clara que defina el mensaje que deseas comunicar antes de comenzar a diseñar.
3. Segunda sesión (4 horas):
- Diseña la estructura compositiva organizando jerarquías visuales que orienten la lectura del espectador.
 - Construye la imagen gráfica utilizando línea, mancha y textura como recursos expresivos y no solo decorativos
4. Tercera sesión (4 horas):
- Desarrolla una propuesta cromática considerando contraste, armonía y relación del color con identidad y significado.
 - Analiza la relación entre imagen y representación verificando que cada elemento visual refuerce la idea central.
 - Justifica las decisiones tipográficas y gráficas explicando cómo contribuyen a la claridad del mensaje.
5. Cuarta sesión (4 horas):
- Expone su propuesta ante la clase y argumenta la aplicación de los elementos fundamentales de la gráfica; recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Laptop o computadora de escritorio
- Conexión a internet
- Software de diseño e ilustración (Illustrator, Photoshop)
- Tableta digitalizadora (opcional)
- Escáner o cámara de celular para digitalizar bocetos
- Proyector o pantalla
- Cuaderno de bocetos
- Hojas blancas tamaño carta u oficio
- Lápices, borradores, estilógrafos o marcadores
- Plumones o acuarelas (opcional)

Unidad III. Fundamentos de la narrativa

Práctica 3: IDEA (Premisa y storyline)

Duración

16 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica, comprendiendo la relación entre narrativa conceptual y composición gráfica como generadora de movimiento visual.
2. Primera sesión (4 horas):
 - Analiza ejemplos propuestos e identifica al protagonista, objetivo, obstáculo y conflicto central, reconoce cómo estos elementos se traducen en la organización visual.
 - Crea una premisa propia vinculada a un mensaje cultural o social, define claramente de qué trata la historia visual y cuál es su tensión comunicativa.
3. Segunda sesión (4 horas):
 - Diseña el *storyline* y sintetiza la idea en pocas líneas que orienten la construcción de la pieza gráfica.
 - Construye una composición y aplica la estabilidad mediante ejes, alineaciones y zonas de reposo que clarifiquen el mensaje principal.
4. Tercera sesión (4 horas):
 - Desarrolla el dinamismo y el ritmo a través de la utilización de direcciones, contrastes, repeticiones o secuencias que guíen el recorrido visual del espectador.
 - Justifica las decisiones tomadas, al mismo tiempo que explica cómo la premisa y el *storyline* determinaron la estructura compositiva
5. Cuarta sesión (4 horas):
 - Expone su propuesta ante la clase y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Laptop o computadora de escritorio
- Conexión a internet
- Proyector o pantalla digital
- Software de diseño gráfico (Illustrator, Photoshop, Premiere Pro, por ejemplo)
- Tableta digitalizadora (opcional)
- Teléfono celular con cámara

Unidad IV. Integración narrativa gráfica

Práctica 4: Cuento ilustrado: Interpretación secuencial del Universo de Edgar Allan Poe

Duración

16 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica, considera formato, extensión (número de páginas) y lineamientos de narrativa secuencial.

2. Primera sesión (4 horas):
 - Analiza un cuento seleccionado, e identifica el tema, atmósfera, conflicto y posibles equivalencias visuales entre texto e imagen.
 - Boceta la estructura narrativa mediante un guión gráfico (storyboard) que defina secuencialidad, continuidad y ritmo visual.
3. Segunda sesión (4 horas):
 - Crea el diseño de personajes en acción, a partir de la exploración de la gestualidad, expresividad y relación con el conflicto narrativo.
 - Desarrolla el espacio narrativo y los escenarios tomando en cuenta los puntos de vista, encuadres y profundidad para reforzar la atmósfera del relato.
4. Tercera sesión (4 horas):
 - Dibuja las viñetas y define transiciones claras entre acciones (corte, continuidad, cambio de plano o tiempo).
 - Organiza la puesta en página y crea la composición general, jerarquía visual y dirección de lectura para guiar al lector.
5. Cuarta sesión (4 horas):
 - Integra la imagen y el texto a partir de la unidad estética, coherencia gráfica y ritmo narrativo constante en toda la secuencia.
 - Justifica las decisiones visuales y narrativas en una reflexión breve.
 - Presenta tu propuesta ante la clase y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Laptop o computadora de escritorio
- Conexión a internet
- Software de diseño e ilustración (Illustrator, Photoshop)
- Documental: Edgar Allan Poe: Love, death and women
- Tableta digitalizadora (opcional)
- Escáner o cámara de celular para digitalizar bocetos
- Proyector o pantalla
- Cuaderno de bocetos
- Hojas blancas tamaño carta u oficio
- Lápices, borradores, estilógrafos o marcadores
- Tinta china y plumillas (opcional)

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El

encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Aprendizaje servicio en línea (proyectos virtuales con comunidades)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas

- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	30%
- Prácticas taller	20%
- Metas de la unidad	20%
- Portafolio digital	30%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño, Comunicación, Artes Visuales o área afín. Deberá poseer conocimientos avanzados en narratología aplicada al diseño y la comunicación visual; preferentemente con estudios de posgrado en Diseño, Visualización de la Información o campos relacionados, así como al menos dos años de experiencia docente en educación superior. Se espera que la persona que imparta esta unidad de aprendizaje demuestre pensamiento creativo, sólida cultura visual, actualización permanente en tendencias contemporáneas del diseño y capacidad para orientar procesos de análisis crítico y producción narrativa en entornos académicos.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Publicidad y Propaganda
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Taller: 01 Horas Práctica de Campo: 01 Horas Extra-clase: 02 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Annia Paola Montes Mendoza Aurora García García de León Pedro Cortés González
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje tiene el propósito de que las y los alumnos puedan implementar elementos de diseño editorial y audiovisual y los apliquen a través de maquetaciones en proyectos y/o simulaciones de productos impresos y/o digitales, utilizando una metodología de diseño en la modalidad individual y colaborativa. Tiene como finalidad el uso e integración de herramientas análogas y digitales, para identificar en el desarrollo y solución del proyecto los costos según el método o medio de reproducción y los términos teórico-prácticos. Esta unidad de aprendizaje se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40113 Publicidad Estratégica** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Anabel Cortez Burciaga con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar una campaña publicitaria a través del desarrollo de un proceso creativo y el uso de herramientas de publicidad y marketing, para complementar una estrategia de medios, así como generar mensajes innovadores, con una actitud crítica, ética y responsable.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Proyecto compilatorio que incluye el proceso creativo, las estrategias de una campaña publicitaria, con el objetivo de posicionar la marca, empresa, producto o servicio a través de diferentes medios de comunicación, con formalidad y profesionalismo.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Inclusión; Equidad Social y de Género; Excelencia; Vanguardia; Innovación Social e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Introducción y principios de la publicidad

Competencia

Examinar los conceptos básicos de publicidad y marketing, a través de un análisis crítico de la historia de la publicidad y el marketing, así como el proceso de comunicación publicitaria, para conocer los roles y funciones de la publicidad, con actitud reflexiva y responsable.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar un mapa conceptual interactivo, donde se definan los fundamentos básicos de la publicidad y marketing, que contenga al menos 3 referencias en formato APA.

Contenido

- 1.1. Conceptos básicos de publicidad y marketing
- 1.2. Historia de la publicidad y el marketing
- 1.3. Proceso de comunicación publicitaria
- 1.4. Roles y funciones de la publicidad
 - 1.4.1. Fundamentos de Marketing
 - 1.4.2. Comunicación
 - 1.4.3. Medios
 - 1.4.4. Proveedores
 - 1.4.5. Audiencia o público meta
 - 1.4.6. Otros roles y funciones
- 1.5. La publicidad y la sociedad

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Arens, W. F., Weigold, M. F., & Arens, C. (2008). *Publicidad* (2.^a ed.). McGraw-Hill. [clásica]

Belch, G., & Belch, M. (2024). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (13th ed.). McGraw Hill.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2019). *Marketing management* (4th ed.). Pearson Education. [clásica]

Ortega, E. (2004). *La comunicación publicitaria*. Pirámide. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Kresalja, B. (2023). *Propaganda y publicidad: Propósito, contenido y práctica*. Palestra Editores.

Yépez-Moreira, M. A., & Erazo-Álvarez, J. C. (2025). La segmentación de audiencias en el marketing de contenidos. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 5(económica), 453–465. <https://doi.org/10.62574/rmpi.v5ieconomica.393>

Unidad II. El proceso creativo y publicitario para la generación de mensajes

Competencia

Diferenciar el proceso creativo y sus elementos, así como el desarrollo del proceso publicitario, a través de la aplicación de técnicas creativas para la gráfica, con la finalidad de generar mensajes publicitarios persuasivos, con ética profesional, creatividad y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar un pitch con duración máxima de 5 minutos de una campaña publicitaria (política, alimentaria, textil, construcción, etc) y explicar los componentes emocionales y creativos del mensaje, ideas, inspiración y los medios publicitarios utilizados.

Contenido

- 2.1. El proceso creativo y sus elementos
 - 2.1.1. Imagen, gráfica y códigos en la imagen
 - 2.1.2. Ideas, inspiración y técnicas creativas para la gráfica
 - 2.1.3. La retórica en la publicidad
 - 2.1.4. Elaboración de mensajes
- 2.2. El proceso publicitario
 - 2.2.1. Clasificación de la publicidad
 - 2.2.2. Canales de comunicación
 - 2.2.3. Medios publicitarios
- 2.3. Publicidad creativa aplicada

Duración

10 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Barry, P. (2016). *The advertising concept book: Think now, design later* (3rd ed.). Thames & Hudson. [clásica]

Dabner, D., Stewart, A., & Zempel, E. (2021). *Diseño gráfico: Fundamentos y prácticas*. Blume. [clásica]

Tillman, B. (2021). *Creative character design* (2nd ed.). Focal Press. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., & Wells, W. (2023). *Advertising & IMC: Principles and practice* (12th ed.). Pearson. [clásica]

Hernández, C. (2021). *Manual de creatividad publicitaria*. Editorial Síntesis.

Metz, C. et al (1973) *Análisis de las imágenes*. Ediciones Buenos Aires. [clásica]

Unidad III. Campaña publicitaria y marketing

Competencia

Desarrollar una estrategia de marketing, mediante el uso de un brief, con la finalidad de generar ideas y códigos para una campaña publicitaria o social de manera integral, con ética profesional, creatividad y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración del Brief Creativo de una empresa real o ficticia donde se integren las propuestas de estrategias de marketing, publicidad y la campaña en medios de comunicación y redes sociales y presentar de manera formal el Brief generado ante el grupo.

Contenido

- 3.1. Brief del marketing
- 3.2. El perfil ideal de los mensajes publicitarios
- 3.2. Estrategias publicitarias
 - 3.2.1. Estrategias de comunicación
 - 3.2.2. Estrategias creativas
 - 3.2.3. Estrategias de medios

- 3.3. Códigos publicitarios
 - 3.3.1. Código de conducta comercial del sector publicitario
 - 3.3.2. Leyes generales de publicidad
 - 3.3.3. Ley federal del consumidor
- 3.4. Métodos para determinar el presupuesto publicitario y la planeación de medios
- 3.5. Cómo medir el impacto de una campaña publicitaria

Duración

14 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Blakeman, R. (2024). *Integrated marketing communication: Creative strategy from idea to implementation* (4th ed.). Rowman & Littlefield.

Lamarre, G. (2025). *Storytelling como estrategia de comunicación: Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores* (2.^a ed.). Gustavo Gili.

Lee-Kaid, L., & Holtz-Bacha, C. (Eds.). (2006). *The SAGE handbook of political advertising*. SAGE Publications. [clásica]

May, K. (2001). *Strategic advertising management* (6th ed.). Oxford University Press. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Fill, C., & Turnbull, S. (2022). *Marketing communications: Discovery, creation and conversations* (8th ed.). Pearson Education Limited.

Hermida-Carpio, M., Luna-Altamirano, K., & Jácome-Ortega, M. (2025). Gestión de recursos financieros en campañas de marketing online: Maximización del presupuesto publicitario. *Cienciamatria*, 11(1), 416–436. <https://doi.org/10.35381/cm.v11i1.1558>

Ley Federal de Protección al Consumidor. (2012). *Diario Oficial de la Federación*. [clásica]. https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/l_Ifpc_ultimo_camdip.pdf.

Martínez, G. (2024). La economía de la ley de publicidad de México de 2021. *Estudios en Derecho a la Información*, (17), 139–163.

<https://doi.org/10.22201/ij.25940082e.2024.17.18785>

Reglamento de la Ley General de Salud en materia de publicidad. (2022). *Diario Oficial de la Federación*. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LGS_MP.pdf

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Introducción y principios de la publicidad

Práctica 1: Evolución histórica de la publicidad y el marketing

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte del docente para la realización de la práctica.
2. Realiza una investigación documental sobre la transformación histórica de la publicidad y su relación con los cambios sociales, tecnológicos, y mediáticos.
3. Elabora una línea de tiempo visual que abarque desde la publicidad tradicional hasta el marketing digital contemporáneo.
4. Incluye dentro de la línea del tiempo los siguientes hitos: revolución industrial, surgimiento de agencias, publicidad persuasiva, marketing social y ecosistema digital.
5. Organiza la información de la línea de tiempo en una infografía o póster editorial con estructura cronológica y análisis visual.
6. Recibe retroalimentación por parte del docente, previo a la entrega final.
7. Entrega la infografía en el medio indicado.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Referencias bibliográficas
- Software (Canva, Figma, Genially, PowerPoint)

Unidad II. El proceso creativo y publicitario para la generación de mensajes

Práctica 2: Implementación del proceso creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones docentes para la realización de la práctica.
2. Selecciona un producto, servicio o causa social asignada por el docente.
3. Define público objetivo, objetivo comunicativo y concepto creativo central.
4. Aplica una técnica creativa (brainstorming, mapa mental o asociación forzada) para la generación de ideas.
5. Desarrolla el concepto rector de la pieza publicitaria a partir de una propuesta visual clara.
6. Diseña una pieza gráfica original (cartel publicitario digital o impreso) que integre imagen, elementos gráficos, códigos visuales y al menos una figura retórica (metáfora, hipérbole, analogía o contraste).
7. Elabora un documento breve (una cuartilla) donde explique el proceso creativo seguido, la técnica utilizada, los códigos visuales empleados y la figura retórica incorporada.
8. Recibe retroalimentación por parte del docente, previo a la entrega final.
9. Entrega la pieza gráfica en formato digital (JPG o PDF) junto con el documento justificativo en el medio indicado.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Material de bocetaje
- Software (Canva, Figma, Adobe)

Práctica 3: Dos clasificaciones de publicidad, un mismo producto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte del docente para la realización de la práctica. Selecciona
2. un producto, servicio o emprendimiento local asignado por el docente.
3. Define el tipo de publicidad que desarrollará (comercial, social, institucional o política), justificando su elección.
4. Determina el público objetivo y el objetivo comunicativo de la campaña.
5. Selecciona dos canales de comunicación pertinentes (tradicional y digital).
6. Elige los medios publicitarios específicos en los que se difundirá la campaña (por ejemplo: cartel, red social, radio, banner digital, espectacular, entre otros).

7. Diseña una propuesta de mini campaña publicitaria que integre una pieza gráfica principal (cartel o anuncio digital) y una adaptación del mensaje al segundo medio seleccionado.
8. Elabora un documento breve (máximo una página) en el que se describa el tipo de publicidad utilizada, se justifique la elección de los canales y medios de comunicación seleccionados y se analice la coherencia estratégica entre los distintos medios de la campaña.
9. Recibe retroalimentación docente previo a la entrega final.
10. Entrega las piezas diseñadas en formato digital (JPG o PDF) junto con el documento justificativo en el medio indicado.

Recursos de apoyo

- Acceso a internet
- Apuntes de clase
- Material de bocetaje
- Software (Canva, Figma, Adobe)

Unidad III: Campaña publicitaria y marketing

Práctica 4: Brief de marketing

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Recibe instrucciones por parte del docente y selecciona una marca, producto o servicio.
2. Recopila información sobre la audiencia a partir de fuentes documentales, estudios de mercado, datos disponibles y recursos digitales, considerando variables demográficas, psicográficas, conductuales y contextuales.
3. Utiliza herramientas de inteligencia artificial y tecnologías emergentes para apoyar el análisis de la audiencia, identificar patrones, necesidades, comportamientos y posibles segmentos.
4. Contrasta los resultados obtenidos mediante IA con los datos y fuentes consultadas, identifica posibles inconsistencias o sesgos y define el público objetivo o segmento prioritario, considerando la pertinencia, procedencia, privacidad y uso responsable de los datos.
5. Elabora el brief de marketing que incluya descripción del producto, problema de comunicación, caracterización del público objetivo, *insight*, competencia, objetivo publicitario, tono de comunicación y estrategia del mensaje.
6. Desarrolla la propuesta estratégica de campaña, definiendo mensaje central, concepto rector, línea creativa, medios y canales, e integra una ficha de medios digitales con

criterios de segmentación, datos utilizados, procedencia y medidas para su resguardo y uso responsable.

7. Desarrolla una pieza publicitaria principal, documenta de forma sintética el uso de IA y tecnologías emergentes en el análisis de audiencia.
8. Recibe retroalimentación y entrega el brief, la ficha de medios digitales y la pieza final.

Recursos de apoyo

- Plantilla de brief publicitario
- Acceso a internet
- Plataforma institucional
- Herramientas de inteligencia artificial y tecnologías emergentes
- Software de diseño (Canva, Illustrator)

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I. Introducción y principios de la publicidad

Práctica 1: Conociendo la publicidad y propaganda urbana.

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Realiza un recorrido por la ciudad.
3. Toma fotografías de la publicidad y propaganda local impresa en gran formato (espectaculares).
4. Documenta los productos y servicios anunciados en los espectaculares.
5. Registra la evidencia visual (fotografías, bocetos, apuntes, notas descriptivas, etc.)
6. Analiza la identidad visual, público objetivo, y la estrategia creativa del mensaje utilizados.
7. Integra la información en un catálogo visual.
8. Entrega el reporte y obtiene retroalimentación del grupo y del docente.

Recursos de apoyo

- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Lápiz o pluma y libreta de campo
- Seguro facultativo activo
- Acceso a internet
- Plataforma institucional
- Software para presentaciones (Canva, Powerpoint, Genially, etc.)

Unidad II. El proceso creativo y publicitario para la generación de mensajes

Práctica 2: Mapeo del proceso de comunicación de una marca local.

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Selecciona una empresa o producto local.
3. Documenta sus estrategias de venta y promoción empleadas.
4. Registra la evidencia visual (fotografías, bocetos, apuntes, notas descriptivas, etc.)
5. Analiza la coherencia entre identidad visual, canales y público objetivo.
6. Identifica la estrategia de comunicación empleada y elementos persuasivos.
7. Diseña un diagrama del proceso comunicativo de dicha empresa o producto que incluya: marca/emisor, mensaje, medios, proveedores, audiencia meta y retroalimentación.
8. Integra la información en un mapa conceptual o diagrama estratégico visual del sistema publicitario.
9. Entrega el reporte y participa en sesión de retroalimentación grupal.

Recursos de apoyo

- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Lápiz o pluma y libreta de campo
- Seguro facultativo activo
- Acceso a internet
- Plataforma institucional
- Software de diseño (Canva, Illustrator)

Unidad III: Campaña publicitaria y marketing

Práctica 3: Diagnóstico estratégico y construcción del Brief de marketing.

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Selecciona una empresa real o ficticia dentro del entorno local.
3. Realiza visita de campo al punto de venta físico o análisis digital de su presencia en redes sociales.
4. Identifica elementos del marketing mix: producto, precio, plaza y promoción.
5. Aplica entrevista breve o guía de observación sobre identidad de marca, público objetivo y medios utilizados.
6. Elabora el primer apartado del brief integrando:

- Antecedentes de la marca
- Público meta
- Objetivos de marketing
- Análisis FODA comunicativo

Recursos de apoyo

- Guía de observación estructurada
- Plantilla profesional de brief creativo
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil para registro visual
- Cuaderno de campo o bitácora digital
- Seguro facultativo activo

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Estudio de caso
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales
- Trabajo de campo guiado

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos

- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva / Práctica reflexiva en campo
- Resolución de problemas
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

• Evaluaciones parciales	20%
• Prácticas de taller/campo	20%
• Tareas y actividades	20%
• Presentación para retroalimentación	10%
• Portafolio de evidencias de proyectos	30%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico o área afín, preferentemente con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente y/o profesional, con conocimientos en publicidad, estrategias en medios, planeación de campañas, comunicación visual, plataformas educativas digitales, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, innovadora y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Diseño y Visualización de la Información
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Karen Estrella Martínez Torres María Fernanda Arriaga Osuna Marcos Eduardo González Trevizo
	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es fundamentar teórica, metodológica y técnicamente la estructuración, el análisis y la representación visual de datos e información en contextos sociales, culturales y productivos. Su relevancia radica en fortalecer la capacidad para transformar datos complejos en mensajes visuales comprensibles, estratégicos y éticamente responsables. Contribuye al desarrollo de competencias vinculadas con la producción de soluciones visuales basadas en evidencia, mediante el uso de herramientas digitales y la aplicación de criterios de accesibilidad, así como de principios de comunicación visual estratégica. Esta unidad de aprendizaje es de carácter obligatorio, se ubica en la etapa disciplinaria y pertenece al área de conocimiento de comunicación visual.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40121 Diseño y Visualización de la Información** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Ervey Leonel Hernández Torres y Carolina Medina Zavala con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar sistemas de visualización de información a partir del análisis, la organización y la interpretación de datos, mediante métodos de investigación, herramientas digitales y principios de comunicación visual, para comunicar hallazgos de manera clara, accesible y estratégica en distintos contextos sociales, culturales y productivos, con pensamiento crítico, ética y rigor profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Proyecto de visualización que articule el planteamiento del problema, la justificación, el análisis y la curaduría de datos, así como la aplicación de criterios de jerarquización y narrativa visual, con el propósito de desarrollar un prototipo funcional en formato digital o interactivo.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Vanguardia; Excelencia e Inclusión.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos del diseño y visualización de información

Competencia

Analizar los principios del diseño y la visualización de información mediante la revisión de modelos teóricos, tipologías gráficas y casos de estudio, para fundamentar decisiones de representación visual con rigor técnico, claridad conceptual y disciplina.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Tabla comparativa sobre los fundamentos del diseño y la visualización de información, elaborada a partir del análisis de casos, que integre la evaluación de fuentes, los principios perceptuales, la clasificación tipológica y la valoración crítica de su claridad comunicativa.

Las evidencias parciales constituyen avances progresivos que integran el proyecto final de visualización.

Contenido

- 1.1. Fuentes de datos, información y conocimiento
- 1.2. Principios de percepción y cognición visual
- 1.3. Tipologías de infogramas y organizadores gráficos
- 1.4. Introducción al procesamiento de la información
 - 1.4.1. Organización inicial y lectura crítica de información
 - 1.4.2. Identificación de hallazgos: patrones, tendencias y sesgos

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ahijado Sánchez, A. (2023). *Bases de datos*. Alfaomega Grupo Editor.

Lupi, G., & Posavec, S. (2020). *Un diario visual: Aprende a dibujar la información de tu vida cotidiana*. Gustavo Gili. [clásica]

Meirelles, I. (2014). *La información en el diseño: Introducción a las historias, las teorías y las mejores prácticas para la visualización eficaz de información*. Parramón Arts & Design. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Chartdb.io. (2026). ChartDB - Database schema diagrams visualizer. <https://chartdb.io/>

Softr. (2026). *Data Integrations*. <https://www.softr.io/integrations>

Unidad II. Análisis, estructuración y narrativa de información

Competencia

Estructurar conjuntos de datos mediante técnicas de organización, clasificación y jerarquización para construir narrativas visuales coherentes y pertinentes en función de objetivos comunicativos específicos, con rigor metodológico, ética y responsabilidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Propuesta de arquitectura y narrativa de información sustentada en datos validados, que integre la curaduría, la jerarquización, el modelo organizativo de la información y criterios éticos y de accesibilidad, con fundamentación metodológica orientada a su visualización estratégica.

Las evidencias parciales constituyen avances progresivos que integran el proyecto final de visualización.

Contenido

- 2.1. Fuentes de datos, criterios de confiabilidad y ética de representación
- 2.2. Curaduría de datos
- 2.3. Interfaz de usuario (UI) desde la categorización y jerarquización de información
- 2.4. Narrativa de la información (storytelling)
- 2.5. Arquitectura de información aplicada a visualización
- 2.6. Claridad cognitiva, inclusión y accesibilidad

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Alcalde Perea, I. (2015). *Visualización de la información: De los datos al conocimiento*.

Universitat Oberta de Catalunya. [clásica]

Berengueres, J., Sandell, M., Fenwick, A., & Covarrubias, B. (2020). *Visualización de datos & storytelling*. LID Editorial. [clásica]

Clare, J. (2018). *Storytelling*. New Generation Publishing. [clásica]

Knafllic, C. N. (2017). *Storytelling con datos: Visualización de datos para profesionales*. Anaya Multimedia. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

ACMI Generator. (2026). *Film it: the film makers toolkit*.

<https://www.acmi.net.au/education/school-program-and-resources/film-it-resource/>

Flourish Studio. (2026). *Where data meets storytelling*. <https://flourish.studio/>

Schreim, S. (2023). *Storytelling with charts: The full story*. SCAS Inc.

Unidad III. Diseño y prototipado de sistemas de visualización

Competencia

Diseñar prototipos de visualización de información mediante el uso de herramientas digitales, criterios de accesibilidad y pruebas de usuario, para comunicar resultados de manera funcional y estratégica en entornos impresos y digitales, con responsabilidad social, transparencia y enfoque inclusivo.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Prototipo funcional de visualización de información sustentado en datos estructurados, que integre principios de experiencia de usuario (UX), criterios de accesibilidad y procesos de validación con usuarios, acompañado de la fundamentación técnica de las decisiones de diseño.

Las evidencias parciales constituyen avances progresivos que integran el proyecto final de visualización.

Contenido

- 3.1. Visualización estática e interactiva
- 3.2. Herramientas digitales y plataformas emergentes
- 3.3. Métodos de aplicación de principios de UX (User Experience) y accesibilidad
 - 3.3.1. Evaluación y validación con usuarios
 - 3.3.2. Validación del mensaje con usuarios
- 3.4. Ajustes y optimización del sistema visual

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Barahona Ch., J. (2019). *Investigación UX: Métodos y herramientas para diseñar experiencia de usuarios*. Ayer viernes Libros. [clásica]

Fernández Casado, P. E. (2021). *UX design: Hazlo fácil pensando en el usuario*. Ra-Ma. [clásica]

Healy, K. J. (2024). *Data visualization: A practical introduction*. Princeton University Press.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Cairo, A. (2012). *The Functional Art: An Introduction to Information Graphics and Visualization*. New Riders. [clásica].

Figma Design (2026). *Figma for UX design*. <https://www.figma.com/ux-design-tool/>

Marino, M. (2025). *Tu primer libro de product design: Guía práctica de UX/UI y estrategia de producto digital*. Marino, M.

Perea, P., y Giner, P. (2017). *UX design for mobile* (ebook ed.). Packt Publishing. [clásica].

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos del diseño y visualización de información

Práctica 1: Diferenciación conceptual entre dato, información y conocimiento

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Descarga el archivo de datos (Excel), proporcionado por el docente.
3. Analiza el conjunto de datos e identifica sus características.
4. Organiza los datos en una tabla.
5. Interpreta los datos para transformarlos en información significativa.
6. Elabora un diagrama conceptual del proceso
7. Redacta un reporte breve que explica la diferencia entre dato, información y conocimiento.
8. Entrega reporte crítico y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a Internet
- Conjunto de datos (Excel)
- Lecturas teóricas
- Foro de dudas en la plataforma educativa

Práctica 2: Principios de percepción aplicados a visualización

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Observa visualizaciones de información proporcionadas por el docente
3. Identifica elementos visuales básicos y principios Gestalt de la información proporcionada.
4. Describe cómo influyen en la comprensión de la información.
5. Relaciona la percepción visual con la claridad del mensaje.
6. Elabora un reporte descriptivo del análisis realizado.
7. Entrega el documento en el medio establecido y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Repositorio académico
- Ejemplos de visualización
- Instrumento de evaluación a partir de rúbrica perceptual

Práctica 3: Evaluación comparativa de tipologías gráficas

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Recibe conjunto de datos por parte del docente.
3. Selecciona variables relevantes para su representación.
4. Representa la información mediante diferentes tipologías gráficas
5. Analiza la información e interpreta cada tipología
6. Compara la claridad del mensaje de cada tipología
7. Registra los hallazgos en una tabla comparativa.
8. Entrega el análisis para recibir retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a Internet
- Dataset en Excel
- Software de diseño
- Formato de tabla comparativa

Práctica 4: Detección de sesgos y errores en visualización

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Observa los casos de visualización proporcionados por el docente.
3. Identifica elementos que dificultan la lectura de la información (por ejemplo: escala, proporción, color, recorte de datos, jerarquía visual).
4. Detecta posibles sesgos o manipulaciones en la representación gráfica o la interpretación de los datos.
5. Clasifica los errores identificados (perceptuales, técnicos o éticos).
6. Explica cómo afectan la interpretación de la información.

7. Presenta en una tabla los sesgos identificados e incluye la propuesta para corregir los errores identificados.
8. Entrega la tabla y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a Internet
- Casos reales seleccionados
- Checklist de detección de sesgos
- Formato de tabla de análisis
- Software de edición gráfica

Práctica 5: Tabla-síntesis comparativa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa lecturas y material proporcionado por el docente.
3. Observa dos casos de visualización de información seleccionados por el docente.
4. Identifica en cada caso: fuente de datos, organización de la información, tipología gráfica y elementos perceptuales.
5. Reconoce la presencia de patrones, tendencias o posibles sesgos de lectura.
6. Construye un cuadro comparativo de doble entrada.
7. Relaciona los hallazgos con los conceptos de datos, información y conocimiento.
8. Redacta una breve reflexión sobre cómo los principios influyen en la comprensión del mensaje.
9. Entrega la tabla y la reflexión.
10. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a Internet
- Lecturas base de diseño y visualización de información
- Visualizaciones seleccionadas por el docente
- Plantilla de tabla-síntesis proporcionada por el docente

Unidad II. Análisis, estructuración y narrativa de datos

Práctica 6: Evaluación de confiabilidad y ética de fuentes

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Integra equipos de trabajo y seleccionan en equipo tres fuentes de datos relacionadas con un mismo tema.
3. Analizan cada fuente considerando procedencia, actualidad, verificabilidad y posible sesgo.
4. Aplican criterios de validación (confiable, verificable, actualizada y éticamente responsable).
5. Discuten y acuerdan la valoración de cada fuente.
6. Elaboran una matriz comparativa de confiabilidad con justificación.
7. Realiza entrega parcial y recibe retroalimentación de su docente.
8. Integra observaciones y realiza entrega final.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a Internet
- Bases académicas digitales
- Plantilla de evaluación
- Lecturas sobre ética y confiabilidad de datos

Práctica 7: Curaduría de dataset

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes
2. Explora el dataset asignado para identificar su procedencia, variables y características.
3. Detecta inconsistencias, datos faltantes, duplicados, formatos incorrectos, valores atípicos u otros problemas que afecten su calidad.
4. Clasifica las problemáticas y aplica procedimientos de limpieza, normalización y transformación con base en criterios previamente establecidos.
5. Registra en una ficha de trazabilidad la procedencia de los datos, los problemas detectados, las operaciones realizadas, los criterios aplicados y los cambios efectuados al dataset.

6. Genera y verifica una versión depurada del conjunto de datos, considerando privacidad, integridad de la información y posibilidad de reproducir el procedimiento realizado.
7. Contrasta la interpretación obtenida mediante el análisis metodológico con una interpretación generada por IA.
8. Identifica coincidencias, errores, omisiones o posibles sesgos y verifica los resultados con los datos originales y depurados.
9. Documenta la decisión final sobre los hallazgos que se conservarán, modificarán o descartarán, fundamentándose en los datos y en el procedimiento metodológico aplicado.
10. Realiza la entrega del dataset y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Microsoft Excel o Google Sheets
- Manuales de limpieza de datos
- Herramientas de inteligencia artificial y tecnologías emergentes
- Diccionario o guía de variables
- Equipo de cómputo
- Acceso a Internet

Práctica 8: Categorización y jerarquización informativa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica y clasifica las variables según su naturaleza.
3. Define criterios de categorización (agrupación semántica, frecuencia, relevancia, etc)
4. Establece una jerarquía informativa en base a niveles, subniveles, relaciones y secuencia lógica.
5. Diseña un esquema estructural que representa la organización de la información.
6. Justifica los criterios utilizados para la categorización y jerarquización.
7. Realiza entrega parcial y recibe retroalimentación de su docente.
8. Ajusta el esquema estructural con base en la retroalimentación recibida.

Recursos de apoyo

- Microsoft Excel o Google Sheets
- Papel milimétrico
- Software de diagramación (Miro, Lucidchart, Figma o similar)
- Lecturas sobre arquitectura de la información y jerarquía visual
- Equipo de cómputo

Práctica 9: Arquitectura de información aplicada

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza el dataset previamente depurado y jerarquizado (resultado de prácticas anteriores).
3. Define el objetivo comunicativo de la visualización.
4. Diseña el mapa estructural de visualización considerando macroestructura, subniveles informativos, relación entre módulos, agrupaciones temáticas, prioridades informativas, entre otros.
5. Establece el flujo de lectura o navegación definiendo entrada, secuencia de exploración, nodos de decisión o posibles interacciones.
6. Determina el modelo organizativo más adecuado (jerárquico, secuencial, matricial, etc).
7. Representa gráficamente la arquitectura (sitemap, diagrama de flujo, wireframe, esquema modular).
8. Valida la coherencia organizativa simulando el recorrido del usuario.
9. Documenta brevemente los criterios estructurales adoptados.
10. Realiza entrega parcial y recibe retroalimentación docente.
11. Ajusta el diseño con base en la retroalimentación recibida.

Recursos de apoyo

- Software de diseño UX/UI (Figma, Adobe XD, Miro o similar)
- Equipo de cómputo
- Dataset depurado y esquema jerarquizado (prácticas anteriores)
- Lecturas sobre arquitectura de información y experiencia de usuario

Práctica 10: Construcción de narrativa visual basada en datos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define mensaje central basado en datos validados.
3. Crea un storyboard a partir de la información facilitada por el docente.
4. Establece un orden narrativo lógico.
5. Integra datos jerarquizados.
6. Presenta la propuesta preliminar argumentada ante el grupo.

7. Realiza entrega parcial y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a Internet
- Plantillas storyboard
- Equipo de computo

Unidad III. Diseño y prototipado de sistemas de visualización

Práctica 11: Diseño de visualización estática avanzada

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa referentes de visualización estática proporcionados por el docente en la plataforma institucional.
3. Selecciona el dataset previamente validado y jerarquizado en la Unidad II.
4. Define el objetivo comunicativo específico de una pieza gráfica
5. Selecciona la tipología gráfica pertinente según la naturaleza de los datos
6. Diseña bocetos preliminares en papel o formato digital para explorar alternativas compositivas.
7. Desarrolla la visualización en software de diseño (Illustrator, InDesign, Canva o similar).
8. Aplica principios perceptuales revisados en la Unidad I (contraste, alineación, proximidad, jerarquía).
9. Evalúa legibilidad tipográfica, coherencia cromática y claridad estructural.
10. Realiza una entrega preliminar para revisión docente.
11. Recibe retroalimentación técnica y conceptual por el docente
12. Ajusta la pieza gráfica con base en las observaciones recibidas
13. Realiza entrega parcial

Recursos de apoyo

- Software para diseño vectorial
- Equipo de computo

Práctica 12: Adaptación a entorno interactivo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Convierte la visualización estática en prototipo interactivo.
3. Diseña la navegabilidad.
4. Crea prototipo en la plataforma digital indicada por el docente para el diseño de interfaces de usuario (UI) y experiencias de usuario (UX).
5. Realiza entrega parcial y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software para diseño UX/UI
- Equipo de computo

Práctica 13: Aplicación de criterios de accesibilidad

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Evalúa contraste, tipografía y navegación del prototipo realizado en la práctica 12.
3. Consulta y ajusta el trabajo bajo criterios WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) facilitados por el docente.
4. Identifica posibles barreras cognitivas o visuales.
5. Documenta cambios en la bitácora.
6. Realiza ajustes necesarios en el prototipo.
7. Realiza entrega parcial y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Checklist accesibilidad
- Guía WCAG
- Herramientas de contraste en línea
- Bitácora
- Equipo de cómputo

Práctica 14: Prueba con usuarios

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña un instrumento breve de evaluación (formato proporcionado por el docente).
3. Aplica test a un mínimo de tres usuarios
4. Registra tiempos de ejecución, errores y observaciones cualitativas.
5. Identifica patrones de dificultad o confusión.
6. Analiza los hallazgos y redacta conclusiones.
7. Realiza reporte preliminar.
8. Entrega parcial y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Formato de prueba de usuario
- Plantilla de análisis
- Equipo de cómputo

Práctica 15: Optimización del sistema visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Ajusta el prototipo con base en los resultados de la prueba con usuarios.
3. Aplica los criterios para mejorar la experiencia funcional.
4. Justifica las mejoras implementadas en un documento breve
5. Realiza entrega parcial y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software para diseño UX/UI
- Equipo de computo

Práctica 16: Presentación y defensa metodológica del sistema

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Organiza todo el proceso desarrollado durante todo el curso.
3. Estructura una presentación digital con la información recabada
4. Expone el proceso completo del método utilizado al grupo.
5. Fundamenta decisiones teóricas ante el grupo.
6. Presenta ante grupo la versión final optimizada.
7. Responde preguntas y realiza defensa crítica del proyecto.
8. Realiza entrega final y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Proyector
- Equipo de computo
- Software para diseño de presentaciones
- Rúbrica de evaluación

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje autorregulado
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en simulaciones

- Aprendizaje basado en preguntas
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Webinars interactivos
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Elaboración de organizadores gráficos digitales
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Toma de apuntes en formatos digitales
- Participación en simulaciones digitales
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Trabajo de campo remoto o híbrido
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- | | |
|--------------------------|-----|
| - Evaluaciones parciales | 10% |
| - Prácticas de taller | 40% |

- Tareas y actividades	10%
- Proyecto de visualización	40%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual o afín, preferentemente con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente y/o profesional, con conocimientos en fundamentos del diseño de información, percepción visual, tipologías gráficas y análisis crítico de datos, así como herramientas digitales de visualización, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona creativa, analítica, inclusiva, con capacidad innovadora, compromiso con la actualización profesional continua y fomenta el trabajo en equipo.



LEARNING MODULE

I. GENERAL INFORMATION

School:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Major:	Bachelor's Degree in Strategic Visual Communication Design, Blended Modality
Study Program:	2027-2
Learning Module Title:	Layout and Grids
Module Code:	
Time distribution:	Class Hours: 01 Workshop Hours: 03 Out-of-Class Hours: 01 Credits: 05
Academic Development Phase:	Disciplinary
Module Type::	Required
Requirements::	None
Mode of delivery:	In-person
Design Team:	Ana Erika Ruiz Arellano Claudia Rivera Torres Julio César Rincón Martínez
Approved by the Assistant Dean(s):	Eunice Vargas Viveros
Date:	October 6, 2026.
Approval and registration:	

II. PURPOSE OF THE LEARNING MODULE

The Layout and Grids learning module aims to train the students in selecting, structuring and systematizing compositional frameworks that guide the design of graphic, digital, audiovisual and interactive applications such as editorial systems, interfaces, transmedia products and data visualizations, strengthening strategic decision-making for multiplatform communication systems. It is positioned within the disciplinary stage, has a required character contributing to the Design area. It has no prerequisites. This course contributes to the accreditation of the second language of the curriculum.

In the design of this learning unit, the scope and theoretical elements of PUA **40131 Layout and Grids**, from the 2022-2 Curriculum of the Bachelor's Degree Program in Graphic Design, were used as a foundation. This course was developed by Isabel Salinas Gutiérrez and Néstor Alonso Díaz Fernández, with the approval of the associate directors Daniela Mercedes Martínez Plata and Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. GENERAL COMPETENCE OF THE LEARNING MODULE

To design layouts for communication systems across media, through the application of spatial theory, grid methodologies, typographic hierarchy and digital tools, in order to develop efficient, coherent and user-centered compositions that respond to contextual, technological and communicational objectives with analytical, creative and ethical criteria.

IV. LEARNING EVIDENCE

The mockup of a multi-page graphic design product, containing a documented design portfolio explaining structural decisions, grid selection criteria, testing iterations and strategic alignment with communication objectives.

V. PROFESSIONAL COMPETENCY OF THE GRADUATE PROFILE TO WHICH THE LEARNING MODULE CONTRIBUTES

To design visual communication projects based on design fundamentals and methodologies, using technological tools to address and resolve production, promotion, outreach, dissemination, and marketing needs for social and productive sectors, supported in creativity, innovation, social responsibility, and professional ethics.

VI. CROSS-CUTTING THEME TO WHICH THE LEARNING MODULE CONTRIBUTES

Innovation and Excellence.

VII. UNIT DESCRIPTIONS

Unit I. Grid typologies and basic structures

Competency

To analyze the structure of the layout, through the grid types, structural variables, format and proportion, to choose the most appropriate one according to the project, with an analytical attitude and discipline.

Content

- 1.1. Foundations of spatial organization
 - 1.1.1. Composition theory
 - 1.1.2. Modular logic
 - 1.1.3. Alignment systems
- 1.2. Grid typologies
 - 1.2.1. Manuscript
 - 1.2.2. Multicolumn
 - 1.2.3. Modular
 - 1.2.4. Hierarchical
 - 1.2.5. Baseline
- 1.3. Structural variables
 - 1.3.1. Margins
 - 1.3.2. Gutters
 - 1.3.3. Columns
 - 1.3.4. Modules
- 1.4. Format and proportion
 - 1.4.1. Ratios
 - 1.4.2. Responsive scaling
 - 1.4.3. Adaptive formats
- 1.5. Grid selection
 - 1.5.1. Audience needs
 - 1.5.2. Media conditions
 - 1.5.3. Production constraints
 - 1.5.4. Communication goals

Time Allotted

04 hours

Unit II. Visual hierarchy and organization of information

Competency

To organize information using grid systems to construct functional visual narratives with precision, clarity, and communicative effectiveness.

Content

- 2.1. Grid logic in communication systems
 - 2.1.1. Structural reading patterns
 - 2.1.2. Cognitive scanning
- 2.2. Content organization
 - 2.2.1. Chunking
 - 2.2.2. Flow
 - 2.2.3. Rhythm
- 2.3. Hierarchy variables
 - 2.3.1. Scale
 - 2.3.2. Contrast
 - 2.3.3. Weight
 - 2.3.4. Position
- 2.4. Visual emphasis tools
 - 2.4.1. Negative space
 - 2.4.2. Color depth
 - 2.4.3. Directionality
- 2.5. User-centered hierarchy evaluation
 - 2.5.1. Readability testing
 - 2.5.2. Accessibility checks
 - 2.5.3. Interface logic
 - 2.5.4. Usability Metrics

Time Allotted

06 hours

Unit III. Integration of Components in Layouts**Competency**

To design graphic compositions through grid-based structuring of text and image in order to create coherent visual systems aligned with project objectives and platform conditions, with quality and creativity.

Content

- 3.1. Text–image relationships
 - 3.1.1. Separation strategies
 - 3.1.2. Integration strategies
- 3.2. Type as image
 - 3.2.1. Caption treatment
 - 3.2.2. Pull quotes
 - 3.2.3. Folios and wayfinding
- 3.3. Interactive components
- 3.4. Breaking the rules

Time Allotted

06 horas

VIII. STRUCTURE OF WORKSHOP PRACTICES**Unit I. Grid typologies and basic structures****Practice 1: Manuscript Grid Construction*****Time Allotted***

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Interpret briefing
3. Define format
4. Calculate margins
5. Construct single-column grid
6. Apply typographic and visual elements
7. Evaluate alignment
8. Document process
9. Submit the assignment on time
10. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Computer
- Design software
- References

Practice 2: Multicolumn Variations***Time Allotted***

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Analyze content
3. Define column number
4. Generate variants
5. Test hierarchy
6. Compare readability
7. Adjust spacing
8. Compiled results
9. Submit the assignment on time
10. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Computer
- Layout software
- Sample text

Practice 3: Modular Grid System**Time Allotted**

03 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Determine format
3. Divide structure into modules
4. Assign content zones
5. Test alternative distributions
6. Assess balance
7. Refine composition
8. Submit the assignment on time
9. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Computer
- Design software
- Grid templates

Practice 4: Hierarchical Grid Design**Time Allotted**

03 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Identify information levels
3. Define dominant zones
4. Structure irregular grid
5. Insert elements
6. Evaluate hierarchy
7. Refine visual flow
8. Submit the assignment on time
9. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Computer

- References
- Layout software

Practice 5: Baseline Alignment Study

Time Allotted

02 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Configure baseline
3. Align text blocks
4. Compare spacing
5. Adjust leading
6. Test consistency
7. Compile evidence
8. Submit the assignment on time
9. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Computer
- Software
- Typographic samples

Unit II. Visual hierarchy and organization of information

Practice 6: Grid Selection Analysis

Time Allotted

06 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Interpret project brief
3. Evaluate content complexity
4. Compare grid options
5. Justify selection
6. Apply layout
7. Review clarity
8. Document rationale
9. Submit the assignment on time
10. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Computer

- References
- Software

Practice 7: Hierarchy Optimization

Time Allotted

06 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Classify content
3. Assign hierarchy
4. Modify scale
5. Adjust contrast
6. Test readability
7. Refine composition
8. Submit the assignment on time
9. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Design software
- Test users

Practice 8: Visual Flow Testing

Time Allotted

06 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Create a layout
3. Simulate reading paths
4. Analyze eye movement
5. Modify spacing
6. Test alternatives
7. Finalize structure
8. Submit the assignment on time
9. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Software
- Observation sheet

Unit III. Integration of Components in Layouts

Practice 9. Text–Image Structural Integration

Time Allotted

05 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Define communication objectives and platform conditions
3. Analyze content hierarchy and narrative intention
4. Construct a grid-based structure integrating text and image
5. Apply separation and integration strategies according to emphasis criteria
6. Refine caption treatment and pull quotes
7. Evaluate visual coherence and alignment with objectives
8. Present compositional justification in brief format
9. Submit the assignment on time
10. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Editorial design software
- UX/UI software
- Image bank and editorial text
- Grid templates
- Project brief template
- Evaluation rubric

Practice 10. Typographic Components as Visual Devices

Time Allotted

04 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Select editorial content; define hierarchy levels
3. Transform typographic elements into visual focal components
4. Integrate pull quotes and captions within the grid system
5. Adjust folios and wayfinding markers for navigational clarity
6. Evaluate balance between functional and expressive roles of type
7. Document structural decisions and refinement criteria
8. Submit the assignment on time
9. Receive feedback from the teacher

Support resources

- Editorial design software
- Typography reference guide
- Layout samples
- Grid construction guidelines
- Digital projection system

Practice 11. Wayfinding and Interactive Structuring

Time Allotted

05 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Define user navigation scenario; organize folios and wayfinding elements within a modular grid
3. Incorporate interactive components or navigational cues
4. Test clarity of information flow; refine alignment and spacing according to platform constraints
5. Evaluate usability through peer feedback
6. Adjust layout according to documented observations
7. Submit the assignment on time
8. Receive feedback from the teacher

Support resources

- UX/UI software
- Responsive grid templates
- Usability checklist
- Digital prototype device
- Feedback form

Practice 12. Breaking the Grid Strategically

Time Allotted

04 hours

Procedure

1. Pay attention to the teacher's instructions for the development of the practice
2. Construct a conventional grid-based layout Identify a focal communicative intention
3. Introducing controlled structural disruption
4. Evaluate impact on hierarchy and readability

5. Adjust separation and integration strategies
6. Compare original and modified versions
7. Justify compositional decisions based on communicative effectiveness and platform requirements
8. Submit the assignment on time
9. Receive feedback from the teacher

Support resources

- UX/UI software
- Sample editorial content
- Comparative analysis template
- Perceptual principles reference
- Presentation format

IX. METHODOLOGY AND STRATEGIES

Course framework

On the first day of class, each instructor must establish the working methods, evaluation criteria, quality of academic work, and teacher-student rights and responsibilities.

Teaching strategies

- Project-based method
- Problem-based learning
- Question-based learning
- Guided instruction
- Lecture notes

Learning strategies

- Documentary research
- Analytical learning
- Concept maps
- Comparative charts
- Static prototyping
- Interactive prototyping
- Usability testing activities

X. EVALUATION CRITERIA

Accreditation criteria

To be eligible for ordinary and extraordinary exams, each student must meet the attendance percentages established by the current School Statute. Grades are on a scale from 0 to 100, with a minimum passing grade of 60.

Assessment criteria

- Midterm assessments	15%
- Workshop practices	50%
- Mockup of graphic design product	35%
Total	100%

XI. BIBLIOGRAPHY

Resources of the UABC physical and digital library

Ambrose, G. (2005). *Layout*. Parramón. [clásica]

Chakraborty, S., Wei, Z., Kelton, C., Ahn, S., Balasubramanian, A., & Zelinsky, G. (2023).

Predicting visual attention in graphic design documents. *IEEE Transactions on Multimedia*, 25, 4478–4493. <https://doi.org/10.1109/TMM.2022.3176942>

Cullen, K. (2021). *Layout workbook*. Rockport Publishers. [clásica]

Han, J., Bae, W., Chang, E., Wang, Z., Nikolić, B., & Alon, E. (2021). LAYGO: A template-and-grid-based layout generation engine for advanced CMOS technologies. *IEEE Transactions on Circuits and Systems I: Regular Papers*, 68(3), 1012–1022. <https://doi.org/10.1109/TCSI.2020.3046524> [clásica]

Jury, D. (2007). *¿Qué es la tipografía?* Gustavo Gili. [clásica]

Microsoft Technology Licensing, LLC. (2020). *Alignment of objects to multi-layer grid layouts*.

[clásica]

Samara, T. (2020). *Design elements: A graphic style manual*. Rockport Publishers. [clásica]

Tondreau, B. (2019). *Layout essentials*. Rockport Publishers. [clásica]

Freely Accessible or External Complementary Resources

Adobe Creative Cloud. (2024a). *Cuadrículas y la regla de los tercios (Ep. 4)* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=s9DtmVogRrY>

Adobe Creative Cloud. (2024b). *Sistemas de cuadrícula en el diseño gráfico (Ep. 3)* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=M8afKKlwJAK>

Bravo, Y. (2023). *Disposición y composición* [Recurso interactivo]. Educaplay.

https://es.educaplay.com/recursos-educativos/11682476-disposicion_y_composicion.html

Cichello, E. (2025). *El curso de tipografía más corto del mundo* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=M-MUn0Zi3yA>

Graphics, S. (2025a). *El ÚNICO vídeo de diseño de maquetación que necesitas en 2025*

(Edición avanzada) [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fn-r5m6omvE>

Graphics, S. (2025b). *¡Aprenda TODAS las cuadrículas de diseño gráfico en 8 minutos!*

[Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gUzkRue28VI>

López, M. (2021). *Significado de la tipografía* [Recurso interactivo]. Educaplay.

https://es.educaplay.com/recursos-educativos/8957033-significado_de_la_tipografia.html [clásica]

Ruiz, Y. (2025). *Conoce conceptos clave de maquetación* [Recurso interactivo]. Educaplay.

https://es.educaplay.com/recursos-educativos/25523100-quiz_de_diseno_grafico_basico.html

XII. TEACHER PROFILE

Professional with a bachelor's degree in graphic design, visual communication, or a related field; preferably with postgraduate studies and at least two years of teaching and professional experience. Demonstrated proficiency in theoretical and practical teaching methods and the use of digital vectorization tools, as well as professional experience in layout and grid systems for visual production. The person teaching the course should demonstrate a proactive, creative, and analytical approach, along with the ability to work collaboratively.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Fundamentos del Diseño UX/UI
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Taller: 02 Horas Extra-clase: 02 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Genaro Nájera Ocegueda Armando Navarro Suárez Haydeé Meléndez Guillén
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar fundamentos estratégicos y técnicos del diseño UX/UI mediante marcos conceptuales centrados en el usuario, principios de usabilidad, accesibilidad digital y alfabetización básica en implementación web, para sustentar y materializar soluciones digitales funcionales con pensamiento crítico, innovación y responsabilidad profesional en entornos virtuales colaborativos. La asignatura se ubica en etapa disciplinaria con carácter obligatoria, pertenece al área de conocimiento de Tecnología y no presenta requisitos previos para cursar.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar soluciones digitales, con base en la articulación de análisis estratégico, estructura de información y fundamentos tecnológicos, con el propósito de crear plataformas interactivas que integren principios de experiencia de usuario (UX), interfaz de usuario (UI) y accesibilidad digital, con creatividad, innovación y ética profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elaborar un proyecto final integrador que incluya: (1) Documento estratégico UX; (2) Definición de usuario (User Persona) y User Journey; (3) Arquitectura de información (mapa del sitio y flujo de navegación); (4) Wireframes de baja fidelidad; (5) Documentación del prototipo web estático funcional en HTML y CSS; (6) Documento ejecutivo de justificación estratégica y técnica; (7) Presentación ejecutiva tipo pitch del proyecto.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Pensamiento Crítico; Vanguardia e Innovación Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. UX como sistema estratégico

Competencia

Identificar el diseño UX/UI como un sistema estratégico a partir de principios de diseño centrado en el usuario (ISO 9241-210), modelos conceptuales de experiencia y fundamentos de psicología cognitiva, para argumentar su impacto en la propuesta de valor y su relación con la viabilidad técnica en proyectos digitales, de manera metódica y actitud proactiva.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un ensayo analítico breve (3–4 cuartillas) donde explique diferencias entre UX y UI, los principios del diseño centrado en el usuario (ISO 9241-210 y la relación entre experiencia, propuesta de valor y viabilidad técnica

Contenido

- 1.1. Diseño UX y diseño UI
 - 1.1.1. Definición y alcance de UX
 - 1.1.2. Definición y alcance de UI
 - 1.1.3. Diferencias y complementariedad
 - 1.1.4. Casos donde la interfaz no garantiza una buena experiencia
- 1.2. Diseño centrado en el usuario (ISO 9241-210)
 - 1.2.1. Concepto y principios fundamentales
 - 1.2.2. Contexto de uso
 - 1.2.3. Proceso iterativo y evaluación
- 1.3. Modelo de los cinco planos (Garrett)
 - 1.3.1. Plano estratégico
 - 1.3.2. Plano de alcance
 - 1.3.3. Plano estructural
 - 1.3.4. Plano de esqueleto
 - 1.3.5. Plano superficial
- 1.4. Psicología cognitiva aplicada a UX
 - 1.4.1. Modelos mentales
 - 1.4.2. Carga cognitiva
 - 1.4.3. Percepción y memoria en la interacción
- 1.5. UX, propuesta de valor y viabilidad técnica
 - 1.5.1. Experiencia y propuesta de valor
 - 1.5.2. Restricciones técnicas
 - 1.5.3. Alineación entre negocio, usuario y desarrollo

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond* (2nd ed.). New Riders. [clásica]

International Organization for Standardization. (2019). *ISO 9241-210:2019: Ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems*. ISO. [clásica]

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Rev. and expanded ed.). Basic Books. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Nielsen Norman Group. (n.d.). Research-based user experience articles and reports. <https://www.nngroup.com/>

IDEO.org. (2015). The field guide to human-centered design. IDEO.org.

Interaction Design Foundation. (s. f.). UX daily: The world's largest free online resource on UX design. <https://www.interaction-design.org/literature/article/free-ux-design-courses>

Unidad II. Arquitectura, usabilidad y estructura Web

Competencia

Analizar soluciones digitales aplicando principios de usabilidad, leyes cognitivas y arquitectura de información, articulándose con sistemas de navegación y estructura semántica HTML para garantizar coherencia, claridad y funcionalidad en la experiencia web, con actitud crítica, objetiva y creativa.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar un mapa del sitio + flujo de navegación + esquema HTML preliminar, que incluya jerarquía de contenidos y relación con etiquetas semánticas

Contenido

- 2.1. Principios de usabilidad
 - 2.1.1. Concepto de usabilidad
 - 2.1.2. Heurísticas de Nielsen
 - 2.1.3. Errores comunes de usabilidad en entornos digitales
- 2.2. Leyes cognitivas aplicadas a interfaces
 - 2.2.1. Ley de Hick
 - 2.2.2. Ley de Fitts
 - 2.2.3. Principios de proximidad y jerarquía visual
- 2.3. Arquitectura de información
 - 2.3.1. Organización y jerarquización de contenidos
 - 2.3.2. Sistemas de clasificación
 - 2.3.3. Mapa del sitio
- 2.4. Sistemas de navegación
 - 2.4.1. Navegación global, local y contextual
 - 2.4.2. Flujos de usuario
 - 2.4.3. Claridad y consistencia en la interacción
- 2.5. Introducción a HTML semántico
 - 2.5.1. Estructura básica de un documento HTML
 - 2.5.2. Etiquetas semánticas principales (header, nav, main, section, article, footer)
 - 2.5.3. Relación entre arquitectura de información y estructura del código

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Krug, S. (2014). *Don't make me think, revisited: A common sense approach to web usability* (3rd ed.). New Riders. [clásica]

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design* (2nd ed.). Rockport Publishers. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Yablonski, J. (2022). *Las leyes de UX: Cómo utilizar la psicología para mejorar la experiencia de usuario*. Editorial Parramón.

Fernández Casado, P. E. (2021). *UX Design: Hazlo fácil pensando en el usuario*. RA-MA Editorial. [clásica]

Unidad III. Metodologías UX y documentación técnica

Competencia

Aplicar metodologías de diseño centradas en el usuario para analizar problemáticas digitales y documentar decisiones estratégicas mediante la construcción de User Persona y User Journey, asegurando coherencia entre investigación, propuesta de diseño y procesos básicos de handoff diseño–desarrollo.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar un documento User Persona + User Journey derivados de investigación básica.

Contenido

- 3.1. Metodologías de diseño centradas en el usuario
 - 3.1.1. Design Thinking: fases y aplicación
 - 3.1.2. Modelo del Doble Diamante
 - 3.1.3. Lean UX y enfoque iterativo
- 3.2. Investigación básica en UX
 - 3.2.1. Fuentes primarias y secundarias
 - 3.2.2. Técnicas básicas: entrevistas, encuestas, análisis documental
 - 3.2.3. Identificación de necesidades y problemas del usuario
- 3.3. User Persona
 - 3.3.1. Construcción del perfil del usuario
 - 3.3.2. Objetivos, motivaciones y frustraciones
 - 3.3.3. Uso estratégico de la persona en decisiones de diseño
- 3.4. User Journey
 - 3.4.1. Etapas de interacción
 - 3.4.2. Puntos de contacto y emociones
 - 3.4.3. Identificación de pain points y oportunidades
- 3.5. Documentación técnica básica en UX
 - 3.5.1. Justificación de decisiones de diseño
 - 3.5.2. Coherencia entre investigación y propuesta

3.5.3. Preparación para handoff diseño–desarrollo

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperBusiness. [clásica]

Gothelf, J., & Seiden, J. (2016). *Lean UX: Designing great products with agile teams* (2nd ed.). O'Reilly Media. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

IDEO.org. (s. f.). *The field guide to human-centered design*. IDEO Design Kit.

<https://www.designkit.org/>

Nielsen Norman Group. (s. f.). *Research methods*. <https://www.nngroup.com/topic/research-methods/>

Unidad IV. Prototipado funcional y materialización digital

Competencia

Construir un prototipo web estático funcional mediante la implementación básica en HTML y CSS, integrando principios de usabilidad, estructura semántica y accesibilidad digital, para materializar de forma coherente la propuesta estratégica desarrollada previamente.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Diseñar un prototipo web estático funcional en HTML y CSS (mínimo 3 secciones navegables), que incluya una estructura semántica correcta, navegación operativa, una aplicación básica de CSS, accesibilidad mínima (alt text, contraste adecuado) y coherencia con arquitectura y persona desarrolladas previamente

Contenido

- 4.1. HTML semántico
 - 4.1.1. Estructura básica del documento HTML
 - 4.1.2. Etiquetas semánticas principales
 - 4.1.3. Jerarquía correcta de encabezados
- 4.2. Fundamentos de CSS
 - 4.2.1. Selectores básicos
 - 4.2.2. Propiedades esenciales (color, tipografía, espaciado)
 - 4.2.3. Organización básica de estilos
- 4.3. De wireframe a código
 - 4.3.1. Traducción de estructura visual a estructura HTML
 - 4.3.2. Coherencia entre arquitectura y maquetación
- 4.4. Navegación funcional
 - 4.4.1. Enlaces internos
 - 4.4.2. Menú de navegación básico
 - 4.4.3. Consistencia estructural entre secciones
- 4.5. Accesibilidad digital básica
 - 4.5.1. Texto alternativo en imágenes
 - 4.5.2. Uso correcto de etiquetas estructurales
 - 4.5.3. Principios básicos de contraste y legibilidad
- 4.6. Documentación del prototipo
 - 4.6.1. Explicación breve de decisiones de implementación
 - 4.6.2. Relación entre análisis UX y resultado técnico

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Duckett, J. (2011). *HTML and CSS: Design and build websites*. John Wiley & Sons. [clásica]

Frain, B. (2022). *Responsive web design with HTML5 and CSS: Build future-proof responsive websites using the latest HTML5 and CSS techniques* (4th ed.). Packt Publishing.

Unger, R., & Chandler, C. (2012). *A project guide to UX design: For user experience designers in the field or in the making* (2nd ed.). New Riders. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

GitHub, Inc. (s. f.). *GitHub Pages documentation*. <https://docs.github.com/en/pages>

Google. (s. f.). *Web Fundamentals*. <https://developers.google.com/web>

Mozilla Foundation. (s. f.). *MDN Web Docs*. <https://developer.mozilla.org/>

Refsnes Data. (s. f.). *W3Schools*. <https://www.w3schools.com/>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. UX como sistema estratégico

Práctica 1: Análisis comparativo UX y UI

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Selecciona dos productos digitales (sitio o app).
3. Identifica elementos correspondientes a UX y UI en cada caso.
4. Explica por escrito las diferencias detectadas.
5. Redacta conclusiones sobre el impacto en la experiencia del usuario.
6. Entrega reporte breve.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto

Práctica 2: Aplicación de principios ISO 9241-210

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Selecciona un producto digital.
3. Identifica al menos tres principios del diseño centrado en el usuario.
4. Explica cómo se aplican o no en el producto analizado.
5. Redacta hallazgos y áreas de mejora.
6. Entrega análisis escrito.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Documento de referencia ISO 9241-210

Práctica 3: Análisis con el modelo de los cinco planos***Duración***

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Selecciona un sitio web.
3. Identifica elementos correspondientes a cada uno de los cinco planos de Garrett.
4. Explica la relación entre estrategia y superficie visual.
5. Entrega infografía del esquema con breve explicación.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Plantilla de análisis

Práctica 4: Evaluación cognitiva de interfaz***Duración***

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Analiza una interfaz digital asignada.
3. Identifica ejemplos de carga cognitiva y modelos mentales.
4. Propone tres mejoras justificadas.
5. Entrega reporte breve.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet

Unidad II. Arquitectura, usabilidad y estructura Web

Práctica 5: Evaluación heurística

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Selecciona un sitio web.
3. Aplica las diez heurísticas de usabilidad de Nielsen.
4. Analiza la interacción con la IA a partir de los siguientes criterios:
 - Identificación y transparencia de la IA
 - Control del usuario y manejo de errores
 - Confiabilidad y coherencia
 - Privacidad, inclusión y sesgos
5. Registra hallazgos positivos y negativos.
6. Propone mejoras básicas.
7. Entrega reporte estructurado.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- IA y tecnologías emergentes
- Checklist heurístico

Práctica 6: Construcción de mapa del sitio

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Define secciones principales del proyecto.
3. Organiza contenidos en jerarquía lógica.
4. Elabora mapa del sitio estructural.
5. Entrega diagrama final.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de diagramación

Práctica 7: Diseño de flujo de usuario

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Define una tarea principal del usuario.
3. Describe pasos necesarios para completarla.
4. Construye un diagrama de flujo claro.
5. Identifica posibles puntos de fricción.
6. Entrega documento visual.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diagramación

Práctica 8: Estructura HTML semántica

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Crea archivo HTML base.
3. Implementa etiquetas semánticas principales.
4. Organiza contenido según *sítemap* previo.
5. Verifica funcionamiento en navegador.
6. Entrega archivo digital.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Editor de código
- MDN Web Docs

Unidad III. Metodologías UX y documentación técnica

Práctica 9: Definición del problema de diseño

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Describe el contexto del proyecto.
3. Identifica el problema central del usuario.
4. Utiliza IA para explorar alternativas de formulación del problema y contrasta los resultados con el contexto del proyecto.
5. Valora la pertinencia y las limitaciones del uso de la IA.
6. Redacta *problem statement* de forma clara.
7. Entrega documento al docente y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Plantilla de trabajo
- IA y tecnologías emergentes

Práctica 10: Construcción de User Persona

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Analiza datos de investigación básica.
3. Define perfil demográfico y conductual.
4. Utiliza IA para explorar alternativas del perfil demográfico y conductual y contrasta los resultados obtenidos en el punto 3.
5. Establece objetivos y frustraciones.
6. Elabora ficha visual de persona.
7. Entrega documento final y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño o texto
- IA y tecnologías emergentes

Práctica 11: Desarrollo de User Journey

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Define etapas de interacción del usuario.
3. Identifica emociones y puntos críticos.
4. Construye mapa visual del recorrido.
5. Entrega documento estructurado.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diagramación

Práctica 12: Documentación estratégica UX

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Integra persona y journey.
3. Justifica decisiones de diseño.
4. Redacta documento técnico breve.
5. Entrega versión revisada.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de procesamiento de texto

Unidad IV. Prototipado funcional y materialización digital

Práctica 13: Construcción de estructura HTML

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Crea la estructura HTML del sitio con base en el wireframe definido.
3. Organiza el contenido mediante etiquetas semánticas y establece la jerarquía de encabezados.
4. Implementa la navegación interna y verifica el funcionamiento de los enlaces.
5. Utiliza IA como apoyo para revisar, detectar errores o proponer ajustes al código HTML.
6. Valora la pertinencia de las recomendaciones generadas y realiza los ajustes necesarios.

7. Comprueba la correspondencia entre la estructura desarrollada, la arquitectura de información y el wireframe.
8. Entrega avance funcional y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Editor de código
- IA y tecnologías emergentes

Práctica 14: Aplicación de CSS básico

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Crea y vincula el archivo CSS con la estructura HTML.
3. Aplica tipografía, color, espaciado y demás propiedades básicas de estilo de acuerdo con la propuesta visual.
4. Ajusta la presentación de los elementos para mantener coherencia con el wireframe y la jerarquía visual definida.
5. Utiliza IA como apoyo para revisar, detectar errores o proponer ajustes al código CSS.
6. Valora la pertinencia de las recomendaciones generadas y realiza los ajustes necesarios.
7. Verifica la coherencia visual, legibilidad y funcionamiento de la interfaz.
8. Entrega la versión estilizada del prototipo y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Editor de código
- IA y tecnologías emergentes

Práctica 15: Revisión de accesibilidad y usabilidad

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes.
2. Agrega texto alternativo a imágenes.
3. Verifica la jerarquía de los encabezados.
4. Revisa contraste y legibilidad.
5. Realiza ajustes necesarios.
6. Utiliza IA para validar la accesibilidad y usabilidad de la propuesta.
7. Integra un reporte que establezca las conclusiones de la validación.
8. Entrega versión final y recibe retroalimentación del docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Editor de código
- IA y tecnologías emergentes
- Herramientas de evaluación de accesibilidad (WAVE, Lighthouse, etc.)

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Aprendizaje por retos en plataformas virtuales
- Foros de discusión guiada
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Gamificación o aprendizaje basado en juego
- Aprendizaje servicio en línea (proyectos virtuales con comunidades)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Participación en simulaciones digitales (laboratorios virtuales, escenarios de rol)
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	10%
- Prácticas de taller	40%
- Tareas / Actividades	10%
- Proyecto integral (Evidencias de desempeño)	40%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Profesional con Licenciatura en Diseño, Diseño y Comunicación Visual, Diseño Digital, Diseño de Interacción, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería en Software, Licenciatura en Informática o áreas afines; deseable contar con estudios de posgrado (maestría y/o doctorado) en Experiencia de Usuario (UX), Interacción Humano-Computadora, accesibilidad digital, tecnología web o campos relacionados, con formación teórico-metodológica en diseño centrado en el usuario, usabilidad y arquitectura de información, así como dominio básico de herramientas y tecnologías para el desarrollo y prototipado web (HTML y CSS), uso de herramientas digitales de vectorización, IA generativa, tecnologías emergentes, evaluación de experiencia digital y documentación técnica en proyectos centrados en las personas usuarias. Ser proactivo, creativo, analítico y que trabaje en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Edición de Video y Gráficos Animados
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 02 Créditos:08
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Discurso Audiovisual
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Irma Cruz Soto Laura Angélica Cervantes Guzmán
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como propósito de implementar técnicas de edición no lineal y creación de gráficos animados. La utilidad de esta radica en que le permite al estudiantado aplicar estas técnicas a proyectos de diseño de contenidos audiovisuales estratégicos para medios de Internet.

Se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Tecnología, tiene como requisito obligatorio haber cursado y aprobado la unidad de aprendizaje de Discurso Audiovisual.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40115 Edición de Video y Gráficos Animados** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Ervey Leonel Hernández Torres y Jorge Alberto Cid Cruz con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Combinar técnicas de edición no lineal y gráficos animados mediante la resolución de prácticas progresivas y el uso de software especializado en edición de video, diseño sonoro y animación digital, para elaborar proyectos audiovisuales estratégicos alineados a objetivos de comunicación, con iniciativa, creatividad y responsabilidad profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio digital integrador que sistematice las evidencias parciales de cada unidad y el proyecto audiovisual final, incorporando una reflexión técnica y estratégica que demuestre la progresión en el dominio de la edición, la animación y la producción audiovisual para medios digitales, con presentación profesional y calidad académica.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Vanguardia, Excelencia e Innovación Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Video digital y edición no lineal

Competencia

Aplicar técnicas de edición no lineal mediante el uso profesional de software especializado y la integración de los fundamentos del lenguaje audiovisual, para producir mensajes visuales efectivos y coherentes con objetivos de diseño, con una actitud creativa de innovación y responsabilidad profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Entrega parcial de secuencias audiovisuales editadas con técnicas de edición no lineal, optimizadas para una plataforma digital específica y orientadas a la comunicación efectiva de mensajes visuales.

Contenido

- 1.1. Teoría básica del video digital
 - 1.1.1. Historia del video digital
 - 1.1.2. Terminología técnica del video digital (*Codec, formato, Resolución Relación de aspecto*)
 - 1.1.3. Elementos formales del video (Planos, movimiento de cámara, transiciones)
- 1.2. Introducción a la interfaz de trabajo
 - 1.2.1. Flujo básico de trabajo (importar medios, organizar medios, creación de secuencias, cortar y refinar clips, Insertar textos, mezcla básica de audio audio)
 - 1.2.2. Automatización de ajustes básicos
 - 1.2.3. Máscaras de recorte
 - 1.2.4. Herramientas de la línea de tiempo
 - 1.2.5. Mezcla de audio
 - 1.2.6. Exportación y optimización de video
- 1.3. Edición avanzada
 - 1.3.1. Automatización de transiciones
 - 1.3.2. Rotoscopia y *ChromaKeying*
 - 1.3.3. Efectos de video y audio
 - 1.3.4. Corrección de color
 - 1.3.4. Gráficos y textos

Duración

10 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Allen, D., Gallardo, T., & Scoppettuolo, D. (2020). *Fusion effects with DaVinci Resolve 16*.

Blackmagic Design. [clásica]

Ang, T. (2005). *Manual de video digital*. Omega. [clásica]

Pallerola Comamala, J. (2007). *Vídeo digital: Trucos para aficionados*. Alfaomega. [clásica]

Poynton, C. (2012). *Digital video and HD: Algorithms and interfaces* (2nd ed.). Morgan Kaufmann. [clásica]

Roldán-Garrote, D. (2010). *Vídeo digital: Una introducción*. Editorial Universitat Politècnica de València. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Centro de Estudios CEI. (2021). *Curso de edición y postproducción de vídeo digital (VFX y motion graphics)*. <https://cei.es/wp-content/uploads/2021/01/Curso-de-Edicion-y-Postproduccion-de-Video-Digital-VFX-y-Motion-Graphics.pdf> [clásica]

Compesi, R. J., & Gómez, J. S. (2006). *Introduction to video production: Studio, field, and beyond*. Pearson. [clásica]

Harrington, R., & Meyer, C. (Eds.). (2006). *After Effects @ work: DV expert series*. CMP Books. [clásica]

Unidad II. Gráficos animados (Motion Graphics)

Competencia

Integrar técnicas de gráficos animados y software de composición digital con principios de diseño visual estratégico, narrativa audiovisual y animación bidimensional y tridimensional, para desarrollar piezas audiovisuales destinadas a medios digitales, con ética en el uso de recursos digitales y compromiso con la calidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Entrega parcial de piezas audiovisuales adaptadas a una plataforma digital específica, las cuales deben integrar narrativa audiovisual, gráficos animados y animación bidimensional o tridimensional.

Contenido

- 2.1. Interfaz y secciones del software y conceptos esenciales
 - 2.1.1. Paneles y herramientas esenciales
 - 2.2.1. Flujo de trabajo
 - 2.2.3. Composición, capas, automatización de animaciones, efectos, elementos tridimensionales, renderizado
- 2.2. Animación básica de gráficos
 - 2.2.1. Creación y manipulación de fotogramas clave
 - 2.2.2. Automatización de animaciones
 - 2.2.3. Creación de máscaras animadas
 - 2.2.4. Importación de archivos
 - 2.2.5. Automatización de efectos
 - 2.2.6. precomposiciones
 - 2.2.7. Animación de trazos
 - 2.2.8. Animación de rutas
- 2.3. Animación avanzada de gráficos
 - 2.3.1. Animación de escritura
 - 2.3.2. Cámaras y animación de cámaras
 - 2.3.3. *Chroma keying* para *motion graphics*
 - 2.3.4. Rotoscopia para *motion graphics*
 - 2.3.5. Rastreadores de movimiento, cámara y máscaras
 - 2.3.6. Creación de loops animados
 - 2.3.7. Renderizado con canal alfa
 - 2.3.8. Reemplazar medios

Duración

10 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Dawkins, S., & Wynd, I. (2010). *Video production: Putting theory into practice*. Palgrave

Macmillan. [clásica]

Doods, D. (2019). *Hands-on motion graphics with Adobe After Effects CC: Develop your skills*

as a visual effects and motion graphics artist. Packt Publishing. [clásica]

Jackson, C. (2018). *After Effects for designers: Graphic and interactive design in motion*. Routledge. [clásica]

Vasconcelos dos Santos, M. E., & Pereira, K. (2023). Animação – guia para produção de vídeo com técnicas de animação. *BOEM*, 11, 1–15.

<https://doi.org/10.5965/2357724X112023e0102>

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Gyncild, B., & Fridsma, L. (2024). *Adobe After Effects: 2024 release*. Adobe Press.

Harrington, R., Meyer, C., & Meyer, T. (Eds.). (2006). *After Effects @ work: DV expert series*. CMP Books. [clásica]

Ráfols, R. (2018). *Historia de los motion graphics*. Universitat Oberta de Catalunya.

https://disseny.recursos.uoc.edu/materials/motion-graphics/wp-content/uploads/sites/8/2018/10/historia_motion_graphics_es.pdf [clásica]

Unidad III. Proyecto audiovisual integrador

Competencia

Producir un proyecto audiovisual estratégico para medios digitales mediante la integración de las etapas de preproducción, producción y postproducción, y el uso articulado de software de edición de video y gráficos animados, para comunicar mensajes visuales con narrativa coherente y pertinencia estratégica, con responsabilidad e innovación en el uso de recursos audiovisuales.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Proyecto audiovisual estratégico para una plataforma digital específica que integre las etapas de preproducción, producción y postproducción, mediante el uso articulado de software de edición y gráficos animados, y que comunique un mensaje con narrativa coherente y pertinencia estratégica.

Contenido

3.1. Preproducción

- 3.1.1 Definición del concepto, objetivo de comunicación, público meta y plataforma de destino
- 3.1.2 Guión literario y técnico
- 3.1.3 Storyboard y planeación visual
- 3.1.4 Planeación de recursos audiovisuales, gráficos y sonoros
- 3.1.5 Organización del flujo de producción, nomenclatura de archivos y control de versiones
- 3.1.6 Procedencia, licencias y derechos de uso de recursos

3.2. Producción

- 3.2.1 Captura y registro de video
- 3.2.2 Registro y adquisición de audio
- 3.2.3 Producción y adquisición de recursos gráficos y visuales
- 3.2.4 Gestión y organización de medios digitales
- 3.2.5 Metadatos básicos, respaldo y trazabilidad de archivos
- 3.2.6 Control técnico y de calidad del material producido

3.3. Postproducción

- 3.3.1 Gestión de medios
- 3.3.2 Corrección de color
- 3.3.3 Mezcla de audio
- 3.3.4 Metadatos
- 3.3.5 Subtitulación accesible
- 3.3.6 Derechos de uso
- 3.3.7 Documentación del flujo de trabajo

3.4. Presentación final

- 3.4.1 Exportación
- 3.4.2 Optimización para plataformas digitales

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bookwalter, J. R. (2015). Adobe Premiere Elements 13 turns your home videos into something worth watching. *Macworld - Digital Edition*, 32(1), 145–150. [clásica]

Dove, J. (2019). Adobe Premiere Elements 2019: Movie editor with an AI spin. *Macworld - Digital Edition*, 36(1), 21–27. [clásica]

Guía práctica: Adobe Premiere: Edición y post-producción de videos (1.^a ed.). (2011). Macro.

[clásica]

Grisetti, S. (2023). *The Muvipix.com guide to Adobe Premiere Elements 2021*. Muvipix.

Jago, M. (2024). *Adobe Premiere Pro: 2024 release*. Adobe Press.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Compesi, R. J., & Gómez, J. S. (2006). *Introduction to video production: Studio, field, and beyond*. Pearson. [clásica]

Costello, V. (2023). *Multimedia foundations* (3rd ed.). Focal Press.

Rose, J. (2014). *Producing great sound for film and video: Expert tips from preproduction to final mix* (4th ed.). Focal Press. [clásica]

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Video digital y edición no lineal

Práctica 1: Flujo básico de trabajo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de edición de vídeo y crea un nuevo proyecto con los ajustes de secuencia indicados por el docente.
3. Importa los clips de video proporcionados y organízalos en el panel de proyecto mediante carpetas o contenedores.
4. Crea una secuencia y arrastra los clips organizados a la línea de tiempo en el orden narrativo indicado.
5. Aplica cortes básicos, inserta un texto de título y realiza una mezcla básica de audio para balancear los niveles.
6. Exporta el video con los ajustes de formato y resolución especificados.
7. Entrega el archivo digital final exportado para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Conexión a internet
- Clips de video para los ejercicios

Práctica 2: Automatización de ajustes básicos

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el proyecto de la sesión anterior o el proyecto base proporcionado por el docente.
3. Identifica los clips de video que requieren ajustes de escala, posición y opacidad.
4. Aplica fotogramas clave (keyframes) para automatizar cambios de escala, posición y opacidad en los clips seleccionados.
5. Previsualiza los ajustes automatizados y refina los valores de los fotogramas clave para lograr transiciones fluidas.
6. Compara el resultado con y sin automatización para evaluar el impacto visual.
7. Exporta el video con los ajustes aplicados.
8. Entrega el archivo digital final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a internet
- Clips de video para los ejercicios

Práctica 3: Máscaras de recorte

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de edición de video y carga el clip o imagen designado por el docente.
3. Selecciona la herramienta de máscara (rectangular, elíptica o de forma libre) y dibuja una máscara sobre el área de interés del clip.
4. Ajusta los parámetros de expansión y suavizado del borde de la máscara para lograr una integración natural.

5. Aplica la inversión de máscara para ocultar el área exterior o interior según el objetivo del ejercicio.
6. Utiliza fotogramas clave para animar la posición de la máscara si el clip contiene movimiento.
7. Combina el clip enmascarado con un fondo o capa adicional para verificar el resultado.
8. Exporta el video y entrega el archivo digital para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 4: Herramientas de la línea de tiempo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de edición de video e importa el conjunto de clips proporcionados por el docente.
3. Realiza prácticas en el uso de las herramientas de selección, navaja (corte), deslizamiento (slip), deslizamiento (slide) y velocidad/duración sobre los clips en la línea de tiempo.
4. Aplica la herramienta de ondulación (ripple edit) y rodante (rolling edit) para ajustar puntos de corte sin desfasar el resto de la secuencia.
5. Organiza los clips en pistas de video y audio independientes, activando y desactivando visibilidad según corresponda.
6. Utiliza marcadores para señalar puntos de interés o sincronización en la secuencia.
7. Anida secuencias para organizar segmentos complejos dentro de la línea de tiempo principal.
8. Realiza una exportación de la secuencia completa en el formato indicado.
9. Entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 5: Mezcla de audio y efectos de video y audio

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el proyecto con la secuencia de video asignada y verificar los niveles de audio de cada pista en el mezclador.
3. Ajusta los niveles de volumen de las pistas de diálogo, música y efectos de sonido para lograr un balance adecuado.
4. Aplica efectos de audio como ecualizador, compresor o reducción de ruido a las pistas correspondientes.
5. Añade al menos dos efectos de video a los clips seleccionados (por ejemplo: desenfoque, viñeta, grano de película).
6. Automatiza los cambios de volumen mediante fotogramas clave para acompañar la narrativa visual.
7. Previsualiza la secuencia completa y realiza los ajustes finales de mezcla.
8. Exporta el video con la mezcla de audio integrada.
9. Entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 6: Exportación y optimización de video

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre la secuencia finalizada en el software de edición de video.
3. Accede al módulo de exportación e identifica los ajustes de formato, códec, resolución
4. Realiza la exportación de la secuencia utilizando tres configuraciones o formatos de compresión distintos, asegurando su optimización para diversas plataformas digitales (como correo electrónico, Instagram Stories o YouTube).
5. Compara el peso del archivo y la calidad visual en cada versión exportada.
6. Documenta los ajustes utilizados en cada exportación y justifica la elección del formato según la plataforma destino.

7. Entrega los tres archivos exportados y el documento de comparación para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 7: Automatización de transiciones

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de edición de video e importa una secuencia de al menos ocho clips de video.
3. Aplica transiciones de corte directo entre los primeros clips y evalúa el ritmo narrativo resultante.
4. Accede al panel de transiciones y aplica transiciones de disolución, fundido a negro y wipe entre los clips restantes.
5. Ajusta la duración y el alineamiento de cada transición para que corresponda con el ritmo del audio.
6. Utiliza la función de transición predeterminada para automatizar la inserción de transiciones en múltiples cortes simultáneamente.
7. Previsualiza la secuencia completa y ajusta las transiciones que interrumpan el flujo narrativo.
8. Exporta el video y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 8: Rotoscopia y Chroma Keying

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de edición de video e importa un clip grabado sobre fondo verde o azul (chroma key) y un clip de fondo de sustitución.
3. Aplica el efecto de ChromaKeying al clip con fondo cromático y selecciona el color a eliminar con el cuentagotas.
4. Ajusta los parámetros de transparencia, sombra, suavizado y reducción de contorno para limpiar la extracción.
5. Coloca el clip de fondo como capa inferior y verifica la integración visual entre ambas capas.
6. Importa un clip de acción real que requiera separación de un elemento del fondo mediante rotoscopia.
7. Traza máscaras fotograma a fotograma para aislar el elemento del fondo.
8. Sustituye el fondo por el clip de reemplazo y refina los bordes de la máscara rotoscopiada.
9. Exporta el video combinado y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.
10. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 9: Corrección de color

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de edición de video e importa un conjunto de clips con condiciones de
3. Activa el panel de corrección de color e identifica las herramientas de scopes: histograma, parade y vectorscopio.
4. Realiza la corrección primaria de cada clip: ajusta exposición, contraste, sombras, medios tonos y luces para normalizar la imagen.
5. Corrige el balance de blancos de los clips con dominantes de color no deseadas usando la herramienta de temperatura y tinte.
6. Aplica una gradación de color secundaria para enfatizar rangos de tonos específicos como pieles, cielo, vegetación, mediante el selector de color HSL.
7. Crea un estilo visual consistente aplicando ajustes de gradación a todos los clips mediante el uso en capas de ajuste.
8. Compara el antes y después de la corrección de color y exporta el video final.

9. Entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicio

Práctica 10: Gráficos y textos

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de edición de video y accede al editor gráfico o módulo de títulos integrado.
3. Crea un título de apertura con el nombre de un proyecto ficticio aplicando jerarquía tipográfica como titular, subtítulo, crédito.
4. Diseña al menos un título inferior (*lower third*) que identifique a un personaje o fuente de información en pantalla.
5. Agrega una gráfica animada sencilla: barra de progreso, infografía de datos o mapa con marcadores.
6. Aplica animaciones de entrada y salida a cada elemento gráfico utilizando los controles de movimiento disponibles.
7. Verifica la legibilidad de los textos sobre diferentes fondos y ajusta el contraste o la sombra del texto en caso necesario.
8. Exporta el video con los gráficos y textos integrados.
9. Entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Unidad II. Gráficos animados

Práctica 11: Paneles y herramientas esenciales: Flujo de trabajo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.

2. Abre el software de composición digital e identifica los paneles principales: *Proyecto, Composición, Línea de tiempo, Efectos y preajustes, y Renderizado*.
3. Crea una nueva composición con los ajustes de tamaño, tasa de fotogramas y duración indicados por el docente.
4. Importa archivos de distintos tipos: video, imagen, audio y archivo de *Illustrator/Photoshop* y organiza en carpetas dentro del panel de Proyecto.
5. Arrastra los archivos importados a la composición y explora las herramientas de transformación: selección, rotación, pluma, texto y forma.
6. Practica el flujo de trabajo básico: importar, componer, previsualizar y exportar a la cola de renderizado.
7. Añade la composición a la cola de renderizado y configura los ajustes de salida.
8. Entrega el archivo de proyecto y el render final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de video para los ejercicios

Práctica 12: Composición, capas, automatización de animaciones, efectos, elementos y tridimensionales, renderizado.

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Crea una composición nueva en el software para gráficos animados e importa al menos tres tipos de capas diferentes: sólido, forma, texto e imagen.
3. Experimenta con el orden de apilamiento de capas y el uso de modos de fusión para combinar elementos visualmente.
4. Habilita el interruptor 3D en al menos dos capas y ajusta su posición en los ejes X, Y y Z del espacio tridimensional.
5. Aplica un efecto de la biblioteca de efectos a una capa de imagen y ajusta sus parámetros para modificar su apariencia.
6. Activa la opción de fotogramas clave en una propiedad de transformación y crea una animación básica de posición y opacidad.
7. Configura los ajustes de renderizado en la cola de exportación seleccionando el códec y el destino del archivo.
8. Renderiza la composición y verifica la calidad del archivo exportado.
9. Entrega el archivo de proyecto y el render para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video

- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 13: Creación y manipulación de fotogramas clave y Automatización de animación

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de composición digital y crea una composición con al menos cuatro capas de forma o texto.
3. Activa fotogramas clave en las propiedades de posición, escala, rotación y opacidad de cada capa.
4. Ajusta el interpolado de los fotogramas clave con las opciones *Easy Ease*: suavizado de velocidad, para lograr movimientos orgánicos.
5. Abre el editor de gráficos de velocidad y ajusta manualmente las curvas de aceleración y desaceleración.
6. Aplica la función de asistente de animación para automatizar efectos de rebote o sacudida sobre una capa.
7. Comprueba la animación previa y ajusta los parámetros de los fotogramas clave para lograr un movimiento más fluido.
8. Exporta la composición renderizada.
9. Entrega el archivo de proyecto y el render para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 14: Creación de máscaras animadas

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Crea una composición e importa un clip de video o imagen con un elemento que requiera aislamiento.
3. Utiliza la herramienta pluma para dibujar una máscara de forma libre alrededor del elemento seleccionado.
4. Ajusta los puntos de control y los manejadores de *Bézier* para refinar el contorno de la máscara.

5. Activa fotogramas clave en la propiedad de trayecto de la máscara y desplázate fotograma a fotograma para adaptar la máscara al movimiento del elemento.
6. Experimenta con los modos de máscara: agregar, sustraer, intersectar, para combinar dos o más máscaras sobre una misma capa.
7. Aplica suavizado de borde *feather* a la máscara para integrar naturalmente el elemento enmascarado con el fondo.
8. Exporta la composición y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 15: Importación de archivos, automatización de efectos y precomposiciones

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de composición digital e importa archivos de distintos formatos: *video .mp4, imagen .png con canal alfa, proyecto de Illustrator .ai, con capas separadas y audio .wav.*
3. Organiza todos los archivos importados en subcarpetas dentro del panel de Proyecto según su tipo.
4. Aplica un efecto de la biblioteca a una capa y utiliza fotogramas clave para automatizar los cambios de sus parámetros a lo largo del tiempo.
5. Selecciona un conjunto de capas relacionadas y conviértelas en una precomposición para mantener la línea de tiempo principal organizada.
6. Edita el contenido interior de la precomposición y verifica cómo los cambios se reflejan en la composición principal.
7. Crea una segunda precomposición que sirva como elemento reutilizable copiada dos veces dentro de la composición principal.
8. Renderiza la composición final y entrega el archivo de proyecto junto al render para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 16: Animación de trazos y animación de rutas

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Crea una composición nueva e importa o dibuja un elemento vectorial con trayectorias visibles: logotipo, ilustración o firma.
3. Aplica el efecto de trazo *Stroke* sobre la trayectoria del elemento y ajusta el grosor, color y opacidad.
4. Activa fotogramas clave en el parámetro de inicio y fin del trazo para animar su aparición progresiva de inicio a fin.
5. Importa o dibuja una trayectoria de movimiento para un objeto: *punto, forma o icono*, y *aplicala como ruta de animación de posición*.
6. Ajusta la orientación automática del objeto para que siga la dirección de la trayectoria durante su desplazamiento.
7. Combina la animación de trazos y la animación de rutas en una misma composición para crear una pieza gráfica dinámica.
8. Renderiza la composición y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet y clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 17: Animación de escritura

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Crea una composición nueva y agrega una capa de texto con una frase o párrafo breve.
3. Aplica el animador de texto integrado y selecciona la propiedad de opacidad para crear una aparición letra por letra.
4. Ajusta el rango del selector y la suavización de los bordes del selector para controlar la velocidad y el orden de aparición.
5. Crea una segunda variante de animación de escritura utilizando el efecto de trazo sobre la trayectoria del texto (*write-on con máscara*).
6. Experimenta con al menos un animador de texto adicional: escala, desplazamiento de posición o rotación por carácter.

7. Combina las dos variantes en una sola composición para presentar un párrafo animado completo.
8. Renderiza y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 18: Cámaras y animación de cámaras

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Crea una composición en el software de edición de vídeo y crea un elemento 3D e importa al menos cuatro capas de imagen o forma, habilitando el interruptor 3D en cada una.
3. Distribuye las capas en el espacio tridimensional utilizando las propiedades de posición en los ejes X, Y y Z.
4. Crea una capa de cámara y selecciona el tipo de lente indicado por el docente (*35 mm, 50 mm u otro*).
5. Ajusta los parámetros de profundidad de campo y desenfoque de la cámara para crear un efecto de foco selectivo.
6. Simula un movimiento de paneo o *travelling* de cámara animando su posición y punto de interés mediante fotogramas clave.
7. Agrega una capa de luz para iluminar la escena 3D y ajusta su intensidad y color.
8. Visualiza la animación preliminarmente y ajusta los movimientos de cámara para lograr una sensación más fluida y cinematográfica.
9. Renderiza la composición y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 19: Chromakeying para motiongraphics

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.

2. Crea una composición en el software de edición e importa un clip grabado sobre fondo verde o azul y un fondo gráfico animado.
3. Aplica el efecto Keylight (o equivalente) al clip con fondo cromático y selecciona el color de pantalla con el cuentagotas.
4. Ajusta los parámetros de Screen Gain, Screen Balance y Screen Shrink/Grow para limpiar la extracción del fondo.
5. Coloca el fondo gráfico como capa inferior y verifica la integración visual del sujeto con los elementos gráficos animados.
6. Aplica una corrección de color a la capa del sujeto para armonizar su iluminación con el fondo.
7. Agrega elementos gráficos animados adicionales (textos, formas, iconos) que interactúen con el sujeto en pantalla.
8. Renderiza la composición y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de After Effects
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Práctica 20: Rotoscopia para *motiongraphics* y Rastreadores de movimiento, cámara y máscaras

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de *After effects*.
3. Importa un clip de acción real en el que sea necesario aislar un elemento del fondo sin pantalla croma.
4. Utiliza la herramienta Rotobrush o máscara fotograma a fotograma, para separar el elemento del fondo durante toda la duración del clip.
5. Refina los bordes de la rotoscopia usando la opción de suavizado y desenfoque de borde para lograr una integración natural.
6. Aplica el rastreador de movimiento *Motion Tracking* a un punto de referencia en el clip para obtener los datos de posición.
7. Vincula un elemento gráfico como el icono, texto o forma, a los datos del rastreador para que siga el movimiento del punto rastreado.
8. Utiliza el rastreador de cámara *Camera Tracker*, en un clip de cámara en movimiento para generar una cámara 3D y planos de fondo.

9. Integra un elemento gráfico tridimensional en la escena utilizando los datos del rastreador de cámara.
10. Renderiza la composición completa y entrega el archivo final para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de video
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicio

Práctica 21: Creación de loops animados

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Abre el software de *After effects*.
3. Crea una composición con una duración definida, por ejemplo, 3 segundos, destinada a repetirse en bucle.
4. Diseña una animación de al menos tres elementos gráficos que al finalizar el ciclo retornen exactamente al estado inicial.
5. Utiliza la expresión *loopOut()* en al menos una propiedad de transformación para automatizar la repetición de la animación.
6. Aplica la expresión *loopOut(type='pingpong')* en una segunda capa para crear un movimiento de vaivén continuo.
7. Verifica que el último fotograma de la composición sea visualmente idéntico al primero para asegurar una transición de bucle imperceptible.
8. Previsualiza el *loop* al menos tres ciclos consecutivos para confirmar su fluidez y coherencia visual.
9. Renderiza la composición con canal alfa, si el *loop* será usado sobre otros fondos.
10. Entrega el archivo de proyecto y el render para su retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Software de edición de gráficos animados *After effects*
- Conexión a Internet
- Clips de vídeo para los ejercicios

Unidad III: Proyecto audiovisual integrador

Práctica 22: Preproducción, producción y post-producción de proyecto integrador

Duración

14 horas

Procedimiento

1. Define el concepto, objetivo, público meta y plataforma de destino con apoyo de la inteligencia artificial (IA) para explorar referentes o alternativas conceptuales.
2. Desarrolla los siguientes productos en español e inglés mediante un proceso iterativo de diálogo con la inteligencia artificial:
 - Guión literario describiendo escena a escena la narrativa del proyecto.
 - Guión técnico especificando planos, movimientos de cámara, transiciones, gráficos y recursos de audio para cada escena.
 - *Storyboard* del proyecto dibujando o ilustrando la secuencia visual de cada escena conforme al guión técnico.
3. Realiza la fase de producción del proyecto con apoyo de la IA: graba el material de video, registra o adquiere los recursos de audio, y elabora los elementos gráficos requeridos.
4. Realiza la postproducción con apoyo de herramientas de IA para las tareas de edición, selección o ajuste.
5. Genera transcripciones y subtítulos con apoyo de la IA.
6. Optimiza el proyecto para la plataforma seleccionada y contrasta los ajustes automatizados con las decisiones técnicas de exportación.
7. Entrega el proyecto final con la hoja técnica, licencias e informe del uso de la IA y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Software de edición de video y de procesador de textos
- Herramientas de inteligencia artificial y tecnologías emergentes
- Clips de vídeo para los ejercicios
- Tutoriales y referentes audiovisuales en inglés
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Simulación de casos reales

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Investigación acción participativa
- Resolución de problemas
- Trabajo colaborativo
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Prácticas taller	30%
- Tareas	10%
- Portafolio de evidencia	40%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación, Arte Digital o disciplinas afines, con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente y/o profesional, contar con conocimientos en edición digital de video, animación de gráficos, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona creativa analítica, inclusiva con capacidad innovadora, compromiso con la actualización profesional continua y fomenta el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Gestión de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 02 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Jhosell Rosell Castro Ana Erika Ruiz Arellano Iván de Jesús Contreras Espinoza
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene la finalidad de presentar las bases teóricas y metodológicas para gestionar proyectos de diseño y comunicación visual. Asimismo, permite desarrollar habilidades en el estudiantado para establecer una metodología que les permita llevar a cabo un proyecto integral de diseño que cumpla con los objetivos y tiempos establecidos por las necesidades de la empresa e instituciones. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Gestión.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40135 Gestión de Proyectos de Diseño Gráfico** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Joaquín Ezequiel Castillo Cárdenas, Lizbeth González Romero y Beatriz Adriana Torres Román con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar un proyecto de diseño y comunicación visual, por medio de la planeación, seguimiento y evaluación de un proceso de creación que incluya los componentes básicos, métodos, recursos y herramientas pertinentes, para atender las necesidades de comunicación visual del sector, los requisitos del cliente y la misión de la organización, con orden, liderazgo y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elabora, implementa y evalúa un plan de gestión de un proyecto que solucione las necesidades de diseño y comunicación visual de un caso específico, que considere los componentes fundamentales del proceso, aplique la metodología de gestión de proyectos a través del proceso administrativo y resulte en un prototipo.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación; mediante la planificación estratégica, la estructuración de servicios, la gestión financiera y la evaluación de resultados, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social, Excelencia, Vanguardia, Innovación Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos estratégicos de la gestión de proyectos de diseño y comunicación visual

Competencia

Analizar los fundamentos de la gestión de proyectos de diseño y comunicación visual, mediante la identificación de sus componentes y etapas de desarrollo, para comprender su aplicación estratégica en la planificación y evaluación de propuestas de comunicación visual con pertinencia contextual y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Integración de un documento académico que articule el análisis crítico de un caso de gestión en diseño y comunicación visual, la elaboración de un brief estructurado con delimitación clara de objetivos, alcance y criterios de éxito, así como la construcción de un mapa conceptual que represente de manera sistémica el proceso de gestión aplicado al proyecto de comunicación visual.

Contenido

- 1.1. Conceptualización de proyecto
 - 1.1.1. Definición de proyecto
 - 1.1.2. Diferencia entre proyecto y proceso
 - 1.1.3. Características de un proyecto de diseño
 - 1.1.4. Tipos de proyectos en diseño y comunicación visual
- 1.2. Gestión de proyectos
 - 1.2.1. Concepto de gestión
 - 1.2.2. Importancia de la gestión en el diseño y comunicación visual
 - 1.2.3. Ciclo de vida del proyecto
 - 1.2.4. Enfoques tradicionales y ágiles
- 1.3. Proceso aplicado al diseño y la comunicación visual
 - 1.3.1. Planeación
 - 1.3.2. Organización
 - 1.3.3. Dirección
 - 1.3.4. Control
- 1.4. Diagnóstico y detección de necesidades
 - 1.4.1. Brief
 - 1.4.2. Análisis del cliente
 - 1.4.3. Identificación del problema de comunicación
 - 1.4.4. Contexto e impacto social y regional

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bataller Díaz, A. (2016). *La gestión de proyectos*. Editorial UOC. [clásica]

Kelley, D. (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Crown Archetype. [clásica]

Kelley, T. (2007). *The art of innovation: Lessons in creativity from IDEO, America's leading design firm*. Crown Archetype. [clásica]

Van Buuren, A., Lewis, J. M., & Peters, B. G. (Eds.). (2023). *Policymaking as designing: The added value of design thinking for public administration and public policy*. Policy Press.
<https://doi.org/10.56687/9781447365952>

Vinnakota, T. R., & Narayana, M. G. P. L. (2014). Integration of design thinking with strategy and innovation in an enterprise context. In *2014 IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology (ICMIT)* (pp. 131–136). IEEE. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Brown, T., y Katz, B. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperCollins. [clásica]

Unidad II Diagnóstico y Planeación Estratégica en Proyectos de Diseño y Comunicación Visual

Competencia

Analizar y estructurar el diagnóstico y la planeación estratégica de un proyecto de diseño y comunicación visual, mediante la definición de objetivos, alcance, público meta, contexto

sociocultural, así como la aplicación de metodologías y herramientas de gestión para garantizar la pertinencia y viabilidad conceptual de la propuesta, con responsabilidad, ética profesional y compromiso social.

Evidencias

Integración de un dossier profesional que incluya el informe de diagnóstico y análisis del entorno sociocultural e institucional, la formulación de un brief profesional completo con delimitación de objetivos, alcance y criterios de éxito, así como el desarrollo del concepto creativo acompañado de un moodboard estratégico que fundamente visual y conceptualmente la propuesta de comunicación.

Contenidos

- 2.1. Diagnóstico avanzado y análisis del entorno
 - 2.1.1. Investigación de usuarios
 - 2.1.2. Contexto institucional, social y regional
 - 2.1.3. Benchmarking y análisis de competencia
- 2.2. Definición de objetivos y alcance
 - 2.2.1. Objetivos comunicacionales y de diseño
 - 2.2.2. Delimitación del alcance y entregables
 - 2.2.3. Criterios de éxito del proyecto
- 2.3. Planeación estratégica de comunicación visual
 - 2.3.1. Elaboración del brief profesional
 - 2.3.2. Estrategia creativa y conceptual
 - 2.3.3. Identidad visual preliminar
- 2.4. Ética y responsabilidad social en la planeación
 - 2.4.1. Diseño incluyente y accesible
 - 2.4.2. Pertinencia cultural y social
 - 2.4.3. Impacto social de las propuestas

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

McCarthy, R. (2020). *Agile y Scrum: Descubra el poder de la gestión de proyectos Agile, Lean Thinking, el proceso Kanban y Scrum*. Byzine. [clásica]

Project Management Institute. (Ed.). (2017). *Agile practice guide*. Project Management Institute. [clásica]

Robbins, P. (2018). From design thinking to art thinking with an open innovation perspective: A case study of how art thinking rescued a cultural institution in Dublin. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(4), Article 57. <https://doi.org/10.3390/joitmc4040057> [clásica]

Soca, J. L. A., Vega, M. F., Febles, Y. P., Palacio, M. V., Ayllón, D. P., Hernández, M. O., & Bazán, D. M. G. (2019). Herramienta para la gestión de proyectos: OpenPPM. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 10(8). [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Garfield, D. (2025). *Agile project management for beginners*. Findaway Voices.

Gilli, J. J. (2019). *Ética y empresa: Valores y responsabilidad social en la gestión*. Ediciones Granica. [clásica]

Kerzner, H. (2022). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling* (13th ed.). Wiley.

Unidad III. Planeación operativa y viabilidad del proyecto de diseño y comunicación visual

Competencia

Estructurar el plan operativo de un proyecto de diseño y comunicación visual, mediante la definición de tiempos, costos, recursos y estándares de calidad, así como la aplicación de metodologías, herramientas de gestión, tecnologías digitales e inteligencia artificial para garantizar su viabilidad técnica, económica y organizacional, con liderazgo y visión estratégica.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un plan operativo integral que incluya el cronograma y la estructura de desglose del trabajo (EDT), el presupuesto detallado y el plan de asignación de recursos, la simulación

de la gestión del proyecto mediante herramientas digitales, así como la presentación ejecutiva del plan con fundamentación técnica, económica y estratégica.

Contenido

- 3.1. Gestión del tiempo
 - 3.1.1. Secuenciación de actividades
 - 3.1.2. Cronogramas y diagrama de Gantt
 - 3.1.3. Ruta crítica y ajustes de planificación
- 3.2. Gestión de recursos y costos
 - 3.2.1. Presupuesto y estimación de honorarios
 - 3.2.2. Recursos técnicos, humanos y tecnológicos
 - 3.2.3. Relación costo–calidad
- 3.3. Gestión de calidad
 - 3.3.1. Estándares de calidad visual y técnica
 - 3.3.2. Control de entregables
 - 3.3.3. Indicadores de desempeño
- 3.4. Herramientas digitales e inteligencia artificial aplicadas a la gestión de proyectos
 - 3.4.1. Plataformas de gestión de proyectos
 - 3.4.2. Automatización de flujos de trabajo
 - 3.4.3. Optimización de procesos con IA
 - 3.4.4. Confidencialidad, protección de datos, verificación humana, registro de prompts y resultados, atribución y evaluación de riesgos
- 3.5. Liderazgo y coordinación
 - 3.5.1. Dirección de equipos creativos
 - 3.5.2. Comunicación con clientes
 - 3.5.3. Resolución de conflictos y toma de decisiones

Duración

09 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Kerzner, H. (2022). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling* (13th ed.). Wiley.

Lock, D. (2020). *Project management* (11th ed.). Gower. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

AIGA. (2023). *2023 AIGA year in review*. <https://www.aiga.org/2023-aiga-year-in-review>

Brown, T., & Katz, B. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperCollins. [clásica]

International Organization for Standardization. (2015). *ISO 9001:2015: Quality management systems—Requirements*. <https://www.iso.org/standard/62085.html> [clásica]

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *Measuring digital transformation: A roadmap for the future*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264311992-en> [clásica]

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *OECD AI principles*. <https://www.oecd.org/en/topics/ai-principles.html>

Project Management Institute. (2021). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® guide)* (7th ed.). Project Management Institute. [clásica]

Universidad Autónoma de Baja California. (2023). *Orientaciones iniciales sobre el uso académico de la Inteligencia Artificial (IA)*. https://ciad.mxl.uabc.mx/wp-content/uploads/2024/01/Boletin1_IA_2024-01-19.pdf

UNESCO. (2022). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa

Unidad IV. Ejecución, seguimiento y entrega de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual

Competencia

Implementar y evaluar un proyecto de diseño y comunicación visual mediante la ejecución del plan, el seguimiento de indicadores de desempeño y la aplicación de mecanismos de control y mejora continua, para asegurar la calidad, pertinencia e impacto comunicacional de los resultados con responsabilidad social y ética profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar un prototipo final y documentación completa con presentación profesional, así como un informe de evaluación que recupere reflexiones y conclusiones.

Contenido

- 4.1. Ejecución del proyecto
 - 4.1.1. Producción de piezas gráficas y digitales
 - 4.1.2. Prototipado y revisión iterativa
 - 4.1.3. Supervisión de procesos y recursos
- 4.2. Evaluación del proyecto
 - 4.2.1. Control de calidad y coherencia conceptual
 - 4.2.2. Evaluación de impacto comunicacional
 - 4.2.3. Validación con cliente y usuario
- 4.3. Cierre y documentación del proyecto
 - 4.3.1. Presentación final y defensa del proyecto
 - 4.3.2. Mejora continua
 - 4.3.3. Informe final con prototipo, referencias y justificación
- 4.4. Responsabilidad social y ética profesional
 - 4.4.1. Diseño sostenible y accesible
 - 4.4.2. Reflexión sobre el impacto social del proyecto

Duración

09 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Ambrose, G. (2011). *Bases del diseño gráfico: Enfoque y lenguaje* (1.^a ed.). Parramón. [clásica]

Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (2019). *The fundamentals of graphic design* (2nd ed.).

Bloomsbury Publishing. [clásica]

Galloway, D. (2002). *Mejora continua de procesos: Cómo rediseñar los procesos con diagramas de flujos y análisis de tareas*. Gestión 2000. [clásica]

Münch, L. (2005). *Calidad y mejora continua: Principios para la competitividad y la productividad*. Trillas. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

AIGA. (2023). 2023 AIGA year in review. <https://www.aiga.org/2023-aiga-year-in-review>

Ambrose, G., & Harris, P. (2021). *Design thinking for visual communication* (2nd ed.). Bloomsbury.

Best, K. (2019). *Design management: Managing design strategy, process and implementation* (2nd ed.). Bloomsbury Publishing.

Brown, T., & Katz, B. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperCollins. [clásica]

Fortuny, G. T. (2022). *Ejecución, seguimiento y control, y cierre del proyecto*. Universitat Oberta de Catalunya.

IDEO. (2021). *Design thinking toolkit*. <https://page.ideo.com/design-thinking-edu-toolkit>

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: The new basics* (2nd ed., rev. and expanded). Princeton Architectural Press. [clásica]

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I Fundamentos estratégicos de la gestión de proyectos de diseño y comunicación visual

Práctica 1: Diagnóstico estructurado del proyecto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Selecciona la organización del sector público o privado en la que realizará las prácticas de campo del curso.
3. Visita la organización selecciona y solicita autorización. (Consentimiento informado)
4. Aplica instrumentos de levantamientos de información (guión de entrevista, cuestionarios, bitácora de observaciones, entre otros).
5. Determina los intereses del proyecto, clasifica su nivel de influencia e interés y registra responsabilidades y posibles tensiones organizacionales.
6. Identifica el contexto institucional, social o empresarial y delimita el problema central de comunicación visual con base en información obtenida.
7. Formula objetivos estratégicos alineados al problema identificado y define criterios de éxito medibles y coherentes con el alcance del proyecto.
8. Elabora el anteproyecto delimitando alcance, entregables, restricciones y supuestos metodológicos.
9. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Documentos identitarios de la organización
- Instrumentos de levantamiento de información y consentimiento informado
- Ejemplos documentados de proyectos de comunicación visual
- Guía de análisis de interesados
- Presentación docente sobre ciclo de vida de proyectos
- Rúbrica de evaluación diagnóstica

Práctica 2: Modelado del ciclo de vida y mapa de procesos

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Identifica las fases del ciclo de vida del proyecto y organiza los grupos de procesos correspondientes a inicio, planificación, ejecución, control y cierre.
3. Representa gráficamente las fases y sus relaciones con los entregables mediante diagrama estructurado o mapa conceptual coherente.
4. Justifica la relación entre cada fase y los objetivos estratégicos definidos en el diagnóstico inicial.
5. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente
6. Integra y presenta en la organización un documento explicativo que consolide el modelo de gestión propuesto y su lógica operativa.

Recursos de Apoyo

- Software de diseño
- Plantillas de ciclo de vida de proyectos
- Guía PMBOK (7ª edición)
- Ejemplos de mapas de procesos
- Rúbrica de evaluación de coherencia metodológica

Unidad II Diagnóstico y Planeación Estratégica en Proyectos de Diseño y Comunicación Visual

Práctica 3: Análisis del contexto y diagnóstico estratégico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Investiga el contexto social, institucional y empresarial del proyecto mediante revisión de fuentes documentales y análisis de información relevante para delimitar el entorno operativo.

3. Identifica y entrevista actores clave en la organización, analiza sus intereses, niveles de influencia y posibles tensiones estratégicas vinculadas al proyecto.
4. Define problemas centrales y oportunidades de comunicación visual relacionándolos con los objetivos organizacionales del cliente.
5. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente
6. Sistematiza los hallazgos en un informe estructurado que fundamenta la planeación estratégica del proyecto y la presenta.

Recursos de Apoyo

- Instrumento de levantamiento de información (guión de entrevista)
- Guía de análisis de contexto organizacional
- Plantilla de diagnóstico estratégico
- Guía de identificación y clasificación de stakeholders
- Ejemplos documentados de proyectos de comunicación visual
- Acceso a informes institucionales, investigaciones de mercado y bases de datos digitales
- Rúbrica de evaluación diagnóstica

Práctica 4: Elaboración del plan estratégico y brief profesional

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Analiza la información derivada del diagnóstico estratégico y selecciona los elementos clave que orientan la formulación del proyecto.
3. Redacta un brief profesional que incluya objetivos comunicacionales, alcance, público meta, entregables y criterios de éxito claramente delimitados.
4. Propone estrategias conceptuales y creativas fundamentadas en herramientas de planificación y metodologías de gestión pertinentes al contexto y las presenta en la organización.
5. Integra el documento final asegurando coherencia entre diagnóstico, objetivos y propuesta estratégica.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla estructurada de brief profesional

- Guía de formulación de objetivos comunicacionales
- Ejemplos de brief en proyectos de diseño gráfico
- Herramientas digitales de organización
- Bibliografía sobre planificación estratégica y gestión de proyectos
- Rúbrica de evaluación del plan estratégico

Unidad III Planeación Operativa y Viabilidad del Proyecto de Diseño y Comunicación Visual

Práctica 5: Planificación de tiempos y recursos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Desglosa el proyecto en actividades específicas y asigna tiempos estimados considerando dependencias, secuencia lógica y restricciones previamente identificadas.
3. Determina los recursos humanos, materiales y tecnológicos requeridos para cada actividad y establece su disponibilidad real.
4. Analiza la viabilidad técnica y económica del cronograma propuesto, ajusta estimaciones conforme a limitaciones presupuestales y organizacionales.
5. Integra el plan desarrollado mediante una herramienta digital de gestión que incluya el cronograma y matriz de recursos.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente
7. Presenta el plan desarrollado en la organización

Recursos de apoyo

- Plantillas de cronograma y estructura de desglose del trabajo.
- Matriz de asignación de recursos.
- Software de gestión de proyectos.
- Hoja de cálculo para estimación de tiempos y costos.
- Herramientas de IA para estimación y análisis preliminar.
- Rúbrica de evaluación de planificación.

Práctica 6: Gestión de calidad y estándares del proyecto

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Identifica los criterios técnicos, visuales y funcionales que definen la calidad de los entregables del proyecto.
3. Define indicadores verificables y puntos de control para cada fase del cronograma establecido.
4. Relaciona los estándares definidos con los objetivos estratégicos y expectativas del cliente para asegurar coherencia conceptual y técnica.
5. Integra el plan de aseguramiento de calidad en un documento operativo estructurado para su aplicación durante la ejecución.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.
7. Presenta el plan desarrollado en la organización

Recursos de apoyo

- Guía de aseguramiento de calidad en proyectos de diseño
- Plantilla de indicadores y lista de verificación técnica
- Ejemplos de estándares visuales y técnicos aplicables
- Software de seguimiento y control de entregables
- Rúbrica de evaluación del plan de calidad

Práctica 7: Integración del plan operativo y viabilidad del proyecto

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Consolida el cronograma, la matriz de recursos y el plan de calidad en un documento operativo integral que refleje la planificación completa.
3. Evalúa la viabilidad técnica, económica y organizacional del proyecto considerando riesgos, restricciones y oportunidades de mejora con apoyo de herramientas de IA.

4. Analiza la coherencia entre alcance, tiempo, costo y estándares de calidad, utilizando herramientas digitales y apoyo de IA para contrastar escenarios.
5. Fundamenta la viabilidad del proyecto con base en criterios estratégicos y administrativos.
6. Integra el plan operativo incluyendo anexos con los prompts, resultados, verificaciones y datos excluidos por confidencialidad.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.
8. Presenta el trabajo en la organización.

Recursos de apoyo

- Plantillas consolidadas de cronograma, recursos y calidad
- Software de gestión de proyectos
- Herramientas de inteligencia artificial y tecnologías emergentes
- Ejemplos documentados de planes operativos en proyectos de diseño
- Rúbrica de evaluación de coherencia integral

Unidad IV Ejecución, Seguimiento y Entrega de Proyectos de Diseño y Comunicación Visual.

Práctica 8: Ejecución de tareas y producción de entregables

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Ejecuta las actividades definidas en el cronograma aplicando la asignación de recursos humanos, técnicos y tecnológicos conforme al plan operativo aprobado y supervisado por la organización.
3. Produce los entregables de diseño y comunicación visual asegurando coherencia conceptual, precisión técnica y alineación con los objetivos estratégicos del proyecto.
4. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plan operativo integral del proyecto
- Cronograma y matriz de recursos aprobados
- Software de diseño y producción digital
- Herramientas de seguimiento de actividades

Práctica 9: Seguimiento y control del proyecto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente.
2. Compara los avances reales del proyecto con el cronograma, el presupuesto y los estándares de calidad establecidos en la planificación.
3. Identifica desviaciones en tiempo, costos, recursos o calidad y analiza sus causas operativas o estratégicas.
4. Propone acciones correctivas fundamentadas y registra ajustes en la documentación oficial del proyecto.
5. Evalúa la efectividad de las decisiones implementadas mediante indicadores de desempeño previamente definidos.
6. Consolida la documentación completa del proyecto incluyendo plan operativo, indicadores, justificación conceptual y prototipos finales.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.
8. Presenta el proyecto a la organización de manera estructurada argumentando decisiones metodológicas y consideraciones de responsabilidad social.
9. Solicita a la organización que llene la rúbrica de evaluación integral del proyecto y la firma y sello de la constancia de culminación del proyecto.

Recursos de apoyo

- Matriz de seguimiento y control
- Indicadores de desempeño del proyecto
- Software de gestión de proyectos
- Herramientas digitales de comunicación y colaboración
- Formato de reporte de seguimiento profesional
- Rúbrica de evaluación de control y ajuste
- Plantilla de entrega profesional
- Guía de evaluación de proyectos de diseño gráfico
- Herramientas digitales para documentación y presentación ejecutiva
- Ejemplos de portafolios profesionales
- Rúbrica de evaluación integral del proyecto

IX. MÉTODO DE TRABAJO

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Microaprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos

- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica
- Toma de apuntes en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales
- Práctica reflexiva mediante informes, portafolios o diarios digitales
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	10%
- Prácticas de campo*	40%
- Actividades	10%
- Elaboración, implementación y evaluación del plan de gestión	40%
<i>Total</i>	100%

* Las metas de cada unidad temática son evaluadas por medio de las prácticas de campo.

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño, Comunicación Visual, Administración, Negocios, Finanzas, Mercadotecnia o áreas afines, con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente y/o profesional. Con conocimientos en administración estratégica, dirección de empresas, innovación, gestión de negocios creativos o áreas relacionadas, gestión de plataformas digitales educativas, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona

analítica, innovadora, que fomente el pensamiento crítico en sus estudiantes y el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Semiótica para el Diseño
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Manuel Alejandro Sánchez Fernández Gabriela de Jesús Bacelis Dorantes Jorge Luis Osiris Fernández Arias
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta unidad de aprendizaje es que el estudiantado comprenda e interprete los elementos que componen un proyecto de diseño gráfico en relación con el concepto y la significación del mensaje, mediante fundamentos teóricos y herramientas de la semiótica aplicadas al diseño y disciplinas afines. Esto permitirá analizar lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y sustentar mensajes y narrativas visuales pertinentes a diversos contextos socioculturales. A su vez, fortalece habilidades creativas e intelectuales, conocimientos teóricos, pensamiento crítico, ética profesional y responsabilidad en la toma de decisiones de diseño.

Es de carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento de Diseño, forma parte del conjunto de unidades de aprendizaje del Programa Educativo de Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual Estratégica y se imparte en quinto semestre. No se establecen requisitos ni recomendaciones de unidades de aprendizaje previas.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y aplicar lenguajes, códigos y sistemas de significación visual desde perspectivas semióticas y socioculturales, a partir del análisis semiótico de los procesos de significación del signo, la retórica visual y el contexto cultural, para crear mensajes y narrativas visuales pertinentes en distintos medios, con actitud creativa, respeto a la diversidad y pensamiento crítico.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

1. Elaborar un portafolio de evidencias el cual contenga las actividades desarrolladas en el semestre, incluyendo sus fuentes y evidencias de retroalimentación y ajustes.
2. Elaborar un proyecto integrador visual aplicando el sistema de signos y códigos, con la finalidad de enviar un mensaje determinado y presentar un video en el cual se describa el proceso de significación de proyecto y la argumentación semiótica.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia; Innovación social; e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. Fundamentos semióticos para el diseño

Competencia

Examinar conceptos base de semiótica aplicables al diseño, mediante la lectura y síntesis de textos especializados, para describir procesos de significación en piezas visuales, con actitud analítica, respeto por la diversidad y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Glosario aplicado de conceptos base expuesto a través de un video donde se vean las y los estudiantes, reporte breve de lectura con ejemplificación en piezas visuales.

Contenido

- 1.1. Gramática del diseño visual
 - 1.1.1. La imagen como sistema de significación
 - 1.1.2. Semiótica social y recursos semióticos
- 1.2. Meta funciones del significado en lo visual
 - 1.2.1. Ideacional, interpersonal y textual
- 1.3. Paisaje semiótico contemporáneo
 - 1.3.1. Transformaciones en la alfabetización visual
 - 1.3.2. Relación imagen y escritura en soportes actuales

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Paidós. [clásica]

Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Lumen. [clásica]

Greimas, A. J., & Hernández Aguilar, G. (1994). *Figuras y estrategias: En torno a una semiótica de lo visual*. Siglo XXI Editores; Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. [clásica]

Groupe μ. (2010). *Tratado del signo visual: Para una retórica de la imagen* (M. Talens Carmona, Trad.; 2.^a ed.). Cátedra. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Castaldi, J. (2024). Refining concepts for empirical multimodal research. *Frontiers in Communication*, 9.
<https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2024.1336325/full>

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design* (3rd ed.). Routledge. [clásica]

van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics: An introductory textbook*. Routledge. [clásica]

UNIDAD II. Análisis y construcción de sentido

Competencia

Analizar mensajes como sistemas de signos y códigos, mediante un modelo de análisis semiótico guiado, para sustentar interpretaciones en el contexto sociocultural, con actitud crítica, propositiva y respeto por la diversidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Análisis semiótico guiado de una pieza de diseño con plantilla metodológica y sustentación escrita de interpretación.

Contenido

- 2.1. Representaciones narrativas y conceptuales
 - 2.1.1. Acción, reacción y clasificación
 - 2.1.2. Estructuras analíticas y simbólicas
- 2.2. Interacción visual
 - 2.2.1. Mirada y distancia social
 - 2.2.2. Perspectiva y posicionamiento
- 2.3. Modalidad y validez
 - 2.3.1. Marcadores de modalidad

2.4. Composición

2.4.1. Valor de la información

2.4.2. Encuadre y saliencia

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Everaert-Desmedt, N. (2004). *La semiótica de Peirce* (H. Balmaceda, Trad.). https://nicole-everaert-semio.be/PDF/esp/semiotica_peirce.pdf [clásica]

Hawreliak, J. (2019). *Multimodal semiotics and rhetoric in videogames*. Routledge. [clásica]

Muro Munilla, M. Á. (2004). *Análisis e interpretación del cómic: Ensayo de metodología semiótica*. Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones. [clásica]

Significados.com. (2020). *Significado del lenguaje*. <https://www.significados.com/lenguaje/> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Deng, J. (2023). A multimodal discourse analysis of posters—Based on visual grammar. *International Journal of Linguistics*, 15(6), 165–173. <https://doi.org/10.5296/ijl.v15i6.21560>

Makinde, P. O., & Aralu, A. N. (2024). Visual communication in advertisement: A social semiotic analysis of selected billboards in Awka metropolis. *UCP Journal of Languages & Literature*, 2(2), 86–107. <https://doi.org/10.24312/ucp-jll.02.02.422>

Vallverdu-Gordi, M., & Marine-Roig, E. (2023). The role of graphic design semiotics in environmental awareness campaigns. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), Article 4299. <https://doi.org/10.3390/ijerph20054299>

UNIDAD III. Aplicación semiótica en proyectos de diseño

Competencia

Aplicar fundamentos semióticos en una propuesta de diseño, mediante la selección intencional de recursos y códigos visuales, para construir mensajes pertinentes a audiencias y medios, con actitud analítica, respeto por la diversidad y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Guía de proyecto y rúbrica en plataforma, lecturas seleccionadas de Reading Images, y recursos técnicos del medio de producción definidos por su docente.

Contenido

- 3.1. Estrategia semiótica para el diseño
 - 3.1.1. Objetivos de sentido y selección de códigos
- 3.2. Semiótica del color y materialidad
 - 3.2.1. Tecnologías de producción y efectos de sentido
- 3.3. Integración y validación interpretativa
 - 3.3.1. Prototipado, ajuste y defensa

Duración

24 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Hébert, L. (2020). *An introduction to applied semiotics: Tools for text and image analysis*.

Routledge. [clásica]

Kress, G., & van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*.

Routledge. [clásica]

Oswald, L. R. (2015). *Creating value: The theory and practice of marketing semiotics research*.

Oxford University Press. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Jewitt, C., Bezemer, J., & O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality: A social semiotic approach*. Routledge. [clásica]

Paraskevaidis, P., & Weidenfeld, A. (2021). Perceived and projected authenticity of visitor attractions as signs: A Peircean semiotic analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, Article 100515. <https://doi.org/10.1016/j.idmm.2020.100515> [clásica]

Worakittikul, W., Saenwerm, C., & Naruetharadhol, P. (2024). Unlocking the secrets of green semiotics: The revolutionary power of eco-symbols in transforming consumer perceptions and catalyzing behavioral shifts in emerging markets. *PLOS ONE*, 19(9), Article e0310963. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310963>

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiante dentro del ambiente virtual de aprendizaje.

- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

Son acciones didácticas planificadas por el docente para facilitar el logro de los aprendizajes esperados en ambientes virtuales. Deben considerar si la interacción es síncrona y/o asíncrona, el uso de recursos digitales y la autonomía del estudiante.

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Aprendizaje por retos en plataformas virtuales
- Microaprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

Son enfoques que el estudiante emplea para adquirir, organizar, comprender y aplicar el conocimiento en entornos digitales. Estas estrategias deben fomentar la autonomía, la autorregulación y el pensamiento crítico en medios virtuales.

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas

- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluación parcial	20%
- Actividades por unidades	30%
- Proyecto integrador	40%
- Portafolio de evidencias	10%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Comunicación, Diseño o área afín, preferentemente con posgrado en Comunicación, Diseño, Humanidades, Lingüística o áreas afines. Deberá acreditar conocimientos en semiótica aplicada, comunicación visual, análisis de imágenes y cultura visual, así como experiencia docente y/o profesional en proyectos de comunicación y diseño. Se espera que la persona que imparta esta unidad de aprendizaje muestre actitud crítica, analítica, propositiva e inclusiva, con responsabilidad social, respeto por la diversidad y habilidades para la gestión y el manejo de tecnologías y plataformas digitales educativas en modalidad en línea o híbrida.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Campañas Publicitarias en Hipermedios
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Irma Cruz Soto Laura Angélica Cervantes Guzmán Claudia Rivera Torres
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Campañas Publicitarias en Hipermedios tiene como propósito que las y los estudiantes diseñen y desarrollen estrategias publicitarias en entornos hipermediales, integrando principios de mercadotecnia, comunicación visual estratégica, herramientas de diseño, plataformas digitales para la conceptualización, prototipado y evaluación de campañas interactivas para construir ecosistemas digitales que respondan a las necesidades de clientes y consumidores, con la finalidad de desarrollar el pensamiento estratégico, creativo y crítico para la resolución de problemas comunicacionales complejos. Esta unidad de aprendizaje se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Tecnología.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40109 Campañas Publicitarias en Hipermedios** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado Beatriz Adriana Torres Román, Lizbeth González Romero y José Rubén Roa Ledesma con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar campañas publicitarias en entornos hipermediales a partir del análisis estratégico de necesidades comunicativas y la segmentación de públicos, integrando la planeación emocional, la experiencia de usuario y el uso pertinente de tecnologías analógicas y digitales, con evaluación sistemática de resultados, para generar soluciones de comunicación visual innovadoras y socialmente responsables, fundamentadas en principios de honestidad, transparencia y objetividad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Portafolio digital de campaña publicitaria hipermedial que incluya los siguientes elementos:

- Fundamentación conceptual y estratégica.
- Justificación del modelo hipermedia seleccionado.
- Descripción del proceso metodológico de diseño y su tecnología para diseño e implementación de las propuestas.
- Arquitectura de información y recorrido del usuario.
- Justificación de las tecnologías y herramientas digitales empleadas.
- Cronograma y tiempos de ejecución.
- Prototipos.
- Evaluación de resultados mediante criterios de calidad, funcionalidad e impacto comunicacional.

La entrega deberá realizarse en formato digital, dentro del plazo establecido. El trabajo deberá cumplir con criterios de formalidad, presentación profesional y calidad académica.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual, análogas, digitales y multimedia-para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Vanguardia y Excelencia

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Introducción a la hipermedia

Competencia

Analizar los fundamentos conceptuales de la hipermedia y sus aplicaciones en el ámbito publicitario, mediante el estudio de casos y la revisión de tecnologías de integración, para comprender su aporte en la construcción estratégica de experiencias comunicativas con responsabilidad y objetividad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elabora un reporte analítico de un modelo hipermedial, que examine su estructura, arquitectura de información, lógica de navegación y experiencia de usuario (UX), valorando la integración de tecnologías digitales empleadas en su diseño.

Contenido

- 1.1. Definiciones
- 1.2. Conceptos básicos
- 1.3. Historia de la hipermedia
 - 1.3.1. Hipertexto (Ted Nelson)
 - 1.3.2. Multimedia
 - 1.3.3. Hipermedia
- 1.4. Ejemplos de aplicaciones y contenidos hipermedia
 - 1.4.1. Internet
 - 1.4.2. Disco compacto
 - 1.4.3. Juegos de video

- 1.4.4. Redes privadas
- 1.4.5. Trabajo a distancia
- 1.4.6. Videoconferencia
- 1.4.7. Video interactivo
- 1.4.8. Material didáctico
- 1.5. Tecnologías de integración
 - 1.5.1. Terminales móviles y apps
 - 1.5.2. ERP
 - 1.5.3. Call center
 - 1.5.4. Web center
 - 1.5.5. CRM
 - 1.5.6. CSM
- 1.6. Modelos hipermedia
 - 1.6.1. Modelo Lineal Expandido
 - 1.6.2. Modelo Reticular (en red)
 - 1.6.3. Modelo Jerárquico (árbol)
 - 1.6.4. Modelo Mixto
 - 1.6.5. Modelo Orientado a objetos
 - 1.6.6. Modelo centrado en la experiencia del usuario (UX)

Duración

03 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Baran, R. J., & Galka, R. J. (2013). *CRM: The foundations of contemporary marketing strategy*.

Routledge. [clásica]

Kostojohn, S., Johnson, M., & Paulen, B. (2011). *CRM fundamentals*. Apress. [clásica]

Mora Fernández, J. (2009). *La interfaz hipermedia: El paradigma de la comunicación interactiva*.

Fundación Autor. [clásica]

Shtub, A., & Karni, R. (2010). *ERP: The dynamics of supply chain and process management*

(2nd ed.). Springer. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Blanco, V. A. (2012). *Creatividad y discursos hipermedia*. EDITUM. [clásica].

- Pablo-Núñez, L. (2017). *Hacia un balance de la literatura hipermedia*. En: Bocanegra Barbecho, L.; García López, A. (eds.). Universidad de Granada; Downhill Publishing, 2017. pp. 129-154.
- https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/48774/LuisPablo_BalanceLitHipermedia.pdf?sequence=6&isAllowed=y [clásica].
- Torres Parra, C. A. (2009). Hipermedia como narrativa web. *Signo y Pensamiento*, 28(55), 112–125.
- <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4618> [clásica]

Unidad II. Mercadotecnia en línea

Competencia

Diagnosticar el comportamiento del consumidor online a través de la segmentación y la investigación de mercados, para sustentar la formulación de estrategias de mercadotecnia digital aplicables a campañas publicitarias, considerando el entorno social con honestidad y responsabilidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Estudio de caso de una campaña real de mercadotecnia digital, que analice la experiencia del consumidor online, el recorrido del usuario, la interacción en entornos digitales y la efectividad comunicacional de la estrategia implementada.

Contenido

- 2.1. Comportamiento y experiencia del consumidor *online*
- 2.2. Bases de segmentación e investigación de mercados *online*
- 2.3. Definición de comercio y negocios electrónicos
 - 2.3.1 Negocio a negocio (B2B, Business to Business)
 - 2.3.2 Negocio a consumidor (B2C, Business to Consumer)
- 2.4. Elementos estratégicos en el diseño de sitios web
 - 2.4.1. Arquitectura de información

Duración

02 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

- Dennis, C., & Harris, L. (2002). *Marketing the e-business*. Routledge. [clásica]
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). *E-commerce 2023: Negocios, tecnología, sociedad*. Pearson Educación.
- Mariño Campos, R. (2005). *Diseño de páginas web y diseño gráfico: Metodología y técnicas para la implementación de sitios web y para el diseño gráfico*. Ideas propias Editorial. [clásica]
- Pipes, A. (2011). *Diseño de sitios web*. Promopress. [clásica]
- Prieto Herrera, J. E. (2021). *Investigación de mercados* (3.^a ed.). Ecoe Ediciones. [clásica]
- Villar Varela, A. (2004). *Comercio electrónico: Conceptos, recursos y estrategias*. Ideas propias Editorial. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson.
https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_27aff686c21a3ec16bdc9e2e8d785bf6b8d8e4e8_1655821975.pdf
- Cialdini, R. B. (2021). *Influencia: La psicología de la persuasión*. Harper Business.
<https://open.spotify.com/episode/3aQcoIJh9hQwuWE86aTL5k>
- Martín, F., y Lovos, E. N. (2018). Revisión del diseño de sitios web de gobierno desde una perspectiva comunicacional. *Question* 1(57). [clásica].
<https://doi.org/10.24215/16696581e025>

Unidad III. Planeación de la emoción

Competencia

Fundamentar la integración de estrategias emocionales y narrativas en la construcción de identidad de marca, a partir de referentes teóricos y técnicas de storytelling, para fortalecer la experiencia de usuario en campañas hipermediales con creatividad, innovación y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Informe estratégico sobre la aplicación de arquetipos de marca en narrativa digital, que fundamente su articulación en el storytelling, la experiencia de usuario y la construcción simbólica de la comunicación.

Contenido

- 3.1. Economía de la experiencia
 - 3.1.1. Diseño de experiencias memorables en entornos digitales.
- 3.2. El viaje emocional
 - 3.2.1. Mapeo del recorrido emocional del usuario (*Emotional Journey Map*)
- 3.3. Concreción
 - 3.3.1. Traducción conceptual.
 - 3.3.2. Aterrizaje estratégico en piezas hipermediales.
- 3.4. Arquetipos
 - 3.4.1. Aplicación estratégica de arquetipos de marca en narrativa digital.
- 3.5. Emoticonos
 - 3.5.1. Lenguaje visual digital.
 - 3.5.2. Comunicación simbólica en redes y plataformas interactivas.
- 3.6. El color como generador de emociones
 - 3.6.1. Psicología del color.
 - 3.6.2. Coherencia cromática en ecosistemas digitales y experiencia de marca.

Duración

03 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Andrews, M., van Leeuwen, M., & van Baaren, R. (2016). *Persuasión: 33 técnicas publicitarias de influencia psicológica*. Editorial Gustavo Gili. [clásica]

Baggia, A., Žnidaršič, A., & Tratnik, A. (2022). Emoticonos en la comunicación por correo electrónico entre estudiantes y profesores. *Comunicar*, 30(73), 119–133. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-10>

Garcés Gómez, M. P. (2025). Procesos de concreción y ejemplificación en el discurso oral. *Lengua y Habla*, 30, 18–37.

Jung, C. G. (2015). *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo* (2.^a ed., 1.^a reimp.). Trotta. [clásica]

Sampietro, A. (2016). *Emoticonos y emojis: Análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual* [Tesis doctoral, Universitat de València]. RODERIC. <http://hdl.handle.net/10550/53873> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Andreu Ato, N., & Díez González, M. C. (2019). El uso de emoticonos como elemento de comunicación (EMO-TIC). *Revista de Discapacidad, Clínica y Neurociencias*, 6(1), 57–64. <https://doi.org/10.14198/DCN.2019.6.1.05> [clásica]

Cenizo Ruiz-Bravo, C. (2021). El uso de hashtags, menciones, emoticonos, hipervínculos, vídeos e imágenes en las cuentas corporativas de Twitter de seis grandes empresas españolas. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 27, e191. <https://doi.org/10.7263/adresic-27-191> [clásica]

Garcés Gómez, M. P. (2024). Las relaciones de concreción en la construcción del discurso.

RILCE: Revista de Filología Hispánica, 40(3), 970–994.

<https://doi.org/10.15581/008.40.3.970-94>

García-Torres, M. (2024). Influencia de los efectos digitales en la actitud del consumidor hacia

el anuncio y la marca. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15(1), 271–284.

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25500>

Unidad IV. Diseño de campañas publicitarias en hipermedia

Competencia

Diseñar una campaña publicitaria en entornos hipermediales a partir del análisis estratégico de la empresa, el público objetivo y la competencia, integrando segmentación, experiencia de usuario y tecnologías digitales, así como criterios de evaluación de resultados, para estructurar una estrategia comunicacional creativa, innovadora y socialmente responsable.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Diseño estratégico de una campaña publicitaria hipermedial, fundamentado en el análisis de la identidad de marca y del público objetivo, que integre una estrategia transmedia coherente con la narrativa, la experiencia de usuario y los objetivos comunicacionales.

Contenido

- 4.1. Definiciones y conceptos básicos de publicidad y campañas publicitarias
 - 4.1.1. Integrar enfoque de comunicación visual estratégica y ecosistemas digitales de marca.
- 4.2. Casos de estudio
 - 4.2.1. Analizar campañas digitales e hipermediales.
 - 4.2.2. Incluir análisis de experiencia de usuario (UX), narrativa transmedia y métricas de desempeño.
- 4.3. Tecnologías digitales e inteligencia artificial para el diseño e implementación de las propuestas
 - 4.3.1. Herramientas digitales de diseño.
 - 4.3.2. Plataformas web y redes sociales.
 - 4.3.3. Herramientas de prototipado (*Figma, Adobe XD o similares*).
 - 4.3.4. Integración de analítica digital y métricas (KPIs, engagement, conversión).
- 4.4. Análisis conceptual
 - 4.4.1. Análisis de la empresa:
 - 4.4.1.1. Identidad estratégica, posicionamiento y propuesta de valor digital.

- 4.4.2. Análisis del público.
 - 4.4.2.1. Segmentación.
 - 4.4.2.2. Definición de buyer persona y mapa de empatía.
 - 4.4.2.3. Análisis del recorrido del usuario (Customer Journey).
- 4.4.3. Análisis de la competencia
 - 4.4.3.1. Benchmarking.
 - 4.4.3.2. Análisis de presencia digital y ecosistema hipermedia de competidores.
- 4.4.4 Definición del mensaje
 - 4.4.4.1. Concepto creativo.
 - 4.4.4.2. Storytelling estratégico y narrativa transmedia.
- 4.5. Diseño de las aplicaciones gráficas.
 - 4.5.1. Medidas y especificaciones de las plataformas: Adaptación técnica.
 - 4.5.2. Creación de gráficos: Producción visual y coherencia visual dentro del ecosistema digital de la marca.
- 4.6. Implementación
 - 4.6.1. Pruebas de las aplicaciones gráficas
 - 4.6.2. Publicación de la campaña publicitaria y su lanzamiento multicanal.
 - 4.6.3. Evaluación y control de la campaña publicitaria
 - 4.6.3.1. Análisis de métricas digitales (alcance, interacción, conversión).
 - 4.6.3.2. Informe estratégico de resultados y toma de decisiones.

Duración.

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

- Martínez-Pastor, E., & Nicolás Ojeda, M. Á. (Coords.). (2016). *Publicidad digital: Hacia una integración de la planificación, creación y medición*. ESIC Editorial. [clásica]
- Moreno Muñoz, A. (2000). *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Paidós. [clásica]
- Treviño, R. (2010). *Publicidad: Comunicación integral en marketing* (3.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana. [clásica]
- Wells, W., Moriarty, S. E., & Burnett, J. (2007). *Publicidad: Principios y práctica* (7.^a ed.; M. Herrero, Trad.). Pearson Educación. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson.

Interactive Advertising Bureau México. (2024). *Estudio de Marketing Strategy & Media Investment 2024*. <https://www.iabmexico.com/category/estudios/>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. LID Editorial. [clásica]

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). *E-commerce 2023: Negocios, tecnología, sociedad*. Pearson Educación.

We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Introducción a la hipermedia

Práctica 1: Línea del tiempo interactiva de la hipermedia

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Integra equipos de trabajo de dos o tres personas, consulta al menos cuatro fuentes bibliográficas o electrónicas para investigar el desarrollo histórico del hipertexto: Ted Nelson, la multimedia y la hipermedia.

3. Identifica un mínimo de diez hitos históricos significativos: para cada uno registra año, nombre del evento o tecnología, autor o institución responsable, descripción breve y aportación al campo de la hipermedia.
4. Selecciona una herramienta digital de acceso libre para construir la línea del tiempo: *Timeline JS*, *Canva*, *Genially* u otra aprobada por el docente, y diseña la estructura visual priorizando jerarquía de información y legibilidad.
5. Integra en la línea del tiempo recursos visuales pertinentes: fotografías, capturas de pantalla o íconos que ilustran cada hito sin saturar el diseño.
6. Redacta cada integrante un análisis de dos páginas que respondan las siguientes preguntas: ¿cómo evolucionó la relación entre el usuario y el contenido a lo largo de la historia de la hipermedia?, ¿qué hito consideras más relevante para el diseño de campañas publicitarias actuales y por qué?
7. Comparte la línea del tiempo en el foro de la plataforma institucional y comenta el trabajo de al menos un equipo distinto.
8. Entrega la línea del tiempo en formato digital y el análisis individual en PDF y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software libre de acceso libre para creación de líneas de tiempo
- Internet

Práctica 2: Cuadro comparativo de aplicaciones y contenidos hipermedia

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Integra equipos de trabajo.
3. Selecciona seis aplicaciones o contenidos hipermedia que correspondan a al menos cuatro categorías distintas de las revisadas en clase (internet, disco compacto, videojuegos, redes privadas, videoconferencia, video interactivo, material didáctico u otra).
4. Analiza y documenta en cada ejemplo seleccionado los siguientes aspectos: nombre y categoría, plataforma o soporte en que funciona, tipo de interacción que ofrece al usuario, elementos hipermedia que lo componen (nodos, enlaces, multimedia), ventajas comunicacionales, limitaciones o desventajas y potencial de aplicación en campañas publicitarias.

5. Diseña un mapa visual (*mapa mental, mapa conceptual o infografía comparativa*) que organice y relacione los seis ejemplos según sus características comunes y diferencias, usando software de acceso libre.
6. Redacta un párrafo de reflexión por cada ejemplo que explique de qué manera esa aplicación o contenido podría integrarse en una estrategia publicitaria hipermedia actual.
7. Presenta el mapa visual y las reflexiones ante el grupo en una exposición breve de cinco minutos.
8. Entrega el mapa visual y las reflexiones al docente en formato digital.
9. Recibe retroalimentación docente y de pares.

Recursos de apoyo

- Computadora con acceso a internet
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software de acceso libre para mapas y diagramas: Miro, Diagrams.net, Canva o similar
- Plataforma institucional para la presentación y entrega

Práctica 3: Análisis de tecnologías de integración aplicadas a campañas digitales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Integra equipos de trabajo de tres personas
3. Selecciona una empresa o marca con presencia digital consolidada que utilice al menos dos tecnologías de integración de las revisadas en clase (apps móviles, ERP, CRM, CSM, Call Center, Web Center).
4. Investiga cómo la empresa implementa cada tecnología de integración identificada: qué función cumple, qué datos gestiona, cómo interactúa con el usuario y cómo se conecta con los canales de comunicación de la marca.
5. Elabora un diagrama de flujo que represente visualmente cómo las tecnologías de integración seleccionadas se articulan entre sí y con los puntos de contacto de la campaña publicitaria (anuncio digital, sitio web, atención al cliente, seguimiento posventa).
6. Analiza de qué manera cada tecnología contribuye a mejorar la experiencia del usuario, la personalización del mensaje y la medición de resultados en la campaña.
7. Identifica al menos dos oportunidades de mejora en la integración tecnológica de la empresa analizada y propone cómo podrían aplicarse en el diseño de su campaña publicitaria.
8. Elabora un informe digital estructurado que incluya: descripción de la empresa, diagrama de flujo, análisis de tecnologías y propuestas de mejora.
9. Presenta el informe en la plataforma de aprendizaje

10. Entrega el informe en formato digital al docente y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora con acceso a internet
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software de acceso libre para diagramas de flujo: *Diagrams.net*, *Miro* o similar
- Software de acceso libre para elaboración del informe: *Canva*, *Google Docs*, *PowerPoint* o similar

Práctica 4: Prototipo de modelo de hipermedia para la campaña

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa las características, ventajas y casos de uso de los seis modelos hipermedia estudiados en la unidad.
3. Define brevemente el concepto central de la campaña publicitaria que desarrollarás durante el curso: *cliente o marca, objetivo comunicacional y público meta*.
4. Selecciona el modelo de hipermedia más adecuado y redacta una justificación de una página que explique por qué ese modelo favorece los objetivos de la campaña, la experiencia del usuario y las posibilidades de interacción con base en el concepto definido.
5. Diseña el mapa de nodos del modelo seleccionado: identifica cada nodo o punto de contenido como la pantalla, la sección, la pieza de comunicación, define los tipos de contenido que albergará cada nodo y traza las conexiones o rutas de navegación entre ellos.
6. Construye un prototipo visual de baja fidelidad del modelo de hipermedia usando software de acceso libre (*Figma*, *Diagrams.net*, *Miro* o similar), representando los nodos, conexiones y flujos de usuario.
7. Verifica que el prototipo contemple al menos tres rutas de navegación distintas para diferentes perfiles de usuario.
8. Presenta el prototipo y la justificación al grupo en una sesión de revisión.
9. Entrega el prototipo y la justificación en formato digital al docente. Este entregable es insumo para el proyecto final de campaña.
10. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora e internet
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software libre de acceso libre *Figma*, *Diagrams.net*, *Miro* o similar

Unidad II. Mercadotecnia en línea

Práctica 5: Investigación del consumidor online: entrevista y construcción del buyer person

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña una guía de entrevista semiestructurada con doce a quince preguntas que exploren: frecuencia y motivaciones de compra online, dispositivos y plataformas preferidas, factores que generan confianza o desconfianza en un sitio web, experiencias positivas y negativas con publicidad digital, e influencia de redes sociales en decisiones de compra.
3. Valida la guía de entrevista con el docente antes de su aplicación.
4. Selecciona y entrevista a tres personas con perfiles demográficos distintos (diferente edad, género, nivel educativo u ocupación) que realicen compras en línea con regularidad. Registra las respuestas con consentimiento informado.
5. Transcribe y organiza las respuestas de los tres entrevistados en una tabla comparativa que permita identificar coincidencias, diferencias y patrones en su comportamiento como consumidores online.
6. Construye el perfil del buyer persona ideal para la campaña publicitaria que desarrollarás. Con base en el análisis de las entrevistas que incluya datos demográficos, psicográficos, conductuales, metas, frustraciones y canales de comunicación preferidos.
7. Define la segmentación de mercado correspondiente (geográfica, demográfica, psicográfica y conductual) justificando cada variable con datos obtenidos en las entrevistas.
8. Elabora un documento visual atractivo que presente la guía de entrevista, la tabla comparativa, el perfil del buyer persona y la segmentación de mercado.
9. Entrega el documento digital al docente. Este entregable es insumo directo para el proyecto final de campaña.
10. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Guía de entrevista diseñada y validada
- Software de acceso libre para diseño del documento: Canva, Google Docs o similar
- Plantilla de buyer persona, proporcionada por el docente o de acceso libre
- Plataforma institucional para la entrega

Práctica 6: Auditoría digital de negocio electrónico: modelo de negocio y diseño de sitio web

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Elige un negocio o comercio electrónico activo de mediana o gran escala (puede ser internacional como Amazon o Mercado Libre, o una tienda en línea local relevante para tu proyecto de campaña).
3. Clasifica el modelo de negocio electrónico: determina si es B2B, B2C o mixto, describe su propuesta de valor diferenciadora y su posicionamiento digital.
4. Realiza una auditoría de la experiencia de usuario (UX) navegando el sitio web como lo haría el buyer persona definido en la práctica anterior: documenta mediante capturas de pantalla los hallazgos sobre arquitectura de información, jerarquía visual, tipografía, uso del color, claridad de la navegación y llamados a la acción (CTA).
5. Evalúa el diseño centrado en conversión: identifica cuántos pasos requiere el usuario para completar una compra, qué barreras o fricciones existen en el proceso y qué elementos facilitan la decisión de compra.
6. Analiza la integración del sitio web con campañas hipermedia: documenta qué canales digitales utiliza la marca (redes sociales, email, anuncios en buscadores), cómo redirigen al sitio y si existe coherencia visual y de mensaje entre los distintos canales.
7. Identifica tres fortalezas y tres áreas de oportunidad en el ecosistema digital del negocio analizado, y propone cómo estas lecciones se aplicarán al diseño de tu proyecto de campaña.
8. Elabora un informe digital estructurado que integre todos los análisis con evidencias visuales (capturas de pantalla anotadas).
9. Entrega el informe en formato digital al docente.
10. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software de acceso libre para elaboración del informe: Canva, Google Docs, PowerPoint o similar
- Herramienta de captura de pantalla y anotación
- Buyer persona definido en la Práctica 5

Unidad III. Planeación de la emoción

Práctica 7: Benchmark competitivo y definición de estrategia de mercadotecnia en línea

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica tres competidores directos del cliente o marca para el que desarrollarás tu campaña publicitaria.
3. Realiza para cada competidor un análisis de su presencia digital documentando lo siguiente: sitio web, redes sociales activas, tipo de contenido publicado, frecuencia de publicación, nivel de interacción con usuarios, recursos visuales y tono de comunicación.
4. Elabora una matriz de benchmarking que compare a los tres competidores y a tu cliente en las mismas dimensiones, permitiendo visualizar brechas y oportunidades.
5. Redacta Con base en el buyer persona (Práctica 5), la auditoría de negocio electrónico (Práctica 6) y el benchmark competitivo, la estrategia de mercadotecnia en línea para la campaña, especificando: objetivo de la campaña, segmentación de mercado, propuesta de valor diferenciadora, canales digitales seleccionados con justificación, tipo de contenido por canal y métricas de éxito KPIs.
6. Diseña un documento ejecutivo (dos a tres páginas) que presente la matriz de benchmarking y la estrategia de mercadotecnia en línea de forma visual y profesional.
7. Presenta el documento ante el grupo y recibe observaciones.
8. Entrega el documento en formato digital al docente. Este entregable es insumo central para el proyecto final de campaña.
9. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora con acceso a internet
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software de acceso libre para tablas, infografías y documentos: Canva, Google Sheets, PowerPoint o similar
- Entregables de las Prácticas 5 y 6
- Plataforma institucional para presentación y entrega

Práctica 8: Diseño del mapa del viaje emocional de marca**Duración**

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa los conceptos de economía de la experiencia y el mapeo del recorrido emocional del usuario: *Emotional Journey Map*.

3. Selecciona la marca o cliente de tu proyecto de campaña y, con base en el buyer persona definido en la Práctica 5, identifica los cinco momentos más significativos en la relación entre el usuario y la marca: desde el primer contacto hasta la fidelización.
4. Define y documenta para cada momento los siguientes elementos en una tabla: Etapa del recorrido, Canal o punto de contacto digital, Necesidad o expectativa del usuario, Emoción predominante que experimenta el usuario, Elemento visual o de comunicación que activa esa emoción, e Impacto esperado en la decisión de compra o fidelización.
5. Identifica los momentos de verdad y los momentos críticos de riesgo donde el usuario podría abandonar la relación con la marca.
6. Diseña el mapa visual del viaje emocional usando una herramienta digital de acceso libre, representando gráficamente la curva emocional del usuario a lo largo de las cinco etapas.
7. Redacta conclusiones estratégicas, una página, que expliquen cómo los hallazgos del mapa orientarán las decisiones creativas y comunicacionales de la campaña publicitaria.
8. Entrega el mapa visual y las conclusiones en formato PDF al docente. Este entregable es insumo para el proyecto final de campaña.
9. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software de acceso libre para creación de informes digital
- Buyer persona y estrategia de mercadotecnia de las Prácticas 5 y 7

Práctica 9: Arquetipos de marca, emoticonos y lenguaje visual digital

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa los doce arquetipos de marca, Jung aplicado al branding, y sus características narrativas, valores y estilo comunicacional.
3. Analiza la marca o cliente de tu proyecto e identifica el arquetipo principal que la representa o que debería representar en la campaña, justificando la elección con base en su identidad, valores y público objetivo.
4. Documenta tres ejemplos de marcas reconocidas que utilicen el mismo arquetipo seleccionado, analiza cómo lo expresan en su comunicación digital y extrae aprendizajes aplicables a tu campaña.
5. Realiza la concreción estratégica del arquetipo: traduce sus valores y narrativa a elementos concretos de la campaña, tono de voz, paleta de colores sugerida, tipos de imagen, vocabulario y mensajes clave.
6. Investiga el uso de emoticonos en la comunicación digital de marca: selecciona un conjunto de ocho a diez emoticonos coherentes con el arquetipo y el tono de la campaña,

y justifica la elección de cada uno con base en su significado simbólico y el contexto de uso.

7. Diseña una guía de lenguaje visual digital de una página que sintetice: arquetipo de marca, tono de voz, vocabulario recomendado, emoticonos seleccionados y ejemplos de aplicación en publicaciones de redes sociales.
8. Entrega la guía de lenguaje visual digital en formato PDF al docente. Este documento forma parte del manual de campaña del proyecto final.
9. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software de acceso libre para creación de infografías
- Entregables de las Prácticas 5, 7 y 8

Práctica 10: Laboratorio de psicología del color y coherencia cromática en ecosistemas digitales

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa los fundamentos de la psicología del color aplicados al diseño digital: significados culturales y emocionales de los colores primarios, secundarios y neutros en contextos publicitarios.
3. Identifica con base en el viaje emocional *Práctica 8* y el arquetipo de marca *Práctica 9*, las tres emociones principales que la campaña debe evocar en el usuario.
4. Investiga cuáles colores o combinaciones cromáticas están asociadas a esas emociones en el contexto cultural del público objetivo de la campaña.
5. Analiza la paleta de colores actual de la marca o cliente e identifica si existe coherencia entre los colores utilizados y las emociones que se desea generar.
6. Diseña una propuesta de sistema cromático para la campaña que incluya: color primario de marca, dos colores secundarios, un color de acento y colores neutros de apoyo. Justifica cada elección con base en la psicología del color y la estrategia emocional de la campaña.
7. Crea tres piezas de prueba, banner digital, tarjeta de redes sociales y paleta de colores de interfaz web, aplicando el sistema cromático propuesto, válidalas en modo claro y oscuro.
8. Presenta las piezas ante el grupo y aplica un mini test de percepción con cinco compañeros: pregunta qué emoción genera cada pieza y si la percepción coincide con la emoción objetivo.

9. Ajusta la propuesta cromática con base en los resultados del mini test y redacta una justificación final del sistema de color.
10. Entrega las piezas, el sistema cromático y la justificación en formato digital al docente. Este entregable forma parte del manual de campaña del proyecto final.
11. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Recursos bibliográficos y electrónicos sobre psicología del color
- Software de diseño de acceso libre
- Entregables de las Prácticas 8 y 9
- Herramienta de paletas de color

Unidad IV. Diseño de campañas publicitarias en hipermedia

Práctica 11: Análisis conceptual y definición del mensaje estratégico

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa todos los entregables producidos en las unidades anteriores (buyer persona, benchmark, mapa emocional, arquetipo, sistema cromático) e identifica los hallazgos más relevantes para la definición del mensaje de campaña.
3. Realiza un análisis de la empresa o cliente profundizando en: identidad estratégica (misión, visión, valores), posicionamiento actual en el mercado digital, propuesta de valor y diferenciadores competitivos.
4. Analiza dos campañas publicitarias digitales o hipermediales de referencia que sean relevantes para tu proyecto: documenta su concepto creativo, narrativa transmedia, canales utilizados, métricas de desempeño reportadas y experiencia de usuario. Extrae aprendizajes aplicables.
5. Sintetiza el análisis de empresa, público (buyer persona) y competencia en un brief creativo de campaña que incluya: descripción del cliente, objetivo de campaña (SMART), público objetivo, insight del consumidor, propuesta única de venta (USP), tono de comunicación y restricciones o consideraciones estratégicas.
6. Desarrolla a partir del brief el concepto creativo de la campaña y define la idea central, el storytelling estratégico y la narrativa transmedia que conectarán los diferentes canales y piezas de comunicación.
7. Define el mensaje estratégico principal y sus adaptaciones para cada canal digital seleccionado (redes sociales, sitio web, email, publicidad pagada u otros).
8. Presenta el brief y el concepto creativo en una sesión de pitch ante el grupo y el docente, simulando la presentación a un cliente real.
9. Incorpora las observaciones recibidas, ajusta el brief y el concepto creativo.

10. Entrega el brief y el concepto creativo en formato digital al docente. Este entregable es el eje del proyecto final de campaña.
11. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Recursos bibliográficos y electrónicos
- Software para presentaciones y documentos
- Todos los entregables de prácticas anteriores
- Plantilla de brief creativo

Práctica 12: Diseño y producción de piezas gráficas para la campaña

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa el cuadro comparativo de plataformas y las especificaciones técnicas de cada una definidas en prácticas anteriores.
3. Elabora un inventario de piezas gráficas necesarias para la campaña, especificando por cada pieza: nombre, plataforma de destino, formato (estática, animada, video), dimensiones en píxeles, peso máximo del archivo y objetivo comunicacional.
4. Configura en el software de diseño los documentos o artboards con las dimensiones exactas requeridas por cada plataforma antes de comenzar la producción.
5. Diseña las piezas gráficas aplicando el sistema cromático (Práctica 10), el arquetipo y lenguaje visual (Práctica 9) y el concepto creativo (Práctica 11). *El set mínimo de piezas debe incluir: publicación para feed de Instagram o Facebook (1080×1080 px), historia para Instagram o TikTok (1080×1920 px), banner digital web (728×90 px y 300×250 px), portada para perfil de red social y al menos una pieza animada (GIF o video corto de 15 segundos).*
6. Verifica que todas las piezas mantengan coherencia visual: paleta cromática, tipografía, elementos gráficos y tono de imagen.
7. Revisa la legibilidad de textos, el contraste entre fondo y elementos, los llamados a la acción (CTA) y la correcta inclusión de logos o identificadores de marca.
8. Exporta cada pieza en el formato y resolución óptimos para su plataforma de destino (JPEG, PNG, MP4, GIF según corresponda).
9. Organiza todas las piezas en una carpeta estructurada por plataforma y entrega el set completo junto con el inventario de piezas al docente.
10. Recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de diseño gráfico

- Software de animación o edición de video de acceso libre
- Inventario de piezas y especificaciones técnicas de plataformas
- Entregables de las Prácticas 9, 10 y 11

Práctica 13: Prototipado interactivo y pruebas de usuario

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Selecciona la herramienta de prototipado y organiza las piezas de la campaña de acuerdo con el modelo hipermedia previamente definido.
2. Construye el prototipo interactivo y establece las rutas de navegación para los distintos perfiles de usuario.
3. Representa en un prototipo preliminar una función asistida por IA, definiendo su propósito, interacción, controles, mensajes de incertidumbre y alternativa manual.
4. Realiza una auditoría de accesibilidad del prototipo e identifica y corrige barreras de navegación, percepción e interacción.
5. Establece un protocolo para las pruebas de usuario que especifique consentimiento, datos recopilados, garantía de anonimato, resguardo y uso de la información.
6. Aplica las pruebas con usuarios y registra resultados de desempeño, dificultades, tiempos y comentarios sin incluir datos personales identificables en el reporte de análisis.
7. Analiza los resultados, evalúa la función asistida por IA en términos de utilidad, accesibilidad, transparencia, privacidad y riesgos.
8. Realiza los ajustes pertinentes y entrega el prototipo junto con el enlace compartido y el informe de pruebas de usuario en formato digital al docente.
9. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Software de prototipado interactivo
- Piezas gráficas de la práctica 12
- Mapa de nodos y modelo de hipermedia de la práctica 4
- Herramientas de inteligencia artificial y tecnologías emergentes
- Guía de pruebas de usuario

Práctica 14: Publicación, evaluación y presentación final de la campaña

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.

2. Prepara el plan de publicación de la campaña: define la fecha y hora de lanzamiento de cada pieza en cada plataforma, el orden de publicación según la narrativa transmedia y las responsabilidades del equipo.
3. Configura los perfiles o cuentas digitales necesarios para el lanzamiento, asegurando coherencia visual y de información en todos los canales.
4. Realiza una publicación o simula el lanzamiento multicanal de la campaña según el plan establecido, documentando con capturas de pantalla cada publicación realizada en tiempo real.
5. Define los KPIs de evaluación acordes a los objetivos de la campaña, por ejemplo: alcance orgánico, impresiones, tasa de interacción, clics en CTA, conversiones simuladas o visitas al sitio web.
6. Monitorea el desempeño de la campaña durante el periodo indicado por el docente, mínimo 48 horas después del lanzamiento, y registra los datos de métricas disponibles en cada plataforma.
7. Analiza los resultados obtenidos comparándolos con los objetivos establecidos en el brief: identifica qué funcionó, qué no funcionó y cuáles fueron los factores determinantes del desempeño.
8. Redacta el informe estratégico de resultados que incluya: resumen ejecutivo, descripción de la campaña, evidencias de publicación, análisis de métricas con visualizaciones de datos, conclusiones y recomendaciones de optimización para una segunda fase.
9. Diseña la presentación final de la campaña en formato profesional para exponer ante el docente y el cliente o grupo, integrando: concepto creativo, piezas gráficas, recorrido del usuario, resultados y aprendizajes.
10. Presenta la campaña en sesión plenaria y responde preguntas del docente y compañeros.
11. Entrega el portafolio digital completo de la campaña que incluya todos los entregables del curso en formato organizado y profesional.
12. Recibe retroalimentación docente y evaluación final.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Cuentas activas en plataformas digitales de publicación
- Herramientas de analítica nativa de cada plataforma (*Meta Business Suite, Google Analytics, TikTok Analytics u otras*)

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Aprendizaje por retos en plataformas virtuales
- Clase invertida (flipped classroom)
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Gamificación o aprendizaje basado en juego
- Aprendizaje servicio en línea (proyectos virtuales con comunidades)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales

- Participación en simulaciones digitales (laboratorios virtuales, escenarios de rol)
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Prácticas de taller	30%
- Tareas y actividades	20%
- Campaña publicitaria	30%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Mercadotecnia, Ingeniería en Sistemas Computacionales e Informática, o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente y/o profesional, con conocimientos en conceptualización, creación e implementación de campañas publicitarias en hipermedia, gestión de plataformas digitales educativas, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, analítica, creativa, estar actualizada y capacidad de fomentar el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Portafolios Profesionales
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 03 Horas Extra-clase: 01 Créditos:05
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Claudia Rivera Torres Irma Cruz Soto Griselda Guerrero Corrales
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es que el estudiantado diseñe, estructure y gestione un portafolio profesional estratégico que articule proyectos de comunicación visual desde una perspectiva sistémica, evidenciando procesos metodológicos, toma de decisiones fundamentadas, impacto medible y propuesta de valor diferenciada, con el propósito de posicionarse competitivamente en contextos locales, nacionales e internacionales. Se imparte en la etapa terminal con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Diseño.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40124 Portafolio Profesionales** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Paloma Rodríguez Valenzuela y Salvador Fierro Silva con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar un portafolio profesional estratégico mediante el análisis crítico de su trayectoria académica y profesional, la integración de metodologías de diseño y comunicación visual estratégica, para desarrollar soluciones innovadoras y creativas de branding de su marca profesional, y la construcción de una narrativa visual fundamentada en resultados e impacto, con la finalidad de posicionar su perfil profesional con visión global, ética y con una actitud de responsabilidad propositiva.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elaboración de portafolio profesional en versión digital que evidencien de manera estructurada la trayectoria académica y profesional del estudiantado, que incluya lo siguiente:

- Selección estratégica y fundamentada de proyectos relevantes, que incluya la descripción del problema abordado, contexto, objetivos, público meta, metodología aplicada, proceso de desarrollo, toma de decisiones y resultados obtenidos.
- Definición clara de especialización y propuesta de valor profesional (*currículum vitae*).
- Desarrollo de un sistema de identidad y branding personal coherente con su posicionamiento estratégico.
- Organización narrativa que articule los proyectos con lógica sistémica y enfoque de impacto.
- Presentación ejecutiva (pitch profesional), oral y visual en la que sustente de manera argumentada las decisiones estratégicas y metodológicas que estructuran su portafolio, ante un comité evaluador por medio de un video.

La evidencia deberá demostrar pensamiento estratégico, capacidad de análisis, integración metodológica, claridad comunicativa y proyección profesional con visión global.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Vanguardia; Excelencia e Innovación Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Funciones y elementos del portafolio profesional.

Competencia

Analizar los componentes del portafolio profesional estratégico, considerando sus fundamentos, funciones, elementos visuales y narrativos, para estructurar una herramienta de comunicación profesional coherente con la identidad y posicionamiento estratégico de profesionales en el campo del diseño y la comunicación visual, con actitud crítica y reflexiva orientada a la vanguardia y al impacto profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

1. Elaboración de mapas de relación (infografía) entre elementos visuales, funcionales y estratégicos.
2. Realizar un documento analítico que describa la estructura del portafolio profesional estratégico.

Contenido

1.1. Definición de portafolio profesional.

1.1.1. Portafolio como documento de evidencia de competencias y resultados.

1.2. Función del portafolio como herramienta de comunicación, marketing personal y posicionamiento profesional.

1.3. Elementos del portafolio.

1.3.1. Códigos visuales y de identidad.

1.3.1.1. Formato y estructura: físico, digital, multiplataforma.

1.3.1.2. Retícula y composición modular.

- 1.3.1.3. Tipografía y jerarquía visual.
- 1.3.1.4. Color y semiótica aplicada a la identidad profesional.
- 1.3.1.5. Ilustración y gráficos explicativos.
- 1.3.2. Visualización y narrativa estratégica.
 - 1.3.2.1. Pertinencia y coherencia con la estrategia profesional.
 - 1.3.2.2. Memorabilidad e impacto en el público objetivo.
 - 1.3.2.3. Fijación y recordación de la marca personal.
 - 1.3.2.4. Legibilidad y claridad en la comunicación visual.
 - 1.3.2.5. Composición
 - 1.3.2.6. Abstracción.
 - 1.3.2.7. Estilización.
 - 1.3.2.8. Diseño tipográfico.
 - 1.3.2.9. Psicología del color.
 - 1.3.2.10. Diagramación narrativa: flujo de información.
- 1.3.3. Elementos de análisis y evidencia estratégica.
 - 1.3.3.1. Presentación de procesos metodológicos (workflow -flujo de trabajo-, investigación, prototipos).
 - 1.3.3.2. Resultados e impacto de cada proyecto (cuantitativo y cualitativo).
 - 1.3.3.3. Argumentación de decisiones de diseño.

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC.

Janda, M. (2013). *Burn your portfolio: Stuff they don't teach you in design school but should.*

New Riders. [clásica]

Kleon, A. (2016). *Aprende a promocionar tu trabajo: 10 recursos para artistas, diseñadores y*

creativos. Gustavo Gili. [clásica]

Myers, D. R. (2013). *The graphic designer's guide to portfolio design* (3rd ed.). Wiley. [clásica]

Taylor, F. (2013). *Cómo crear un portafolio y adentrarse en el mundo profesional: Guía de orientación para creativos.* Gustavo Gili. [clásica]

Terán-Pacheco, A. X. (2021). Análisis de los portafolios digitales de diseñadores gráficos ecuatorianos y posibilidades de acceso a mercados nacionales e internacionales,

mediante el uso de la red social Behance. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 11(3), 126–145. <https://doi.org/10.31207/rch.v11i3.271> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Fiveable (2025). *Portfolio Development and Presentation*. Graphic & Editorial Design Class Notes. <https://fiveable.me/>

Meléndez Valoria, V. (2024). *Digital Creative Portfolios as New Spaces for Professional Interaction*. *Revista VISUAL REVIEW*. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5385>

The University of Montevallo (2024). *PORTFOLIO*. Manual PDF para estudiantes. <https://www.montevallo.edu/>

UCC (2025). *Portafolio Interactivo en PDF: Una Estrategia Narrativa para el Posicionamiento*. Repositorio institucional Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/>

Unidad II. Curriculum Vitae profesional

Competencia

Diseñar la identidad gráfica profesional estratégica y el currículum vitae, integrando evidencia documentada de competencias, logros y resultados, mediante el uso de herramientas de comunicación visual y posicionamiento profesional, para proyectar un perfil diferenciado y competitivo en contextos locales, nacionales e internacionales, con creatividad, actitud analítica, ética profesional y pensamiento crítico.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

1. Crear un perfil profesional en redes sociales como LinkedIn e incluirlo en su currículum vitae.
2. Elaborar un documento digital que incluya su currículum vitae profesional.

Contenido

- 2.1. Identidad gráfica y personal branding.
- 2.2. Identidad digital profesional.
- 2.3. Presencia digital profesional en reconocidas redes sociales como LinkedIn o fanpage

2.4. Currículum Vitae.

2.4.1. Elementos del currículum vitae.

2.4.1.1. Datos personales y datos de contacto.

2.4.1.2. Perfil personal.

2.4.1.3. Formación académica: Cursos, nivel educativo.

2.4.1.4. Habilidades, competencias y conocimientos técnicos.

2.4.1.5. Idiomas, aficiones, actividades extracurriculares,

2.4.1.6. Experiencia en prácticas y sus evidencias documentales.

2.4.1.7. Incluye referencias personales y/o laborales: Información de contacto estratégica.

2.4.2. Modelos de currículum vitae: cronológico, funcional, creativo.

2.4.3. Estrategias para la elaboración de un currículum vitae.

2.4.4. Evidencia de la preparación documental complementaria

2.4.4.1. Certificados y micro credenciales.

2.4.4.2. Recomendaciones y premios.

2.4.4.3. Membresías profesionales: Publicaciones o colaboraciones,

2.4.5. Información de contacto.

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Birns, N. (2022). Curriculum vitae by Samuel Menashe. *Salem Press Encyclopedia of Literature*.

González Sanz, J. D. (2025). Curriculum vitae. *La Torre del Virrey: Revista de Estudios Culturales*, 38, 9–10.

Puchol Moreno, L. (2008). *El libro del curriculum vitae: Cómo superar la barrera del currículo y conseguir el trabajo que deseas* (4.^a ed.). Ediciones Díaz de Santos. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Báez, J.-M., Peset, F., Núñez, F., & Ferrer-Sapena, A. (2008). CVN: Normalización de los currículos científicos. *El Profesional de la Información*, 17(2), 213–220.
<https://doi.org/10.3145/epi.2008.mar.12> [clásica]

LinkedIn. (s. f.). *Cómo presentar un perfil completo y más visible en LinkedIn* [Guía]. LinkedIn Talent Solutions. https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/regional/es-es/c/pdfs/Guide%20personal%20branding_ES.pdf

LiveCareer. (2025). *Aprende cómo crear tu marca personal*. <https://www.livecareer.es/curriculum-vitae/marca-personal>

Nursani, A., & Hardjanto, T. D. (2024). Personal branding strategy in LinkedIn profile summary: A rhetorical move analysis. *k@ta: A Biannual Publication on the Study of Language and Literature*, 26(2), 135–148. <https://doi.org/10.9744/kata.26.2.135-148>

Santa Clara University Writing Center. (2013). *Resumes and personal branding guides*. Santa Clara University. <https://www.scu.edu/media/offices/provost/writing-center/resources/Resumes.pdf> [clásica]

The Personal Branding Toolkit. (s. f.). *The personal branding toolkit for social media*. <https://www.thepersonalbrandingtoolkit.com/>

Universidad de Sevilla. (2018). *El CV y la marca personal*. Universidad de Sevilla. <https://fisica.us.es/sites/fisica/files/users/user381/CV-Y-MARCA-PERSONAL.pdf>
[clásica]

Unidad III. Producción del portafolio profesional estratégico.

Competencia

Diseñar un portafolio profesional estratégico en distintos formatos y medios de publicación, a partir de la integración de criterios de posicionamiento, viabilidad técnica y coherencia narrativa, para emplearlo como una herramienta de presentación de su perfil profesional en contextos competitivos, con actitud creativa, sistemática, ética profesional y orientada a resultados.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un portafolio profesional estratégico funcional y publicable en formato digital.

Contenido

- 3.1. Modelos de portafolios.
 - 3.1.1. Tipo de portafolios profesionales.
 - 3.1.1.1. Portafolio en sitio Web.
 - 3.1.1.2. Portafolio PDF.
 - 3.1.1.3. Portafolio clásico.
 - 3.1.1.3.1. Materiales y acabados.
 - 3.1.1.3.2. Requerimientos técnicos.
- 3.2. Análisis estratégico de trabajos de portafolios.
- 3.3. Diseño y estructuración de un portafolio de trabajos.
 - 3.3.1. Presupuesto del portafolio.
 - 3.3.2. Concepto creativo.
 - 3.3.3. Selección y clasificación de proyectos.
 - 3.3.3.1. Estructura del portafolio profesional.
 - 3.3.3.2. Portada y declaratoria profesional.
 - 3.3.3.3. Tabla de contenido, (Índice estructurado).
 - 3.3.3.4. Perfil profesional estratégico.
 - 3.3.3.5. Resumen ejecutivo.
 - 3.3.4. Cronograma de producción, alcances y objetivos.
 - 3.3.5. Jerarquización de información en un portafolio de trabajos.
 - 3.3.5.1. Proyectos con evidencia de proceso e impacto.
- 3.4. Elaboración del portafolio profesional.
 - 3.4.1. Autoevaluación del portafolio.
- 3.5. Presentación del portafolio de trabajos.
 - 3.5.1. Logística para la presentación de un portafolio de trabajos.
 - 3.5.2. Preparación del guión y estructura de la presentación.
 - 3.5.3. Estrategias para la presentación formal del Portafolio de trabajos.

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Janda, M. (2013). *Burn your portfolio: Stuff they don't teach you in design school but should.*

New Riders. [clásica]

Kleon, A. (2016). *Aprende a promocionar tu trabajo: 10 recursos para artistas, diseñadores y creativos.* Gustavo Gili. [clásica]

- Myers, D. R. (2013). *The graphic designer's guide to portfolio design* (3rd ed.). Wiley. [clásica]
- Taylor, F. (2013). *Cómo crear un portafolio y adentrarse en el mundo profesional: Guía de orientación para creativos*. Gustavo Gili. [clásica]
- Terán-Pacheco, A. X. (2021). Análisis de los portafolios digitales de diseñadores gráficos ecuatorianos y posibilidades de acceso a mercados nacionales e internacionales, mediante el uso de la red social Behance. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 11(3), 126–145. <https://doi.org/10.31207/rch.v11i3.271> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

- Behance. (s. f.). *Guide to building a strong portfolio*. <https://www.behance.net/>
- Canva. (s. f.). *Cómo hacer un portafolio profesional: Guía y ejemplos*. https://www.canva.com/es_mx/crear/portafolios-digitales/
- Harvard University. (s. f.). *Creating a professional portfolio*. Harvard Office of Career Services. <https://ocs.fas.harvard.edu/>
- Servicio Público de Empleo Estatal. (s. f.). *El portafolio profesional: Herramienta para la búsqueda de empleo*. Ministerio de Trabajo y Economía Social. <https://www.sepe.es/>
- Balance Careers. (2023). *How to create a professional portfolio*. <https://www.thebalancemoney.com/>
- The Personal Branding Toolkit. (s. f.). *The personal branding toolkit for social media*. <https://www.thepersonalbrandingtoolkit.com/>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Funciones y elementos del portafolio profesional

Práctica 1: Investigación y análisis de portafolios profesionales.

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Investiga sobre portafolios profesionales existentes.
3. Analiza las características y elementos que contiene cada portafolio.
4. Compara sus elementos con los portafolios analizados.
5. Documenta la información mediante una infografía.
6. Entrega el producto de la práctica realizada en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de acceso libre para generar tablas comparativas
- Software de organizadores gráficos

Unidad II. Curriculum Vitae profesional.

Práctica 2: Diseño de identidad gráfica personal.

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Aplica una metodología para la creación de identidad gráfica.
3. Desarrolla la marca e identidad gráfica personal.
4. Diseña las aplicaciones gráficas y auxiliares.
5. Entrega el producto de la práctica realizada en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de acceso libre para diseño

Práctica 3: Estructura de portafolio profesional

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Determina el contenido y las secciones del portafolio profesional.
3. Crea la estructura general del portafolio.
4. Genera la maquetación editorial del portafolio.
5. Entrega el producto de la práctica realizada en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de acceso libre para diseño

Práctica 4: Diseño de currículum vitae

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Investiga sobre los elementos que debe contener un currículum vitae profesional.
3. Redacta y ordena la información personal a incluir dentro del currículum.
4. Diseña el currículum vitae en español e inglés.
5. Entrega el producto de la práctica realizada en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de acceso libre para diseño
- Impresión digital
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas

Unidad III. Producción del portafolio profesional

Práctica 5: Elaboración del portafolio profesional estratégico digital.

Duración

10 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Planea y determina el contenido del portafolio profesional.
3. Determina el formato de salida, los requerimientos técnicos y económicos para la producción del portafolio.
4. Diseña el portafolio de formato digital en español e inglés.
5. Realiza una presentación oral en inglés del portafolio.
6. Expone en plenaria el producto final y responde a las preguntas en inglés.
7. Entrega el producto de la práctica realizada en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de acceso libre para diseño
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas

Práctica 6: Elaboración del portafolio profesional estratégico

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Planea y determina el contenido del portafolio profesional.
3. Determina el formato, materiales, acabados y requerimientos técnicos y económicos para la producción del portafolio.
4. Diseña el portafolio de formato digital.
5. Elabora un video en el que exponga el producto final (portafolio profesional en formato digital).
6. Entrega el producto de la práctica realizada en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de acceso libre para diseño
- Plataforma de acceso libre para la elaboración del video

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Aprendizaje por retos en plataformas virtuales

- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Gamificación o aprendizaje basado en juego
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- | | |
|-------------------------------------|-----|
| - Evaluaciones parciales | 20% |
| - Prácticas taller | 20% |
| - Actividades de las clases (metas) | 10% |

- Portafolio profesional	40%
- Video presentación del portafolio profesional	10%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o área afín, preferentemente con estudios de posgrado en diseño, comunicación o áreas relacionadas. Contar con al menos dos años de experiencia docente y profesional. Ser una persona proactiva, analítica y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Aplicación del Diseño UX/UI
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Fundamentos del Diseño UX/UI
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Genaro Najera Ocegueda Haydee Meléndez Guillén Karina Caro Corrales
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

En el marco de la formación profesional en diseño digital, esta unidad de aprendizaje fortalece en el estudiantado la capacidad de diseñar, prototipar y validar interfaces digitales centradas en la persona usuaria, mediante metodologías UX/UI, herramientas especializadas y criterios de usabilidad, accesibilidad y viabilidad tecnológica, con el propósito de generar soluciones funcionales, estratégicas y alineadas con objetivos de negocio. Se ubica en la etapa terminal, con carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento de Tecnología y establece como requisito previo acreditar la asignatura Fundamentos del Diseño UX/UI.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar soluciones digitales centradas en el usuario mediante metodologías UX/UI, con base en la aplicación de criterios de usabilidad, accesibilidad y viabilidad estratégica para resolver problemáticas reales en contextos profesionales, con actitud proactiva, pensamiento crítico, responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Proyecto integral que incluya (1) Investigación UX; (2) Definición de usuarios y journey; (3) Arquitectura de información; (4) Prototipo de baja fidelidad; (5) Sistema de diseño (design system); (6) Pruebas de usabilidad; (7) Prototipo interactivo en alta fidelidad; (8) Documento ejecutivo de justificación estratégica.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia; Vanguardia; Compromiso con la Responsabilidad Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos Estratégicos del Diseño UX/UI

Competencia

Analizar el contexto de uso, las características de los usuarios y la problemática mediante técnicas de investigación centradas en las personas para comprender necesidades reales y

fundamentar estratégicamente una solución UX pertinente, con empatía, rigor metodológico, honestidad y responsabilidad ética hacia la diversidad de los usuarios.

Contenido

- 1.1. Evolución del UX/U: historia, concepto y relevancia en el diseño actual
- 1.2. Diferencias entre UX y UI
- 1.3. Principios del Diseño Centrado en el Usuario (DCU) — ISO 9241-210
- 1.4. Metodologías centradas en el usuario
 - 1.4.1. Design Thinking
 - 1.4.2. Lean UX
 - 1.4.3. Agile UX
- 1.5. Métodos para la investigación de usuario
 - 1.5.1. Entrevistas
 - 1.5.2. Observación
 - 1.5.4. Encuestas y cuestionarios
- 1.6. Herramientas de síntesis centradas en las personas
 - 1.6.1. User personas
 - 1.6.2. Mapa de empatía
 - 1.6.3. Customer journey
 - 1.6.4. Análisis FODA (SWOT)
- 1.7 Definición del problema
 - 1.6.1. Problem Statement (POV)
 - 1.6.2. How Might We (HMW)
- 1.8 Análisis heurístico y benchmarking de productos digitales

Duración

04 horas

Unidad II. Arquitectura de información y diseño de interacción

Competencia

Estructurar la información de un producto digital, mediante la aplicación de principios de arquitectura de la información y de diseño de interacción para garantizar que los recorridos del usuario sean intuitivos y coherentes con los objetivos del negocio, con pensamiento sistémico, claridad comunicativa y honestidad.

Contenido

- 2.1. Arquitectura de información aplicada
 - 2.1.1. Modelos organizativos (jerárquico, secuencial, matricial)
 - 2.1.2. Jerarquía de contenidos
 - 2.1.3. Principios de claridad estructural (organización, estructura y navegación)
- 2.2. Modelos mentales y técnicas de organización
 - 2.2.1. Card sorting
 - 2.2.2. Validación de categorías
- 2.3. Estructura de navegación

- 2.3.1. Mapa del sitio estructural (*sitemap*)
- 2.3.2. Definición de niveles de navegación
- 2.4. Modelado de interacción
 - 2.4.1. Flujos de usuario para tareas críticas
 - 2.4.2. Identificación de decisiones y errores posibles
 - 2.4.3. Diseño de recorridos del usuario
 - 2.4.4. Fundamentos de interacción: affordances, feedback, estados de la interfaz
- 2.5. Representación estructural
 - 2.5.1. Wireframing de baja fidelidad: principios y convenciones
 - 2.5.2. Wireframing de media fidelidad: estructura, jerarquía y anotaciones
 - 2.5.3. Aplicación de principios y heurísticas de usabilidad (Nielsen)

Duración

04 horas

Unidad III. Diseño de interfaces de usuario y principios de diseño visual

Competencia

Diseñar interfaces digitales con base en la aplicación de los principios de diseño visual y sistemas de diseño con componentes reutilizables, para garantizar productos digitales estéticamente coherentes, accesibles e identificados con la marca, mediante el uso de herramientas de diseño y prototipado de alta fidelidad, con rigor técnico y compromiso con la inclusión y la accesibilidad universal.

Contenido

- 3.1. Fundamentos del diseño visual aplicado a interfaces
 - 3.1.1. Tipografía
 - 3.1.2. Color
 - 3.1.3. Espacio
- 3.2. Sistemas de cuadrícula (*Grid Systems*) para interfaces responsivas
- 3.3. Sistemas de diseño (*Design Systems*): principios y estructura
- 3.4. Tokens de diseño: color, tipografía, espaciado, iconografía
- 3.5. Diseño de componentes UI: botones, formularios, cards, navegación, modales
 - 3.5.1. Estados de los componentes: default, hover, active, disabled, error
- 3.6. Diseño responsivo y adaptación multiplataforma
- 3.7. Accesibilidad en interfaces
 - 3.7.1. WCAG 2.1
 - 3.7.2. Contraste y legibilidad
 - 3.7.3. Lectores de pantalla
- 3.8. Principios de diseño emocional y microinteracciones
- 3.9. Animaciones UI: principios de movimiento y transiciones

Duración

04 horas

Unidad IV. Prototipado y evaluación UX/UI

Competencia

Evaluar productos digitales interactivos mediante técnicas de prototipado y evaluación pertinentes para identificar problemas de usabilidad e iterar el diseño con base en evidencia real, con rigor metodológico, escucha activa, respeto hacia los participantes y compromiso con la mejora continua del producto.

Contenido

- 4.1. Tipos de prototipos: fidelidad, alcance y propósito
- 4.2. Prototipado interactivo
 - 4.2.1. Marcos, conexiones, flujos y capas
 - 4.2.2. Componentes y diseño automático.
 - 4.2.4. Herramientas de prototipado
- 4.3. Fundamentos de usabilidad: efectividad, eficiencia y satisfacción (ISO 9241-11)
- 4.4. Tipos y métodos de evaluación de usabilidad
 - 4.4.1. Métodos de indagación o sondeo
 - 4.4.1.1. Observación
 - 4.4.1.2. Entrevista
 - 4.4.1.3. Grupos focales
 - 4.4.1.4. Encuestas o cuestionarios
 - 4.4.2. Métodos de inspección
 - 4.4.2.1. Evaluación heurística e inspecciones
 - 4.4.2.2. Revisión de expertos
 - 4.4.2.3. Recorrido Cognitivo (*Cognitive Walkthrough*)
 - 4.4.2.4. Recorrido Pluralista (*Pluralistic Walkthrough*)
 - 4.4.3. Métodos de pruebas (*testing*)
 - 4.4.3.1. Pruebas de usabilidad
 - 4.4.3.2. Pruebas A/B
 - 4.4.3.3. Pensamiento en voz alta (*Think-aloud*)
 - 4.4.3.4. Guerrilla testing
- 4.5. Métricas UX/UI: SUS, tiempo en tarea, tasa de éxito
- 4.6. Planeación de evaluación de usabilidad: objetivos, hipótesis y protocolo
 - 4.6.1. Reclutamiento de participantes y consideraciones éticas
 - 4.6.2. Configuración del espacio
 - 4.6.3. Definición de tareas e instrumentos de medición
 - 4.6.4. Análisis de resultados: severity ratings, affinity mapping
- 4.7. Ejecución del estudio de evaluación de usabilidad
- 4.8. Iteración de diseño basada en hallazgos de usabilidad

Duración

04 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos Estratégicos del Diseño UX

Práctica 1: Análisis Heurístico y Benchmarking UX

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un producto digital (sitio web o aplicación) relacionado con la problemática que se abordará durante el curso.
3. Identifica al menos dos productos digitales similares o competidores directos o indirectos.
4. Realiza un análisis comparativo (benchmarking UX) que considere aspectos como la propuesta de valor, la estructura general, la navegación, el diseño visual, la accesibilidad y la experiencia de usuario.
5. Aplica un análisis crítico de la interfaz utilizando los principios de usabilidad de Nielsen para evaluar los productos seleccionados.
6. Identifica fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en los productos analizados.
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos, incluyendo conclusiones estratégicas que orienten el desarrollo del proyecto propio.
8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Herramientas de captura de pantalla
- Plantilla de evaluación heurística

Práctica 2: Aplicar técnicas de investigación de usuario (entrevistas, observación, encuestas)

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona una o dos técnicas para realizar la investigación de usuarios: entrevistas, observación o encuestas.
3. Aplica las técnicas de investigación de usuarios seleccionadas al público objetivo.

4. Utiliza un software de transcripción para transcribir los datos recolectados.
5. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
6. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de apoyo a la transcripción

Práctica 3: Construir perfiles de usuario a través del user persona y mapa de empatía

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Utiliza los datos recolectados en la investigación de usuario para analizar las necesidades y motivaciones del público objetivo.
3. Construye los perfiles de usuario utilizando la técnica del mapa de empatía y la user persona.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diagramado o para creaciones multimedia

Práctica 4: Construir el Customer journey map y definir el problema de diseño

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Utiliza los datos recolectados en la investigación de usuario para analizar las necesidades y motivaciones del público objetivo.
3. Construye una representación visual de la experiencia del usuario mediante la técnica del Customer Journey Map.
4. Define el problema de diseño mediante las técnicas de *Problem Statement (POV)* y *How Might We (HMW)*.

5. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
6. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto

Unidad II. Arquitectura de información y diseño de interacción

Práctica 5: Aplicar la técnica Card sorting con el público objetivo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define y ejecuta la metodología para implementar la técnica de card sorting.
3. Aplica la técnica de card sorting para comprender los mapas mentales del público objetivo.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto

Práctica 6: Construir el mapa del sitio (sitemap) estructural

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para elaborar un mapa del sitio estructural.
3. Construye el mapa del sitio estructural.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet

- Software de procesamiento de texto
- Software para crear mapas de sitio

Práctica 7: Construir los flujos de usuario (User flows)

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para construir flujos de usuario
3. Construye los flujos de usuario.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software para flujos de usuario

Práctica 8: Construir Wireframes de baja fidelidad

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para construir wireframes de baja fidelidad.
3. Construye los wireframes de baja fidelidad con base en las necesidades y mapas mentales del público objetivo.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software para creación de wireframes

Unidad III: Diseño de interfaces de usuario y principios de diseño visual

Práctica 9: Construir un Moodboard UI

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para construir un moodboard de UI.
3. Construye un moodboard de UI con base en las necesidades y en los mapas mentales del público objetivo.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software para crear moodboards UI

Práctica 10: Construir un sistema de diseño (Design systems)

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza la identidad visual definida previamente en el moodboard UI y los lineamientos estratégicos del proyecto.
3. Define los fundamentos del sistema de diseño, incluyendo principios visuales, valores de marca y criterios de consistencia.
4. Establece los tokens de diseño:
 - Paleta de color (primarios, secundarios, estados, neutros)
 - Tipografía (jerarquías, pesos, escalas)
 - Espaciado y sistema de medidas
 - Iconografía
5. Organiza los elementos en una estructura clara y documentada que permita su reutilización.
6. Sistematiza las reglas de uso del sistema de diseño para garantizar la coherencia visual y funcional del producto digital.
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño UI (Figma, Adobe SD o similar)

Práctica 11: Diseñar un sistema de componentes UI

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica los componentes principales requeridos para el producto digital (botones, formularios, cards, navegación, modales, entre otros).
3. Diseña los componentes UI aplicando los lineamientos establecidos en el sistema de diseño previamente construido.
4. Define los estados de cada componente: default, hover, active, disabled y error.
5. Organiza los componentes en una biblioteca estructurada que permita su reutilización y consistencia.
6. Aplica principios de usabilidad, accesibilidad y claridad visual en la construcción de los componentes.
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño UI (Figma, Adobe XD o similar)

Práctica 12: Construir wireframes con diseño responsivo y consideraciones de accesibilidad

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para crear wireframes con diseño responsivo y consideración de la accesibilidad.
3. Construye wireframes con diseño responsivo y criterios de accesibilidad.

4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño UI (Figma, Adobe SD o similar)

Unidad IV: Prototipado y evaluación UX/UI

Práctica 13: Construir un prototipo interactivo de alta fidelidad

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para crear prototipos de alta fidelidad.
3. Utiliza un software de diseño y prototipado para crear un prototipo de alta fidelidad, aplicando los estándares y principios de UX/UI.
4. Emplea herramientas de inteligencia artificial para generar la versión en inglés del resumen ejecutivo del prototipo, la presentación del prototipo y el reporte de resultados obtenidos.
5. Registra en una bitácora breve el propósito de uso de IA, instrucciones empleadas, resultado generado, verificación realizada, edición humana, posibles errores o sesgos y decisión final.
6. Presentación en inglés del prototipo mediante una sesión de design review en la que explique usuarios, flujo, hallazgos y mejoras.
7. Entrega el reporte de resultados y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño y prototipado
- Herramientas de inteligencia artificial
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas

Práctica 14: Realizar una evaluación de la usabilidad del prototipo de alta fidelidad

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para realizar estudios de evaluación de la usabilidad.
3. Realiza la planeación del estudio de evaluación de la usabilidad.
4. Establece criterios de consentimiento, anonimato, resguardo de datos y determina qué información no debe compartirse con herramientas de IA.
5. Recluta a personas del público objetivo para participar en el estudio de evaluación.
6. Configura el espacio donde se llevará a cabo el estudio de evaluación.
7. Ejecuta la evaluación de usabilidad del prototipo de alta fidelidad con usuarios del público objetivo, a partir de un protocolo en inglés asistido por IA.
8. Recolecta los datos pertinentes del estudio de evaluación según las métricas e instrumentos definidos.
9. Documenta en la bitácora el uso de la IA, los resultados verificados y las correcciones realizadas que determinaron el resultado final.
10. Presenta en inglés la usabilidad del prototipo y responde a las preguntas en el mismo idioma.
11. Elabora un reporte en inglés con los resultados de usabilidad obtenidos.
12. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Prototipo de alta fidelidad
- Herramientas de inteligencia artificial
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas

Práctica 15: Realizar una propuesta de rediseño al prototipo de alta fidelidad con base en los resultados del estudio de evaluación

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.

2. Analiza las posibles mejoras al prototipo de alta fidelidad con base en los resultados del estudio de evaluación.
3. Rediseña el prototipo de alta fidelidad incorporando las mejoras identificadas.
4. Elabora un reporte sobre las mejoras realizadas al prototipo de alta fidelidad.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto.
- Software de diseño y prototipado

Práctica 16: Comunicar los hallazgos del proyecto integral

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona el tipo de reporte y las técnicas pertinentes para comunicar los hallazgos del proyecto integral.
3. Agrupa los resultados del proyecto integral, incluyendo el prototipo, las mejoras aplicadas al prototipo de alta fidelidad, así como los de validación del prototipo.
4. Aplica las técnicas seleccionadas para comunicar hallazgos (p.ej., gráficos, dashboards, storytelling, entre otros).
5. Redacta un reporte del proyecto integral que incluya las técnicas de comunicación seleccionadas.
6. Elabora una presentación ejecutiva tipo pitch profesional, utilizando como apoyo un software de presentaciones multimedia.
7. Realiza la presentación oral ejecutiva ante el grupo utilizando la presentación multimedia.
8. Entrega el informe final del proyecto integral, incluyendo los documentos, protocolos, datos y la presentación multimedia, y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto.
- Software para presentaciones multimedia

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y la entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y de los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado mediante medios institucionales, como Blackboard o el correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva
- Resolución de problemas
- Trabajo colaborativo

- Trabajo investigativo autónomo
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	10%
- Prácticas taller	40%
- Tareas/actividades	10%
- Proyecto integral (Evidencia de desempeño)	40%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Cabero Almenara, J., Miravete Gracia, M., Serrano Hidalgo, M., & Núñez Domínguez, T. (2025).

Evaluación de objetos de realidad virtual en la educación: Análisis de la usabilidad y aspectos técnicos y estéticos por estudiantes. *Hachetetepe: Revista Científica de Educación y Comunicación*, 30, 1–22.

<https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2025.i30.1101>

Casas, M. N., & Martín, A. (2024). Un análisis crítico de los mitos UX basado en la investigación y la experiencia profesional. *Informes Científicos y Técnicos*, 16(2).

<https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v16.n2.1131>

- Cockton, G., Lárusdóttir, M., Gregory, P., & Cajander, Å. (2016). Integrating user-centred design in agile development. In *Integrating user-centred design in agile development* (pp. 1–46). Springer International Publishing. [clásica]
- Fernández Casado, P. E. (2018). *Usabilidad web: Teoría y uso*. RA-MA Editorial. [clásica]
- García Toribio, G., Polvo Saldaña, Y., Hernández Mora, J. J., Sánchez Hernández, M. J., Nava Bautista, H., Collazos Ordóñez, C. A., Hurtado Alegría, J. A. (2019). Medición de la usabilidad del diseño de interfaz de usuario con el método de evaluación heurística: Dos casos de estudio. *Revista Colombiana de Computación*, 20(1), 23–40. <https://doi.org/10.29375/25392115.3605> [clásica]
- Johnson, J. (2020). *Designing with the mind in mind: Simple guide to understanding user interface design guidelines* (3rd ed.). Morgan Kaufmann. [clásica]
- Krug, S. (2006). *No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la web*. Pearson Educación. [clásica]
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design, revised and updated: 125 ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design decisions, and teach through design*. Rockport Publishers. [clásica]
- Nielsen, J. (1994). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann. [clásica]
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad: Diseño de sitios web*. Prentice Hall. [clásica]
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded*. MIT Press. [clásica]

Rosenfeld, L., Morville, P., & Arango, J. (2015). *Information architecture: For the web and beyond* (4th ed.). O'Reilly Media. [clásica]

Tullis, T., & Albert, B. (2022). *Measuring the user experience: Collecting, analyzing, and presenting UX metrics* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Adobe XD Elements. (s. f.). *Adobe XD Elements*. <https://adobexdelements.com/>

Albert, B., & Tullis, T. (2022). *Measuring the user experience: Collecting, analyzing, and presenting UX metrics* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.

Brown, T. (2009). *Designers—Think big* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/tim_brown_designers_think_big [clásica]

Caddick, R., & Cable, S. (2011). *Communicating the user experience: A practical guide for creating useful UX documentation*. Wiley. [clásica]

Dumas, J. S., & Redish, J. C. (1993). *A practical guide to usability testing*. Ablex Publishing Corporation. [clásica]

Fadell, T. (2015). *The first secret of design is... Noticing* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/tony_fadell_the_first_secret_of_design_is_noticing [clásica]

Figma. (s. f.). *Figma Community*. <https://www.figma.com/community/>

Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the Web and beyond* (2nd ed.). New Riders. [clásica]

Google. (s. f.). *User experience research*. <https://userresearch.google.com/>

Interaction Design Foundation. (s. f.). *Interaction Design Foundation*. <https://www.interaction-design.org/>

International Organization for Standardization. (2018). *Ergonomics of human-system interaction—Part 11: Usability: Definitions and concepts (ISO Standard No. 9241-11:2018)*. <https://www.iso.org/standard/63500.html> [clásica]

International Organization for Standardization. (2019). *Ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems (ISO Standard No. 9241-210:2019)*. <https://www.iso.org/standard/77520.html> [clásica]

Liedtka, J. (2018). *Why design thinking works*. Harvard Business Review Press. [clásica]

MacKenzie, I. S. (2013). *Human-computer interaction: An empirical research perspective*. Morgan Kaufmann. [clásica]

Nielsen, J., & Norman, D. (s. f.). *Nielsen Norman Group*. <https://www.nngroup.com/>

Palmer, A. (2013). *The art of asking* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/amanda_palmer_the_art_of_asking [clásica]

Pogue, D. (2006). *Simplicity sells* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/david_pogue_simplicity_sells [clásica]

Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests* (2nd ed.). Wiley. [clásica]

Sharp, H., Preece, J., & Rogers, Y. (2019). *Interaction design: Beyond human-computer interaction* (5th ed.). Wiley. [clásica]

Wujec, T. (2013). *Got a wicked problem? First, tell me how you make toast* [Video]. TED Conferences.

https://www.ted.com/talks/tom_wujec_got_a_wicked_problem_first_tell_me_how_you_make_toast [clásica]

World Wide Web Consortium. (2023). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2*.

<https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Diseño de Interacción, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería en Software, Informática o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado y al menos dos años de experiencia docente y/o profesional. Con conocimientos en experiencia de usuario e interfaz de usuario (UX/UI), interacción humano-computadora, accesibilidad, tecnología digital, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, analítica, creativa, que fomente el pensamiento crítico en sus estudiantes y el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Mercadotecnia
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Taller: 02 Horas Extra-clase: 02 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Yuver Maceda Bravo Griselda Guerrero Corrales
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Mercadotecnia tiene como finalidad que el estudiantado conozca las características del mercado, así como la implementación y desarrollo de estrategias de comercialización, mediante la identificación de sus variables, además de desarrollar habilidades de gestión, observación, clasificación, interpretación y presentación de información del mercado para la toma de decisiones. Se imparte en la etapa terminal, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Gestión.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40097 Mercadotecnia** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Hidelisa Karina Landeros Lorenzana, Beatriz Adriana Torres Román, Lizbeth González Romero y Víctor Cuadras De León con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar estrategias de mercadotecnia, por medio del estudio y comprensión de las características del consumidor, producto, variables del mercado y la competencia, para satisfacer las necesidades de las organizaciones, con actitud creativa, analítica y cuidado del medio ambiente.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Plan de estrategias de mercadotecnia sustentado en un estudio de segmentación de mercado que incluya las propuestas de producto, plaza, precio y promoción, en dónde se creen aplicaciones gráficas viables de implementar y comercializar.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de comunicación visual con base en los fundamentos y métodos de diseño, y el empleo de herramientas tecnológicas para atender y resolver necesidades de producción, promoción, divulgación, difusión, comercialización de los sectores sociales y productivos, sustentados en la creatividad, vanguardia, responsabilidad social y la ética profesional.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Innovación Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de mercadotecnia

Competencia

Distinguir los fundamentos de la disciplina, a través del estudio y comprensión de definiciones y conceptos de mercadotecnia para comprender la comercialización de productos y servicios, con actitud analítica y crítica.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración y presentación de un mapa conceptual utilizando herramientas digitales educativas (Canva, Genially, otros) que reflejen los fundamentos de la mercadotecnia, sus definiciones y la comercialización de productos y servicios.

Contenido

- 1.1. Definiciones de mercadotecnia
 - 1.1.1. Conceptos
 - 1.1.2. Mezcla de mercadotecnia y otras teorías
 - 1.1.3. Necesidades y deseos del consumidor
- 1.2. Conceptos actuales de mercadotecnia
 - 1.2.1. Definición de mercado
 - 1.2.2. Clasificación de mercado
 - 1.2.3. Nuevas formas de comercialización
- 1.3. Comercialización: producto
 - 1.3.1. Niveles de producto
 - 1.3.2. Marca y empaque
 - 1.3.3. Clasificación de productos: servicio-producto
 - 1.3.4. Ciclo de vida del producto

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing: An introduction* (15th ed.). Pearson.

Esqueda Nassar, A., & Flores Cedillo, T. (2000). *Elementos básicos de la mercadotecnia*. Pearson Educación. [clásica]

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (13.^a ed.). Pearson. [clásica]

Sánchez Herrera, J., Merino Sanz, M. J., & Santesmases Mestre, M. (2013). *Fundamentos de marketing*. Difusora Larousse–Ediciones Pirámide. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Solís Pérez, A. E., Guale Sánchez, A. d. I. M., Alvarado Morán, J. M., Barros Solis, Á. D. y Benítez Mora, J. E. (2024). *Conceptos básicos de marketing: 200 definiciones fundamentales* (1.^a ed.). Centro de Investigación y Desarrollo.
https://doi.org/10.37811/cli_w1032

Unidad II. Comportamiento del consumidor

Competencia

Comparar los perfiles de los consumidores, a través del estudio y comprensión de sus necesidades, deseos, intereses y estilos de vida, para comprender el comportamiento de compra de las personas, mostrando actitud de objetividad, tolerancia y empatía.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un reporte de análisis comparativo de dos perfiles de consumidores, mediante la identificación y contraste de sus necesidades, deseos, intereses y estilos de vida, con el fin de comprender e interpretar objetivamente su comportamiento de compra.

Contenido

- 2.1. Proceso de decisión de compra
 - 2.1.1. Pirámide de necesidades
 - 2.2.1. Percepción
- 2.2. Psicología del consumidor
 - 2.2.1. Experiencia, memoria,
 - 2.2.2. Percepción, motivación
 - 2.2.3. Proceso de aprendizaje del consumidor
 - 2.3.4. La influencia del diseño de productos en la psicología del consumidor

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Solomon, M. R. y Herrero Díaz, M. de J. (2017). *Comportamiento del consumidor* (11a ed.).

Pearson. [clásica]

Hoyer, W. D., Pieters, R. y MacInnis, D. J. (2018). *Comportamiento del consumidor*. Cengage

Learning. [clásica]

Tetteh, V. A. (2021). Consumer Behavior. *Salem Press Encyclopedia*. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Moreno Morillo, E. J., Ponce Yactayo, D. L. y Moreno Pérez, H. T. (2022). Comportamiento del

consumidor y el proceso de decisión de compra. *Ciencia Latina Revista Científica*

Multidisciplinar, 5(6), 14216-14241. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1478

Unidad III. Segmentación de mercado

Competencia

Analizar las variables del mercado, a través de la aplicación de los diferentes sistemas de información de mercadotecnia, para realizar la segmentación, con pensamiento crítico, rigor académico y trabajo colaborativo.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Reporte analítico comparativo del perfil de dos segmentos de consumidores (buyer persona), sustentado en fundamentos teóricos de psicología del consumidor.

Contenido

- 3.1. Definición de Segmentación de mercado
 - 3.1.1. Naturaleza de la segmentación de mercado
 - 3.1.2. Proceso de Mercadotecnia
- 3.2. Tipos de segmentación
 - 3.2.1. Geográfica
 - 3.2.2. Demográfica
 - 3.2.3. Psicográfica
 - 3.2.4. Conductual
- 3.3. Sistemas de información de mercadotecnia
 - 3.3.1. Cuestionarios
 - 3.3.2. Grupos de enfoque

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Fernández, V. R. (2002). *Segmentación de mercados* (2.^a ed.). International Thomson Editores.
[clásica]

Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de marketing*. Cengage Learning. [clásica]

Fischer de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2021). *Sistemas de información de mercadotecnia*. Cengage Learning. [clásica]

Montaño Sánchez, F. A. (2005). *Mercadotecnia: Investigación y análisis para el éxito*. Trillas.
[clásica]

Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigación de mercados*. Ecoe Ediciones. [clásica]

Sarstedt, M., & Mooi, E. (2019). *A concise guide to market research: The process, data, and methods using IBM SPSS Statistics* (3rd ed.). Springer.
[clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Bustamante, J. C. (2025, 21 mayo). Guía de herramientas para un análisis de mercado completo. EGADE Business School. <https://blog.egade.tec.mx/herramientas-analisis-de-mercado-completo>

Unidad IV. Planeación estratégica

Competencia

Planear estrategias de mercadotecnia, mediante el análisis de la misión, visión y valores, para establecer parámetros de comercialización, con responsabilidad social, honestidad y congruencia.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Boceto conceptual inicial de identidad (moodboard, territorio visual y lineamientos estratégicos de branding) fundamentada en el posicionamiento estratégico definido.

Contenido

- 4.1. Qué es la planeación estratégica
 - 4.1.1. Definición
 - 4.1.2. Su relación con la mercadotecnia
- 4.2. Misión, visión y valores de la empresa
 - 4.2.1. Misión
 - 4.2.2. Visión
 - 4.2.3. Código de valores
 - 4.2.4. Análisis FODA
- 4.3. Casos de estudio de estrategias de mercadotecnia
 - 4.3.1. Estrategia de producto
 - 4.3.2. Estrategia de marca

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones* (3.^a ed.). McGraw-Hill. [clásica]
- Cohen, W. A. (2004). *Plan de mercadotecnia*. CECSA. [clásica]
- Fernández, V. R. (2007). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia*. McGraw-Hill. [clásica]
- Fischer de la Vega, L., & Espejo Callado, J. (2008). *Casos de mercadotecnia* (2.^a ed.). McGraw-Hill. [clásica]
- Walmsley, D. (2013). New marketing mix. *SportBusiness International*, 186, 40–42. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

- Münch, G. L. (2008). *Planeación estratégica: El rumbo hacia el éxito* (2.^a ed.). Trillas. [clásica]

https://www.academia.edu/download/67421266/Libro_planeacion_estrategica_El_rumbo_hacia_el_exito.pdf

Unidad V. Estrategias de comercialización de productos de diseño

Competencia

Diseñar una estrategia de mercadotecnia por medio del estudio y comprensión de las características de la organización y del mercado objetivo, para la comercialización de productos, con actitud emprendedora, proactiva y de responsabilidad con su entorno.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Creación de una estrategia de branding, mediante la conceptualización, construcción y argumentación del sistema de identidad visual y sus aplicaciones para la comercialización del producto o servicio.

Contenido

- 5.1. Análisis de la competencia
- 5.2. Filosofía de producto y filosofía de producción
 - 5.2.1. Clasificaciones de producto
 - 5.2.2. Jerarquía de productos
- 5.3. Diseño de marca
 - 5.3.1. Fundamentos del branding
 - 5.3.2. Estrategias de branding
- 5.4. El diseño gráfico en la mercadotecnia

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Codita, R. (2011). *Contingency factors of marketing-mix standardization: German consumer goods companies in Central and Eastern Europe*. Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6169-3> [clásica]

Lerma Kirchner, A. E. (2017). *Desarrollo de productos: Una visión integral* (5.^a ed.). Cengage Learning. [clásica]

Mercado H., S. (2001). *Mercadotecnia de servicios: Tácticas y estrategias para el éxito en la comercialización de los servicios*. PAC. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Flórez Calderón, B. N. (2010). *Guía para diseñar una marca*. Universidad Autónoma de Occidente. <http://hdl.handle.net/10614/11479> [clásica]

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos de mercadotecnia

Práctica 1: Comprendiendo la mercadotecnia: conceptos, teoría y consumidor

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa las definiciones de mercadotecnia e identifica su propósito, alcance y evolución.
3. Analiza los conceptos básicos de mercadotecnia, tales como: intercambio, valor, mercado y cliente, a partir de materiales proporcionados por el docente.
4. Reconoce teorías o enfoques relevantes, relacionándolos con ejemplos de productos o servicios.
5. Identifica las necesidades y deseos del consumidor.
6. Redacta un texto argumentativo donde explique la definición teórica de la mercadotecnia.
7. Argumenta la diferencia entre necesidades y deseos del consumidor, incorporando ejemplos concretos.
8. Entrega reporte y recibe retroalimentación docente.
9. Atiende las observaciones.

Recursos de apoyo

- Conexión a internet
- Computadora
- Procesador de textos
- Acceso a base de datos académicas digitales.
- Apuntes, presentaciones y material digital de la unidad Fundamentos de la mercadotecnia.

- Guía de redacción académica para la elaboración del ensayo.
- Normativa de citación académica APA.

Práctica 2: Explorando el mercado y el producto en la mercadotecnia actual

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa los conceptos actuales de mercadotecnia, el concepto y la clasificación de mercado, así como las nuevas formas de comercialización, a partir de ejemplos reales de su entorno físico y digital.
3. Identifica un mercado específico y elabora un mapa conceptual que incluya: definición del mercado, clasificación del mercado y principales características de los consumidores.
4. Selecciona un producto o servicio y desarrolla una ficha creativa.
5. Identifica nuevas formas de comercialización del producto (comercio electrónico, redes sociales, plataformas digitales).
6. Reflexiona sobre cómo los conceptos actuales de mercadotecnia influyen en las decisiones de comercialización de productos y servicios.
7. Entrega de mapa conceptual y de ficha creativa de un producto o servicio en específico y recibe retroalimentación docente.
8. Atiende las observaciones.

Recursos de apoyo

- Conexión a internet
- Computadora
- Procesador de textos
- Acceso a base de datos académicas digitales
- Apuntes, presentaciones y material digital de la unidad Fundamentos de la mercadotecnia
- Guía de redacción académica para la elaboración del ensayo
- Normativa de citación académica APA

Unidad II. Comportamiento del consumidor

Práctica 3: Análisis del comportamiento del consumidor

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define el segmento de consumidores y el producto o servicio a analizar
3. Acude a un punto de venta físico relacionado con el producto seleccionado y realiza una observación sistemática del comportamiento de los consumidores.
4. Registra en una bitácora las observaciones.
5. Analiza en plataformas de comercio electrónico las opiniones y valoraciones de los compradores del mismo producto.
6. Identifica patrones de comportamiento, motivaciones, percepciones, nivel de satisfacción y factores que influyen en la decisión de compra.
7. Elabora un reporte que incluya los registros realizados y su análisis.
8. Entrega el reporte al docente para su revisión y retroalimentación.

Recursos de apoyo

- Acceso al punto de venta
- Internet
- Bitácora
- Computadora
- Procesador de texto
- De manera opcional cámara o celular para registro audiovisual o fotográfico
- Normativa de citación académica APA

Unidad III. Segmentación de mercado

Práctica 4: Segmentación de mercado en el proceso de mercadotecnia

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa la definición de segmentación de mercado y reconoce la relación entre la segmentación y la toma de decisiones estratégicas.
3. Analiza la naturaleza de la segmentación de mercado, identificando sus características, ventajas y limitaciones.
4. Identifica las etapas del proceso de mercadotecnia, desde el análisis de mercado hasta la implementación de estrategias.
5. Selecciona un producto o servicio de su entorno y describe un ejemplo básico de segmentación.

6. Redacta un documento breve (una cuartilla) en el que explique el concepto de segmentación de mercado, la naturaleza de segmentación, función y un ejemplo aplicado al producto o servicio.
7. Reflexiona sobre la importancia de la segmentación como punto de partida para el diseño de estrategias mercadológicas efectivas.
8. Recibe retroalimentación docente y atiende observaciones.

Recursos de apoyo

- Conexión a internet
- Computadora
- Procesador de textos
- Acceso a base de datos académicas digitales
- Libros de texto y lecturas digitales sobre fundamentos de mercadotecnia
- Artículos académicos sobre segmentación y proceso de mercadotecnia
- Apuntes y presentaciones de la asignatura sobre segmentación de mercado
- Normativa de citación académica APA

Práctica 5: Aplicación de los tipos de segmentación de mercado

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Revisa los tipos de segmentación de mercado y reconoce su importancia.
2. Analiza la segmentación geográfica y la segmentación demográfica, aplicándolas a un producto o servicio de su entorno.
3. Utiliza herramientas de inteligencia artificial como apoyo para organizar y analizar la información de la audiencia, identificar patrones, características, necesidades y posibles segmentos.
4. Contrasta los resultados generados con apoyo de IA con los datos y fuentes consultadas, e identifica coincidencias, omisiones o posibles sesgos.
5. Elabora una matriz de segmentación y define los segmentos con base en la evidencia analizada, justificando qué aportaciones de la IA fueron aceptadas, modificadas o descartadas.
6. Recibe retroalimentación docente y atiende observaciones.

Recursos de apoyo

- Conexión a internet
- Computadora
- Herramientas de inteligencia artificial
- Apuntes y presentaciones sobre tipos de segmentación de mercado

- Libros y lecturas digitales sobre comportamiento del consumidor
- Artículos académicos sobre segmentación y perfilación de mercados
- Ejemplos de productos y servicios del entorno local
- Plantilla de matriz de segmentación (proporcionada por el docente)

Práctica 6: Diseño y aplicación de herramientas de mercadotecnia

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Revisa el concepto de sistemas de información de mercadotecnia.
2. Analiza las características de un cuestionario efectivo considerando objetividad y orden lógico.
3. Diseña un cuestionario breve enfocado en un producto o servicio específico.
4. Elabora una guía de preguntas para un grupo de enfoque orientada a percepciones sobre el producto seleccionado.
5. Aplica el cuestionario a un pequeño grupo o realiza una simulación de grupo de enfoque de manera independiente.
6. Integra una ficha de calidad de las fuentes y datos utilizados, indicando procedencia, pertinencia y características generales de la información analizada.
7. Selecciona una muestra de reseñas digitales sobre el producto o servicio, realiza un análisis manual y compara con un resumen generado mediante inteligencia artificial.
8. Documenta las coincidencias, omisiones y posibles sesgos identificados entre ambos resultados.
9. Identifica hallazgos relevantes, patrones de respuesta y posibles implicaciones.
10. Reflexiona sobre la utilidad de los sistemas de información de mercadotecnia.
11. Recibe retroalimentación docente y atiende observaciones.

Recursos de apoyo

- Conexión a internet
- Computadora
- Herramientas de inteligencia artificial
- Apuntes y material de la unidad sobre sistemas de información de mercadotecnia
- Ejemplos de cuestionarios de investigación de mercados
- Lecturas sobre técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación
- Guía de redacción académica
- Formato base para diseño de instrumentos (proporcionado por el docente)

Unidad IV. Planeación estratégica

Práctica 7: Planeación estratégica

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica sobre la metodología para el desarrollo de la planeación estratégica.
2. En un caso de estudio de una organización proporcionado por el docente realiza el análisis de:
 - a) Misión
 - b) Visión
 - c) Código de valores
 - d) FODA
3. A partir del diagnóstico, fórmula:
 - a) Estrategias de producto
 - b) Estrategias de marca
 - c) Parámetros de comercialización
4. Elabora reporte incluyendo resultados de los análisis y la planeación de las estrategias y los parámetros de comercialización.
5. Entrega al docente para retroalimentación y evaluación

Recursos de apoyo

- Estudio de caso
- Apuntes de clase
- Computadora
- Procesador de texto

Unidad V. Estrategias de comercialización de productos de diseño

Práctica 8: Diseño del plan de estrategias de mercadotecnia

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para realizar el diseño del plan de estrategias de mercadotecnia en una organización.
2. Analiza las características de la organización, el mercado objetivo y la competencia.

3. Realiza el estudio de segmentación de mercado incluyendo propuestas de producto, plaza, precio y promoción.
4. Aplica las estrategias de branding.
5. Realiza el diseño gráfico de la estrategia de mercadotecnia para comercialización de productos en dónde se creen aplicaciones gráficas viables de implementar y comercializar.
6. Prepara el plan estratégico de mercadotecnia que incluya todos los elementos empleados en el diseño.
7. Entrega el plan al docente para su evaluación y retroalimentación.

Recursos de apoyo

- Acceso a la organización
- Apuntes de clase
- Computadora
- Procesador de texto
- Software de diseño gráfico

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada

- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	15%
- Prácticas taller	30%
- Metas de la unidad	25%
- Plan de estrategias de mercadotecnia	30%

Total

100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Mercadotecnia, Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico, Administración, o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente y/o profesional. Con conocimientos avanzados en mercadotecnia, herramientas digitales de diseño, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona proactiva, analítica, creativa, con capacidad de organización, que fomente el pensamiento crítico en sus estudiantes y el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Incubadora de Empresas Creativas
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Yuver Maceda Bravo Juan Antonio Molina Garnica Julio César Rincón Martínez
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Incubadora de Empresas Creativas tiene como finalidad comprender la importancia de la creación de este tipo de empresas, además de desarrollar habilidades de gestión financiera, formalización de la empresa y desarrollo de un modelo de negocios, promoviendo la actitud innovadora, entusiasta y perseverante en el estudiantado. Se recomienda trabajar esta unidad de aprendizaje de forma transversal a la unidad de aprendizaje de Mercadotecnia. La unidad se encuentra en la etapa terminal, forma parte del área de conocimiento de Gestión, es de carácter obligatorio y no es necesario haber aprobado una unidad de aprendizaje previa para cursarla.

En el diseño de esta unidad de aprendizaje se retomó el alcance y elementos teóricos del PUA **40120 Incubadora de Empresas Creativas** del Plan de Estudios 2022-2 del programa educativo Licenciado en Diseño Gráfico, elaborado por Beatriz Adriana Torres Román, Hildelisa Karina Landeros Lorenzana, Joaquín Ezequiel Castillo Cárdenas y Víctor Cuadras De León con la aprobación de las subdirecciones a cargo de Daniela Mercedes Martínez Plata y Paloma Rodríguez Valenzuela.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar modelos de negocios a través de la investigación documental, diseño de la identidad corporativa, análisis financiero y determinación de costos, para la creación de empresas creativas, con creatividad, actitud innovadora y liderazgo.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Generar y presentar un modelo de negocios para una empresa creativa que contemple: propuesta de valor, relación con los clientes, canales, segmentación y perfil de clientes, así como el estudio y plan de mercadotecnia, aliados, socios y proveedores, estructura de costos y fuentes de ingresos.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Innovación Social y Excelencia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. La creatividad y el esfuerzo emprendedor

Competencia

Analizar el potencial de la creatividad como generadora de valor en una empresa, por medio del estudio de teorías y casos de éxito de industrias creativas, para implementar ideas diferenciadoras en las áreas de la organización de la empresa, con actitud crítica, comprometida y entusiasta.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar un ensayo crítico sobre el papel de la creatividad en las industrias creativas.

Contenido

- 1.1. La esencia de la creatividad
 - 1.1.1. Conceptos y enfoques contemporáneos
 - 1.1.2. Técnicas creativas empresariales
- 1.2. Factores que influyen en la creatividad y en las industrias creativas
 - 1.2.1. El nivel de creatividad de la gente
 - 1.2.2. Habilidades intelectuales, personalidad y estilo de pensamiento
- 1.3. Hacer que la creatividad pague
 - 1.3.1. Innovación vs la demanda del mercado
 - 1.3.2. Desarrollar una perspectiva empresarial
 - 1.3.3. La importancia de la investigación
- 1.4. Mudarse al mundo profesional
 - 1.4.1. Importancia de las habilidades comerciales y empresariales
 - 1.4.2. Desarrollo profesional
 - 1.4.3. Teoría y conocimiento empresarial
- 1.5. Competencias emprendedoras
 - 1.5.1. El tipo y el sentido del esfuerzo emprendedor
 - 1.5.2. Cultivar habilidades emprendedoras
 - 1.5.3. Beneficios de la fuerza emprendedora

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Rabouin, R. R. (Coord.). (2013). *Líderes de alto impacto*. Cengage Learning. [clásica]

Santagata, W. (2010). *The culture factory: Creativity and the production of culture*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-642-13358-9> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Taller Creatividad. (2015). *Taller de creatividad Design Thinking* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=kwIJo4Ia4qI> [clásica]

Yokoi Kenji Díaz. (2018, 18 de enero). *Yokoi Kenji | Disciplina* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=d6KleH5mLms> [clásica]

Unidad II. Planificación empresarial para el sector creativo

Competencia

Planear el anteproyecto de un negocio perteneciente al sector creativo, mediante la integración de la administración financiera básica, la inversión inicial, la estructura organizacional y la identidad del negocio, con la finalidad de sustentar la viabilidad, sostenibilidad y proyección estratégica de una empresa de comunicación visual, con iniciativa, disciplina y orden.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Anteproyecto de negocio perteneciente al sector creativo, en el que se integren la administración financiera básica, inversión inicial, estructura organizacional, identidad del negocio, demostrando la viabilidad económica, y estratégica.

Contenido

- 2.1. Administración financiera para la industria creativa.
 - 2.1.1. Inversión inicial y recursos de arranque.
 - 2.1.2. Cálculos básicos aplicados a proyectos creativos.
 - 2.1.3. Presupuestos operativos y financieros.
 - 2.1.4. Tarifas profesionales y precios
- 2.2. Organización y estructural del negocio.
 - 2.2.1. Tipo de organización en industrias creativas
 - 2.2.2. Roles, funciones y perfiles básicos del personal
 - 2.2.3. Flujo de trabajo y gestión de proyectos.
- 2.3. Identidad y nombre de la empresa
 - 2.3.1. Identidad Corporativa
 - 2.3.2. Nombre, marca y coherencia visual

- 2.3.3. Marcas, nombres de dominio y redes sociales.
- 2.4. Redes profesionales y *networking creativo*.
 - 2.4.1. La importancia de las relaciones profesionales.
 - 2.4.2. Estrategias de *networking* en industrias creativas.
 - 2.4.3. Redes profesionales, plataformas y exhibiciones virtuales
- 2.5. Auto promoción y mercadotecnia creativa
 - 2.5.1. Materiales básicos de publicidad
 - 2.5.2. Mercadotecnia creativa
- 2.6. El plan de negocios para empresas creativas.
 - 2.6.1. Plan de negocio en sector creativo.
 - 2.6.2. Características y estructura.
 - 2.6.3. Presentación del plan de negocios.

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Hax, A. C. (2010). *The delta model: Reinventing your business strategy*. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1480-4> [clásica]

Neubauer, R. M. (2011). *Business models in the area of logistics: In search of hidden champions, their business principles and common industry misperceptions*. Gabler.

<https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6533-2> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Annisa, S. (2026). Social entrepreneurship and gender empowerment: A systematic literature review on innovation, inclusion, and sustainable development (2020–2025). *Journal*

Administration: Entrepreneurship and Creative Industry, 5(1), 1–10.

<https://doi.org/10.32734/jba.v5i1.23083>

Hill, I., Elias, S. R. S. T. A., Dobson, S., & Jones, P. (2024). Creative (and cultural) industry entrepreneurship in the 21st century–state of the art. In I. Hill, S. R. S. T. A. Elias,

S.Dobson, & P. Jones (Eds.), *Creative (and cultural) industry entrepreneurship in the 21st century* (pp. 1–14). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2040-72462023000018A001>

Unidad III. Trámites y aspectos legales

Competencia

Compilar los trámites y aspectos legales aplicables a un modelo de negocio, mediante la identificación y definición de las figuras jurídicas correspondientes, para la formalización de un negocio del sector creativo en México, con honestidad, tenacidad y orden.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Reporte ó guía práctica en la que se identifiquen y describan los trámites legales, fiscales y administrativos necesarios para la formalización de un negocio del sector creativo en México.

Contenido

- 3.1. Registro de marcas y propiedad intelectual
- 3.2. Sistema de Administración Tributaria
 - 3.2.1. E-firma (firma electrónica) y contraseñas
 - 3.2.2. Registro de Personas físicas y regímenes
 - 3.2.3. Constitución y registro de Personas morales
- 3.3. Instituto Mexicano del Seguro Social
 - 3.3.1. Obligaciones patronales
 - 3.3.2. Obligaciones y derechos derechohabientes
- 3.4. Vivienda, bienes, servicios y pensiones
 - 3.4.1. INFONAVIT
 - 3.4.2. FONACOT
 - 3.4.3. AFORE
- 3.5. Gobierno municipal y estatal: permisos y trámites
 - 3.5.1. Impuestos estatales
 - 3.5.2. Permisos y derechos municipales.

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Brink, A. (Ed.). (2011). *Corporate governance and business ethics*. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-94-007-1588-2> [clásica]

Maldonado Novoa, V. (2021). Transparencia en entidades públicas y su relación con la implementación de sistemas de gestión y normatividad anticorrupción. *Signos: Investigación en Sistemas de Gestión*, 13(1), 154–171.

<https://doi.org/10.15332/24631140.6346> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Aula Cursos Gestión. (2020, 3 de julio). *Introducción de la norma ISO 9001:2015* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fzTV-Ebk5Cg> [clásica]

Procem Consultores. (2019, 8 de abril). *¿Qué son las normas ISO?* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=QrWsBj6ARG0> [clásica]

Servicio de Administración Tributaria. (s. f.). *Servicio de Administración Tributaria*.

<https://www.sat.gob.mx/portal/public/home>

Unidad IV. Modelo de negocio e innovación

Competencia

Diseñar un modelo de negocios innovador a través del estudio y la planeación del proyecto de negocio creativo para generar propuestas de valor rentables y sostenibles, con actitud emprendedora, innovadora y objetiva.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Modelo de negocio del proyecto creativo, desarrollado de manera progresiva, en el que se integre la configuración inicial del negocio, los elementos de innovación y la propuesta de valor, a través de herramientas visuales y documentos como parte del proyecto integrador.

Contenido

- 4.1. Desarrollo creativo y tendencias
 - 4.1.1. ¿Por qué necesito el desarrollo creativo?
 - 4.1.2. La importancia de la investigación demográfica y de mercados
 - 4.1.3. ¿Cómo detectar nuevas tendencias?
- 4.2. Innovación y tendencias
 - 4.2.1. El entorno empresarial
 - 4.2.2. Innovación y tecnología
- 4.3. Modelo de negocio
 - 4.3.1. Identificación del modelo de negocio
 - 4.3.2. Patrones del modelo de negocio
 - 4.3.3. Configuración del modelo de negocio
 - 4.3.4. Integración de los elementos de los modelos de negocio
- 4.4. Propuesta de valor
 - 4.4.1. Idea original
 - 4.4.2. Definición de propuesta de valor
 - 4.4.3. Generación de ideas
 - 4.4.4. El proceso de la migración de valor
- 4.5. El entorno empresarial
 - 4.5.1. Cultivando las colaboraciones
 - 4.5.2. Experimentando y tomando riesgos
 - 4.5.3. Innovación y tecnología

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Hax, A. C. (2010). *The delta model: Reinventing your business strategy*. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1480-4> [clásica]

Neubauer, R. M. (2011). *Business models in logistics: In search of hidden champions, their business principles and common industry misperceptions*. Gabler.

<https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6533-2> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Annisa, S. (2026). Social entrepreneurship and gender empowerment: A systematic literature review on innovation, inclusion, and sustainable development (2020–2025). *Journal*

Administration: Entrepreneurship and Creative Industry, 5(1), 1–10.

<https://doi.org/10.32734/jba.v5i1.23083>

Hill, I., Elias, S. R. S. T. A., Dobson, S., & Jones, P. (2024). Creative (and cultural) industry entrepreneurship in the 21st century–state of the art. In I. Hill, S. R. S. T. A. Elias, S. Dobson, & P. Jones (Eds.), *Creative (and cultural) industry entrepreneurship in the 21st century* (pp. 1–14). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2040-72462023000018A001>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. La creatividad y el esfuerzo emprendedor

Práctica 1: Laboratorio de diagnóstico creativo

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza un caso documentado de industria creativa en México y sintetiza factores contextuales.
3. Aplica un instrumento validado de autoevaluación de creatividad individual.
4. Identifica variables cognitivas, ambientales y culturales que influyen en el desempeño creativo.
5. Contrasta los resultados individuales con literatura especializada en economía creativa.
6. Elabora un mapa conceptual de factores internos y externos.
7. Discute en equipo implicaciones organizacionales.
8. Formula recomendaciones estratégicas para potenciar la creatividad empresarial.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Artículos académicos
- Instrumento psicométrico
- Rúbrica
- Acceso a bases de datos

Unidad I. La creatividad y el esfuerzo emprendedor

Práctica 2: Laboratorio de diagnóstico creativo

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza un caso documentado de industria creativa en México y sintetiza factores contextuales.
3. Aplica un instrumento validado de autoevaluación de creatividad individual.
4. Identifica variables cognitivas, ambientales y culturales que influyen en el desempeño creativo.
5. Contrasta los resultados individuales con literatura especializada en economía creativa.
6. Elabora un mapa conceptual de factores internos y externos.
7. Discute en equipo implicaciones organizacionales.
8. Formula recomendaciones estratégicas para potenciar la creatividad empresarial.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Artículos académicos
- Instrumento psicométrico
- Rúbrica
- Acceso a bases de datos

Práctica 3: Perfil emprendedor estratégico

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una prueba validada de orientación emprendedora.
3. Interpreta resultados en dimensiones conductuales.
4. Identifica fortalezas y áreas de mejora.
5. Diseña estrategias para fortalecer competencias deficitarias.
6. Relaciona competencias con casos reales de emprendimiento creativo.
7. Formula indicadores de seguimiento trimestral.
8. Presenta plan de mejora emprendedora fundamentado.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Test psicométrico
- Guía de interpretación
- Casos documentados
- Rúbrica

Unidad II. Planificación empresarial para el sector creativo

Práctica 4: Determinación de costos del proyecto creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica el costo asociado de la ejecución del proyecto creativo.
 - Insumos creativos.
 - Equipo y software.
 - Servicios externos especializados.
 - Tiempo estimado de trabajo.
3. Clasifica los costos:
 - Directos.
 - Indirectos.
4. Estima el tiempo de trabajo requerido para la ejecución del proyecto creativo.
5. Determina el costo total del proyecto.
6. Establece un precio base para el proyecto considerando el costo total, con un margen básico de recuperación.
7. Presente la determinación del costo y precio como parte del anteproyecto a su docente.
8. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Presupuesto de inversión inicial
- Hoja de cálculo

Práctica 5: Definición del tipo de organización del proyecto creativo.

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Retoma el anteproyecto del negocio creativo desarrollado en la práctica anterior.
3. Define las características del proyecto creativo (alcance, servicios, número de personas involucradas).
4. Selecciona el tipo de organización más adecuado para el negocio creativo, considerando:
 - Freelance.
 - Estudio creativo.
 - Agencia.
 - Colectivo creativo.
5. Justifica la selección del tipo de organización con base en la naturaleza del proyecto.
6. Integra la información como parte del anteproyecto del negocio creativo.
7. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Procesador de texto (Word o Docs)

Práctica 6: Estructura organizacional y flujo de trabajo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Retoma el tipo de organización definido en la práctica anterior.
3. Identifica los roles, funciones y perfiles básicos necesarios para la operación del negocio creativo.
4. Asigna responsabilidades a cada rol identificado.
5. Diseña un esquema organizacional básico del negocio creativo.
6. Define el flujo de trabajo del proyecto creativo, desde la solicitud del cliente hasta la entrega final.
7. Integra la estructura organizacional y el flujo de trabajo como parte del anteproyecto del negocio creativo.
8. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Tipo de organización definido
- Ejemplos básicos de organigramas y flujo de trabajo
- Procesador de texto o herramienta de diagramación

Práctica 7: Conceptualización de la identidad corporativa del negocio creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Retoma el anteproyecto del negocio creativo y el tipo de organización definido previamente.
3. Analiza la esencia del negocio creativo (servicios, público objetivo y propósito).
4. Define los elementos básicos de la identidad corporativa, considerando:
 - Misión.
 - Visión.
 - Valores.
 - Personalidad de marca.
5. Redacta una breve descripción de la identidad corporativa del negocio creativo.
6. Integra la información como parte del anteproyecto del negocio creativo.
7. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Procesador de texto

Unidad III. Trámites y aspectos legales

Práctica 8: Ruta legal para empresa creativa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define nombre comercial y signo distintivo original.
3. Realiza búsqueda fonética preliminar en plataforma del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
4. Identifica clase correspondiente según Clasificación de Niza.
5. Completa el formato simulado de solicitud de registro.
6. Calcula costos oficiales vigentes
7. Analiza tiempos estimados de resolución.
8. Integra expediente digital simulado.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Acceso al portal IMPI
- Manual de clasificación Niza
- Formato de solicitud
- Calculadora
- Guía legal

Práctica 9: Simulación fiscal**Duración**

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Determina régimen fiscal adecuado para proyecto creativo.
3. Simula inscripción en portal del Servicio de Administración Tributaria.
4. Identifica obligaciones fiscales periódicas.
5. Calcula el impuesto estimado sobre ingresos proyectados.
6. Simula la emisión de factura electrónica.
7. Analiza implicaciones de persona física vs moral.
8. Elabora calendario anual de cumplimiento fiscal.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Simulador fiscal
- Guía SAT
- Hoja de cálculo
- Calculadora
- Bibliografía fiscal

Práctica 10: Mapa de obligaciones laborales**Duración**

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica obligaciones patronales ante el Instituto Mexicano del Seguro Social.
3. Calcula la cuota obrero-patronal estimada.
4. Analiza derechos de trabajadores asegurados.
5. Elabora cuadro comparativo de prestaciones obligatorias.
6. Integra cronograma de cumplimiento mensual.
7. Evalúa impacto financiero en microempresa creativa.
8. Presenta informe técnico fundamentado.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Tablas IMSS
- Calculadora
- Hoja de cálculo
- Guía normativa

Práctica 10: Diagnóstico de prestaciones y seguridad social

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica obligaciones ante el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.
3. Analiza aportaciones al Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.
4. Examina estructura del sistema Administradoras de Fondos para el Retiro.
5. Calcula porcentajes de aportación correspondientes.
6. Evalúa impacto financiero en nómina proyectada.
7. Integra matriz comparativa de obligaciones.
8. Presenta síntesis normativa aplicada.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Tablas oficiales
- Calculadora
- Normativa actualizada
- Hoja de cálculo
- Guía comparativa

Unidad IV. Modelo de negocio e innovación

Práctica 11: Configuración estratégica del modelo de negocio

Duración

12 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define el segmento de clientes objetivo.
3. Diseña propuesta de valor diferenciada.
4. Configura canales y relaciones con clientes.
5. Establece fuentes de ingresos, recursos, actividades clave y estructura de costos.
6. Identifica una función del negocio que se apoye en inteligencia artificial y define la necesidad del cliente o del negocio que atendería.
7. Evalúa si la función identificada en el punto anterior aporta valor, considerando los datos que requiere, costos de implementación y operación, beneficios esperados, riesgos y grado de supervisión humana necesario.
8. Determina y justifica su incorporación, modificación o descarte en el modelo de negocio.
9. Integra el modelo de negocio completo en el lienzo Canvas.
10. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla Canvas
- Herramientas de inteligencia artificial
- Bibliografía especializada
- Hoja de cálculo
- Calculadora
- Guía metodológica

Práctica 12: Diseño de propuesta de valor estratégica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define el problema específico del cliente objetivo.
3. Identifica beneficios funcionales y emocionales.
4. Construye mapa de empatía del usuario.
5. Formula propuesta de valor clara y medible.

6. Contrasta con la competencia directa.
7. Ajusta según retroalimentación de usuarios potenciales.
8. Presenta propuesta validada argumentativamente.
9. Entrega el producto de la práctica y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla mapa de empatía
- Entrevistas breves
- Hoja de análisis competitivo
- Bibliografía

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

Algunas de las estrategias de enseñanza utilizadas en la impartición del curso son las siguientes, no obstante, en atención a la libre cátedra, el facilitador o facilitadora tendrá la

posibilidad de emplear la que a su juicio considere conveniente, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en proyectos
- Foros de discusión guiada
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Gamificación o aprendizaje basado en juego
- Aprendizaje servicio en línea

Estrategias de aprendizaje

Algunas de las estrategias de aprendizaje que se promoverán en el estudiantado durante la impartición del curso, son las siguientes, aunque el o la facilitador tendrá la oportunidad de promover las que mejor crea convenientes en función de las condiciones generales del grupo, siempre que cumpla con las competencias, alcances y evidencias planteados en cada unidad:

- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Evaluación técnica por pares
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental mediante fuentes electrónicas
- Práctica reflexiva mediante blogs o portafolios
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller	40%
- Tareas y actividades	20%
- Modelo de negocios	40%
<i>Total</i>	100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Administración de Empresas, Diseño Gráfico o área afín, con conocimientos en creación, dirección y gestión de negocios de comunicación visual. Preferentemente con estudios de posgrado y con dos años de experiencia docente. Ser una persona proactiva, analítica, creativa y actualizada, con capacidad de fomentar el trabajo en equipo y motivar la participación del estudiantado.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Comunicación Profesional y Vinculación con Sectores Estratégicos
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Claudia Rivera Torres Griselda Guerrero Corrales Mariel Organista Camacho
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Fortalecer en el estudiantado las competencias para la comunicación profesional estratégica y la vinculación efectiva con sectores estratégicos como el social, productivo, cultural e institucional, mediante el análisis de contextos, la aplicación de modelos de gestión y el diseño de estrategias de comunicación orientadas a la construcción de alianzas, desarrollo de proyectos y generación de oportunidades profesionales. Esto permitirá desarrollar habilidades y valores como el liderazgo, la ética, la responsabilidad social e innovación. Esta unidad de aprendizaje se imparte en la etapa terminal con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Gestión.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar estrategias de comunicación profesional y modelos de vinculación con sectores estratégicos, mediante la aplicación de herramientas de gestión, análisis contextual y diseño de propuestas de valor, para consolidar modelos de negocios en el ámbito del diseño y la comunicación visual con creatividad, innovación, excelencia, responsabilidad social y ética profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Integrar un portafolio de evidencias donde se incluyan las actividades desarrolladas en clase, en el taller y en las prácticas de campo. Estas actividades son:

1. Diagnóstico estratégico de vinculación: Documento digital en el que el estudiantado identifique un sector estratégico, detecte sus necesidades de comunicación visual, analice actores clave y plantee oportunidades de colaboración, sustentado en fuentes académicas y datos contextuales.
2. Proyecto integral de comunicación profesional y modelo de vinculación: Propuesta ejecutiva que incluya modelo de negocio, estrategia de comunicación, portafolio profesional orientado al sector estratégico seleccionado y plan de implementación, presentado en formato digital.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Innovación social, Vanguardia, Excelencia y Compromiso con la responsabilidad social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Comunicación profesional estratégica en el diseño

Competencia

Aplicar los fundamentos de la comunicación profesional en el ámbito del diseño y la comunicación visual, para la estructuración de discursos estratégicos, la elaboración de un portafolio ejecutivo digital y el diseño de una propuesta de valor, mediante el uso de herramientas de marca personal y de comunicación visual que le permitan garantizar una proyección profesional de alto impacto ante distintos sectores estratégicos, con creatividad, ética, responsabilidad, y compromiso con la calidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Elaborar un documento digital que integre el autodiagnóstico profesional, el portafolio estratégico y la propuesta de valor en distintos sectores estratégicos.

Contenido

- 1.1. Comunicación profesional en el contexto del diseño
 - 1.1.1. Ética y responsabilidad profesional
 - 1.1.2. Identidad profesional del diseñador estratégico
 - 1.1.3. Comunicación interpersonal y organizacional
 - 1.1.4. Marca personal
- 1.2. Portafolio estratégico y narrativa profesional
 - 1.2.1. Curaduría de proyectos.
 - 1.2.2. Storytelling aplicado al portafolio
 - 1.2.3. Portafolio digital y multiplataforma
 - 1.2.4. Indicadores de impacto
- 1.3. Propuesta de valor y diferenciación profesional
 - 1.3.1. Segmentación de públicos
 - 1.3.2. Análisis de competencia
 - 1.3.3. Ventaja competitiva
 - 1.3.4. Diseño de propuesta de valor

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Aaker, D. A. (2014). *Aaker on branding: 20 principles that drive success*. Morgan James Publishing. [clásica]

Del Pozo, J. (2013). *Competencias profesionales: Herramientas de evaluación, portafolio, rúbrica y pruebas situacionales*. Editorial Académica Española. [clásica]

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson. [clásica]

McKee, R., & Gerace, T. (2016). *Storynomics: Story-driven marketing in the post-advertising world*. Twelve. [clásica]

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Diseño de la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Deusto. [clásica]

Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Wiley. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Branding Personal: conviértete en una marca que abre puertas. (2025). Brandemia.
<https://brandemia.org/personal-branding>

Canva Design School. (s.f.). Personal branding and storytelling resources.
<https://www.canva.com/learn/>

Guía didáctica curso de diseño de identidad visual de marca personal. (2023). Recursos Educativos Abiertos – Universidad de Guanajuato. <https://blogs.ugto.mx/rea/guia-didactica-curso-diseno-de-identidad-visual-de-marca-personal/>

HubSpot. (s.f.). How to create a value proposition. HubSpot Blog.
<https://blog.hubspot.com/marketing/write-value-proposition>

Ruiz Stinga Studio. (s. f.). Marca personal para diseñadores/as: más que un portafolio.
<https://www.ruizstinga.com/marca-personal-disenador/>

Unidad II. Vinculación con sectores estratégicos

Competencia

Diseñar estrategias de vinculación con sectores estratégicos a través del análisis de ecosistemas de sectores productivos, creativos y públicos, así como del diagnóstico y análisis de necesidades, para ejecutar estrategias de negociación que faciliten la creación de convenios y la gestión de alianzas, con transparencia, compromiso, equidad y respeto.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Elaborar un documento digital que incluya el mapa de actores estratégicos, diagnóstico sectorial aplicado y simulación de negociación profesional.

Contenido

- 2.1. Ecosistema de sectores estratégicos
 - 2.1.1. Sectores productivos y creativos
 - 2.1.2. Sector público y tercer sector
 - 2.1.3. Economía creativa
 - 2.1.4. Clústeres y redes
- 2.2. Diagnóstico y análisis de necesidades
 - 2.2.1. Investigación aplicada
 - 2.2.2. Mapeo de actores
 - 2.2.3. Análisis FODA sectorial
 - 2.2.4. Detección de oportunidades
- 2.3. Estrategias de vinculación y negociación
 - 2.3.1. Networking estratégico
 - 2.3.2. Técnicas de negociación
 - 2.3.3. Elaboración de convenios y propuestas
 - 2.3.4. Gestión de alianzas

Duración

05 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in* (3rd ed.). Penguin Books. [clásica]

Harvard Business Review. (2013). *HBR's 10 must reads on collaboration*. Harvard Business Review Press. [clásica]

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Competitiveness and globalization: Concepts and cases* (13th ed.). Cengage Learning. [clásica]

Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas* (2nd ed.). Penguin Books. [clásica]

Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77–90. [clásica]

Sapag Chain, N., Sapag Puelma, J. M., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). Plataforma de iniciativas clúster y otras iniciativas de articulación productiva territorial en América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

<https://www.cepal.org/es/proyectos/plataforma-iniciativas-cluster-otras-iniciativas-articulacion-productiva>

Interreg Central Europe. (2019). Strategies and Action Plan of the Cultural and Creative Industries. Interreg. <https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/STIMULART/FINAL-CCI-STRATEGIES-AND-APS-J-SZBER-NY.pdf>

Redalyc. (2024). Organizaciones de apoyo: conectando redes para la innovación empresarial en clústeres de un país en desarrollo. *Investigaciones Regionales*, 59, 193-211.

<https://www.redalyc.org/journal/289/28978937009/>

Rotorr – Motor de Innovación. (2025). Estrategias prácticas para activar clústeres regionales:

mapeo de actores y diagnóstico. Rotorr. <https://rotorr.co/articulos/estrategias-prcticas-para-activar-clsteres-regionales-el-rotorr-motor-de-innovacin/>

UNESCO & World Bank. (2024). Understanding Cultural and Creative Industries and

Designing Approaches for its Development: A Guide. World Bank Group.

<https://thedocs.worldbank.org/en/doc/111a11b5ff7ce45ffbe4b78c7e96ee5d-0460012024/original/Understanding-Cultural-and-Creative-Industries-and-Designing-Approaches-for-its-Development-A-Guide.pdf>

Unidad III. Modelos de negocio y planes de sostenibilidad

Competencia

Desarrollar modelos de negocios y planes de sostenibilidad para proyectos de diseño y comunicación visual, mediante la implementación de metodologías híbridas e innovadoras, con el fin de consolidar el posicionamiento estratégico del negocio, con creatividad, excelencia, responsabilidad social y ética profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Documento digital que incluya el diseño del modelo de negocio y sostenibilidad profesional, un plan de posicionamiento estratégico y un pitch profesional orientado a un sector estratégico.

Contenido

- 3.1. Modelos de negocio en diseño
 - 3.1.1. Business Model Canvas
 - 3.1.2. Modelos híbridos y creativos
 - 3.1.3. Servicios y productos de diseño
 - 3.1.4. Innovación en servicios
 - 3.1.5. Planes de sostenibilidad en los modelos de negocios
- 3.2. Estrategias de comunicación y posicionamiento
 - 3.2.1. Branding profesional
 - 3.2.2. Marketing digital
 - 3.2.3. Comunicación B2B
 - 3.2.4. Indicadores de desempeño
- 3.3. Presentación ejecutiva y pitch profesional
 - 3.3.1. Estructura del pitch
 - 3.3.2. Comunicación verbal y no verbal

- 3.3.3. Visualización de datos
- 3.3.4. Evaluación y retroalimentación

Duración

07 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Best, K. (2015). *Management del diseño: Estrategia, proceso y práctica* (2.^a ed.). Parramón.
[clásica]

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson. [clásica]

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto. [clásica]

Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (2.^a ed. reformada). Grupo Editorial Patria. [clásica]

Reynolds, G. (2019). *Presentation zen: Simple ideas on presentation design and delivery* (3rd ed.). New Riders. [clásica]

Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Anjelika, A. (s. f.). Business models & pitch deck essentials [Documento PDF].
<https://www.scribd.com/document/837097749/S8-BHOS-MBA-Pitchdeck>

Canva. (s. f.). Plantillas para presentaciones de negocios [Recursos gratuitos].

https://www.canva.com/es_mx/presentaciones/plantillas/negocios/

Cultura Emprendedora Extremadura Empresarial. (2012). Guía didáctica: Modelo Canvas. PDF descargable.

https://culturaemprendedora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas.pdf

HubSpot España. (2026). Aprende qué es el Modelo Canvas: guía de bloques y ejemplos.

Blog.Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>

Pitch. (s. f.). Business model canvas template [Plantilla descargable].

<https://pitch.com/templates/Business-Model-Canvas-54oQqm5gk1x34j1wbd43zhct>

OPERAS Special Interest Group. (2018). Open access business models [Documento en línea].

<https://operas-eu.org/special-interest-group-living-book/special-interest-group-living-book-open-access-business-models/>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Comunicación profesional estratégica en el diseño

Práctica 1: Autodiagnóstico profesional

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Investiga en qué consiste el análisis FODA personal.
3. Elabora una infografía en la que se apliquen los factores en los que consiste el análisis FODA personal.
4. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora

- Internet
- Bibliografía base
- Plantillas Canvas
- Rúbrica de evaluación

Práctica 2: Diseño de portafolio estratégico

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Investiga sobre portafolios profesionales estratégicos existentes.
3. Analiza las características y elementos que contiene cada portafolio.
4. Compara los elementos que conforman los portafolios analizados.
5. Elabora una infografía en la que se visualicen las diferencias y similitudes de la estructura que contienen los portafolios analizados.
6. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Bibliografía base
- Ejemplos de portafolios
- Recursos bibliográficos disponibles en internet
- Plantillas Canvas
- Rúbrica de evaluación

Práctica 3: Construcción de propuesta de valor

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Realiza la segmentación del sector elegido.
3. Diseña el lienzo de propuesta de valor.
4. Retroalimentación colegiada.
5. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Plantillas Canvas
- Bibliografía base
- Rúbrica de evaluación

Unidad II. Vinculación con sectores estratégicos

Práctica 4: Mapa de actores estratégicos

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Identifica y clasifica a los actores estratégicos identificados.
3. Elabora un mapa visual con los actores estratégicos.
4. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Bases de datos
- Software de diagramación
- Rúbrica de evaluación

Práctica 5: Diagnóstico sectorial aplicado

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Aplica el análisis FODA sectorial.
3. Elabora una matriz de necesidades.
4. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Instrumentos de análisis
- Fuentes estadísticas
- Rúbrica de evaluación

Práctica 6: Simulación de negociación profesional

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Aplica el role-play (juego de roles) de reunión con cliente.
3. Elabora la minuta de los resultados de la dinámica del juego de roles.

4. Realiza una propuesta preliminar de una negociación profesional.
5. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Guión de caso
- Rúbrica de evaluación

Unidad III: Modelos de negocio y sostenibilidad profesional

Práctica 7: Diseño de modelo de negocio

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Realiza la revisión de casos de estudio relacionados con modelos de negocios que incluyan en enfoque de sostenibilidad.
3. Selecciona el modelo de negocio a desarrollar.
4. Diseña el modelo de negocio en un Business Model Canvas.
5. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Casos de estudio
- Plantilla Canvas
- Rúbrica de evaluación

Práctica 8: Plan de posicionamiento estratégico

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Diseña una estrategia digital.
3. Elabora el plan de posicionamiento.
4. Entrega la infografía en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Herramientas digitales
- Métricas simuladas
- Rúbrica de evaluación

Práctica 9: Pitch profesional

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Elabora un guión en inglés para el pitch profesional a partir del uso de herramientas de inteligencia artificial.
3. Plasma el pitch profesional en inglés en un video elaborado con apoyo de herramientas de inteligencia artificial.
4. Presenta el pitch en inglés con cliente, networking o jurado académico y responde las preguntas en el mismo idioma.
5. Elabora un correo electrónico de seguimiento en inglés asociado al proyecto.
6. Entrega el pitch profesional (video) para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Plataformas de acceso libre para la elaboración de videos
- Herramientas de inteligencia artificial
- Glosario digital bilingüe
- Traductor de idiomas
- Presentación digital
- Rúbrica de evaluación

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I. Comunicación profesional estratégica en el diseño

Práctica 1: Entrevista a profesional del sector creativo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Planea la actividad.
3. Elabora el cuestionario que se utilizará en la entrevista.
4. Procesa los resultados.
5. Elabora el reporte reflexivo.
6. Entrega el reporte reflexivo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Directorio del sector creativo
- Grabadora de video/audio
- Software procesador de palabras
- Software para procesar y analizar datos

Práctica 2: Revisión comparativa de portafolios en empresas locales

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Realiza la búsqueda de portafolios de empresas locales.
3. Elabora una tabla comparativa de los portafolios empresariales.
4. Redacta el reporte reflexivo.
5. Entrega el reporte reflexivo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Directorio de empresas locales
- Software procesador de palabras

Práctica 3: Análisis de propuestas de valor en despachos regionales.

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Identifica los despachos regionales de diseño y comunicación visual.
3. Revisa las propuestas de valor de los despachos seleccionados.
4. Procesa los resultados de las propuestas de valor.
5. Elabora un reporte reflexivo.
6. Entrega el reporte reflexivo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Directorio de empresas locales
- Software procesador de palabras

Unidad II. Vinculación con sectores estratégicos

Práctica 4: Visita a organismo empresarial o institución pública

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Identifica y selecciona los organismos empresariales o instituciones públicas relacionadas con el diseño y la comunicación visual.
3. Elabora una ficha de trabajo.
4. Procesa los resultados.

5. Redacta el reporte reflexivo.
6. Entrega el reporte reflexivo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Directorio de organismos empresariales o instituciones públicas relacionadas con el diseño y la comunicación visual
- Software procesador de palabras

Práctica 5: Aplicación de entrevista diagnóstica a actor clave

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Identifica y selecciona los actores clave con el diseño y la comunicación visual
3. Elabora el cuestionario que se utilizará en la entrevista
4. Realiza la entrevista diagnóstica con el actor clave seleccionado.
5. Procesa los resultados de la entrevista.
6. Redacta el reporte reflexivo.
7. Entrega el reporte reflexivo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Directorio de actores clave
- Grabadora de video/audio
- Software procesador de palabras

Práctica 6: Participación en evento de networking o foro sectorial

Duración

09 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Planea el evento (selección del espacio virtual/físico, programa de participación en el evento, cartel del evento, constancias de participación, invitaciones al evento).
3. Elabora el proyecto que presentará en el evento.
4. Presenta su proyecto en el evento.
5. Redacta el reporte reflexivo.
6. Entrega el reporte reflexivo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Espacio virtual/físico
- Plantillas Canvas

- Google Meet (espacio virtual)
- Software procesador de palabras

Unidad III: Modelos de negocio y sostenibilidad profesional

Práctica 7: Reunión exploratoria con cliente real o potencial

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Identifica y selecciona al cliente real o potencial.
3. Elabora el cuestionario que se utilizará en la reunión con el cliente real o potencial.
4. Realiza la reunión exploratoria con el cliente real o potencial.
5. Sistematización de resultados de la reunión.
6. Redacta el reporte reflexivo.
7. Entrega el reporte reflexivo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Grabadora de video/audio
- Software procesador de palabras
- Espacio virtual/físico

Recursos de apoyo

Práctica 8: Análisis de estrategias de posicionamiento de estudio local

Duración

02 horas

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Realiza la búsqueda de estrategias de posicionamiento en plataformas digitales
3. Elabora de una tabla comparativa de las estrategias de posicionamiento seleccionadas
4. Entrega la tabla comparativa en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Plataformas digitales
- Software procesador de palabras

Práctica 9: Presentación del pitch ante representante externo invitado

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la elaboración de la práctica.
2. Elabora el guión del pitch.
3. Realiza el pitch en video.

4. Presenta el pitch ante un representante externo.
5. Entrega el pitch (video) para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Plataformas de acceso libre para la elaboración de videos
- Presentación digital del pitch
- Espacio virtual/físico

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Discusión guiada

- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales
- Trabajo de campo guiado

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes estratégicos
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales:	20%
- Actividades, tareas, prácticas taller y de campo:	50%
- Portafolio de evidencias	30%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o afín; y es deseable que cuente con estudios de posgrado en diseño, comunicación, gestión o áreas relacionadas; al menos dos años de experiencia profesional y docente en gestión de proyectos, vinculación sectorial o emprendimiento creativo; dominio de metodologías de modelos de negocio y comunicación

estratégica. Ser una persona proactiva, analítica, con capacidad de liderazgo y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Evaluación Estratégica de Negocios de Diseño y Comunicación Visual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Incubadora de Negocios Creativos
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Genaro Nájera Ocegueda Roberto Salazar Márquez Blanca Rosa García Rivera Juan Antonio Molina Garnica
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Profesionalizar la evaluación estratégica de negocios de diseño y comunicación visual, fortaleciendo la capacidad de análisis competitivo, medición de desempeño, evaluación financiera básica y toma de decisiones basada en evidencia. Permite desarrollar pensamiento crítico, rigor metodológico y responsabilidad social en contextos reales del sector creativo. Se ubica en etapa terminal, es integradora de carácter obligatorio, con enfoque aplicado, articulando diagnóstico, medición, impacto y control estratégico para consolidar perfiles con visión directiva, sostenibilidad empresarial e innovación responsable, forma parte del área de conocimiento de Gestión y tiene como requisito haber aprobado la unidad de aprendizaje de Incubadora de Negocios Creativos.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Evaluar integralmente negocios de diseño y comunicación visual mediante herramientas de análisis estratégico, indicadores de desempeño y control directivo, para sustentar decisiones de mejora, permanencia o escalamiento con rigor analítico, responsabilidad social y transparencia

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

1. Informe Ejecutivo de Evaluación Estratégica que incluya diagnóstico, KPIs, análisis financiero básico, evaluación de impacto, tablero de control y plan de mejora o escalamiento.
2. Defensa ejecutiva ante panel simulado; deberá elaborar una presentación estructurada con argumentación basada en datos, métricas y escenarios estratégicos.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Excelencia; y Vanguardia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Diagnóstico Estratégico del Negocio Creativo

Competencia

Analizar la posición estratégica de un negocio de diseño mediante herramientas de diagnóstico integral para identificar riesgos y oportunidades con rigor metodológico.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un Informe de Diagnóstico Estratégico del Negocio de Diseño

Contenido

- 1.1. Naturaleza del sector creativo
- 1.2. Modelos de negocio en diseño
- 1.3. PESTEL aplicado al diseño
- 1.4. FODA estratégico
- 1.5. Modelo Canvas
- 1.6. Benchmarking competitivo

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic management and competitive advantage:*

Concepts and cases (6th ed.). Pearson. [clásica]

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring strategy*. Pearson. [clásica]

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson. [clásica]

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley. [clásica]

Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

European Commission. (2021). *Creative Europe 2021–2027: The EU programme supporting the cultural and creative sectors*. Publications Office of the European Union.

<https://doi.org/10.2766/6289> [clásica]

UNCTAD. (2022). *Creative economy outlook 2022: The international year of creative economy for sustainable development—Pathway to resilient creative industries*. United Nations.

<https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022>

Unidad II. Medición del Desempeño y Viabilidad Financiera

Competencia

Evaluar el desempeño operativo y financiero del negocio mediante KPIs y análisis financiero básico para sustentar decisiones estratégicas con transparencia.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un tablero de indicadores estratégicos y análisis financiero básico del negocio de diseño.

Contenido

- 2.1. KPIs financieros y operativos
- 2.2. Indicadores de experiencia de usuario
- 2.3. Punto de equilibrio
- 2.4. Flujo de efectivo
- 2.5. Gestión de riesgos
- 2.6. Matriz de priorización

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Anthony, R. N., Govindarajan, V., Hartmann, F. G. H., Kraus, K., & Nilsson, G. (2014).

Management control systems (1st European ed.). McGraw-Hill Education. [clásica]

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2017). *Financial management: Theory and practice* (15th ed.). Cengage Learning. [clásica]

Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Horngren's cost accounting: A managerial emphasis* (16th ed.). Pearson. [clásica]

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business School Press. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Harvard Business Review. (s. f.). *Performance indicators*.

<https://hbr.org/topic/subject/performance-indicators>

IFRS Foundation. (2023). *IFRS for SMEs Accounting Standard educational material: The effects of climate-related matters on financial statements*. <https://www.ifrs.org/news-and-events/news/2023/05/ifrs-for-smes-accounting-standard-educational-material/>

Investopedia. (s. f.). *Financial terms and definitions*. <https://www.investopedia.com/financial-term-dictionary-4769738>

Unidad III. Impacto, Innovación y Sostenibilidad

Competencia

Valorar el impacto social y la capacidad de innovación del negocio mediante el análisis de resultados e indicadores de impacto social e innovación para fortalecer su sostenibilidad y pertinencia sectorial con responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un informe de evaluación de impacto y propuesta de innovación estratégica del negocio de diseño.

Contenido

- 3.1. Diseño universal y accesibilidad
- 3.2. Responsabilidad social en negocios creativos
- 3.3. Modelos de innovación
- 3.4. Transformación digital
- 3.5. Tendencias emergentes del sector creativo

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Brown, T. (2019). *Change by design: Revised and updated: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business. [clásica]

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley. [clásica]

Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books. [clásica]

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. Wiley. [clásica]

Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

International Organization for Standardization. (2019). *Ergonomics of human-system interaction Part 210: Human-centred design for interactive systems (ISO Standard No. 9241-210:2019)*. <https://www.iso.org/standard/77520.html> [clásica]

UNESCO. (2022). *Re|Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good*. <https://doi.org/10.58337/OILN3726>

World Economic Forum. (2023). *The future of jobs report 2023*.
<https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/>

Unidad IV. Control Estratégico y Toma de Decisiones

Competencia

Integrar diagnósticos e indicadores en un sistema de control estratégico mediante la construcción de un Balanced Scorecard, análisis de escenarios prospectivos y diseño de un plan de implementación con métricas de seguimiento, para fundamentar decisiones directivas orientadas a la sostenibilidad y mejora continua del negocio de diseño con rigor analítico y transparencia.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de un informe ejecutivo integral de evaluación estratégica + desempeño profesional

Contenido

- 4.1. Balanced Scorecard aplicado al diseño
- 4.2. Gobierno y dirección estratégica
- 4.3. Prospectiva y escenarios
- 4.4. Gestión del cambio
- 4.5. Roadmap estratégico a 12 meses

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Daft, R. L. (2021). *Organization theory & design* (13th ed.). Cengage. [clásica]

Goodwin, P., & Wright, G. (2014). *Decision analysis for management judgment* (5th ed.). Wiley. [clásica]

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2001). *The strategy-focused organization: How balanced scorecard companies thrive in the new business environment*. Harvard Business School Press. [clásica]

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy safari: A guided tour through the jungles of strategic management* (2nd ed.). Pearson. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD SME and entrepreneurship outlook 2023*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/342b8564-en>

Project Management Institute. (2021). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® guide) Seventh edition and the standard for project management*. Project Management Institute. <https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Diagnóstico Estratégico del Negocio Creativo

Práctica 1: Diagnosticar la estructura estratégica del negocio creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones de su docente para la práctica.
2. Retoma de manera individual un negocio creado previamente para realizar la práctica.
3. Describe la estructura actual del negocio (propuesta de valor, clientes, ingresos, costos, ventaja competitiva).
4. Identifica inconsistencias estratégicas.
5. Elabora un informe diagnóstico.
6. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de Apoyo

- Modelo de negocio desarrollado previamente o un negocio real del sector
- Plantilla Canvas
- Lecturas base sobre modelo de negocio y estrategia

Práctica 2: Analizar el entorno estratégico mediante PESTEL

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones de su docente para la práctica.
2. Realiza de manera individual, la lectura sobre el análisis del entorno que se te proporcionó.
3. Identifica los factores PESTEL en la lectura.
4. Jerarquiza impactos.
5. Elabora una matriz priorizada e interpretación estratégica.
6. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de Apoyo

- Información actual del contexto
- Lectura sobre análisis del entorno

Práctica 3: Construir un FODA estratégico accionable

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones de su docente para la práctica.
2. Desarrolla una matriz FODA, Las oportunidades y amenazas deberán derivarse del análisis PESTEL previamente realizado. Las fortalezas y debilidades deberán sustentarse en el diagnóstico interno del modelo de negocio.
3. Formula estrategias FO, DO, FA y DA.
4. Redacta un análisis estratégico.
5. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de Apoyo

- Resultados del PESTEL
- Información interna del negocio
- Comparativo del entorno

Práctica 4: Evaluar la posición competitiva mediante Benchmarking

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones de su docente para la práctica.
2. Compara propuesta, precios, posicionamiento.
3. Detecta brechas estratégicas.
4. Elabora informe comparativo.
5. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- 3 competidores reales
- Acceso a información pública local o en bases de datos e internet

Unidad II. Medición del Desempeño y Viabilidad Financiera

Práctica 5: Diseñar indicadores estratégicos (KPIs)

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones de su docente para la práctica.
2. Define mínimo diez KPIs financieros, operativos y de cliente, y justifica su pertinencia.
3. Identifica para cada indicador la fuente, periodo de actualización, fórmula de cálculo, supuestos y limitaciones de los datos.
4. Integra los indicadores en una tabla técnica o tablero de control.
5. Elabora un anexo de trazabilidad que documente datos, fuentes, fórmulas y supuestos para permitir la verificación y reproducción de los cálculos.
6. Contrasta la interpretación de una selección de KPIs realizada por el equipo con una síntesis generada mediante la IA e identifica coincidencias, errores u omisiones.
7. Elabora un informe de los indicadores definidos e integra la justificación de las interpretaciones generadas con apoyo de IA que fueron aceptadas, modificadas o descartadas.
8. Entrega el informe y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Diagnóstico previo de la práctica 4
- Lectura sobre indicadores
- Plantilla KPI que deberá entregar su docente
- Herramientas de inteligencia artificial

Práctica 6: Determinar punto de equilibrio y estructura de costos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las indicaciones de su docente para la práctica.
2. Identifica costos fijos y variables del mismo proyecto con el que has estado trabajando.
3. Calcula el punto de equilibrio.
4. Documenta los datos de entrada, fórmulas y supuestos utilizados, de forma que el cálculo pueda ser verificado y reproducido.
5. Interpreta implicaciones estratégicas.

6. Entrega el reporte de la actividad a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Datos financieros básicos del negocio que estás analizando
- Presupuesto de costos fijos proporcionado por su docente.
- Determinación de costos variables proporcionados por su docente.

Práctica 7: Simular flujo de efectivo proyectado

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones de su docente para la práctica
2. Proyecta el flujo a 6 meses del proyecto en el que has estado trabajando.
3. Registra la procedencia de los datos, supuestos de proyección y fórmulas utilizadas para sustentar los escenarios de flujo de efectivo.
4. Identifica riesgos de liquidez.
5. Propone ajustes estratégicos.
6. Entrega el reporte de la actividad a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Datos de ingresos derivados del punto de equilibrio de la práctica anterior
- Información egresos estimados del mismo proyecto de la práctica anterior

Práctica 8: Construir matriz de priorización estratégica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones de su docente para la práctica.
2. Realiza un listado de problemas estratégicos a resolver en el proyecto.
3. Evalúa impacto vs. urgencia de los problemas detectados.
4. Propone un plan de intervención priorizado para la solución.
5. Entrega la evidencia de la actividad a su docente para su retroalimentación y evaluación

Recursos de apoyo

- Lista de problemáticas detectadas que deberá realizar del proyecto que se ha venido trabajando
- Lecturas de apoyo

Unidad III. Impacto, innovación y sostenibilidad

Práctica 9: Evaluar impacto social del negocio creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones de su docente para la práctica.
2. Analiza el grado de cumplimiento de la responsabilidad social, la accesibilidad y la sostenibilidad del proyecto que estás trabajando.
3. Propone mejoras.
4. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Información sobre prácticas éticas y sociales del negocio

Práctica 10: Diagnosticar madurez digital

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la práctica.
2. Evalúa la digitalización y automatización de los sistemas con que cuenta la empresa.
3. Propone mejoras tecnológicas.
4. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Presencia digital del negocio (Implica el conjunto de activos digitales, canales, métricas y posicionamiento online que impactan la generación de valor del negocio).

Práctica 11: Analizar tendencias emergentes del sector

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la práctica.
2. Identifica 3 tendencias relevantes emergentes del sector.
3. Evalúa viabilidad de adopción para la empresa.
4. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Investigación sectorial actual

Práctica 12: Diseñar propuesta de innovación estratégica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la práctica.
2. Diseña propuesta de innovación estratégica viable.
3. Evalúa impacto financiero y competitivo.
4. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Diagnóstico completo previo

Unidad IV. Control estratégico y toma de decisiones

Práctica 13: Diseñar Balanced Scorecard aplicado

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la práctica.
2. Construye mapa estratégico.
3. Integra indicadores en tablero.
4. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- KPIs definidos

Práctica 14: Construir escenarios prospectivos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la práctica.
2. Diseña un escenario optimista, conservador y crítico.
3. Analiza decisiones estratégicas que se derivan de cada escenario
4. Entrega a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Información financiera y estratégica

Práctica 15: Elaborar roadmap estratégico a 12 meses

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para la práctica.
2. Elaborar un roadmap estratégico a 12 meses del proyecto
3. Calendarizar acciones estratégicas a desarrollar durante el periodo
4. Asignar responsables y costos para cada acción definida.
5. Entrega el roadmap a su docente para su retroalimentación y evaluación.

Recursos de apoyo

- Diagnóstico y prioridades definidas

Práctica 16: Presentar defensa ejecutiva del proyecto estratégico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones emitidas por su docente para el desarrollo de la práctica.

2. Prepara una presentación ejecutiva de tu proyecto estratégico.
3. Realiza la defensa del proyecto, explicando:
 - a. Los principales indicadores de desempeño.
 - b. El análisis financiero que sustenta la viabilidad del proyecto.
4. Entrega la presentación y participa en la defensa para su retroalimentación y evaluación por parte de su docente.

Recursos de apoyo

- Informe final completo

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

Son acciones didácticas planificadas por cada docente para facilitar el logro de los aprendizajes esperados en ambientes virtuales. Deben considerar si la interacción es síncrona y/o asíncrona, el uso de recursos digitales y la autonomía del estudiante.

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

Son enfoques que cada estudiante emplea para adquirir, organizar, comprender y aplicar el conocimiento en entornos digitales. Estas estrategias deben fomentar la autonomía, la autorregulación y el pensamiento crítico en medios virtuales.

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Participación en simulaciones digitales (laboratorios virtuales, escenarios de rol)
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)
- Uso de IA generativa y tecnologías emergentes

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	(2)	35%
- Prácticas taller		45%
- Informe Ejecutivo de Evaluación Estratégica		10%
- Defensa ejecutiva ante panel simulado		10%
<i>Total</i>		100%

XI. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Administración, Negocios, Finanzas, Mercadotecnia o áreas afines. Preferentemente con estudios de posgrado y con dos años de experiencia docente. Contar con conocimientos en la gestión de plataformas digitales educativas, IA generativa y tecnologías emergentes. Ser una persona analítica, innovadora, que fomente el pensamiento crítico en sus estudiantes y el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Diseño y Producción Tipográfica
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Claudia Rivera Torres Julio César Rincón Martínez
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje tiene como propósito el diseño y producción de sistemas tipográficos mediante procesos de experimentación, creación formal, así como la configuración técnica especializada y la optimización de su desempeño en entornos impresos y digitales, con la finalidad de consolidar la tipografía como un elemento de diseño esencial en los proyectos de comunicación visual y fortalecer su coherencia en ecosistemas gráficos multiplataforma.

Asimismo, contribuye al dominio técnico del diseño y la configuración de fuentes digitales, al desarrollo de habilidades para evaluar su funcionamiento y consistencia formal, así como al fortalecimiento de criterios de calidad técnica, control formal y exactitud en la construcción tipográfica. Se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter optativo, pertenece al área de conocimiento de Tecnología y requiere de los fundamentos abordados en la unidad de aprendizaje de Tipografía.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar sistemas tipográficos digitales mediante la aplicación de procesos de diseño y la producción técnica con software especializado, para su implementación funcional en proyectos de comunicación visual en entornos impresos y digitales, con precisión técnica, consistencia estructural y compromiso con la calidad tipográfica.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Sistema tipográfico digital que integre procesos de experimentación formal, diseño y estructuración coherente de caracteres, así como su configuración técnica especializada; dicho sistema deberá incluir al menos tres variantes o pesos, la configuración completa de la fuente con mayúsculas, minúsculas, caracteres numéricos y los caracteres especiales de uso frecuente en el español, así como su exportación en formato de instalación para su aplicación en entornos impresos y digitales.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, Vanguardia e Inclusión.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Arquitectura y planeación del sistema tipográfico

Competencia

Conceptualizar el sistema tipográfico mediante la articulación del propósito comunicativo, la morfología tipográfica y el set de caracteres, para establecer una base estructural coherente para el desarrollo de nuevas propuestas, con rigor analítico y precisión técnica.

Contenido

- 1.1. Definición conceptual del sistema tipográfico
 - 1.1.1. Propósito comunicativo y contexto de aplicación
 - 1.1.2. Alcance funcional del sistema
- 1.2. Delimitación estructural de la familia tipográfica
 - 1.2.1. Definición de pesos y variantes
 - 1.2.2. Planeación de familia extendida
- 1.3. Parámetros estructurales avanzados
 - 1.3.1. Altura x, ascendentes y descendentes
 - 1.3.2. Eje estructural y contraste
 - 1.3.3. Sistema de modulación
 - 1.3.4. Proporciones internas y coherencia sistémica
- 1.4. Planeación del set tipográfico
 - 1.4.1. Caracteres prioritarios de control estructural
 - 1.4.2. Caracteres especiales del español

Duración

04 horas

Unidad II. Diseño estructural y desarrollo formal del sistema tipográfico

Competencia

Desarrollar propuestas de sistemas tipográficos mediante la articulación de parámetros técnicos y morfológicos en la construcción de caracteres base, para integrar una fuente digital con coherencia, creatividad y precisión.

Contenido

- 2.1. Construcción de caracteres base
 - 2.1.1. Caracteres de control estructural
 - 2.1.2. Relaciones formales entre mayúsculas y minúsculas
 - 2.1.3. Ajustes de proporción y ritmo interno
- 2.2. Desarrollo de pesos y variantes
 - 2.2.1. Gradación de pesos
 - 2.2.2. Interpolación estructural
 - 2.2.3. Control de contraste

- 2.2.4. Consistencia entre estilos
- 2.3. Diseño de itálicas y variantes estructurales
 - 2.3.1. Itálica
 - 2.3.2. Diferenciación funcional respecto a la romana
- 2.4. Desarrollo ampliado de caracteres
 - 2.4.1. Numerales alineados y antiguos
 - 2.4.2. Signos de puntuación
 - 2.4.3. Diacríticos y acentuación

Duración

04 horas

Unidad III. Configuración técnica y producción digital del sistema tipográfico

Competencia

Configurar una fuente tipográfica mediante la optimización vectorial de caracteres, la definición de métricas y la programación de los atributos con el uso de software especializado en diseño tipográfico, para generar archivos tipográficos funcionales en formatos multiplataforma, con creatividad, precisión y calidad.

Contenido

- 3.1. Preparación vectorial avanzada
 - 3.1.1. Control de nodos y tangencias
 - 3.1.2. Optimización de curvas Bézier
 - 3.1.3. Corrección de irregularidades estructurales
- 3.2. Configuración de métricas y espaciado
 - 3.2.1. Definición de sidebearings
 - 3.2.2. Espaciado sistemático por grupos
 - 3.2.3. Pruebas comparativas de ritmo tipográfico
- 3.3. *Kerning*
 - 3.3.1. Identificación de pares críticos
 - 3.3.2. *Kerning* manual y automatizado
 - 3.3.3. *Kerning* contextual
- 3.4. Configuración de características *OpenType*
 - 3.4.1. Ligaduras estándar
 - 3.4.2. Ligaduras discrecionales
 - 3.4.3. Versalitas
 - 3.4.4. Alternancias y glifos opcionales
- 3.5. Generación y validación del archivo tipográfico
 - 3.5.1. Formatos de salida (OTF y TTF)
 - 3.5.2. Verificación de instalación
 - 3.5.3. Pruebas de compatibilidad multiplataforma

Duración

05 horas

Unidad IV. Aplicación, evaluación y optimización del sistema tipográfico

Competencia

Optimizar el sistema tipográfico digital mediante la evaluación de los resultados de pruebas comparativas, para garantizar su desempeño funcional y coherencia comunicativa dentro de sistemas visuales en diferentes medios de salida, con inclusión, rigor metodológico y pensamiento crítico.

Contenido

- 4.1. Optimización para entornos digitales
 - 4.1.1. Escalabilidad
 - 4.1.2. Contraste y accesibilidad
 - 4.1.3. Rendimiento en distintos dispositivos
- 4.2. Evaluación del desempeño tipográfico
 - 4.2.1. Pruebas impresas comparativas
 - 4.2.2. Identificación de inconsistencias estructurales
- 4.3. Integración en sistema de comunicación visual
 - 4.3.1. Definición de jerarquías internas
 - 4.3.2. Ajustes técnicos según medio de salida
- 4.4. Documentación técnica del sistema
 - 4.4.1. Parámetros estructurales definidos
 - 4.4.2. Manual de uso tipográfico

Duración

03 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Experimentación y arquitectura formal del sistema tipográfico

Práctica 1. Exploración morfológica y modulación estructural

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los criterios de experimentación formal establecidos para la sesión.
2. Analiza referentes tipográficos e identifica patrones de modulación, proporción y contraste estructural.

3. Desarrolla ejercicios exploratorios de trazo manual y digital que investiguen variaciones formales coherentes.
4. Selecciona las propuestas con mayor potencial sistémico y ajusta ejes, ritmo y relaciones internas.
5. Registra decisiones formales en la bitácora técnica para sustentar el desarrollo posterior.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Instrumentos de dibujo
- Bitácora técnica
- Dispositivos con cámara fotográfica
- Acceso a internet

Práctica 2. Diseño de caracteres base de control

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y define los parámetros estructurales del sistema tipográfico.
2. Diseña caracteres de control que establezcan proporciones, ritmo y contraste del sistema.
3. Ajusta modulación y eje estructural para mantener coherencia interna.
4. Evalúa la consistencia entre trazos rectos y curvos mediante comparación digital.
5. Documenta los criterios estructurales adoptados y sus ajustes técnicos.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Retículas modulares
- Bitácora técnica
- Acceso a internet

Práctica 3. Desarrollo del alfabeto inicial

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los parámetros estructurales definidos.
2. Diseña mayúsculas y minúsculas derivadas de los caracteres base.

3. Ajusta proporciones y relaciones espaciales para garantizar coherencia formal.
4. Realiza pruebas impresas y digitales para verificar ritmo y consistencia visual.
5. Registra correcciones y mejoras estructurales en la bitácora técnica.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Impresora
- Bitácora técnica
- Acceso a internet

Unidad II. Expansión y configuración técnica del sistema tipográfico

Práctica 4. Desarrollo de variantes y pesos

Duración

08 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y define criterios de variación estructural.
2. Desarrolla al menos tres variantes o pesos coherentes con el sistema base.
3. Ajusta interpolaciones digitales para mantener consistencia estructural entre variantes.
4. Verifica equilibrio de contraste y proporciones en pruebas comparativas.
5. Documenta decisiones formales y técnicas adoptadas en cada variación.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Bitácora técnica
- Acceso a internet

Práctica 5. Integración de caracteres numéricos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa el sistema proporcional establecido.
2. Diseña caracteres numéricos alineados con la altura x y el sistema estructural.
3. Ajusta proporciones internas y espaciado lateral para coherencia visual.
4. Realiza pruebas de alineación tabular y proporcional en textos simulados.
5. Registra ajustes técnicos realizados durante la configuración.

6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Bitácora técnica
- Acceso a internet

Práctica 6. Incorporación de caracteres especiales en español

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa el listado de caracteres especiales frecuentes en español.
2. Diseña acentos, diéresis, signos de interrogación y exclamación necesarios.
3. Configura anclajes y posiciones diacríticas en el software tipográfico.
4. Verifica legibilidad y coherencia formal en palabras completas.
5. Documenta los parámetros técnicos adoptados durante la configuración.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Tabla Unicode
- Bitácora técnica
- Acceso a internet

Unidad III. Evaluación y aplicación del sistema tipográfico

Práctica 7. Configuración de métricas y kerning

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa criterios de espaciado tipográfico.
2. Configura métricas horizontales y verticales en el software especializado.
3. Establece pares críticos de kerning y ajusta espaciado contextual.
4. Realiza pruebas en textos continuos para detectar inconsistencias.
5. Ajusta parámetros hasta lograr equilibrio visual uniforme.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Equipo de cómputo
- Textos de prueba
- Impresora
- Acceso a internet

Práctica 8. Generación y verificación del archivo tipográfico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa requisitos técnicos de exportación.
2. Configura parámetros para generar archivo OTF o TTF.
3. Instala la fuente en distintos entornos digitales.
4. Verifica funcionamiento en software profesional.
5. Registra incidencias técnicas y ajustes finales.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Equipo de cómputo
- Programas de diseño profesional
- Acceso a internet

Práctica 9. Pruebas de desempeño tipográfico en distintos soportes

Duración

06 horas

Procedimiento

- Atiende las instrucciones de su docente y revisa los criterios técnicos para la evaluación del desempeño tipográfico.
- Aplica la fuente desarrollada en textos continuos y titulares de distintas escalas y jerarquías.
- Evalúa legibilidad, contraste y comportamiento visual en soporte impreso y en pantalla.
- Registra hallazgos técnicos derivados de pruebas comparativas en diferentes dispositivos.
- Ajusta parámetros estructurales y métricas según los resultados obtenidos.
- Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Software de maquetación
- Equipo de cómputo
- Impresora
- Dispositivos con cámara fotográfica
- Acceso a internet

Práctica 10. Aplicación del sistema tipográfico en estructura editorial

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y define la estructura editorial del proyecto asignado.
2. Integra el sistema tipográfico desarrollado en una retícula formalmente establecida.
3. Organiza jerarquías tipográficas y establece relaciones de contraste y peso visual.
4. Verifica coherencia estructural en la composición completa del sistema editorial.
5. Ajusta espaciado, alineación y proporciones conforme a criterios de consistencia formal.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Software de maquetación
- Equipo de cómputo
- Acceso a internet

Unidad IV. Optimización, evaluación y aplicación del sistema tipográfico

Práctica 11. Optimización y evaluación tipográfica en entornos digitales y soportes impresos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los criterios técnicos para la optimización tipográfica en entornos digitales, considerando escalabilidad, contraste y accesibilidad.
2. Aplica el sistema tipográfico desarrollado en composiciones de prueba en distintos tamaños, jerarquías y resoluciones de pantalla para evaluar su comportamiento visual.
3. Genera pruebas impresas comparativas que permitan analizar legibilidad, contraste y equilibrio estructural en diferentes escalas tipográficas.

4. Analiza el desempeño de la tipografía en diversos dispositivos digitales y registra observaciones sobre su rendimiento visual y técnico.
5. Identifica inconsistencias estructurales, problemas de espaciado, contraste o modulación y realiza los ajustes técnicos necesarios en la fuente tipográfica.
6. Documenta los resultados obtenidos y los ajustes realizados para justificar las mejoras implementadas en el sistema tipográfico.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Software de maquetación
- Equipo de cómputo
- Dispositivos con cámara fotográfica
- Impresora
- Acceso a internet
- Plantillas de pruebas tipográficas
- Bitácora técnica de evaluación tipográfica

Práctica 12. Aplicación del sistema tipográfico en entorno digital

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los criterios de visualización tipográfica en entorno digital, así como los parámetros estructurales definidos para el sistema tipográfico desarrollado.
2. Implementa la tipografía en una interfaz simulada e integra el sistema tipográfico en una propuesta de comunicación visual considerando escalabilidad, contraste y legibilidad.
3. Define jerarquías tipográficas internas mediante el uso de pesos, tamaños y relaciones de contraste para organizar la información dentro de la interfaz.
4. Evalúa el comportamiento de la tipografía en distintos tamaños y resoluciones de pantalla, considerando el rendimiento visual en diversos dispositivos digitales.
5. Realiza ajustes técnicos del sistema tipográfico según el medio de salida y optimiza claridad, espaciado y consistencia visual en la interfaz.
6. Documenta los parámetros estructurales definidos y elabora un breve manual de uso tipográfico que describa criterios de aplicación y recomendaciones de uso del sistema.
7. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Software de diseño de interfaces
- Equipo de cómputo
- Dispositivo con cámara fotográfica y acceso a internet

Práctica 13. Presentación y argumentación técnica del sistema tipográfico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y organiza el material técnico desarrollado durante el curso, incluyendo el documento técnico del sistema tipográfico.
2. Presenta el sistema tipográfico explicando su proceso de experimentación, diseño, configuración técnica y los criterios de diseño utilizados.
3. Demuestra el funcionamiento del archivo tipográfico en distintos entornos impresos y digitales.
4. Argumenta las decisiones formales adoptadas y los parámetros estructurales definidos con base en criterios de consistencia estructural.
5. Analiza los ajustes técnicos realizados y las áreas de mejora identificadas a partir de las pruebas funcionales.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Software de diseño tipográfico
- Software de diseño vectorial
- Equipo de cómputo
- Proyector
- Apoyo audiovisual para la presentación
- Documento técnico
- Acceso a internet

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en proyectos

- Análisis comparativo
- Instrucción directa o guiada
- Simulación de casos reales
- Demostración técnica en software especializado

Estrategias de aprendizaje

- Investigación documental
- Toma de apuntes
- Análisis comparativo de referentes
- Experimentación formal sistemática
- Autoevaluación técnica estructurada

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

El resultado de la evaluación se obtendrá siguiendo los criterios de evaluación señalados en el artículo 67, y II del Estatuto Escolar vigente. Cuando el resultado no sea aprobatorio, el alumno se deberá inscribir nuevamente en la misma unidad de aprendizaje.

Por el carácter predominantemente práctico de esta asignatura, no es susceptible de medición cuantitativa, se evaluará de conformidad con lo establecido en el artículo 74 del Estatuto Escolar de la UABC.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Prácticas de taller	40%
- Sistema tipográfico digital	40%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bigelow, C. (2019). Typeface features and legibility research. *Vision Research*, 165, 162–172.

<https://doi.org/10.1016/j.visres.2019.05.003> [clásica]

- Bringhurst, R. (2013). *Los elementos del estilo tipográfico* (3.^a ed.). Fondo de Cultura Económica. [clásica]
- Cheng, K. (2005). *Diseñar tipografía*. Gustavo Gili. [clásica]
- Felici, J. (2003). *The complete manual of typography: A guide to setting perfect type*. Peachpit Press. [clásica]
- Frutiger, A. (2012). *El libro de la tipografía*. Gustavo Gili. [clásica]
- Hochuli, J. (2007). *El detalle en la tipografía: Letra, espacio entre letras, palabra, espacio entre palabras, línea, interlineado, caja*. Campgràfic. [clásica]
- Hsiao, C.-Y., Liu, D.-C., Chang, C.-C., & Liu, M.-H. (2026). Evaluating typeface, letter spacing, and line spacing of designs on text legibility in optical see-through head-mounted displays while walking. *Applied Ergonomics*, 132, 104683.
<https://doi.org/10.1016/j.apergo.2025.104683>
- Kane, J. (2005). *Manual de tipografía*. Gustavo Gili. [clásica]
- Lupton, E. (2011). *Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes* (2.^a ed.). Gustavo Gili. [clásica]
- Marín Álvarez, R. (2023). *Ortotipografía para diseñadores* (2.^a ed.). Gustavo Gili.
- Minakata, K., & Beier, S. (2021). The effect of font width on eye movements during reading. *Applied Ergonomics*, 97, 103523. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2021.103523> [clásica]

Tschichold, J. (2002). *El abecé de la buena tipografía: Impresos agradables con una buena tipografía*. Campgràfic. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Adobe. (2024). *OpenType feature file specification*. <https://adobe-type-tools.github.io/afdko/OpenTypeFeatureFileSpecification.html>

Bringhurst, R. (2012). *The elements of typographic style* (4th ed.). Hartley & Marks. [clásica]

Cheng, K. (2005). *Designing type*. Yale University Press. [clásica]

Edmondson, J. (2025). *The Ohno book: A serious guide to irreverent type design*. Princeton Architectural Press.

FontLab. (s. f.). *FontLab Studio: User manual*. <https://help.fontlab.com/fontlab/7/manual/>

Unger, G. (2012). *¿Qué ocurre mientras lees? Tipografía y legibilidad*. Campgràfic. [clásica]

Glyphs. (s. f.). *Glyphs handbook*. <https://handbook.glyphsapp.com/>

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Arquitectura o áreas afines; preferentemente con estudios de posgrado. Con conocimientos en fundamentos históricos, morfológicos y normativos del sistema tipográfico, así como dominio en el diseño, estructuración y producción de tipografías digitales, incluyendo la configuración técnica y programación de fuentes digitales. Con dos años de experiencia docente y actualización permanente en tecnologías emergentes, disposición para el trabajo colaborativo y la formación inclusiva.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Análisis Sociocultural de la Imagen en Contextos Contemporáneos
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 03 Horas Extra-clase: 03 Créditos:06
Etapas de formación:	Disciplinaria
Carácter:	Obligatoria
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Laura Susana Zamudio Vega Melina Amao Cenicerros Rosalba Pinto
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje tiene como propósito el análisis de la imagen como construcción sociocultural y artefacto comunicacional en contextos contemporáneos, a partir de fundamentos teóricos, epistemológicos y semióticos, con la finalidad de comprender su impacto en la producción audiovisual, publicitaria, digital, en la configuración de imaginarios sociales, identidades y narrativas visuales situadas.

Se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Perspectivas Teóricas. Esta asignatura contribuye al fortalecimiento del pensamiento crítico, la lectura contextual de la cultura visual y la toma de decisiones estratégicas en proyectos de comunicación visual.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la imagen como un artefacto comunicacional complejo a través de la revisión de teorías socioculturales de la imagen y del análisis semiótico para construir una visión crítica que permita interpretar su impacto en la producción audiovisual, publicitaria y digital, a fin de generar propuestas visuales conscientes, con rigor metodológico, inclusión y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elaboración de un proyecto integrador de análisis sociocultural de una imagen o campaña visual contemporánea ya sea audiovisual, publicitaria o digital, en el que se apliquen fundamentos teóricos, epistemológicos y semióticos revisados en el curso para realizar una lectura crítica situada. El proyecto deberá incluir:

- Contextualización sociocultural de la imagen
- Análisis semiótico y discursivo
- Identificación de imaginarios y representaciones sociales y discursos hegemónicos o contrahegemónicos
- Reflexión crítica sobre su impacto
- Propuesta argumentada de resignificación o alternativa visual

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y contextualizar los movimientos, corrientes, estilos y tendencias del diseño gráfico a partir de lenguajes, códigos y sistemas de significación visual para conceptualizar, desarrollar y producir mensajes y narrativas visuales que apoyen en la construcción de comunicaciones

efectivas en medios impresos, digitales, audiovisuales y emergentes, con pensamiento crítico, creatividad, interculturalidad, excelencia y ética.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Interculturalidad; Equidad Social y de Género; Compromiso con la Responsabilidad Social; Inclusión e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Imagen como construcción sociocultural

Competencia

Examinar la imagen como construcción sociocultural vinculada con poder, identidad, producción y consumo, mediante la revisión crítica de conceptos de cultura visual y fundamentos epistemológicos, para sustentar una lectura contextual inicial de casos contemporáneos, con actitud reflexiva, respeto y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaboración de una ficha de análisis semiótico de una imagen (una cuartilla) donde se identifique el signo principal, su signifiante y significado, la denotación y connotación, y dos códigos o convenciones visuales. Agregar un párrafo final (150–200 palabras) sobre su intención narrativa o persuasiva y anexar evidencia del proceso mediante foto o captura de apuntes manuscritos.

Contenido

- 1.1. Fundamentos epistemológicos para el análisis de la imagen
- 1.2. Imagen, poder y sociedad
- 1.3. Imagen e identidad
- 1.4. Producción y consumo de imágenes

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Arnheim, R. (1985). *Arte y percepción visual: Psicología de la visión creadora* (9.^a ed.).

EUDEBA. [clásica]

Berger, J. (2014). *Mirar*. Gustavo Gili. [clásica]

Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales: Mirar lo que nos mira*. Síntesis. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Brea, J. L. (Ed.). (2005). *Estudios visuales: La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Akal. <https://www.almendron.com/tribuna/wp-content/uploads/2006/01/brea-jose-luis-estudios-visuales-epistemologia-de-la-visualidad.pdf> [clásica]

Bruera, R. F. (2025). Cultura, imagen y poder: Visualidades sin fin en la sociedad global.

Astrolabio: Nueva Época, 34, 55–75. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n34.44545>

Unidad II. Semiótica y comunicación visual

Competencia

Aplicar el análisis semiótico estructural y contextual de la imagen, signo, significante y significado, mediante estudios de caso de denotación y connotación, códigos y convenciones visuales, para explicar con claridad cómo se construye el mensaje visual y su intención persuasiva o narrativa, con actitud crítica, responsable y honesta.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar un análisis semiótico de una imagen donde se identifique el signo principal, su significante y significado, distinguir denotación y connotación, y señalar dos códigos o convenciones visuales. Incluir una reflexión final de 150–200 palabras sobre la intención persuasiva o narrativa y anexar foto o captura de apuntes manuscritos como evidencia del proceso.

Contenido

2.1. Fundamentos de la semiótica

2.1.1. Signo, significante y significado

2.1.2. Denotación y connotación

2.1.3. Códigos y convenciones visuales

2.2. Retórica de la imagen

2.2.1. Estrategias persuasivas en la comunicación visual

- 2.3. Imagen y narrativa visual
- 2.4. Metodologías para el análisis semiótico
 - 2.4.1. Análisis estructural
 - 2.4.2. Análisis contextual

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Dondis, D. A. (1992). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual* (10.^a ed.). Gustavo Gili. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics* (4th ed.). Routledge.

Unidad III. Lectura crítica de imágenes

Competencia

Construir un análisis crítico de imágenes mediante la aplicación fundamentada de teorías contemporáneas sobre hegemonía y contrahegemonía cultural, para identificar imaginarios, representaciones sociales y relaciones de poder y argumentar una postura sustentada sobre un caso visual en su contexto de producción, circulación con ética, respeto e inclusión.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Realizar un podcast con apoyo audiovisual (máximo 15 minutos) en el que se exponga la lectura crítica de un caso, integrando las categorías de la unidad y una postura argumentada. Anexar guión o escaleta breve y las fuentes consultadas.

Contenido

- 3.1. Imaginarios y representaciones sociales
 - 3.1.1. Imaginarios sociales en la imagen
 - 3.1.2. Representaciones sociales en la imagen
- 3.2. Cultura hegemónica e imagen
- 3.3. Narrativas visuales de género
- 3.4. Inclusión e interculturalidad
- 3.5. Aproximación decolonial

3.6. Contravisualidad, arte y activismo

Duración

24 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Abril, G. (2008). *Análisis crítico de textos visuales: Mirar lo que nos mira*. Síntesis. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Amao Ceniceros, M. (2026). Despatriarcalizar el diseño: Esbozos metodológicos feministas, queer y decoloniales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (288), 289–309. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi288.13259>

Barriendos, J. (2011). La colonialidad del ver: Hacia un nuevo diálogo visual interepistémico. *Nómaditas*, 35, 13–30. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75502011000200002&lng=en&tlng=es [clásica]

Hall, S. (1997). El trabajo de la representación (E. Sevilla Casas, Trad.). En S. Hall (Ed.), *Representación: Representaciones culturales y prácticas significantes* (pp. 13–74). Sage. https://metamentaldoc.com/14_El_trabajo_de_la_representacion_Stuart_Hall.pdf [clásica]

Lozano de la Pola, R. (2010). *Prácticas culturales a-normales: Un ensayo (alter)mundializador*. PUEG-Universidad Nacional Autónoma de México. [clásica]

Mulvey, L. (1975). Placer visual y cine narrativo. *Screen*, 16(3), 6–18. [clásica]

Romero Caballero, B. (2015). La colonialidad de la naturaleza: Visualizaciones y “contra-visualizaciones” decoloniales para sostener la vida. *Extravío: Revista Electrónica de Literatura Comparada*, (8), 1–22. <https://ojs.uv.es/index.php/extravio/article/view/4528>
[clásica]

VIII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Foros de discusión guiada

- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje:

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes estratégicos en formatos digitales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Evidencias por unidad	30%
- Proyecto integrador	50%
<i>Total</i>	100%

X. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje de Análisis Sociocultural de la Imagen en Contextos Contemporáneos, deberá contar con licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Sociología, Antropología, Arquitectura, Artes, Comunicación, Estudios Culturales o área

afín, preferentemente con posgrado en áreas de Ciencias Sociales y Humanidades. Dominará fundamentos del diseño, comunicación visual, producción gráfica y estar a la vanguardia en el diseño; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Deberá ser una persona responsable, analítica, inclusiva y comprometida con la actualización profesional continua.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Dirección de Equipos Creativos y Procesos Colaborativos
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Claudia Rivera Torres Mariel Organista Camacho Iván de Jesús Contreras Espinoza
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar en el estudiantado capacidades para la dirección estratégica de equipos creativos y la gestión de procesos colaborativos en proyectos de diseño y comunicación visual, mediante la aplicación de modelos de liderazgo, metodologías ágiles y herramientas de coordinación interdisciplinaria, para optimizar el desempeño colectivo, la toma de decisiones y la calidad de los resultados en contextos profesionales, institucionales o de emprendimiento, con ética, innovación, responsabilidad social y empatía. Esta unidad de aprendizaje se imparte en la etapa terminal con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Gestión.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Dirigir equipos creativos y procesos colaborativos en proyectos de diseño y comunicación visual mediante la aplicación de modelos de liderazgo, metodologías de gestión, dinámicas de trabajo interdisciplinario y estrategias de comunicación organizacional, para asegurar la eficiencia operativa, la calidad de los productos y la viabilidad de modelos de negocio en distintos contextos profesionales y organizacionales, con pensamiento estratégico, innovación, ética profesional y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Integrar un portafolio de evidencias donde se incluyan las actividades desarrolladas en clase, en el taller y en las prácticas de campo. Estas actividades incluyen:

1. El plan de dirección de equipo creativo: Documento digital que integre el diagnóstico organizacional, definición de roles, modelo de liderazgo, estructura de comunicación interna, cronograma colaborativo y métricas de desempeño aplicables a un proyecto real o simulado de diseño y comunicación visual.
2. La simulación de gestión colaborativa: Ejecución y presentación de una experiencia de dirección de equipo donde el estudiantado asuma un rol directivo, documente procesos, gestione conflictos, evalúe resultados y emita un informe con indicadores de desempeño, mejora continua e impacto en el modelo de negocio.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación, responsabilidad social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia, Vanguardia; Innovación Social; Compromiso con la Responsabilidad Social e Inclusión.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de dirección y liderazgo en equipos creativos

Competencia

Aplicar los fundamentos y dinámicas de los equipos creativos, los modelos de liderazgo y sus estructuras organizacionales para la creación de una empresa de diseño y comunicación visual, mediante un diagnóstico integral, habilidades de liderazgo y el diseño de un organigrama estratégico que garanticen la efectividad directiva en distintos contextos con transparencia, responsabilidad, empatía, respeto y compromiso.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Elabora un documento digital que integre el diagnóstico del equipo creativo, la simulación de liderazgo situacional y el diseño de un organigrama estratégico.

Contenido

- 1.1. Fundamentos y dinámica de los equipos creativos
 - 1.1.1. Características de los equipos en industrias creativas
 - 1.1.2. Cultura organizacional
 - 1.1.3. Roles formales e informales
 - 1.1.4. Gestión estratégica de la diversidad e inclusión
 - 1.1.5. Dimensiones éticas en el ejercicio profesional
- 1.2. Modelos de liderazgo
 - 1.2.1. Modelos clásicos
 - 1.2.1.1. Autocrático
 - 1.2.1.2. Democrático
 - 1.2.1.3. Liberal
 - 1.2.2. Modelos orientados al cambio y resultados
 - 1.2.2.1. Transformacional
 - 1.2.2.2. Transaccional
 - 1.2.3. Modelos de adaptabilidad
 - 1.2.3.1. Situacional
 - 1.2.3.2. De servicio
- 1.3. Estructuras organizacionales
 - 1.3.1. Modelos jerárquicos
 - 1.3.2. Modelos horizontales
 - 1.3.3. Modelos híbridos
 - 1.3.4. Ecosistema creativo
 - 1.3.5. Gobernanza creativa
 - 1.3.6. Organigramas funcionales

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157–183. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001>
[clásica]

Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones* (3.^a ed.). McGraw-Hill Education. [clásica]

Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity Press. [clásica]

Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2007). *Through the labyrinth: The truth about how women become leaders*. Harvard Business School Press. [clásica]

Goleman, D. (2013). *El líder resonante crea más: El poder de la inteligencia emocional* (2.^a ed.). Plaza & Janés. [clásica]

Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). SAGE Publications. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Center for Creative Leadership. (2013). *Crear liderazgo: Cómo ocurre el liderazgo en contextos de trabajo colectivo*. <https://www.ccl.org/wp-content/uploads/2017/06/Making-Leadership-Happen-ES-August-2013.pdf> [clásica]

Coronado-Maldonado, I., & Benítez-Márquez, M.-D. (2023). Emotional intelligence, leadership, and work teams: A hybrid literature review. *Heliyon*, 9(10), e20356.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20356>

Ćwiąkała, J., Gajda, W., Ćwiąkała, M., Górka, E., Baran, D., Wojak, G., Mrzygłód, P., Frasunkiewicz, M., Ręczajski, P., & Piwnik, J. (2025). *The importance of emotional intelligence in leadership for building an effective team*. arXiv.

<https://arxiv.org/abs/2510.07004>

Goleman, D. (2012). *Leadership that gets results*. Leadership Academy NHS.

https://content.leadershipacademy.nhs.uk/aspce3/files/Leadership_that_gets_results_goleman.pdf [clásica]

Hernández, G. I. A. O. (2020). Importancia del liderazgo en los equipos de trabajo. 23(46), 89–98.

<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24520w/La%20importancia%20del%20liderazgo%20en%20los%20equipos%20de%20trabajo.pdf> [clásica]

Kolzow, D. R. (2014). *Leading from within: Building organizational leadership capacity*.

International Economic Development Council.

https://www.iedonline.org/clientuploads/Downloads/edrp/Leading_from_Within.pdf

[clásica]

Unidad II. Procesos colaborativos y metodologías de gestión

Competencia

Analizar las metodologías de gestión colaborativa y las estrategias de comunicación organizacional, mediante el estudio de sus características y finalidades para aplicar aquellas que permitan optimizar los procesos de trabajo en proyectos de diseño y comunicación visual, con responsabilidad, respeto, empatía, compromiso y transparencia.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Elabora un documento digital que integre el producto de la implementación de una metodología ágil, plan de comunicación interna y la propuesta del taller de negociación creativo.

Contenido

- 2.1. Metodologías ágiles
 - 2.1.1. Scrum
 - 2.1.2. Kanban
 - 2.1.3. Design Sprint
 - 2.1.4. Lean Thinking
 - 2.1.5. XP (Extreme Programming)
- 2.2. Comunicación organizacional
 - 2.2.1. Estrategias de comunicación interna
 - 2.2.2. Gestión de reuniones
 - 2.2.3. Retroalimentación efectiva
 - 2.2.4. Cultura de colaboración
 - 2.2.5. Stack tecnológico
- 2.3. Gestión de conflictos
 - 2.3.1. Identificación de conflictos
 - 2.3.2. Negociación creativa
 - 2.3.3. Mediación
 - 2.3.4. Toma de decisiones
 - 2.3.5. Evaluación del desempeño

Duración

05 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in* (3rd ed., rev. ed.). Penguin Books. [clásica]

Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. (2016). *Sprint: How to solve big problems and test new ideas in just five days*. Simon & Schuster. [clásica]

Men, L. R., & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in internal communication management*. Business Expert Press. [clásica]

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business. [clásica]

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2020). *The Scrum guide: The definitive guide to Scrum: The rules of the game*. Scrum.org. <https://scrumguides.org/>

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

AJ&Smart. (s. f.). *Design Sprint resources*. <https://ajsmart.com/design-sprint>

Harvard Business Review. (s. f.). *Leadership*. <https://hbr.org/topic/subject/leadership>

Kanban University. (s. f.). *The Kanban method*. <https://kanban.university/kanban-guide/>

Lean Enterprise Institute. (s. f.). *What is Lean?* <https://www.lean.org/explore-lean/what-is-lean/>

MindTools. (s. f.). *Conflict resolution and communication skills resources*. <https://www.mindtools.com/>

Scrum Guides. (2020). *The Scrum guide: The definitive guide to Scrum: The rules of the game*. <https://scrumguides.org/>

Unidad III. Dirección estratégica y evaluación de equipos

Competencia

Diseñar estrategias de dirección y evaluación del desempeño en equipos creativos para fortalecer la sostenibilidad y competitividad de empresas relacionadas con el diseño y la comunicación visual, mediante la planeación estratégica, la gestión de la innovación y el análisis de modelos de negocio en industrias creativas, con ética profesional, responsabilidad, empatía y compromiso.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Elabora un documento digital que incluya el diseño de los indicadores KPIs, la evaluación 360° simulada y el modelo de negocio colaborativo.

Contenido

- 3.1. Planeación estratégica de equipos
 - 3.1.1. Objetivos SMART
 - 3.1.2. KPIs creativos
 - 3.1.3. Balanced Scorecard
 - 3.1.4. Planeación por proyectos
 - 3.1.5. Cultura de resultados
- 3.2. Innovación y mejora continua
 - 3.2.1. Gestión del cambio
 - 3.2.2. Aprendizaje organizacional
 - 3.2.3. Evaluación 360°
 - 3.2.4. Cultura de innovación
 - 3.2.5. Indicadores de impacto social
- 3.3. Modelos de negocio en industrias creativas
 - 3.3.1. Propuesta de valor
 - 3.3.2. Estructura operativa
 - 3.3.3. Ecosistemas colaborativos
 - 3.3.4. Emprendimiento creativo
 - 3.3.5. Sostenibilidad y ética empresarial

Duración

07 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Blanchard, K., Zigarmi, P., & Zigarmi, D. (2013). *Liderazgo y el One Minute Manager: Cómo aumentar la efectividad mediante el liderazgo situacional*. HarperCollins. [clásica]

Florida, R. L. (2014). *The rise of the creative class—Revisited: Revised and expanded*. Basic Books. [clásica]

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2013). *El cuadro de mando integral: The balanced scorecard* (3.^a ed.). Gestión 2000. [clásica]

Kotter, J. P. (2012). *Leading change*. Harvard Business Press. [clásica]

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley. [clásica]

Senge, P. M. (2006). *La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Granica. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Balanced Scorecard: De la Estrategia a los Resultados. Eumed.net.
<https://www.eumed.net/libros-gratis/2005/lmr/15.htm>

Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results (Paul R. Niven) [PDF de acceso público].

https://www.vra.com/vralibrary/ebooks/Balanced_Scorecard_Step_by_Step.pdf

Díaz de Santos (2019). *Manual práctico de planeación estratégica* [PDF]. Díaz de Santos.
<https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf>

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (n.d.). The Balanced Scorecard [PDF Slide Resource]. SlideShare.
<https://www.slideshare.net/slideshow/building-a-strategy-focused-organization-with-the-balanced-scorecard/84337315>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos de dirección y liderazgo en equipos creativos

Práctica 1: Diagnóstico de equipo creativo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Analiza un caso real sobre una empresa creativa
3. Identifica los roles, cultura y liderazgo
4. Elabora un mapa organizacional
5. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Estudio de caso
- Plantillas Canvas
- Bibliografía

Práctica 2: Simulación de liderazgo situacional

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Participa en un juego de roles donde simula su pertenencia a una empresa creativa
3. Resuelve un escenario crítico y lo documenta
4. Retroalimenta grupalmente su trabajo
5. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Guiones
- Rúbrica
- Sala colaborativa

Práctica 3: Diseño de estructura organizacional para empresa de diseño y comunicación visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Define tipo de empresa (startup creativo, agencia integral, estudio especializado)
3. Analiza necesidades operativas, estratégicas y tecnológicas
4. Diseña un organigrama estratégico considerando jerarquías, flujos de comunicación y funciones y responsabilidades
5. Elabora descripciones de puesto alineadas al perfil de diseñador de comunicación visual
6. Justifica la estructura organizacional en función del contexto productivo
7. Presenta propuesta gráfica y argumentativa ante el grupo
8. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantillas digitales para organigramas
- Software de diagramación
- Ejemplos de estructuras organizacionales reales
- Rúbrica de evaluación de pertinencia estratégica

Unidad II. Procesos Colaborativos y Metodologías de Gestión

Práctica 4: Implementación piloto de metodología ágil en proyecto creativo

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona un proyecto real o simulado de comunicación visual
3. Define el backlog de actividades
4. Organiza el trabajo bajo un marco ágil y selecciona una de las siguientes metodologías revisadas en clase: Scrum, Kanban, Design Sprint, Lean Thinking y XP (Extreme Programming)
5. Establece sprints de una semana
6. Realiza reuniones de seguimiento (daily meeting)
7. Documenta avances y ajustes
8. Evalúa resultados en términos de eficiencia, tiempos y calidad
9. Elabora un reporte comparativo frente a la metodología tradicional
10. Entrega el reporte y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Apuntes de las metodologías ágiles
- Tablero digital
- Plantillas de backlog
- Cronograma de sprints
- Software de gestión colaborativa
- Instrumento de evaluación de desempeño ágil

Práctica 5: Plan de comunicación interna

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Diseña el protocolo de reuniones y flujos informativos
3. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantillas
- Plataforma colaborativa

Práctica 6: Taller de negociación creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Analiza un conflicto dentro del contexto de una empresa creativa
3. Participa en la simulación de la mediación
4. Registra los pasos para realizar la negociación y resolución del conflicto
5. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Casos prácticos
- Software procesador de palabras

Unidad III: Dirección Estratégica y Evaluación de Equipos

Práctica 7: Diseño de plan estratégico para estudio creativo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona un tipo de empresa creativa
3. Formula la misión, visión y valores
4. Realiza análisis FODA ampliado
5. Define objetivos estratégicos SMART
6. Establece indicadores de desempeño (KPIs)
7. Diseña mapa estratégico

8. Presenta documento ejecutivo
9. Entrega el documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantilla de planeación estratégica
- Matriz FODA
- Guía para formulación de KPIs
- Software de diagramación estratégica
- Rúbrica de evaluación integral

Práctica 8: Sistema de evaluación del desempeño en equipos creativos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Analiza modelos de evaluación de desempeño aplicables a industrias creativas
3. Diseña un instrumento de evaluación 360°
4. Define criterios (creatividad, productividad, colaboración, innovación)
5. Aplica instrumento piloto
6. Analiza los resultados
7. Formula un plan de mejora continua
8. Socializa los resultados con retroalimentación crítica
9. Entrega un documento con los temas desarrollados previamente y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantilla de evaluación 360°
- Matriz de indicadores
- Software de análisis de datos básico
- Rúbrica de pertinencia y coherencia

Práctica 9: Diseño de modelo de negocio para empresa de comunicación visual estratégica

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Analiza tendencias de industrias creativas
3. Selecciona un segmento de mercado
4. Diseña propuesta de valor estratégica
5. Desarrolla un modelo de negocio (Canvas)

6. Integra un enfoque de innovación y sostenibilidad
7. Presenta un pitch ejecutivo ante el panel simulado
8. Recibe retroalimentación del o la docente y ajusta el modelo

Recursos de apoyo

- Plantilla Business Model Canvas
- Guía para análisis de industrias creativas
- Formato de pitch ejecutivo
- Rúbrica de evaluación estratégica
- Equipo audiovisual para presentación
- Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I. Fundamentos de dirección y liderazgo en equipos creativos

Práctica 1: Diagnóstico integral de equipos creativos en empresas locales

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Identifica una empresa, despacho o colectivo de diseño y comunicación visual en el contexto local
3. Diseña un instrumento de diagnóstico (guía de entrevista y matriz de observación) enfocado en dinámicas de trabajo colaborativo, roles formales e informales, procesos de toma de decisiones y cultura organizacional
4. Realiza visita de campo o entrevista virtual con al menos un miembro directivo y un integrante operativo
5. Analiza la información mediante una matriz FODA centrada en la dinámica del equipo creativo
6. Elabora un reporte diagnóstico con hallazgos, áreas de oportunidad y recomendaciones estratégicas
7. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente
8. Socializa resultados en sesión plenaria y los contrasta con referentes teóricos revisados en clase

Recursos de apoyo

- Guía de entrevista estructurada
- Consentimiento informado y seguro facultativo activo
- Matriz FODA
- Instrumentos de observación organizacional
- Plataforma digital para registro de entrevistas
- Rúbrica de evaluación del diagnóstico

Práctica 2: Visita a estudio creativo para la identificación de roles de liderazgo directivo

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Integra equipos de trabajo y organiza la visita a un estudio creativo
3. Identifica en el estudio creativo seleccionado los roles directivos (director creativo, gestor de proyectos, líder de innovación, coordinador de producción)
4. Analiza e identifica la presencia de un caso de crisis organizacional (retraso en entregas, conflicto interno, presión de cliente) a través de la aplicación de la entrevista y/o la observación directa.
5. Identifica los distintos modelos de liderazgo (transformacional, situacional, participativo, etc.) para resolver la situación
6. Elabora y presenta una propuesta de solución en función de los hallazgos de la visita al estudio creativo
7. Entrega un documento (propuesta) y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Guía de entrevista
- Consentimiento informado
- Fichas descriptivas de modelos de liderazgo
- Formato de registro de decisiones
- Bitácora de observación
- Rúbrica de evaluación de desempeño
- Seguro facultativo activo

Práctica 3: Análisis comparativo de estructuras en agencias locales

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Integra equipos de trabajo
3. Selecciona al menos dos agencias locales de diseño, publicidad o comunicación visual
4. Define criterios de comparación: Tipo de estructura organizacional (lineal, funcional, matricial, horizontal, híbrida), tamaño y especialización del equipo, distribución de funciones. modelo de liderazgo predominante y nivel de formalización de procesos
5. Diseña un instrumento de recolección de información (guía de entrevista, ficha de análisis organizacional o revisión documental)
6. Realiza entrevistas virtuales o presenciales con personal directivo y revisa información pública disponible (sitios web, redes profesionales, perfiles corporativos)
7. Registra organigramas formales o lo elabora con base en la información recabada

8. Identifica los siguientes elementos: Jerarquías y niveles de autoridad, flujos de comunicación, toma de decisiones e integración de áreas estratégicas (dirección creativa, gestión de proyectos, producción, administración)
9. Sistematiza la información en una matriz comparativa
10. Analiza las ventajas y limitaciones de cada estructura en función de la adaptabilidad, innovación, coordinación interna y eficiencia operativa
11. Relaciona los hallazgos con modelos teóricos revisados en clase
12. Identifica las tendencias estructurales en el contexto local
13. Elabora conclusiones críticas sobre qué modelo resulta más pertinente para una empresa de diseño y comunicación visual emergente
14. Diseña una propuesta preliminar de estructura organizacional mejorada, fundamentada en el análisis realizado
15. Presenta los resultados ante el grupo mediante una matriz comparativa, diagramas organizacionales y argumentación fundamentada
16. Participa en una discusión crítica colectiva sobre pertinencia estructural en industrias creativas locales
17. Comparte la propuesta con las agencias locales visitadas
18. Entrega un documento con los temas desarrollados previamente y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Guía de entrevista
- Consentimiento informado
- Plantilla de matriz comparativa
- Software de diagramación (Lucidchart, Miro o similar)
- Rúbrica analítica
- Formato de consentimiento informado
- Bibliografía sobre estructuras organizacionales y liderazgo en industrias creativas
- Seguro facultativo activo

Unidad II. Procesos colaborativos y metodologías de gestión

Práctica 4: Aplicación de herramienta colaborativa en proyecto externo

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Identifica un proyecto externo de diseño y comunicación visual con cliente real
3. Define objetivos y entregables del proyecto
4. Selecciona herramienta colaborativa (Trello, Notion, Asana, Miro u otra)
5. Configura tablero o espacio digital con lista de tareas, responsables, fechas de entrega e indicadores de avance

6. Establece protocolo de uso con el equipo
7. Documenta lo siguiente: cambios en la organización del trabajo, nivel de cumplimiento, problemas detectados y registra evidencias de uso (capturas de pantalla, cronogramas, métricas básicas)
8. Analiza el impacto de la herramienta en: productividad, comunicación y coordinación.
9. Formula conclusiones y recomendaciones y entrega al cliente real
10. Entrega un documento con los temas desarrollados previamente y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Acceso a plataforma digital
- Plantilla de registro de implementación
- Rúbrica de evaluación
- Guía metodológica de gestión ágil
- Seguro facultativo activo

Práctica 5: Auditoría de comunicación organizacional

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Analiza los canales de comunicación interna de una organización creativa real
3. Aplica una encuesta diagnóstica sobre claridad, oportunidad y eficacia comunicativa
4. Mapea flujos formales e informales de información
5. Detecta barreras comunicacionales
6. Propone estrategia de mejora (protocolos, herramientas digitales, manual de comunicación)
7. Presenta la propuesta argumentada a la organización creativa real
8. Entrega un documento con los temas desarrollados previamente y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Instrumento de encuesta
- Matriz de análisis de comunicación
- Plantilla para mapa de flujo comunicativo
- Rúbrica de evaluación estratégica

Práctica 6: Laboratorio de mediación y gestión de conflictos creativos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona una empresa creativa local
3. Analiza las tipologías de conflicto en la empresa creativa seleccionada a partir de cuestionario aplicado
4. Identifica un caso de conflicto (cliente-equipo, creativo-directivo, interdepartamental)
5. Propone técnicas de mediación y negociación colaborativa
6. Registra acuerdos alcanzados
7. Elabora protocolo de gestión de conflictos para la empresa creativa seleccionada
8. Entrega un documento con los temas desarrollados previamente y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Bitácora de observación
- Cuestionario para la identificación de tipologías de conflictos
- Guía de técnicas de mediación
- Formato de registro de acuerdos
- Consentimiento informado
- Seguro facultativo activo

Unidad III. Dirección estratégica y evaluación de equipos

Práctica 7: Análisis de indicadores de estudio creativo local

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Identifica una empresa creativa local (agencia, despacho independiente o emprendimiento emergente)
3. Diseña una guía de entrevista estructurada enfocada en indicadores financieros básicos (crecimiento, diversificación de ingresos), indicadores de productividad (tiempos de entrega, cumplimiento de proyectos), indicadores de clientes (retención, satisfacción) e indicadores de innovación (nuevos servicios, procesos implementados)
4. Solicita autorización formal para levantamiento de información
5. Realiza una entrevista semiestructurada a persona directiva o responsable
6. Registra datos cualitativos y cuantitativos disponibles
7. Identifica indicadores explícitos e implícitos utilizados por la organización
8. Sistematiza la información en una matriz de indicadores
9. Valora la pertinencia, claridad y alineación estratégica de los indicadores
10. Detecta áreas de oportunidad en medición y control
11. Elabora un reporte analítico con conclusiones y recomendaciones estratégicas
12. Presenta resultados ante el grupo y al personal de la empresa creativa, vinculando hallazgos con contenidos de planeación estratégica y evaluación del desempeño
13. Entrega el reporte analítico y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Guía de entrevista
- Consentimiento informado
- Plantilla de matriz de indicadores
- Seguro facultativo activo

Práctica 8: Diagnóstico de cultura organizacional en empresa creativa

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Revisa modelos de cultura organizacional (valores, creencias, prácticas, clima laboral)
3. Define dimensiones de análisis: liderazgo, comunicación, toma de decisiones, colaboración, innovación y ética profesional
4. Elabora un cuestionario diagnóstico (escala tipo Likert y preguntas abiertas)
5. Diseña una guía de observación organizacional
6. Selecciona una empresa creativa local
7. Aplica el instrumento a integrantes de la empresa
8. Realiza observación directa o entrevista complementaria
9. Sistematiza los resultados
10. Identifica los patrones culturales predominantes
11. Valora el impacto de la cultura en competitividad y sostenibilidad
12. Formula recomendaciones estratégicas orientadas a mejora continua
13. Elabora un informe técnico con gráficos de interpretación
14. Presenta conclusiones fundamentadas al grupo y a la empresa
15. Entrega el informe técnico y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Cuestionario diagnóstico
- Guía de observación
- Software básico para graficación
- Matriz de análisis cultural
- Consentimiento informado
- Seguro facultativo activo

Práctica 9: Organización y participación en evento de emprendimiento creativo

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica

2. Planea el evento (selección del espacio físico/virtual, programa de participación del evento, cartel del evento, constancias de participación, invitaciones al evento)
3. Elabora el proyecto de emprendimiento que presentará en el evento
4. Realiza la presentación del proyecto de emprendimiento de diseño y comunicación visual ante profesionales expertos del sector creativo (internos y externos a la institución)
5. Redacta el reporte que incluya la planeación del evento, proyecto de emprendimiento y evidencia de participación en el evento.
6. Entrega al o la docente el reporte en formato digital para su retroalimentación

Recursos de apoyo

- Equipo audiovisual
- Plantilla de presentación ejecutiva
- Guía para elaboración de pitch
- Instrumento de evaluación por experto(s) invitado(s)
- Rúbrica de evaluación
- Seguro facultativo activo

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Simulación de casos reales
- Trabajo de campo guiado

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Actividades, tareas, prácticas taller y de campo:	50%
- Portafolio de evidencias	30%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o afín; y es deseable que cuente con estudios de posgrado en diseño, gestión del diseño, administración o áreas relacionadas; al menos dos años de experiencia profesional y docente en dirección de equipos creativos, gestión de proyectos y liderazgo colaborativo en industrias creativas. Ser una persona proactiva, analítica, con capacidad de liderazgo y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 02 Horas Taller: 02 Horas Extra-clase: 02 Créditos: 06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Karina Caro Corrales Irma Cruz Soto
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Evaluación de Usabilidad y Pruebas de Experiencia de Usuario tiene como propósito que el estudiantado diseñe y aplique protocolos de evaluación mediante la exploración de las metodologías empleadas para evaluar la usabilidad y la experiencia de usuario en proyectos de diseño y comunicación visual. El estudiantado aprenderá a identificar las necesidades de los usuarios, realizar pruebas de usabilidad, aplicar técnicas de evaluación con usuarios potenciales y analizar la retroalimentación para implementar mejoras de diseño fundamentadas, con criterios de excelencia, responsabilidad social e impacto en contextos reales. Se ubica en la etapa terminal, de carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Tecnología.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar y ejecutar planes de evaluación de usabilidad y de experiencia de usuario a proyectos de diseño y comunicación visual mediante la aplicación de metodologías y herramientas de UX/UI, para garantizar una experiencia de usuario positiva y productos con valor estratégico, asegurando su viabilidad, pertinencia, efectividad e innovación social con responsabilidad ética, empatía por los usuarios, rigor e integridad profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Proyecto integral de evaluación de usabilidad y experiencia de usuario, que incluya (1) diseño del plan de evaluación (definición de objetivos, métricas, perfiles de usuario, instrumentos y protocolos); (2) aplicación de pruebas (pruebas de usabilidad, pruebas A/B, evaluación heurística, entrevistas, encuestas u otras técnicas pertinentes); (3) análisis e interpretación de resultados mediante indicadores de usabilidad y criterios de experiencia de usuario; (4) informe ejecutivo y presentación estratégica que contengan una propuesta de optimización viable en términos operativos, económicos y sociales; y (5) reflexión crítica sobre el impacto del proyecto en términos de excelencia, accesibilidad, inclusión e innovación social.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Excelencia; Innovación Social e Inclusión.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de Usabilidad y Experiencia de Usuario

Competencia

Analizar los fundamentos teóricos, conceptuales y normativos de la usabilidad y de la experiencia de usuario para establecer criterios de evaluación aplicables a proyectos de diseño y comunicación visual, con un enfoque estratégico y de responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Documento de marco conceptual aplicado, que incluya análisis comparativo de conceptos: UX, UI, usabilidad, accesibilidad y arquitectura de la información; (2) diagnóstico de un caso real (proyectos de diseño y comunicación visual) candidato a aplicar pruebas de usabilidad y de experiencia del usuario.

Contenido

- 1.1. Conceptos fundamentales
 - 1.1.1. Usabilidad, UX, UI
 - 1.1.2. Diseño centrado en el usuario
 - 1.1.3. Experiencia de usuario en comunicación visual estratégica
- 1.2. Principios y heurísticas
 - 1.2.1. Heurísticas de usabilidad
 - 1.2.2. Accesibilidad e inclusión
 - 1.2.3. Diseño universal
- 1.3. Normativas y estándares
 - 1.3.1. ISO 9241
 - 1.3.2. Accesibilidad web (WCAG)
- 1.4. Relación entre UX y gestión estratégica
 - 1.4.1. Experiencia como valor competitivo
 - 1.4.2. Innovación social en diseño

Duración

08 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Almeida Farias, C. B. de, Martins Barbosa, I. M. Ramos de Freitas, C. C. de, & Gomes, K. S. (2025). A business intelligence approach to support university decision-making with dashboard usability evaluation. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 19(12), e014158. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v19n12-073>

Cabero Almenara, J., Miravete Gracia, M., Serrano Hidalgo, M., & Núñez Domínguez, T.

(2025). Evaluación de objetos de realidad virtual en la educación: Análisis de la usabilidad y aspectos técnicos y estéticos por estudiantes. *Hachetetepe: Revista Científica de Educación y Comunicación*, 30, 1–22.

<https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2025.i30.1101>

Nielsen, J. (2000). *Usabilidad: Diseño de sitios web* (S. Fraguas, Trad.). Prentice Hall. [clásica]

Fernández Casado, P. E. (2018). *Usabilidad web: Teoría y uso*. RA-MA Editorial. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Dumas, J. S., & Redish, J. C. (1993). *A practical guide to usability testing*. Ablex Publishing. [clásica]

Fadell, T. (2015). *The first secret of design is... noticing* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/tony_fadell_the_first_secret_of_design_is_noticing [clásica]

International Organization for Standardization. (2018). *Ergonomics of human-system interaction—Part 11: Usability: Definitions and concepts (ISO Standard No. 9241-11:2018)*. <https://www.iso.org/standard/63500.html> [clásica]

Kaufmann, M., & MacKenzie, S. (2013). *Human-computer interaction: An empirical research perspective*. Elsevier. [clásica]

Norman, D. (2013). *The design of everyday things*. Basic Books. [clásica]

Pogue, D. (2006). *Simplicity sells* [Video]. TED Conferences.

https://www.ted.com/talks/david_pogue_simplicity_sells [clásica]

Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests* (2nd ed.). Wiley. [clásica]

Sharp, H., Preece, J., & Rogers, Y. (2019). *Interaction design: Beyond human-computer interaction* (5th ed.). Wiley. [clásica]

Wujec, T. (2013). *Got a wicked problem? First, tell me how you make toast* [Video]. TED Conferences.

https://www.ted.com/talks/tom_wujec_got_a_wicked_problem_first_tell_me_how_you_make_toast [clásica]

Unidad II. Métodos de Evaluación de Usabilidad y experiencia de usuario

Competencia

Diseñar un protocolo de evaluación de la usabilidad y la experiencia de usuario para obtener datos válidos y confiables que sustenten decisiones estratégicas en proyectos de diseño y comunicación visual, utilizando metodologías e instrumentos pertinentes, con pensamiento crítico y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Protocolo de pruebas de usabilidad y de experiencia de usuario y su aplicación, que incluya:

- Definición de objetivos y métricas.
- Diseño de instrumentos (guiones, cuestionarios, tareas).
- Aplicación piloto y final.
- Registro y sistematización de resultados.

Contenido

- 2.1. Tipos de evaluación y pruebas
 - 2.1.1. Evaluación formativa y sumativa.
 - 2.1.2. Pruebas remotas y presenciales.
 - 2.1.3. Evaluación cuantitativa y cualitativa
 - 2.1.4. Evaluación moderada y no moderada

- 2.1.5. Evaluación presencial y virtual
- 2.2. Métodos y técnicas para evaluar la usabilidad y experiencia de uso
 - 2.2.1. Métodos cualitativos.
 - 2.2.1.1. Entrevistas.
 - 2.2.1.2. Observación.
 - 2.2.1.3. Técnica *Think-aloud*. (“pensamiento en voz alta”).
 - 2.2.1.4. *Cognitive walkthrough*
 - 2.2.1.5. Evaluación heurística (Principios de Nielsen)
 - 2.2.2. Métodos cuantitativos.
 - 2.2.2.1. Pruebas A/B.
 - 2.2.2.2. Métricas (eficiencia, eficacia, satisfacción).
- 2.3. Redacción de protocolos de pruebas de usabilidad
 - 2.3.1. Objetivos y escenarios
 - 2.3.2. Usuarios potenciales/ Sujetos de prueba
 - 2.3.3. Métricas e instrumentos
 - 2.3.3.1. Escala de Usabilidad de un Sistema (SUS)
 - 2.3.3.2. Tiempo en la tarea
 - 2.3.3.3. Tasas de error
 - 2.3.4. Tareas para realizar
 - 2.3.5. Configuración del espacio de prueba (setting)
- 2.4. Ética en pruebas con usuarios.

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

- García Toribio, G., Polvo Saldaña, Y., Hernández Mora, J. J., Sánchez Hernández, M. J., Nava Bautista, H., Collazos Ordóñez, C. A., & Hurtado Alegría, J. A. (2019). Medición de la usabilidad del diseño de interfaz de usuario con el método de evaluación heurística: Dos casos de estudio. *Revista Colombiana de Computación*, 20(1), 23–40.
<https://doi.org/10.29375/25392115.3605> [clásica]
- Rodríguez, I. E., Sala, H. V., & Pérez, N. R. (2025). Conceptualización, métodos y técnicas para evaluar la usabilidad en portales web. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 19(3), 73–99.

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

- Brown, T. (2009). *The Power of Design to Improve Life*. TED Talk.
https://www.ted.com/talks/tim_brown_designers_think_big [clásica]
- Dumas, J. S., & Redish, J. C. (1993). *A Practical Guide to Usability Testing*. [clásica]
- International Organization for Standardization. (2018). Ergonomics of human-system interaction
Part 11: Usability: Definitions and concepts (ISO Standard No. 9241-11:2018).
<https://www.iso.org/standard/63500.html>
- Nielsen, J. (1994). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann Publishers. [clásica]
- Palmer, A. (2013). *The Art of Asking*. TED Talk.
https://www.ted.com/talks/amanda_palmer_the_art_of_asking [clásica]
- Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests*. John Wiley & Sons [clásica]

Unidad III. Análisis y comunicación de resultados

Competencia

Analizar los resultados de las pruebas de usabilidad y de experiencia de usuario mediante técnicas de análisis de datos pertinentes, para proponer mejoras estratégicas viables que garanticen una experiencia de usuario positiva, así como proyectos de diseño y comunicación visual con valor estratégico, con actitud proactiva, responsabilidad social y honestidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Elaborar el proyecto final integral de evaluación UX, que incluya un análisis con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). un reporte de resultados, comunicación de hallazgos y priorización de los problemas identificados, una propuesta de mejora viable (operativa, económica y social) y por último realizar una presentación ejecutiva tipo pitch profesional.

Contenido

- 3.1. Técnicas de análisis de datos
 - 3.1.1. Técnicas cualitativas
 - 3.1.2. Técnicas cuantitativas

- 3.1.3. Triangulación de información
- 3.1.4. Interpretación de métricas
- 3.2. Priorización de problemas en hallazgos
 - 3.2.1. Gravedad vs. impacto
 - 3.2.2. Demanda vs. brechas de oportunidad (Demand vs Gaps)
 - 3.2.3. Priorización basada en encuestas
- 3.3. Comunicación de hallazgos
 - 3.3.1. Tipos de reportes
 - 3.3.2. Dashboards
 - 3.3.3. Storytelling
- 3.5. Diseño iterativo y método RITE (Pruebas y Evaluación Iterativas Rápidas: *Rapid Iterative Testing and Evaluation*)
 - 3.5.1. Viabilidad, impacto e innovación social
- 3.6. Presentación ejecutiva para clientes o stakeholders

Duración

12 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Milnes, E., & Swallow, D. (2013). *The diversity dashboard*. Infinite Ideas. [clásica]

Casas, M. N., & Martín, A. (2024). Un análisis crítico de los mitos UX basado en la investigación y la experiencia profesional. *Informes Científicos y Técnicos*, 16(2).
<https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v16.n2.1131>

Nielsen, J. (1994). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann. [clásica]

Nussbaumer Knaflic, C. (2021). *Storytelling con datos: Ejemplos prácticos*. Anaya Multimedia.

Wexler, S., Shaffer, J., & Cotgreave, A. (2017). *The big book of dashboards: Visualizing your data using real-world business scenarios*. Wiley. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Albert, B., & Tullis, T. (2022). *Measuring the user experience: Collecting, analyzing, and presenting UX metrics* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.

- Caddick, R., & Cable, S. (2011). *Communicating the user experience: A practical guide for creating useful UX documentation*. John Wiley & Sons. [clásica]
- Hertzum, M. (2006). Problem prioritization in usability evaluation: From severity assessments toward impact on design. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 21(2), 125–146. https://doi.org/10.1207/s15327590ijhc2102_2 [clásica]
- International Organization for Standardization. (2002). *Ergonomics of human-system interaction—Usability methods supporting human-centred design (ISO/TR 16982:2002)*. <https://www.iso.org/standard/31176.html> [clásica]
- International Organization for Standardization. (2018). *Ergonomics of human-system interaction—Part 11: Usability: Definitions and concepts (ISO Standard No. 9241-11:2018)*. <https://www.iso.org/standard/63500.html> [clásica]
- International Organization for Standardization. (2019). *Ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems (ISO Standard No. 9241-210:2019)*. <https://www.iso.org/standard/77520.html> [clásica]
- International Organization for Standardization. (2025). *Ergonomics of human-system interaction Part 171: Software accessibility (ISO 9241-171:2025)*. <https://www.iso.org/standard/86308.html>
- MacKenzie, I. S. (2013). *Human-computer interaction: An empirical research perspective*. Morgan Kaufmann.

World Wide Web Consortium. (2023). *Accessible rich internet applications (WAI-ARIA) 1.2*.

<https://www.w3.org/TR/wai-aria-1.2/>

World Wide Web Consortium. (2023). *Web content accessibility guidelines (WCAG) 2.2*.

<https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos de Usabilidad y Experiencia de Usuario

Práctica 1: Realizar un diagnóstico de un caso real (proyectos de diseño y comunicación visual) candidato a aplicar pruebas de usabilidad y de experiencia del usuario.

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Aplica una metodología para realizar el diagnóstico de un caso real.
3. Realiza un análisis de las pruebas de usabilidad y de la experiencia del usuario aplicables al caso real.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real

Unidad II. Métodos de Evaluación de Usabilidad y experiencia de usuario

Práctica 2: Seleccionar los métodos de evaluación de usabilidad y experiencia del usuario

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Aplica metodologías e instrumentos pertinentes.
3. Selecciona métodos y técnicas para evaluar la usabilidad y experiencia de uso, pertinentes al proyecto de diseño o comunicación visual elegido.
4. Elabora un avance del protocolo de evaluación con los resultados obtenidos.
5. Entrega el avance del protocolo en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real

Práctica 3: Diseñar el plan de reclutamiento de participantes y definir las tareas de la evaluación

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Define los usuarios potenciales/ sujetos de prueba,
3. Diseña un plan de reclutamiento pertinente al proyecto de diseño y comunicación visual.
4. Define las tareas de evaluación de usabilidad y de experiencia de usuario.
5. Entrega del plan de reclutamiento y de la definición de tareas en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real

Práctica 4: Diseñar los instrumentos de evaluación de la usabilidad y experiencia del usuario

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Analiza las métricas e instrumentos para medir la usabilidad y la experiencia del usuario.
3. Selecciona las métricas e instrumentos a utilizar en la evaluación (p.ej., Escala de Usabilidad de un Sistema (SUS), tiempo en la tarea y tasa de error).
4. Diseña los instrumentos para evaluar la usabilidad y la experiencia del usuario del proyecto de diseño y comunicación visual.
5. Elabora un reporte con los instrumentos.
6. Entrega del reporte formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto.
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real.

Práctica 5: Diseñar el protocolo de evaluación de la usabilidad y experiencia del usuario

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Propone medidas pertinentes en el protocolo de evaluación para salvaguardar la ética en la investigación con usuarios, incluyendo la confidencialidad, la protección de datos y el uso de los datos, entre otras.
3. Redacta el protocolo de evaluación de usabilidad y de experiencia del usuario, incluyendo todos los apartados pertinentes.
4. Entrega el documento de protocolo de evaluación en formato digital para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto.
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real.

Práctica 6: Realizar un estudio piloto de la aplicación del protocolo de evaluación

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Recluta a uno o dos sujetos de prueba para realizar el estudio piloto.
3. Ejecuta el estudio piloto con base en el protocolo de evaluación de usabilidad y de experiencia de usuario.
4. Analiza los resultados del estudio piloto.
5. Modifica el protocolo de evaluación según los resultados del estudio piloto.
6. Entrega la versión actualizada del protocolo de evaluación de usabilidad y de experiencia de usuario para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real
- Protocolo de evaluación de usabilidad y experiencia del usuario

Práctica 7: Ejecutar el protocolo de evaluación de usabilidad y experiencia del usuario

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Recluta a los sujetos de prueba para la evaluación.
3. Configura el espacio donde se llevará a cabo la evaluación.
4. Ejecuta el estudio de evaluación con base en el protocolo de evaluación de usabilidad y de experiencia de usuario.
5. Recolecta los datos pertinentes del estudio de evaluación según las métricas e instrumentos definidos.
6. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
7. Entrega el reporte para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real
- Protocolo de evaluación de usabilidad y experiencia del usuario

Unidad III. Análisis y comunicación de resultados

Práctica 8: Analizar e interpretar los datos recolectados en el estudio de evaluación

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Selecciona las técnicas de análisis de datos pertinentes al estudio de evaluación.
3. Aplica las técnicas de análisis cuantitativas y cualitativas a los datos recolectados en el estudio de evaluación.
4. Interpreta las métricas de usabilidad y de experiencia de usuario con base en los resultados obtenidos.
5. Elabora un reporte con el análisis e interpretación de los resultados.
6. Entrega el reporte para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real
- Protocolo de evaluación de la usabilidad y de la experiencia del usuario

Práctica 9: Comunicar los hallazgos del estudio de evaluación

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Selecciona el tipo de reporte y las técnicas pertinentes para comunicar los hallazgos del estudio de evaluación.
3. Aplica las técnicas seleccionadas para comunicar hallazgos (p.ej., gráficos, dashboards, storytelling, entre otros).
4. Redacta el reporte que incluya las técnicas de comunicación seleccionadas.
5. Entrega el reporte para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto

- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real

Práctica 10: Priorizar los problemas identificados en el estudio de evaluación

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Selecciona la técnica pertinente para priorizar los problemas identificados en el estudio de evaluación.
3. Aplica la técnica de priorización seleccionada.
4. Documenta los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real

Práctica 11: Realizar una propuesta de mejora viable (operativa, económica y social) con base en los resultados del estudio de evaluación

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Analiza las posibles mejoras a realizar en el proyecto de diseño y comunicación visual con base en el análisis de priorización de problemas y de acuerdo con su viabilidad, impacto e innovación social.
3. Realiza mejoras al proyecto de diseño y comunicación visual.
4. Elabora un reporte sobre las mejoras realizadas en el proyecto de diseño y comunicación visual.
5. Entrega el reporte para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real

Práctica 12: Realizar una presentación ejecutiva tipo pitch profesional

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende indicaciones docentes para la realización de la práctica.
2. Agrupa los resultados del estudio de evaluación de la usabilidad y de la experiencia del usuario, incluyendo las mejoras aplicadas al proyecto de diseño y comunicación visual.
3. Elabora una presentación ejecutiva tipo pitch profesional, utilizando como apoyo un software libre para presentaciones multimedia.
4. Realiza la presentación oral ejecutiva mediante una plataforma de videoconferencia.
5. Entrega el informe final del proyecto integral, incluyendo los documentos, protocolos, datos y la presentación multimedia para revisión y retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Proyecto de diseño o de comunicación visual de un caso real

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP) en línea
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos digitales
- Aprendizaje basado en casos o simulaciones digitales
- Microaprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros

- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Gamificación o aprendizaje basado en juego
- Aprendizaje servicio en línea (proyectos virtuales con comunidades)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de aplicaciones para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Participación en simulaciones digitales (laboratorios virtuales, escenarios de rol)
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación está en una escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales (2)	20%
- Prácticas taller	30%
- Metas/actividades	10%
- Proyecto integral	40%

Total

100%

XI. PERFIL DOCENTE

La persona docente deberá contar con licenciatura en Diseño, Diseño y Comunicación Visual, Diseño de Interacción, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería de Software, Informática o áreas afines, con formación o experiencia relacionada con el diseño de interfaces, experiencia de usuario o interacción humano-computadora. Se valorará contar con estudios de maestría o doctorado en Experiencia de Usuario (UX), Interacción Humano-Computadora, innovación, gestión de proyectos, tecnologías digitales o áreas afines.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Diseño de Experiencia de Usuario en Entornos Físicos
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Genaro Nájera Ocegueda Mariel Organista Camacho Lizeth Guadalupe Félix Lugo María Fernanda Arriaga Osuna
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar en el estudiantado competencias para el diseño de experiencias significativas en entornos físicos mediante metodologías de investigación, mapeo estratégico de touchpoints y evaluación de indicadores de experiencia, para optimizar la interacción del trinomio usuario-espacio-servicio, integrando criterios de accesibilidad, inclusión y sostenibilidad, con enfoque ético, innovador y de responsabilidad social. Aporta habilidades tecnológicas, conocimiento teórico y la formación de pensamiento crítico para la producción de experiencias centradas en el usuario, que permitan una correspondencia entre la investigación, el diagnóstico y su evaluación a través de indicadores de impacto, e innovación con responsabilidad social. Esta unidad de aprendizaje se imparte en la etapa terminal con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Tecnología.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar, prototipar y evaluar experiencias de usuario (UX) en entornos físicos complejos mediante la aplicación de metodologías de experiencia de usuario, herramientas de análisis espacial y validación empírica, para la consolidación de un diseño estratégico de experiencia de usuario, con orientación estratégica, pensamiento crítico, de inclusión y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Propuesta de diseño estratégico de experiencia de usuario para un entorno físico real (espacio urbano, laboral, corporativo, industrial, residencial, comercial o institucional). Dicha propuesta de diseño considera los siguientes elementos: Customer Journey Map, Blueprint de servicio, Prototipo de intervención espacial, Sistema de señalización y puntos de contacto, Plan de indicadores (KPIs de experiencia), Validación con usuarios, Informe ejecutivo y la presentación, para determinar su impacto en el bienestar del usuario y la toma de decisiones, con fundamento teórico, metodológico, pensamiento crítico, de inclusión y responsabilidad social.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Innovación Social; Vanguardia; Inclusión y Compromiso con la Responsabilidad Social.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de la experiencia de usuario (UX) en entornos físicos

Competencia

Analizar la experiencia del usuario (UX) en entornos físicos mediante un diagnóstico estratégico de interacciones y puntos de contacto para determinar su impacto en el bienestar del usuario y la toma de decisiones, con enfoque ético, innovador y de responsabilidad social.

Contenido

- 1.1. Experiencia de usuario (UX) aplicada a espacios físicos
 - 1.1.1. Definición de la UX
 - 1.1.2. Contexto de uso / funcionalidad del entorno físico
- 1.2. Definición, similitudes y diferencias entre la UX digital y UX espacial
 - 1.2.1. Concepto de UX digital
 - 1.2.2. Concepto de UX espacial
 - 1.2.3. Similitudes y diferencias entre los tipos de experiencias: UX digital y UX espacial
- 1.3. El espacio como interfaz
 - 1.3.1. El espacio como medio de interacción
 - 1.3.2. Funciones del espacio como interfaz (orientación, affordances, comunicación visual y simbólica)
- 1.4. Psicología ambiental y percepción espacial
 - 1.4.1. Conceptos clave de la psicología ambiental
 - 1.4.1.1. Apego al lugar
 - 1.4.1.2. Privacidad y control
 - 1.4.2. Factores de percepción espacial en la UX
 - 1.4.2.1. Proxemia
 - 1.4.2.2. Atributos físicos
 - 1.4.2.3. Escala y proporción
- 1.5. Touchpoints físicos y sensorialidad
 - 1.5.1. Mapeo de touchpoints físicos en el Customer Journey
 - 1.5.2. Ergonomía y usabilidad en el diseño del entorno
 - 1.5.3. UX Sensorial: El sistema de estímulos como interfaz
 - 1.5.4. Asequibilidad (affordance) en objetos físicos
 - 1.5.5. Accesibilidad universal en espacios tangibles
 - 1.5.6. Emociones y memoria sensorial
- 1.6. Customer Journey en servicios presenciales
- 1.7. Introducción a indicadores estratégicos (KPIs) de experiencia

Duración

04 horas

Unidad II. Investigación y mapeo estratégico

Competencia

Construir diagnósticos de experiencia de usuario (UX) mediante herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa, y un mapeo estratégico para identificar las partes funcionales de un producto y aquellas que causan fricción o insatisfacción por parte del usuario, con un enfoque ético, innovador y de responsabilidad social.

Contenido

- 2.1. Técnicas de observación contextual
 - 2.1.1. Observación del comportamiento visual del usuario
 - 2.1.2. Registro fotográfico y diagramas de atención
 - 2.1.3. Identificación del ruido visual y fallas en la comunicación
- 2.2. Shadowing y etnografía rápida.
 - 2.2.1. Seguimiento de recorridos y decisiones visuales del usuario
 - 2.2.2. Detección de momentos de confusión o desorientación visual
- 2.3. Service Blueprint
 - 2.3.1. Evidencia física
 - 2.3.2. Acciones del cliente
 - 2.3.3. Acciones frontstage (visibles)
 - 2.3.4. Acciones backstage (invisibles)
 - 2.3.5. Procesos de soporte
- 2.4. Mapeo estratégico de touchpoints
- 2.5. Análisis de indicadores de satisfacción
- 2.6. Interpretación de insights

Duración

04 horas

Unidad III. Prototipado e intervención espacial

Competencia

Diseñar prototipos de soluciones en entornos físicos mediante la aplicación de metodologías de diseño centrado en la experiencia del usuario (UX) enfocadas en la intervención espacial, la implementación de señalética estratégica y la manipulación de estímulos sensoriales, con el fin de optimizar la experiencia de navegación y habitabilidad de un espacio, con creatividad, dominio tecnológico, inclusión y responsabilidad social.

Contenido

- 3.1. Diseño centrado en el usuario
 - 3.1.1. Importancia del diseño centrado en el usuario
 - 3.1.2. El rol del diseñador en la UX
- 3.2. Señalética estratégica
 - 3.2.1. Componentes clave de la señalética en la UX

- 3.2.2. Beneficios de la señalética estratégica
- 3.3. Diseño sensorial
 - 3.3.1. Componentes clave
 - 3.3.1.1. Visual
 - 3.3.1.2. Auditivo
 - 3.3.1.3. Táctil
 - 3.3.1.4. Olfativo
 - 3.3.1.5. Gusto
- 3.4. Accesibilidad universal
 - 3.4.1. Aspectos clave de la accesibilidad universal en UX
- 3.5. Tecnologías emergentes aplicadas al espacio
- 3.6. Prototipado rápido

Duración

04 horas

Unidad IV. Evaluación, medición e innovación

Competencia

Evaluar el impacto de la experiencia de usuario (UX) diseñada mediante la aplicación de indicadores estratégicos, métricas de lealtad, pruebas piloto y metodologías de iteración, para sustentar propuestas de innovación y mejora continua que se comuniquen de forma efectiva a través de presentaciones ejecutivas de resultados, con responsabilidad, ética profesional, honestidad y transparencia.

Contenido

- 4.1. Indicadores de experiencia (KPIs de UX)
 - 4.1.1. Definición y selección de indicadores clave de desempeño en espacios físicos
 - 4.1.2. El mapa de calor (heatmaps)
 - 4.1.3. Alineación de objetivos de diseño y de negocio
- 4.2. Net Promoter Score (NPS)
 - 4.2.1. Metodología de cálculo
 - 4.2.2. Adaptación de encuestas NPS para el entorno físico y puntos de contacto
- 4.3. Métricas de satisfacción
 - 4.3.1. Customer Satisfaction Score (CSAT)
 - 4.3.2. Customer Effort Score (CES)
 - 4.3.3. Herramientas de recolección de datos en tiempo real (kioscos, QR, observación)
- 4.4. Pruebas piloto
 - 4.4.1. Diseño y ejecución de prototipos de alta fidelidad en entornos reales
 - 4.4.2. Selección de muestras de usuarios y escenarios de prueba
 - 4.4.3. Recopilación de retroalimentación directa y observación no intrusiva
- 4.5. Iteración y mejora continua
 - 4.5.1. Ciclos de retroalimentación (feedback loops) para el rediseño espacial
 - 4.5.2. Metodología Agile aplicada a la optimización de entornos físicos
- 4.6. Presentación ejecutiva de resultados

- 4.6.1. Visualización de datos (data storytelling)
- 4.6.2. Elaboración de reportes y recomendaciones de diseño
- 4.6.3. Argumentación del retorno de inversión (ROI) de la UX

Duración

04 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos de UX en entornos físicos

Práctica 1: Auditoría de experiencia en espacio real

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un espacio físico real (comercial, institucional o cultural).
3. Realiza recorrido completo como usuario observador.
4. Identifica puntos de contacto físicos y sensoriales.
5. Analiza condiciones de orientación, ergonomía, accesibilidad y estímulos ambientales.
6. Detecta oportunidades y fricciones en la experiencia.
7. Registra hallazgos en bitácora estructurada.
8. Presenta diagnóstico preliminar fundamentado.
9. Recibe retroalimentación por parte del docente.

Recursos de apoyo

- Bitácora de auditoría UX
- Plano del espacio
- Cámara fotográfica
- Referencias bibliográficas: Bitner, y Norman
- Plantilla de checklist de experiencia

Práctica 2: Mapeo inicial de touchpoints

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica todos los puntos de contacto físicos del entorno.
3. Clasifica touchpoints en informativos, sensoriales, operativos y emocionales.
4. Analiza el impacto de cada punto en la UX.
5. Representa gráficamente el sistema de touchpoints.
6. Justifica la jerarquización y relevancia estratégica.

7. Entrega avance y recibe retroalimentación por parte del docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de mapeo
- Software de diagramación
- Lecturas sobre UX sensorial

Práctica 3: Diagnóstico de fricciones

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza la información obtenida en prácticas anteriores.
3. Identifica los momentos de confusión, desorientación o sobrecarga sensorial.
4. Clasifica las fricciones en cognitivas, físicas, emocionales y comunicacionales (matriz de fricciones).
5. Determina las causas estructurales del problema.
6. Prioriza las fricciones según su impacto en el bienestar del usuario.
7. Elabora un informe diagnóstico con evidencia.
8. Recibe retroalimentación por parte del docente.

Recursos de apoyo

- Matriz de fricciones
- Bitácora
- Lecturas de psicología ambiental

Práctica 4: Construcción de journey preliminar

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define el perfil de usuario representativo.
3. Establece las etapas del recorrido físico.
4. Registra las acciones, emociones y expectativas por etapa.
5. Identifica los momentos críticos (pain points).
6. Representa gráficamente el Customer Journey Map preliminar.
7. Justifica la interpretación estratégica del recorrido.
8. Entrega documento y recibe retroalimentación por parte del docente.

Recursos de apoyo:

- Plantilla de Customer Journey
- Software de diagramación

Unidad II. Investigación y mapeo estratégico

Práctica 5: Observación contextual estructurada

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña un instrumento de observación.
3. Registra el comportamiento visual y espacial del usuario.
4. Documenta los tiempos de decisión y desplazamiento.
5. Detecta los patrones de interacción.
6. Analiza el ruido visual o fallas comunicativas.
7. Sistematiza los datos en una matriz estructurada.
8. Recibe retroalimentación por parte del docente.

Recursos de apoyo:

- Formato de observación
- Cronómetro
- Cámara
- Lecturas de observación contextual

Práctica 6: Entrevistas semiestructuradas

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña una guía de entrevista alineada a objetivos de la UX.
3. Aplica las entrevistas a usuarios reales.
4. Identifica las percepciones, emociones y expectativas.
5. Analiza las coincidencias y divergencias.
6. Extrae insights relevantes.
7. Elabora un reporte interpretativo fundamentado.
8. Recibe retroalimentación por parte del docente.

Recursos de apoyo

- Guía de entrevista
- Grabadora o celular
- Plantilla de análisis cualitativo

Práctica 7: Blueprint de servicio

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica acciones del cliente.
3. Define interacciones front-stage y back-stage.
4. Integra evidencia física del servicio.
5. Representa procesos de soporte.
6. Detecta desconexiones entre experiencia visible e invisible.
7. Presenta blueprint estructurado.
8. Recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de Service Blueprint
- Software de diagramación
- Lecturas de diseño de servicios

Práctica 8: Matriz de oportunidades

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Integra los hallazgos de observación y entrevistas.
3. Clasifica las oportunidades según su impacto y viabilidad.
4. Establece las prioridades estratégicas.
5. Relaciona las oportunidades con el bienestar del usuario.
6. Fundamenta la selección de áreas de intervención.
7. Entrega una matriz argumentada.

Recursos de apoyo

- Plantilla de matriz impacto–viabilidad
- Bitácora de investigación

Unidad III. Prototipado e intervención espacial

Práctica 9: Ideación estratégica

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Realiza una sesión de ideación basada en insights.
3. Genera propuestas de mejora espacial.
4. Integra los criterios de accesibilidad universal.
5. Incorpora el diseño sensorial (luz, sonido, color).
6. Selecciona las propuestas viables estratégicamente.

7. Justifica las decisiones de diseño centrado en el usuario.

Recursos de apoyo

- Técnica de brainstorming
- Plantilla de conceptualización
- Lecturas de diseño centrado en el usuario

Práctica 10: Prototipo espacial

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define el alcance del prototipo.
3. Desarrolla una maqueta física o simulación digital.
4. Integra la señalética estratégica y puntos de contacto.
5. Considera la ergonomía y los flujos de circulación.
6. Documenta las decisiones formales y funcionales.
7. Presenta un prototipo preliminar.

Recursos de apoyo

- Software 3D o UX
- Material de maquetería
- Planos del espacio
- Manual de señalética

Práctica 11: Validación con usuarios

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Diseña una prueba piloto.
3. Aplica el test a usuarios reales.
4. Registra los tiempos, errores y reacciones.
5. Analiza el comportamiento observado.
6. Identifica las mejoras necesarias.
7. Elabora un reporte técnico de validación.

Recursos de apoyo

- Formato de evaluación
- Cronómetro
- Checklist de accesibilidad

Práctica 12: Ajustes iterativos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza los resultados de validación.
3. Ajusta el prototipo espacial.
4. Optimiza la claridad comunicativa.
5. Mejora la accesibilidad y señalética.
6. Documenta el proceso iterativo.
7. Presenta una versión optimizada.

Recursos de apoyo

- Software de diseño
- Bitácora de iteración

Unidad IV. Evaluación, medición e innovación

Práctica 13: Definición de KPIs

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Define los indicadores estratégicos de experiencia.
3. Establece las métricas cuantitativas y cualitativas.
4. Relaciona KPIs con objetivos del proyecto.
5. Diseña el sistema de medición.
6. Justifica la pertinencia de los indicadores seleccionados.

Recursos de apoyo

- Plantilla de KPIs
- Lecturas sobre NPS y métricas de satisfacción

Práctica 14: Evaluación piloto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Implementa una medición preliminar.
3. Aplica las encuestas de satisfacción.
4. Calcula NPS.
5. Registra los indicadores clave.

6. Analiza el comportamiento del usuario.
7. Documenta los resultados obtenidos.

Recursos de apoyo

- Encuesta estructurada
- Hoja de cálculo
- Formato de NPS

Práctica 15: Análisis de resultados

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Sistematiza los datos obtenidos.
3. Interpreta los resultados cuantitativos y cualitativos.
4. Evalúa el impacto del diseño implementado.
5. Identifica las áreas de mejora futura.
6. Redacta el informe ejecutivo preliminar.

Recursos de apoyo

- Software de análisis
- Plantilla de informe

Práctica 16: Presentación ejecutiva final

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Integra la investigación contextual.
3. Presenta Journey Map y Blueprint final.
4. Expone un prototipo espacial optimizado.
5. Justifica los indicadores de experiencia.
6. Presenta los resultados de validación.
7. Entrega el informe ejecutivo completo.
8. Defiende las decisiones metodológicas ante el grupo.

Recursos de apoyo

- Software de presentación
- Rúbrica de evaluación
- Proyector
- Informe final impreso o digital

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado por medios institucionales (como Blackboard o correo institucional).

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en preguntas
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje servicio
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Resolución de problemas
- Toma de apuntes
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60. Se deberá entregar la propuesta de diseño estratégico para aprobar la asignatura.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	20%
- Prácticas de taller	40%
- Actividades y tareas	15%
- Propuesta de diseño estratégico	25%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.

<https://doi.org/10.1177/002224299205600205> [clásica]

Fitzsimmons, J. A., Fitzsimmons, M. J., & Bordoloi, S. (2014). *Service management: Operations, strategy, information technology* (8th ed.). McGraw-Hill. [clásica]

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson. [clásica]

Krishna, A. (2012). *Customer sense: How the 5 senses influence buying behavior*. Palgrave Macmillan. [clásica]

- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420> [clásica]
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2011). *Principios universales de diseño: 125 maneras de fomentar la facilidad de uso, influir en la percepción, incrementar el atractivo de los objetos, diseñar de forma más acertada y enseñar a través del diseño*. Blume. [clásica]
- Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books. [clásica]
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. Wiley. [clásica]
- Pallasmaa, J. (2005). *The eyes of the skin: Architecture and the senses* (2nd ed., rev. and extended). John Wiley & Sons. [clásica]
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy: Updated edition*. Harvard Business Press. [clásica]
- Schifferstein, H. N. J., & Hekkert, P. (Eds.). (2008). *Product experience*. Elsevier. [clásica]
- Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media. [clásica]
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education. [clásica]

Recursos de acceso libre o complementarios externos

Banaei, M., & Chahrour, I. (2023). *Spatial Experience Design: Bridging Human Behavior and Physical Environments*. Academic Press.

Golic, S., & Pallas, J. (2022). *Designing for the Senses in Physical Spaces: Sensory UX*. Springer

Gothelf, J., & Seiden, J. (2021). *Lean UX: Designing great products with agile teams* (3rd ed.). O'Reilly Media

Kalbach, J. (2021). *Mapping experiences: A guide to creating value through journeys, blueprints, and diagrams* (2nd ed.). O'Reilly Media.

Norman, D. (2024). *Design for a better world: Meaningful, sustainable, humanity-centered*. MIT Press.

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual, Diseño Industrial, Arquitectura o áreas afines. Dominará fundamentos de la experiencia de usuario (UX) en Entornos Físicos; métodos, metodologías, herramientas de análisis espacial y validación empírica, para consolidar un diseño estratégico de UX. Preferentemente con posgrado en área afín y dos años de experiencia docente. Ser una persona creativa, analítica, inclusiva, con dominio tecnológico, capacidad innovadora y compromiso con la actualización profesional continua.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Accesibilidad y Diseño Inclusivo para Interfaces Digitales
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 04 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	Presencial
Equipo de diseño:	Karina Caro Corrales Juan Ricardo Padilla Barrios
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje tiene como finalidad introducir al estudiantado en la creación y la evaluación de proyectos de diseño y comunicación visual que puedan ser utilizados por personas con diversas capacidades y necesidades. Las y los estudiantes aprenderán conceptos fundamentales de accesibilidad, tecnologías de asistencia y patrones de diseño que promueven la inclusión, además de desarrollar habilidades para proponer y evaluar proyectos de diseño y de comunicación visual accesibles e inclusivos.

Esta unidad de aprendizaje se ubica en la terminal, es de carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Tecnología.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar y evaluar interfaces digitales inclusivas y accesibles mediante la aplicación de principios de accesibilidad y diseño inclusivo, para asegurar que la información y la interacción sean apropiadas para personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias, con respeto, empatía y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Proyecto integral de diseño y comunicación visual accesible e inclusivo. Este proyecto debería incluir:

1. Documentación del análisis de accesibilidad: un informe que justifique las decisiones de diseño basadas en normativas de accesibilidad (como las WCAG) y en la identificación de diferentes perfiles de usuario (incluidas las personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias).
2. Producto final: Prototipo de alta fidelidad que demuestre la implementación práctica de los principios de accesibilidad y de diseño inclusivo (perceptibilidad, operabilidad, comprensibilidad y robustez).
3. Resultados de pruebas con usuarios (con énfasis en la accesibilidad y diseño inclusivo): Documentación de pruebas realizadas con la participación de personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias, que demuestra su utilidad y accesibilidad.
4. Reflexión ética y social: un apartado que evalúe cómo el diseño cumple con la responsabilidad social, el respeto y la empatía, y garantice el acceso a la información.
5. Informe final escrito y presentación oral.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Seleccionar, dominar y aplicar tecnologías de vanguardia y herramientas de producción visual análogas, digitales y multimedia para integrar y evaluar estrategias de comunicación visual en ecosistemas multiplataforma accesibles y centradas en la experiencia del usuario con base en las necesidades de proyectos, narrativas transmedia y las tendencias tecnológicas, con empatía, inclusión, equidad social y de género e innovación.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Equidad Social y de Género; Inclusión; Excelencia; Vanguardia; Innovación Social e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos de accesibilidad y diseño inclusivo

Competencia

Analizar los fundamentos teóricos, conceptuales y normativos de la accesibilidad y del diseño inclusivo, mediante técnicas de análisis de contexto de uso centradas en el humano, para identificar las necesidades específicas de apoyo de personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias, con empatía, pensamiento crítico y responsabilidad social.

Contenido

- 1.1. Accesibilidad, inclusión, equidad y acceso universal
- 1.2. Diversidad de usuarios y condiciones perceptuales/cognitivas
- 1.3. Barreras en la comunicación e interacción visual
- 1.4. Ética y responsabilidad social en el diseño inclusivo

Duración

03 horas

Unidad II. Principios, estándares y normatividad de accesibilidad y diseño inclusivo

Competencia

Examinar los principios, estándares y normatividad vigentes de accesibilidad y diseño inclusivo, mediante la investigación documental y la búsqueda sistemática en fuentes de información confiables, para seleccionar los pertinentes según las necesidades específicas de apoyo de personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias, con pensamiento crítico, honestidad, empatía y responsabilidad social.

Contenido

- 2.1. Principios: perceptible, operable, comprensible, robusto
- 2.2. Accesibilidad visual: contraste, color, tipografía, jerarquía, diseño
- 2.3. Navegación accesible, contenido legible y comunicación multimodal
- 2.4. Requisitos de accesibilidad para la web y los medios interactivos

Duración

03 horas

Unidad III. Diseño de interfaces accesibles e inclusivas

Competencia

Diseñar interfaces digitales accesibles e inclusivas mediante el desarrollo de un proyecto de diseño y comunicación visual que incorpore tecnologías de asistencia e interacción adaptativas para responder a las necesidades específicas de apoyo de personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias, con respeto, creatividad, solidaridad y responsabilidad.

Contenido

- 3.1. Enfoques de diseño inclusivos y centrados en el ser humano
- 3.2. Diseño para la diversidad perceptiva, motora y cognitiva
- 3.3. Tecnologías de asistencia e interacción adaptativa
- 3.4. Contenido visual, formularios, retroalimentación y multimedia accesibles

Duración

05 horas

Unidad III. Evaluación de interfaces accesibles e inclusivas

Competencia

Evaluar interfaces digitales con enfoque de accesibilidad e inclusión mediante la aplicación sistemática de técnicas de evaluación de usabilidad y accesibilidad, para proponer mejoras sustentadas en principios y en la normatividad vigente, con responsabilidad profesional, honestidad y creatividad.

Contenido

- 4.1. Métodos de evaluación de accesibilidad y usabilidad
- 4.2. Inspección y detección de barreras
- 4.3. Pruebas de usuario con escenarios de accesibilidad
- 4.4. Rediseño iterativo y validación
- 4.5. Comunicación del impacto de la accesibilidad y el diseño

Duración

05 horas

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos de accesibilidad y diseño inclusivo

Práctica 1: Examinar los fundamentos de accesibilidad, inclusión, equidad y acceso universal

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa interfaces digitales pertinentes al contexto del curso (sitios web, apps, sistemas, prototipos o materiales digitales).
3. Reconoce situaciones en las que el acceso o el uso podría verse limitado para distintas personas o contextos.
4. Explora los fundamentos accesibilidad, inclusión, equidad y acceso universal en el diseño.
5. Describe para cada fundamento (accesibilidad, inclusión, equidad y acceso universal): significado, características, fortalezas, debilidades y enfoque.
6. Diseña un cuadro de doble entrada donde sintetices la información consultada.
7. Vincula cada fundamento con ejemplos concretos, agregando interfaces que cumplan con accesibilidad, inclusión, equidad o acceso universal y justifica brevemente por qué corresponden
8. Entrega el cuadro y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Materiales teóricos base
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Material de consulta sobre necesidades específicas de apoyo y accesibilidad en interfaces

Práctica 2. Identificar las barreras de accesibilidad de personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Identifica barreras generales de accesibilidad que pueden afectar a las personas con discapacidad y a otras poblaciones prioritarias al usar interfaces digitales.
3. Reconoce el impacto general de las barreras identificadas en la interacción y en el logro de las tareas.
4. Elabora un producto visual con los resultados obtenidos.
5. Entrega el producto y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet

- Software de procesamiento de texto
- Material de consulta sobre barreras de accesibilidad y diseño inclusivo en interfaces

Práctica 3: Mapear necesidades de acceso en tareas de interfaz

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona un conjunto de situaciones de uso de interfaces digitales y define qué tareas básicas realizará una persona usuaria (ingresar, buscar, completar, navegar, confirmar, etc.).
3. Asigna a cada situación un perfil general de usuario/a (personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias) y caracteriza necesidades y condiciones relevantes para el uso.
4. Simula la interacción desde cada perfil y detecta fricciones o barreras potenciales durante la ejecución de las tareas.
5. Registra la evidencia de lo observado (qué pasó, dónde ocurrió, por qué afecta el uso) y clasifica los hallazgos por tipo de implicación en la experiencia.
6. Propón ajustes generales de diseño para reducir las barreras detectadas (mejoras accionables, sin entrar en soluciones técnicas).
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente

Práctica 4: Reflexionar sobre los aspectos éticos y responsabilidad social en el diseño inclusivo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Reflexiona sobre la responsabilidad social y la ética profesional relacionadas con la accesibilidad y el diseño inclusivo en interfaces digitales.
3. Reconoce las implicaciones generales de estas perspectivas en las decisiones de diseño y su impacto en las personas usuarias.
4. Elabora una guía visual de recomendaciones sobre los aspectos éticos y de responsabilidad social a tomar en cuenta para lograr un diseño inclusivo.
5. Entrega la guía y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet

- Software de procesamiento de texto

Práctica 5: Elegir una población de personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Explora posibles poblaciones de personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias, relacionadas con el uso de interfaces digitales.
3. Reconoce los criterios generales para la selección de una población (pertinencia, contexto, viabilidad y relevancia para el proyecto).
4. Compara alternativas de población considerando las necesidades, los contextos de uso e implicaciones generales para el diseño inclusivo.
5. Elige una población objetivo para orientar el trabajo posterior del curso.
6. Sintetiza la decisión en un producto escrito que justifique, de forma general, la selección realizada.
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Materiales teóricos base

Unidad II. Principios, estándares y normatividad de accesibilidad y diseño inclusivo

Práctica 6: Comparar los principios de accesibilidad: perceptible, operable, comprensible, robusto

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Compara los principios de accesibilidad y de diseño inclusivo (Perceptible, Operable, Comprensible y Robusto).
3. Reconoce similitudes y diferencias entre los principios, considerando su propósito general y su aplicación en interfaces digitales.
4. Relaciona cada principio con ejemplos generales de interacción y uso (reales o hipotéticos) en interfaces digitales.

5. Identifica las implicaciones generales de cada principio en la toma de decisiones de diseño de interfaces accesibles e inclusivas.
6. Sintetiza las ideas principales y sus implicaciones para el diseño de interfaces.
7. Elabora un cuadro comparativo de los resultados obtenidos.
8. Entrega el cuadro comparativo y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Materiales teóricos base

Práctica 7: Inspeccionar los estándares, principios y normativas vigentes de accesibilidad y diseño inclusivo según las necesidades específicas de los usuarios

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Inspecciona estándares, principios y normatividad relacionados con la accesibilidad y el diseño inclusivo aplicables a las interfaces digitales.
3. Reconoce elementos generales de los documentos revisados (propósito, alcance y criterios relevantes).
4. Relaciona los elementos identificados con las necesidades generales de las personas usuarias y con los contextos de uso.
5. Identifica las implicaciones generales de los estándares y la normatividad en las decisiones de diseño de interfaces accesibles e inclusivas.
6. Sintetiza los puntos principales y su relevancia para el diseño de interfaces.
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Materiales teóricos base
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Estándares, principios y normatividad de accesibilidad y diseño inclusivo
- Banco de ejemplos digitales

Práctica 8: Categorizar los estándares, principios y normativas vigentes de accesibilidad y diseño inclusivo según las necesidades específicas de los usuarios

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa estándares, principios y normatividad de accesibilidad y diseño inclusivo pertinentes al diseño de interfaces digitales.
3. Categoriza la información revisada según las necesidades generales de las personas usuarias y los contextos de uso.
4. Reconoce criterios o componentes recurrentes para organizar los elementos identificados.
5. Relaciona las categorías definidas con sus implicaciones generales para el diseño y la evaluación de interfaces digitales.
6. Sintetiza la categorización realizada y sus implicaciones para el diseño de interfaces.
7. Elabora una infografía con los resultados obtenidos.
8. Entrega la infografía y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Materiales teóricos base
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Estándares, principios y normatividad de accesibilidad y diseño inclusivo
- Banco de ejemplos digitales

Práctica 9: Elegir los requisitos de accesibilidad con base en los estándares, principios y normativa pertinente según las necesidades específicas de los usuarios

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza la información revisada sobre estándares, principios y normatividad para definir los requisitos aplicables al proyecto.
3. Selecciona requisitos generales de accesibilidad y de diseño inclusivo acordes con las necesidades y contextos considerados.
4. Reconoce implicaciones generales de los requisitos seleccionados en decisiones de diseño, contenido e interacción.
5. Organiza los requisitos seleccionados.
6. Elabora un organizador gráfico con los resultados obtenidos.
7. Entrega el organizador gráfico y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Materiales teóricos base
- Internet
- Software de procesamiento de texto

Práctica 10: Realizar una propuesta para la aplicación de los estándares, principios y normativa pertinentes al diseño de interfaces digitales accesibles e inclusivas.

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Realiza un análisis de los estándares, principios y normativa pertinentes al diseño de interfaces digitales accesibles e inclusivas.
3. Elabora una propuesta para aplicar los estándares, principios y la normativa de accesibilidad a un proyecto de diseño y comunicación visual que incluya interfaces digitales accesibles e inclusivas.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Estándares, principios y normativa de accesibilidad y diseño inclusivo

Unidad III: Diseño de interfaces accesibles e inclusivas

Práctica 11: Examinar los enfoques de diseño inclusivos y centrados en el ser humano

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Examina enfoques generales de diseño inclusivo y centrado en el usuario aplicables a interfaces digitales.
3. Reconoce elementos comunes de los enfoques revisados (propósito, etapas, principios o criterios).
4. Relaciona los enfoques con las necesidades generales de las personas usuarias y con los contextos de uso.

5. Identifica las implicaciones generales de estos enfoques en la toma de decisiones para el diseño de interfaces accesibles e inclusivas.
6. Elabora un producto gráfico con los resultados obtenidos.
7. Entrega el organizador gráfico y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Materiales teóricos base
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Banco de ejemplos digitales

Práctica 12: Diseñar interfaces digitales accesibles e inclusivas para la diversidad perceptiva

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para el diseño de interfaces digitales accesibles e inclusivas
3. Utiliza un software de diseño para elaborar una propuesta de interfaces digitales accesibles e inclusivas para la diversidad perceptiva
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño

Práctica 13: Comparar las técnicas de diseño de interfaces para la diversidad perceptiva, motora y cognitiva

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Compara técnicas generales de diseño orientadas a atender la diversidad perceptiva, motora y cognitiva en interfaces digitales.
3. Reconoce las diferencias y similitudes entre las técnicas revisadas, considerando su intención y su aplicación general.

4. Relaciona las técnicas con las necesidades generales de las personas usuarias y con los contextos de uso.
5. Identifica las implicaciones generales de las técnicas comparadas en la toma de decisiones de diseño de interfaces accesibles e inclusivas.
6. Elabora un cuadro comparativo de los resultados obtenidos.
7. Entrega el cuadro comparativo y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Materiales teóricos base
- Internet
- Software de procesamiento de texto

Práctica 14: Diseñar interfaces digitales accesibles e inclusivas para la diversidad motora

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para el diseño de interfaces digitales accesibles e inclusivas
3. Utiliza un software de diseño para elaborar una propuesta de interfaces digitales accesibles e inclusivas para la diversidad motora.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño

Práctica 15: Investigar las tecnologías de asistencia pertinentes según las necesidades específicas de los usuarios

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Localiza información sobre tecnologías de asistencia y apoyos vinculados al uso de interfaces digitales.
3. Describe de forma general qué permite hacer cada apoyo y en qué situaciones resulta útil.

4. Vincula los apoyos revisados con las necesidades generales de las personas usuarias y con los contextos de uso.
5. Generar consideraciones clave para el diseño de interfaces digitales que sean accesibles e inclusivas.
6. Elabora un reporte con los resultados obtenidos y las referencias consultadas.
7. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Materiales teóricos base
- Fuentes de consulta sobre tecnologías de asistencia y accesibilidad

Práctica 16: Diseñar interfaces digitales accesibles e inclusivas para la diversidad cognitiva

Duración

02 horas

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para el diseño de interfaces digitales accesibles e inclusivas
3. Utiliza un software de diseño para elaborar una propuesta de interfaces digitales accesibles e inclusivas para la diversidad cognitiva.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño

Práctica 17: Diseñar una propuesta de tecnología de asistencia para personas con necesidades específicas de apoyo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para el diseño de tecnología de asistencia (*assistive technology*).
3. Utiliza un software de diseño para elaborar una propuesta de tecnología de asistencia para personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias.

4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño

Práctica 18: Diseñar un prototipo de baja fidelidad aplicando los estándares, principios y normativa pertinente de accesibilidad y diseño inclusivo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para crear prototipos de baja fidelidad, accesibles e inclusivos.
3. Utiliza un software de diseño para crear un prototipo de baja fidelidad, aplicando los estándares, principios y la normativa pertinentes de accesibilidad e inclusión.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño
- Estándares, principios y normativa de accesibilidad y diseño inclusivo

Práctica 19: Validar el prototipo de baja fidelidad con personas con necesidades específicas de apoyo

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para validar prototipos de baja fidelidad, accesibles e inclusivos.
3. Recluta de dos a cinco personas con discapacidad y otras poblaciones prioritarias para participar en la validación

4. Valida el prototipo de baja fidelidad con personas que requieren apoyo específico.
5. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
6. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Prototipo de baja fidelidad

Práctica 20: Diseñar un prototipo de alta fidelidad aplicando los estándares, principios y la normativa pertinente de accesibilidad y diseño inclusivo

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para crear prototipos de alta fidelidad, accesibles e inclusivos.
3. Utiliza un software de diseño para crear un prototipo de alta fidelidad, aplicando los estándares, principios y la normativa pertinentes de accesibilidad e inclusión.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Software de diseño
- Estándares, principios y normativa de accesibilidad y diseño inclusivo

Unidad IV: Evaluación de interfaces accesibles e inclusivas

Práctica 21: Clasificar los métodos de evaluación de accesibilidad y usabilidad

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Recopila métodos de evaluación relacionados con la accesibilidad y el diseño inclusivo en interfaces digitales.
3. Ordena los métodos revisados según los criterios generales definidos por el docente.
4. Distingue qué tipo de información aporta cada método y qué limitaciones generales

puede presentar.

5. Asocia los métodos con las necesidades generales de las personas usuarias y con los contextos de uso.
6. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
7. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Materiales teóricos base
- Fuentes de consulta sobre evaluación de accesibilidad y diseño inclusivo

Práctica 22: Redactar el protocolo de evaluación de accesibilidad y usabilidad del prototipo de alta fidelidad

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para la redacción de protocolos de evaluación de la accesibilidad y la usabilidad de prototipos.
3. Redacta el protocolo de evaluación de la accesibilidad y la usabilidad del prototipo de alta fidelidad.
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Prototipo de alta fidelidad

Práctica 23: Examinar las técnicas para inspeccionar y detectar barreras de accesibilidad

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.

2. Revisa técnicas generales para inspeccionar interfaces digitales con enfoque de accesibilidad y diseño inclusivo.
3. Aplica, de manera general, una o más técnicas de inspección a ejemplos de interfaces seleccionados por el docente o el grupo.
4. Registra los hallazgos de forma organizada, describiendo las barreras y las condiciones de uso asociadas.
5. Ordena los hallazgos según un criterio de prioridad general definido por el docente.
6. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
7. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Materiales teóricos base
- Banco de ejemplos digitales
- Formato de registro de hallazgos (definido por el docente)

Práctica 24: Investigar los tipos de pruebas de usuario con escenarios de accesibilidad

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Explora enfoques generales para realizar pruebas con usuarios, enfocadas en la accesibilidad y el diseño inclusivo.
3. Define tareas o escenarios de uso de manera general para orientar una prueba (según el contexto del curso).
4. Redacta preguntas generales de apoyo para obtener información relevante durante la prueba.
5. Establece criterios generales para registrar los resultados (dificultades, observaciones, comentarios u otros aspectos).
6. Organiza la propuesta de prueba.
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Materiales teóricos base

Práctica 25: Realizar un estudio piloto utilizando el protocolo de evaluación de accesibilidad y usabilidad

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para realizar estudios piloto de evaluación de la accesibilidad y la usabilidad.
3. Recluta a dos o tres personas con necesidades específicas de apoyo para participar en el estudio piloto.
4. Realiza el estudio piloto utilizando el protocolo de evaluación de accesibilidad y de usabilidad.
5. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
6. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Prototipo de alta fidelidad
- Protocolo de evaluación de accesibilidad y usabilidad

Práctica 26: Ejecutar el protocolo de evaluación de accesibilidad y usabilidad del prototipo de alta fidelidad con personas con necesidades específicas de apoyo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para realizar estudios de evaluación de la accesibilidad y la usabilidad.
3. Recluta a personas con necesidades específicas de apoyo para participar en el estudio de evaluación.
4. Configura el espacio donde se llevará a cabo el estudio de evaluación.
5. Ejecuta el protocolo de evaluación de accesibilidad y usabilidad del prototipo de alta fidelidad con personas que requieren apoyo específico.
6. Recolecta los datos pertinentes del estudio de evaluación según las métricas e instrumentos definidos.
7. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.

8. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Prototipo de alta fidelidad
- Protocolo de evaluación de accesibilidad y usabilidad

Práctica 27: Analizar e interpretar los datos recolectados del estudio de evaluación de accesibilidad y usabilidad del prototipo de alta fidelidad

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Aplica una metodología para el análisis e interpretación de datos recolectados de estudios de evaluación de accesibilidad y usabilidad
3. Utiliza un software de análisis de datos para aplicar técnicas de análisis cuantitativas y cualitativas a los datos recolectados en el estudio de evaluación.
4. Interpreta las métricas de accesibilidad y usabilidad a partir de los resultados obtenidos.
5. Elabora un reporte con el análisis e interpretación de los resultados.
6. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto
- Prototipo de alta fidelidad
- Protocolo de evaluación de accesibilidad y usabilidad
- Software de análisis de datos

Práctica 28: Realizar una propuesta de mejora viable al prototipo de alta fidelidad con base en los resultados del estudio de evaluación

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Analiza las posibles mejoras al prototipo de alta fidelidad con base en los resultados del estudio de evaluación.

3. Rediseña el prototipo de alta fidelidad incorporando las mejoras identificadas.
4. Elabora un reporte sobre las mejoras realizadas al prototipo de alta fidelidad.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto.
- Software de diseño y prototipado

Práctica 29: Comunicar los hallazgos del proyecto integral

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Selecciona el tipo de reporte y las técnicas pertinentes para comunicar los hallazgos del proyecto integral.
3. Agrupa los resultados del proyecto integral, incluyendo las mejoras aplicadas al prototipo de alta fidelidad, así como los de validación y del estudio de evaluación.
4. Aplica las técnicas seleccionadas para comunicar hallazgos (p.ej., gráficos, dashboards, storytelling, entre otros).
5. Redacta un reporte del proyecto integral que incluya las técnicas de comunicación seleccionadas.
6. Elabora una presentación ejecutiva tipo pitch profesional, utilizando como apoyo un software de presentaciones multimedia.
7. Realiza la presentación oral ejecutiva ante el grupo utilizando la presentación multimedia.
8. Entrega el informe final del proyecto integral, incluyendo los documentos, protocolos, datos y la presentación multimedia, y recibe retroalimentación docente.

Recursos de apoyo

- Computadora
- Internet
- Software de procesamiento de texto.
- Software para presentaciones multimedia

IX. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El primer día de clase, cada docente debe establecer de forma clara y formal:

- La metodología de trabajo.
- Criterios de evaluación y rúbricas.
- Reglas sobre la calidad y la entrega de trabajos académicos.
- Derechos y obligaciones del docente y de los estudiantes.

Esto debe quedar registrado y comunicado mediante medios institucionales, como Blackboard o el correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje servicio
- Aprendizaje situado
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Instrucción directa o guiada
- Proyectos integradores o interdisciplinarios
- Resolución de problemas reales con actores sociales
- Simulación de casos reales
- Tutoría entre pares

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación acción participativa
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica reflexiva

- Resolución de problemas
- Trabajo colaborativo y autónomo

X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en una escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	10%
- Prácticas taller/laboratorio	40%
- Tareas/Actividades	10%
- Proyecto integral (Evidencia de desempeño)	40%
<i>Total</i>	100%

XI. REFERENCIAS

Recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Elliott, S. N., Kettler, R. J., Beddow, P. A., & Kurz, A. (Eds.). (2018). *Handbook of accessible instruction and testing practices: Issues, innovations, and applications* (2nd ed.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71126-3> [clásica]

Goodman-Deane, J., Dong, H., Heylighen, A., Lazar, J., & Clarkson, P. J. (Eds.). (2023). *Design for sustainable inclusion: CWUAAT 2023*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-28528-8>

Johnson, J. (2020). *Designing with the mind in mind: A simple guide to understanding user interface design guidelines* (3rd ed.). Morgan Kaufmann. [clásica]

- Langdon, P., Lazar, J., Heylighen, A., & Dong, H. (Eds.). (2018). *Breaking down barriers: Usability, accessibility and inclusive design*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-75028-6> [clásica]
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2011). *Principios universales de diseño*. Blume. [clásica]
- Lupton, E., Kafei, F., Tobias, J., Halstead, J. A., Sales, K., Xia, L., & Vergara, V. (2023). *Extra bold: Un manual feminista, inclusivo, antirracista y no binario para el diseño gráfico*. Editorial GG.
- Nielsen, J. (1994). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann. [clásica]
- Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books. [clásica]
- Tullis, T., & Albert, B. (2022). *Measuring the user experience: Collecting, analyzing, and presenting UX metrics* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.
- Wei, J., & Margetis, G. (Eds.). (2025). *Human-centered design, operation and evaluation of mobile communications: 6th International Conference, MOBILE 2025, held as part of the 27th HCI International Conference, HCII 2025, Gothenburg, Sweden, June 22–27, 2025, proceedings, Part I*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-93061-4>

Recursos de acceso libre o complementarios externos

- Brown, T. (2009, July). *Designers—think big!* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/tim_brown_designers_think_big [clásica]

Dumas, J. S., & Redish, J. C. (1993). *A practical guide to usability testing*. Ablex Publishing.
[clásica]

Fadell, T. (2015, March). *The first secret of design is... noticing* [Video]. TED Conferences.
https://www.ted.com/talks/tony_fadell_the_first_secret_of_design_is_noticing [clásica]

International Organization for Standardization. (2025). *Ergonomics of human-system interaction—Part 171: Software accessibility (ISO 9241-171:2025)*.
<https://www.iso.org/standard/86308.html>

Mace, R. L., Hardie, G. J., & Place, J. P. (1991). *Accessible environments: Toward universal design*. Center for Universal Design, North Carolina State University. [clásica]

Microsoft. (s. f.). *Inclusive Design*. <https://inclusive.microsoft.design/>

Nielsen Norman Group. (s. f.). *Nielsen Norman Group*. <https://www.nngroup.com/>

Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests* (2nd ed.). Wiley. [clásica]

Sharp, H., Preece, J., & Rogers, Y. (2019). *Interaction design: Beyond human-computer interaction* (5th ed.). Wiley. [clásica]

Story, M. F., Mueller, J. L., & Mace, R. L. (1998). *The universal design file: Designing for people of all ages and abilities* (Rev. ed.). NC State University, Center for Universal Design.
[clásica]

United Nations. (2006). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*.

<https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html> [clásica]

Web Accessibility Initiative. (s. f.). *Introduction to web accessibility*. World Wide Web Consortium. <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>

World Wide Web Consortium. (2023). *Accessible Rich Internet Applications (WAI-ARIA) 1.2*. <https://www.w3.org/TR/wai-aria-1.2/>

World Wide Web Consortium. (2023). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2*. <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

XIII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño, Diseño y Comunicación Visual, Diseño de Interacción, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería en Software, Licenciatura en Informática o áreas afines. Deseable maestría y/o doctorado en UX, interacción Humano-Computadora, accesibilidad, tecnología digital o áreas afines; con sólida formación teórico-metodológica y dominio de herramientas tecnológicas pertinentes al desarrollo, la evaluación y la optimización de productos y servicios digitales centrados en las personas usuarias.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Proyectos Visuales de Intervención Social
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Ana Erika Ruiz Arellano Claudia Rivera Torres Julio César Rincón Martínez
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje tiene como propósito el diseño de estrategias de comunicación visual orientadas a la intervención social, a partir de fundamentos teóricos del diseño social, la sustentabilidad, la mercadotecnia social y la planificación estratégica, con la finalidad de comprender su alcance en la transformación de problemáticas contemporáneas, la articulación de actores sociales y la generación de propuestas visuales viables con impacto comunitario y ambiental. Esta asignatura contribuye al fortalecimiento de la toma de decisiones estratégicas, la formulación de modelos de intervención sustentable y la integración de criterios éticos, sociales y ambientales en proyectos de diseño y comunicación visual. Se ubica en la etapa terminal, es de carácter optativo y pertenece al área de conocimiento Gestión.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar estrategias de comunicación visual orientadas a la intervención social, mediante la aplicación de fundamentos del diseño social, sustentabilidad, mercadotecnia social, planificación estratégica y herramientas de gestión, para formular propuestas viables que inciden en la transformación de problemáticas contemporáneas y en la articulación responsable de actores en contextos reales; con responsabilidad social, pensamiento crítico y respeto a la diversidad sociocultural.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Proyecto integral de intervención social de escala acotada que documente el proceso de diseño estratégico. El cual deberá incluir los siguientes elementos:

- Diagnóstico contextual sustentado en trabajo de campo, identificación y análisis de actores, definición del problema y de los objetivos de intervención.
- Construcción de la estrategia de comunicación visual con enfoque sustentable.
- Diseño y prototipado de un sistema gráfico o ecosistema comunicacional pertinente al contexto.
- Justificación de decisiones conceptuales, técnicas y materiales bajo criterios de sustentabilidad.
- Incorporación de principios de mercadotecnia social y comunicación persuasiva responsable.
- Contrastación de la propuesta mediante retroalimentación acotada o análisis crítico de viabilidad, integrada en una memoria del proyecto acompañada de evidencias visuales y argumentativas que demuestren coherencia, pertinencia y capacidad de gestión.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Equidad Social y de Género, Inclusión, Innovación social e Interculturalidad.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Principios del diseño social para la intervención

Competencia

Analizar los fundamentos del diseño de comunicación visual orientados a la intervención social, mediante la revisión crítica de referentes teóricos, enfoques de sustentabilidad y casos de estudio, para delimitar problemáticas contemporáneas susceptibles de intervención estratégica, con empatía, pensamiento crítico y respeto a la diversidad sociocultural.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Documento de fundamentación conceptual que integre la delimitación de una problemática social, la justificación de su pertinencia desde el diseño de comunicación visual, el análisis crítico de referentes teóricos y casos análogos, así como la definición preliminar del enfoque estratégico que orientará el proyecto.

Contenido

- 1.1. Diseño social y responsabilidad del diseño en contextos contemporáneos
 - 1.1.1. Evolución del diseño social y su vinculación con la innovación social
 - 1.1.2. Rol del diseñador como agente de transformación social
 - 1.1.3. Ética, empatía y responsabilidad social en la práctica del diseño
 - 1.1.4. Impacto del diseño en la configuración de imaginarios sociales
- 1.2. Fundamentos del diseño de comunicación visual con enfoque estratégico
 - 1.2.1. Comunicación visual como sistema y proceso estratégico
 - 1.2.2. Relación entre estrategia, mensaje y contexto
 - 1.2.3. Diseño de sistemas comunicacionales frente a piezas aisladas
 - 1.2.4. Coherencia narrativa y construcción de sentido

- 1.3. Sustentabilidad y criterios socioambientales aplicados a la comunicación visual
 - 1.3.1. Principios de desarrollo sostenible aplicados al diseño
 - 1.3.2. Economía circular y selección responsable de materiales
 - 1.3.3. Impacto ambiental de los soportes gráficos y digitales
 - 1.3.4. Diseño responsable y reducción de huella ecológica
- 1.4. Análisis de casos de intervención social
 - 1.4.1. Estudios de caso en comunicación ambiental
 - 1.4.2. Evaluación crítica de estrategias implementadas
 - 1.4.3. Identificación de buenas prácticas y aprendizajes transferibles
- 1.5. Delimitación de problemáticas y criterios de intervención
 - 1.5.1. Identificación de problemáticas socioambientales locales
 - 1.5.2. Criterios para determinar pertinencia de intervención
 - 1.5.3. Formulación preliminar del enfoque estratégico

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Escobar, A. (2019). *Autonomía y diseño: La realización de lo comunal*. Editorial Universidad del Cauca. [clásica]

Irwin, T., Tonkinwise, C., & Kossoff, G. (2020). Transition design: An educational framework for advancing the study and design of sustainable transitions. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (105), 31–65.
<https://doi.org/10.18682/cdc.vi105.4188> [clásica]

Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9873.001.0001> [clásica]

Margolin, V., & Margolin, S. (2002). A “social model” of design: Issues of practice and research. *Design Issues*, 18(4), 24–30. <https://doi.org/10.1162/074793602320827406> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

American Institute of Graphic Arts (2023). The evolving legacy of Ken Garland's first things first manifesto. <https://eyeondesign.aiga.org/why-ken-garlands-first-things-first-manifesto-keeps-getting-updated/>

Bason, C. (2022). *Leading public sector innovation: Co-creating for a better society* (2nd ed.). Policy Press.

Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperBusiness. [clásica]

IDEO (2015). The Field Guide to Human-Centered Design. [IDEO.org](https://d1r3w4d5z5a88i.cloudfront.net/assets/guide/Field%20Guide%20to%20Human-Centered%20Design_IDEOorg_English-0f60d33bce6b870e7d80f9cc1642c8e7.pdf).
https://d1r3w4d5z5a88i.cloudfront.net/assets/guide/Field%20Guide%20to%20Human-Centered%20Design_IDEOorg_English-0f60d33bce6b870e7d80f9cc1642c8e7.pdf
[clásica]

Julier, G. (2022). *Design culture and social innovation*. Bloomsbury Visual Arts.

Organización de las Naciones Unidas (2023). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/> [clásica]

Organización de las Naciones Unidas (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/> [clásica]

Papanek, V. (2014). *Diseñar para el mundo real*. Pol. len ediciones. [clásica]

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2021). *Reimaginar juntos nuestros futuros: Un nuevo contrato social para la educación*.

Unidad II. Diagnóstico contextual y análisis estratégico de la intervención

Competencia

Construir un diagnóstico contextual de una problemática socioambiental, mediante la aplicación de herramientas de análisis estratégico y trabajo de campo acotado, para fundamentar la definición del problema y los objetivos de intervención con base en evidencia contextual, con empatía, responsabilidad social y ambiental.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Informe que incluya evidencia de trabajo de campo, identificación y análisis de actores, definición estratégica del problema de comunicación y formulación de objetivos de intervención.

Contenido

- 2.1. Metodologías de diagnóstico en proyectos de intervención
 - 2.1.1. Diagnóstico participativo y análisis situacional
 - 2.1.2. Herramientas de investigación cualitativa en diseño
 - 2.1.3. Triangulación de información y validación
- 2.2. Técnicas de trabajo de campo aplicadas al diseño social
 - 2.2.1. Observación directa y registro contextual
 - 2.2.2. Entrevistas breves y guías de indagación
 - 2.2.3. Registro visual y documental del entorno
 - 2.2.4. Consideraciones éticas en el trabajo de campo
- 2.3. Mapeo y caracterización de actores
 - 2.3.1. Identificación de actores clave y secundarios
 - 2.3.2. Análisis de intereses, influencia y relaciones
 - 2.3.3. Construcción de mapas de actores
- 2.4. Definición estratégica del problema de comunicación
 - 2.4.1. Diferenciación entre problema social y problema comunicacional
 - 2.4.2. Redacción del problema de intervención
 - 2.4.3. Justificación estratégica del enfoque seleccionado
- 2.5. Formulación de objetivos de intervención social
 - 2.5.1. Objetivos generales y específicos
 - 2.5.2. Indicadores preliminares de cambio esperado
 - 2.5.3. Alineación con metas de sustentabilidad

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bason, C. (2022). *Leading public sector innovation: Co-creating for a better society* (2nd ed.).

Policy Press. <https://doi.org/10.46692/9781447336259>

Bernal Torres, C. A. (2021). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (5.^a ed.). Pearson Educación.

<https://uabc.vitalsource.com/reader/books/9786073255974> [clásica]

Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business. [clásica]

Julier, G. (2021). *Design culture: Objects and approaches*. Bloomsbury Visual Arts. [clásica]

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: Un enfoque aplicado* (4.^a ed.). Pearson Educación. <https://uabc.vitalsource.com/reader/books/9786073250771> [clásica]

Stickdorn, M., & Schneider, J. (2011). *This is service design thinking: Basics, tools, cases*. BIS Publishers. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Agusti, A. & Ronicle, J. (2021). *Social Impact Bonds in Latin America*.

<https://publications.iadb.org/publications/english/document/Social-Impact-Bonds-in-Latin-America-IDB-Labs-Pioneering-Work-in-the-Region-Lessons-Learnt.pdf>

IDEO (s.f.). Human-Centered Design Toolkit. <https://www.ideo.org/tools>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2021). Science, technology and innovation. <https://www.oecd.org/innovation/anticipatory-innovation-governance.htm>

[clásica]

Unidad III. Diseño estratégico del sistema de comunicación visual para la intervención social

Competencia

Diseñar un sistema de comunicación visual orientado a la intervención social, mediante la integración de principios de mercadotecnia social, planificación estratégica y criterios de sustentabilidad, para estructurar una propuesta viable y pertinente al contexto, con pensamiento crítico, responsabilidad social y compromiso ambiental.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Propuesta que incluya definición de públicos, construcción de narrativa, diseño del sistema comunicacional, selección justificada de soportes sustentables y prototipos funcionales.

Contenido

- 3.1. Principios de mercadotecnia social y cambio de comportamiento
 - 3.1.1. Diferencias entre mercadotecnia comercial y social
 - 3.1.2. Modelo de intercambio social y valor percibido
 - 3.1.3. Estrategias para influir en actitudes y conductas
- 3.2. Segmentación de públicos y construcción de mensajes estratégicos
 - 3.2.1. Criterios de segmentación social
 - 3.2.2. Definición de públicos prioritarios
 - 3.2.3. Construcción de mensajes clave y tono comunicacional
 - 3.2.4. Diseño de narrativa estratégica
- 3.3. Diseño del ecosistema comunicacional
 - 3.3.1. Sistema gráfico y coherencia visual
 - 3.3.2. Selección de medios y canales de comunicación
 - 3.3.3. Articulación entre soportes físicos y digitales
- 3.4. Selección de materiales y criterios de sustentabilidad
 - 3.4.1. Ciclo de vida de materiales
 - 3.4.2. Alternativas de producción responsable
 - 3.4.3. Reducción de impacto ambiental en impresión y distribución
- 3.5. Prototipado y simulación de aplicación
 - 3.5.1. Desarrollo de prototipos funcionales

3.5.2. Simulación de escenarios de implementación

3.5.3. Ajustes preliminares con base en revisión crítica

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Heller, S., & Vienne, V. (Eds.). (2003). *Citizen designer: Perspectives on design responsibility*.

Allworth Press. [clásica]

Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social marketing: Influencing behaviors for good* (4th ed.). SAGE

Publications. [clásica]

Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good* (6th ed.).

SAGE Publications. [clásica]

Lockton, D., Lajka, L., & Harrison, D. (2021). *Design for behaviour change: Concepts and tools*.

Design Studies Press. [clásica]

Soares Júnior, A. P., Espanhol, C. A., Mainardes, E. W., & Sepulcri, L. M. C. B. (2025). Social

value of marketing: A bibliometric analysis. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 37(1), 133–162. <https://doi.org/10.1080/10495142.2024.2353382>

Trischler, J., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2019). Co-design: From expert- to user-driven ideas in public service design. *Public Management Review*, 21(11), 1595–1619.

<https://doi.org/10.1080/14719037.2019.1619810> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Design Council UK. (2021). Beyond Net Zero: A systemic design approach.

<https://www.designcouncil.org.uk/resources>

Norman, D. A. (2023). *Design for a better world: Meaningful, sustainable, humanity-centered design*. MIT Press.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2022). Global environment outlook

6: Summary for policymakers. <https://www.unep.org/resources/global-environment-outlook-6>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2026). Sustainable Consumption

and Production Policies. <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-consumption-and-production-policies>

Unidad IV. Evaluación de viabilidad y memoria del proyecto de intervención

Competencia

Evaluar la viabilidad de la propuesta de intervención social, mediante criterios de gestión, sustentabilidad y pertinencia contextual, para integrar una memoria del proyecto que argumente decisiones estratégicas y demuestre coherencia y factibilidad; con ética, pensamiento crítico y responsabilidad socioambiental.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Memoria técnica del proyecto de intervención que integre síntesis del diagnóstico, estrategia de comunicación visual, prototipo(s), justificación conceptual y técnica, análisis de viabilidad y ajustes estratégicos derivados de retroalimentación.

Contenido

4.1. Criterios de viabilidad técnica, social y ambiental

4.1.1. Factibilidad técnica de producción

4.1.2. Aceptación social y pertinencia contextual

- 4.1.3. Evaluación ambiental básica de la propuesta
- 4.2. Evaluación de pertinencia y coherencia estratégica
 - 4.2.1. Congruencia entre diagnóstico y propuesta
 - 4.2.2. Coherencia entre objetivos, mensajes y soportes
 - 4.2.3. Identificación de riesgos y limitaciones
- 4.3. Retroalimentación y ajustes
 - 4.3.1. Presentación de la propuesta a actores clave
 - 4.3.2. Registro de observaciones y sugerencias
 - 4.3.3. Ajustes estratégicos derivados de la retroalimentación
- 4.4. Criterios básicos de evaluación de impacto
 - 4.4.1. Indicadores cualitativos de alcance y comprensión
 - 4.4.2. Medición preliminar de aceptación
 - 4.4.3. Proyección de impacto a mediano plazo
- 4.5. Estructuración de la memoria técnica del proyecto
 - 4.5.1. Organización del documento técnico
 - 4.5.2. Integración de evidencias visuales y argumentativas
 - 4.5.3. Síntesis ejecutiva y conclusiones estratégicas

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Lockton, D. (2013). *Design with intent: A design pattern toolkit for environmental and social behaviour change* [Tesis doctoral, Brunel University]. Brunel University Research Archive. <https://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/7546> [clásica]

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books. [clásica]

Norman, D. A. (2023). *Design for a better world: Meaningful, sustainable, humanity-centered design*. The MIT Press.

Project Management Institute. (2021). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® guide) (7th ed.)*. Project Management Institute. [clásica]

Rivera Camino, J. (2016). *Marketing relacional*. Pearson Educación.
<https://uabc.vitalsource.com/reader/books/9786124149474> [clásica]

Wakabayashi, J. L., Ventura, J., Gallardo, J., & del Castillo, A. (2020). *Marketing aplicado: Casos latinoamericanos*. Pearson Educación.
<https://uabc.vitalsource.com/reader/books/9786073251662> [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Project Management Institute (s.f.). *Project Management Tools*. <https://www.pmi.org/insights>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2017). *Educación para los Objetivos de Desarrollo Sostenible: objetivos de aprendizaje*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252423>

Organización de las Naciones Unidas (2022). *Sustainable development goals progress report*.
<https://sdgs.un.org/publications>

World Design Organization (2023). *Design for sustainable development framework*.
<https://wdo.org/resources/>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos del diseño de comunicación visual para la intervención social

Práctica 1. Identificación de la problemática de intervención

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los lineamientos del proyecto rector.
2. Analiza problemáticas sociales o ambientales pertinentes al contexto local con base en referentes revisados.

3. Identifica situaciones que requieren intervención desde la comunicación visual estratégica.
4. Delimita de manera preliminar la problemática seleccionada considerando su contexto y actores involucrados.
5. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de delimitación del problema
- Procesador de textos
- Aplicaciones para el diseño de organizadores gráficos

Práctica 2. Delimitación y justificación del proyecto de intervención

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa la problemática identificada previamente.
2. Analiza la pertinencia de la intervención desde la perspectiva de comunicación visual estratégica.
3. Delimita con mayor precisión el problema comunicacional que se abordará en el proyecto.
4. Justifica la relevancia social y contextual del proyecto mediante argumentos conceptuales.
5. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de delimitación del problema
- Procesador de textos
- Aplicaciones para el diseño de organizadores gráficos

Unidad II. Diagnóstico contextual y análisis estratégico de la intervención

Práctica 3. Diseño del instrumento de diagnóstico contextual

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa ejemplos de instrumentos diagnósticos.
2. Define variables de observación y criterios de análisis vinculados al problema.

3. Estructura preguntas abiertas o categorías de registro contextual.
4. Redacta el instrumento considerando claridad y pertinencia ética.
5. Ajusta el instrumento con base en revisión colectiva.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de instrumento
- Marco conceptual del proyecto
- Guía ética de trabajo de campo
- Software para diseño de formularios
- Procesador de textos

Práctica 4. Mapeo de actores

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa el concepto de actor estratégico.
2. Identifica actores primarios y secundarios vinculados al problema.
3. Analiza intereses, niveles de influencia y relaciones entre actores.
4. Construye un mapa visual que represente dichas relaciones.
5. Argumenta la relevancia estratégica de cada actor.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Resultados preliminares de campo
- Plantilla de mapa de actores
- Aplicaciones para el diseño de organizadores gráficos
- Software de diseño
- Procesador de texto
- Software para análisis cualitativo

Práctica 5. Análisis de hallazgos y definición de objetivos estratégicos

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y organiza la información recabada
2. Clasifica hallazgos relevantes derivados del diagnóstico
3. Identifica patrones, tensiones y oportunidades de intervención

4. Redacta el problema comunicacional con base en evidencia
5. Formula objetivos estratégicos alineados al diagnóstico
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente

Recursos de apoyo

- Instrumentos aplicados
- Notas de campo
- Mapa de actores
- Matriz de análisis
- Rúbrica de objetivos estratégicos
- Procesador de textos
- Software para análisis cualitativo

Unidad III. Diseño estratégico del sistema de comunicación visual para la intervención social

Práctica 6. Desarrollo de narrativa estratégica y diseño del sistema visual

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa principios de narrativa estratégica.
2. Define propuesta de valor social del proyecto.
3. Formula mensajes clave coherentes con públicos segmentados.
4. Establece tono y enfoque comunicacional.
5. Integra narrativa en esquema estructurado del sistema.
6. Define elementos gráficos centrales del sistema comunicacional.
7. Establece criterios formales y conceptuales vinculados al diagnóstico.
8. Desarrolla bocetos en distintas etapas (rudos, refinamiento y finos) del ecosistema visual.
9. Justifica decisiones gráficas con argumentos estratégicos.
10. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Procesador de textos
- Mapa de actores
- Perfiles de públicos
- Objetivos estratégicos
- Guía de redacción estratégica
- Software de diseño
- Material para bocetaje manual

- Lineamientos de sustentabilidad
- Referentes visuales

Práctica 7. Prototipado funcional

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa criterios de prototipado.
2. Selecciona soportes físicos o digitales pertinentes.
3. Desarrolla prototipos funcionales del sistema visual.
4. Simula escenarios de aplicación contextual.
5. Registra observaciones derivadas de la simulación (mockups).
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Materiales necesarios para el desarrollo de prototipos
- Software de diseño
- Guía de evaluación preliminar

Unidad IV. Evaluación de viabilidad y memoria del proyecto de intervención

Práctica 8. Planificación de la evaluación y análisis de viabilidad técnica y ambiental

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa criterios de viabilidad.
2. Evalúa la factibilidad técnica de producción del sistema visual.
3. Analiza el impacto ambiental de materiales y procesos.
4. Identifica ajustes necesarios para optimizar sostenibilidad.
5. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Prototipos desarrollados
- Matriz de viabilidad
- Guía de evaluación ambiental básica

Práctica 9. Integración de la memoria del proyecto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa la estructura de la memoria técnica.
2. Organiza diagnóstico, estrategia, sistema visual y viabilidad en un documento coherente.
3. Integra evidencias visuales y argumentativas.
4. Redacta conclusiones estratégicas del proyecto.
5. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de memoria del proyecto
- Rúbrica final
- Evidencias acumuladas de prácticas previas

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS CAMPO

Unidad I. Fundamentos del diseño de comunicación visual para la intervención social

Práctica 1. Reconocimiento contextual del entorno

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los objetivos de observación contextual.
2. Realiza la visita al entorno seleccionado para identificar condiciones físicas, dinámicas sociales y elementos ambientales relevantes.
3. Observa interacciones, comportamientos y presencia de actores vinculados a la problemática.
4. Registra hallazgos preliminares en notas estructuradas.
5. Relaciona observaciones con el planteamiento inicial del proyecto rector.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de observación
- Cuaderno de campo
- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Autorización de acceso al sitio

- Planteamiento preliminar del proyecto

Práctica 2. Registro visual y documental del contexto

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa criterios de registro documental.
2. Realiza la visita al espacio de intervención para capturar evidencia visual pertinente.
3. Documenta elementos gráficos existentes, soportes comunicacionales y condiciones ambientales.
4. Organiza fotografías y notas de campo en categorías analíticas.
5. Relaciona los registros con la delimitación del problema comunicacional.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Dispositivo con cámara de video y cámara fotográfica
- Guía de registro visual
- Formato de sistematización de evidencias
- Marco conceptual del proyecto

Unidad II. Diagnóstico contextual y análisis estratégico de la intervención

Práctica 3. Aplicación del diagnóstico

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa el instrumento de diagnóstico previamente diseñado.
2. Realiza la visita al contexto seleccionado para aplicar entrevistas breves u observación estructurada.
3. Registra respuestas y hallazgos con apego a criterios éticos.
4. Verifica consistencia de la información recopilada.
5. Organiza datos para su análisis posterior en taller.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Instrumento de diagnóstico
- Consentimiento informado
- Dispositivo con cámara de video y cámara fotográfica
- Bitácora de campo
- Mapa de actores preliminar

Práctica 4. Validación preliminar del problema

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa la redacción del problema comunicacional.
2. Realiza la visita al entorno para contrastar el planteamiento con actores clave identificados.
3. Presenta de manera clara el enfoque del problema a usuarios potenciales.
4. Recoge opiniones, percepciones y sugerencias relevantes.
5. Registra ajustes necesarios derivados del contraste contextual.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Redacción del problema
- Mapa de actores
- Guía de entrevista breve
- Formato de registro de observaciones

Unidad III. Diseño estratégico del sistema de comunicación visual para la intervención social

Práctica 5. Identificación de públicos en el contexto de intervención

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa los criterios de segmentación y los hallazgos del diagnóstico contextual.
2. Realiza la visita al entorno de intervención para reconocer los grupos sociales presentes y sus dinámicas de interacción.

3. Observa comportamientos, prácticas y formas de uso del espacio o del servicio relacionado con la problemática.
4. Contrasta las observaciones con el mapa de actores previamente elaborado.
5. Registra características relevantes de los públicos potenciales para la intervención comunicacional.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente..

Recursos de apoyo

- Mapa de actores
- Informe del diagnóstico
- Plantillas de perfil
- Procesador de textos
- Software para análisis cualitativo
- Software de diseño

Práctica 6. Construcción de perfiles estratégicos de públicos

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa la información obtenida en la observación de campo.
2. Realiza la visita al entorno o interactúa con actores clave para confirmar características y necesidades de los públicos identificados.
3. Analiza variables sociodemográficas, culturales y conductuales relevantes para la intervención comunicacional.
4. Construye perfiles estratégicos de públicos prioritarios a partir de la información recopilada.
5. Relaciona cada perfil con los objetivos del proyecto de intervención.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Mapa de actores
- Informe del diagnóstico
- Plantillas de perfil de públicos
- Cuaderno de campo
- Procesador de textos
- Software de diseño

Unidad IV. Evaluación de viabilidad y memoria del proyecto de intervención

Práctica 7. Presentación y experimentación con el prototipo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa criterios de presentación del prototipo.
2. Realiza la visita al contexto seleccionado para presentar el sistema visual desarrollado.
3. Explica objetivos, mensajes y uso previsto del prototipo.
4. Observa interacciones y reacciones de usuarios potenciales.
5. Registra comentarios y comportamientos relevantes.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Prototipos físicos o digitales
- Guía de observación de interacción
- Lista de actores clave
- Formato de registro de retroalimentación

Práctica 8. Registro de retroalimentación de los usuarios

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa criterios de evaluación preliminar.
2. Realiza la visita al entorno para profundizar en la retroalimentación obtenida.
3. Aplica una guía breve de valoración sobre claridad, pertinencia y viabilidad del sistema visual.
4. Sistematiza respuestas en categorías analíticas.
5. Identifica ajustes estratégicos derivados del análisis.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de evaluación preliminar
- Prototipo desarrollado
- Instrumento de retroalimentación
- Matriz de análisis de viabilidad

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje autónomo supervisado
- Análisis comparativo
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)

- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Desarrollo de proyectos sociales o productivos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales (uso de apps para mapas mentales, conceptuales o infografías)
- Participación en foros y videoconferencias
- Investigación documental y empírica mediante fuentes electrónicas
- Toma de apuntes en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante portafolios
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)
- Evaluación técnica por pares
- Síntesis ejecutiva de proyecto
- Argumentación oral y escrita

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	10%
- Prácticas taller	25%
- Prácticas campo	25%
- Proyecto integral de intervención social	40%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual o área afín, preferentemente con estudios de posgrado en diseño estratégico, innovación social, sustentabilidad o gestión de proyectos. Contar con al menos dos años de experiencia docente, así como experiencia profesional comprobable en el desarrollo y gestión de proyectos de comunicación visual con enfoque estratégico e intervención social. Ser una persona con capacidad analítica, pensamiento sistémico, liderazgo académico y habilidades para la conducción de proyectos colaborativos vinculados con contextos reales.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Prospectiva y Tendencias Estratégicas en Diseño y Comunicación Visual
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos: 06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Claudia Rivera Torres Juan Ricardo Padilla Barrios
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar los enfoques de prospectiva, análisis de tendencias y pensamiento estratégico en el diseño y la comunicación visual, con el fin de anticipar escenarios futuros y fundamentar la toma de decisiones proyectuales. A través del estudio de metodologías prospectivas, observación de contextos sociales, culturales, tecnológicos y productivos, así como del análisis crítico de tendencias emergentes con la finalidad de que el estudiantado desarrolle propuestas de diseño pertinentes, innovadoras y socialmente responsables, alineadas con las necesidades de los sectores sociales y productivos, y con una visión ética y sustentable del ejercicio profesional. Esta unidad de aprendizaje se imparte en la etapa terminal con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Gestión.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Integrar un proyecto estratégico de diseño y comunicación visual con enfoque prospectivo para analizar oportunidades, riesgos y escenarios futuros en distintos contextos sociales, culturales, tecnológicos y productivos, a través de la aplicación de métodos de prospectiva y análisis de tendencias, con responsabilidad social y ética profesional.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Integrar un portafolio de evidencias donde se incluyan las actividades desarrolladas en clase, en el taller y en las prácticas de campo. Estas actividades incluyen:

- Reporte de análisis prospectivo de tendencias en diseño y comunicación visual
- Proyecto estratégico de diseño con enfoque prospectivo

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Compromiso con la Responsabilidad Social; Vanguardia; Innovación Social y Excelencia

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad 1. Fundamentos de la prospectiva y las tendencias en diseño y comunicación visual

Competencia

Analizar la prospectiva y las tendencias aplicadas al diseño y la comunicación visual, para comprender la dinámica del cambio en el entorno social, cultural, tecnológico, productivo y ambiental, mediante el estudio de sus fundamentos teóricos y metodológicos con una actitud crítica, ética profesional y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

1. Elaborar un reporte analítico de casos de diseño y comunicación visual que incluya la prospectiva y de las tendencias aplicadas al diseño y la comunicación visual en los contextos sociales, culturales, tecnológicos, productivos y ambientales.
2. Elaborar recursos gráficos (cartografía conceptual visual y línea de tiempo) en los que sintetice la prospectiva y de las tendencias aplicadas al diseño y la comunicación visual.

Contenido

1.1. Prospectiva

- 1.1.1. Definición
- 1.1.2. Antecedentes históricos
- 1.1.4. Prospectiva contra predicción
- 1.1.5. Evolución del pensamiento prospectivo y su aplicación en disciplinas creativas y estratégicas

1.2. Estudios de futuro

- 1.2.1. Enfoques exploratorio, normativo y estratégico
- 1.2.2. Diferencias entre predicción, proyección y prospectiva

1.3. Tendencias y cambio

- 1.3.1. Megatendencias globales
- 1.3.2. Microtendencia
- 1.3.3. Tendencias emergentes
- 1.3.4. Señales débiles
- 1.3.5. Ciclos de vida de las tendencias

1.4. Diseño estratégico y pensamiento anticipatorio

- 1.4.1. Relación entre diseño, estrategia, innovación y visión de largo plazo

1.5. Rol del diseño en distintos contextos

- 1.5.1. Impacto del diseño y la comunicación visual en contextos de transformación social, cultural, tecnológica y ambiental

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Bühning, J., & Liedtka, J. (2018). Embracing foresight in design: How to integrate corporate foresight into design thinking. *Design Issues*, 34(3), 85–97.
https://doi.org/10.1162/desi_a_00502 [clásica]

Dunne, A., & Raby, F. (2013). *Speculative everything: Design, fiction, and social dreaming*. The MIT Press. [clásica]

Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Editorial Gustavo Gili. [clásica]

Godet, M., & Durance, P. (2011). *La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios*. Dunod/UNESCO. [clásica]

Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. The MIT Press. [clásica]

Miklos, T., & Tello, M. E. (2007). *Planeación prospectiva: Una estrategia para el diseño del futuro*. Limusa; Centro de Estudios Prospectivos de la Fundación Javier Barros Sierra.
[clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Balbi, J. E. R. (2014). *Construyendo el futuro*. CEPAL.
https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/Balbi2014_NvoMEYEP_COMPLETO_fin_al.pdf [clásica]

Futuring Visual Communication Pedagogy: Two Visual Thinking Tools for Applied Design Futuring. (2025). *Journal of Futures Studies*, 30(2). <http://jfsdigital.org/2025-2>

Journal of Futures Studies. (s. f.). *Artículos y ensayos de estudios de futuros*. Graduate Institute of Futures Studies, Tamkang University Press. <http://jfsdigital.org/articles-and-essays/>

La prospectiva: Ciencia para anticipar el futuro (s. f.). Alfaomega Libroweb. <https://libroweb.alfaomega.com.mx/book/385/free/data/Materiales/Capitulo03/LaProspectiva.pdf>

Unidad II. Análisis del entorno y detección de tendencias

Competencia

Integrar un diagnóstico estratégico de diseño y comunicación visual con enfoque prospectivo para identificar oportunidades, riesgos y escenarios futuros en distintos contextos sociales, culturales, tecnológicos y productivos, a través de la aplicación de métodos de prospectiva y análisis de tendencias, con responsabilidad social y ética profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Elaborar un diagnóstico estratégico de diseño y comunicación visual con enfoque prospectivo que incluya el informe de análisis del entorno, análisis estratégico, investigación de tendencias con apoyo de herramientas digitales para su monitoreo (mapa de tendencias de diseño), y síntesis estratégica de las tendencias y su impacto en los proyectos de diseño y comunicación visual estratégica.

Contenido

- 2.1. Análisis del entorno
 - 2.1.1. Dimensiones social, cultural, económica, tecnológica, política y ambiental
 - 2.1.2. Lectura sistémica del contexto
- 2.2. Herramientas de análisis estratégico
 - 2.2.1. Análisis PESTEL y STEEP
 - 2.2.2. Análisis FODA
 - 2.2.3. Análisis sectorial
 - 2.2.4. Mapeo de actores aplicado a proyectos de diseño
- 2.3. Investigación de tendencias
 - 2.3.1. Coolhunting
 - 2.3.2. Desk research
 - 2.3.3. Análisis de referentes
 - 2.3.4. Benchmarking creativo
 - 2.3.5. Vigilancia estratégica
- 2.4. Análisis de usuarios y culturas

- 2.4.1. Observación etnográfica
- 2.4.2. Entrevistas
- 2.4.3. Identificación de estilos de vida, hábitos y valores
- 2.5. Herramientas digitales para monitoreo de tendencias
 - 2.5.1. Plataformas de tendencias
 - 2.5.2. Análisis de datos
 - 2.5.3. Visualización de información
 - 2.5.4. Elaboración de reportes estratégicos.

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Calabretta, G., Gemser, G., & Karpen, I. (Eds.). (2016). *Strategic design: Eight essential practices every strategic designer must master*. BIS Publishers. [clásica]

Gil, V. (2009). *Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias*. Empresa Activa. [clásica]

Godet, M. (2000). *La caja de herramientas de la prospectiva estratégica*. Laboratoire d'Investigation en Prospective Stratégique. [clásica]

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Editorial UOC. [clásica]

Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). SAGE Publications. [clásica]

Raymond, M. (2019). *The trend forecaster's handbook* (2nd ed.). Laurence King Publishing. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

CEOpedia. (s. f.). Strategic planning tools.

https://www.ceopedia.org/index.php/Strategic_planning_tools

UNDP. (2022). *Overview of foresight tools (Playbook Appendix)*. United Nations Development Programme. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-07/UNDP-RBAP-Foresight-Playbook-Appendix-2022_0.pdf

TrendWatching. (s. f.). Trend Reports & Innovation Tools. [TrendWatching.com](https://www.trendwatching.com/)
<https://www.trendwatching.com/>

Unidad III. Escenarios futuros y aplicación estratégica en proyectos de diseño

Competencia

Diseñar propuestas innovadoras de diseño y comunicación visual mediante la aplicación de herramientas de planeación estratégica, metodologías de construcción de escenarios futuros y estrategias de diseño basado en tendencias, para formular, sustentar y presentar soluciones de diseño orientadas a la toma de decisiones y a la generación de valor social, con ética profesional, responsabilidad, compromiso con la calidad y sostenibilidad.

Evidencia de aprendizaje de la unidad.

Elaboración y presentación del plan estratégico de diseño y comunicación visual basado en el análisis prospectivo vinculado a las áreas de oportunidad y líneas estratégicas de diseño, que incluya la construcción de escenarios y estrategias basadas en tendencias.

Contenido

- 3.1. Construcción de escenarios prospectivos
 - 3.1.1. Variables clave
 - 3.1.2. Incertidumbres críticas
 - 3.1.3. Fuerzas motrices
 - 3.1.4. Narrativas de futuro
- 3.2. Innovación, especulación y diseño de futuros.
 - 3.2.1. Pensamiento crítico, ética, sostenibilidad y responsabilidad social en la visualización de futuros
 - 3.2.2. Identificación de áreas de oportunidad y líneas estratégicas de diseño a partir del análisis prospectivo
- 3.3. Planeación estratégica en proyectos de diseño
 - 3.3.1. Definición de objetivos
 - 3.3.2. Estrategias y tácticas
 - 3.3.3. Ejecución
 - 3.3.4. Evaluación
 - 3.3.5. Herramientas de la planeación estratégica
 - 3.3.6. Beneficios de la planeación estratégica
- 3.4. Estrategias de diseño basadas en tendencias

3.4.1. Integración de escenarios y tendencias en proyectos de comunicación visual estratégica.

3.5. Comunicación de futuros

3.5.1. Visualización

3.5.2. Storytelling

3.5.3. Argumentación

3.5.4. Presentación profesional de propuestas estratégicas

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Canina, M., Bruno, C., & Monestier, E. (2022). Futures thinking. In *The Palgrave encyclopedia of the possible* (pp. 1–7). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-98390-5_272-1

Lupton, E. (2019). *El diseño como storytelling* (Á. Marcos Lantero, Trad.). Editorial Gustavo Gili. [clásica]

Olynick, D. (2026). Tools and techniques for futures thinking exploration. In *Designing our future: Redefining design in the age of AI for sustainable innovation* (pp. 75–105). Apress. https://doi.org/10.1007/979-8-8688-1163-0_7

Sahadevan, S., & Mathew, D. J. (2025). Designing futures: A scoping review and a canvas for scenario building. In A. Sharma & R. Poovaiah (Eds.), *Futuring design education, volume 2: Proceedings of the Futuring Design Education (FDE) 2024* (pp. 105–117). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-97-9210-8_9

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Action Foresight. (s. f.). *Open Futures Library*. <https://actionforesight.net/open-futures-library/>

Changeist. (s. f.). *Reading + tools—How to Future*. How To Future.

<https://www.howtofuture.com/resources>

Frederick S. Pardee Institute for International Futures. (s. f.). *International Futures (IFs)*.

University of Denver. <https://korbel.du.edu/pardee/>

Irigoyen Morales, L. F., & Rogel Villalba, E. A. (Coords.). (2025). *Prospectiva del diseño: Redefiniendo el futuro disciplinar* (Vol. 2). Universidad de Sonora.

<https://doi.org/10.47807/UNISON.144>

Pérez Trejo, E. (2015). Nuevos escenarios para la práctica docente del diseño y la comunicación visual. *Revista Digital Universitaria*, 16(10).

<https://www.revista.unam.mx/vol.16/num10/art79/>

United Kingdom Government Office for Science. (2024). *The Futures Toolkit: Tools for strategic futures thinking and practice* (2nd ed.). GOV.UK.

<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/66c4493f057d859c0e8fa778/futures-toolkit-edition-2.pdf>

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos de la prospectiva y las tendencias en diseño

Práctica 1: Cartografía conceptual de la prospectiva aplicada al diseño

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Organiza equipos de 3 a 4 estudiantes.

3. Realiza en equipo la revisión documental especializada sobre los conceptos de prospectiva, estudios de futuro y pensamiento anticipatorio, vinculándose con el campo del diseño y la comunicación visual.
4. Realiza un análisis comparativo de al menos cinco fuentes académicas, identifica lo siguiente: Definiciones clave, corrientes teóricas, diferencias entre predicción, proyección y prospectiva.
5. Elabora una cartografía conceptual visual (mapa relacional o infografía estructural) que integre: Conceptos claves, autores representativos, relaciones entre teoría prospectiva y diseño estratégico.
6. Presenta el producto ante el grupo, argumentando las conexiones establecidas y justificando su estructura visual.
7. Entrega el documento (producto) y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Bases de datos académicas
- Artículos científicos sobre prospectiva y diseño estratégico
- Software de visualización
- Rúbrica de evaluación con criterios de profundidad teórica, claridad conceptual y coherencia visual.

Práctica 2: Línea de tiempo prospectiva del diseño y la comunicación visual

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Investiga hitos históricos relevantes en la evolución del diseño y la comunicación visual vinculados a transformaciones sociales, tecnológicas y culturales
3. Identifica momentos de ruptura, aceleración o transición paradigmática
4. Clasifica los hitos según tipo de cambio (tecnológico, cultural, económico, ambiental).
5. Elabora una línea de tiempo expandida (pasado-presente-futuros posibles) que incorpore eventos emergentes y señales débiles
6. Analiza cómo los cambios identificados han redefinido el rol estratégico del diseñador
7. Presentar el ejercicio destacando patrones de cambio y posibles proyecciones futuras
8. Entrega el documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Fuentes históricas y académicas especializadas
- Repositorios digitales de diseño
- Herramientas de visualización cronológica
- Plantilla de análisis de cambio y tendencias

Práctica 3: Analizar casos de diseño con enfoque prospectivo

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica.
2. Revisa proyectos reales de diseño con enfoque prospectivo
3. Identifica elementos prospectivos dentro del diseño
4. Elabora un reporte con los resultados obtenidos.
5. Entrega el reporte y recibe retroalimentación docente

Recursos de apoyo

- Computadora
- Materiales teóricos base
- Internet
- Software de procesamiento de texto

Unidad II. Metodologías de análisis del entorno y detección de tendencias

Práctica 4: Informe de análisis del entorno

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Aplica el análisis PESTEL: Recopila información de los factores a analizar, evalúa la relevancia de cada factor e identifica oportunidades y amenazas
3. Discute en grupo los resultados del análisis PESTEL
4. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Fuentes digitales de información documental
- Software de presentación
- Guías metodológicas

Práctica 5: Mapa de tendencias en diseño

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Identifica y clasifica las tendencias actuales mediante un análisis de casos
3. Organiza visualmente la información
4. Jerarquiza las tendencias
5. Discute en grupo los resultados
6. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Artículos especializados
- Plataformas de tendencias
- Pizarras colaborativas
- Equipo de cómputo

Práctica 6: Radar de tendencias en diseño y comunicación visual

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Realiza un monitoreo digital en plataformas especializadas, observatorios de tendencias y redes profesionales
3. Identifica al menos diez tendencias emergentes vinculadas al diseño
4. Clasifica por nivel de madurez (macro, micro, señales débiles)
5. Construye un radar de tendencias visual
6. Analiza su impacto potencial en distintos contextos
7. Elabora una síntesis estratégica con implicaciones para proyectos de diseño y comunicación visual estratégica
8. Entrega un documento (síntesis) y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Herramientas de monitoreo digital
- Plantilla de radar estratégico
- Software de diseño y visualización

Unidad III: Escenarios futuros y aplicación estratégica en proyectos de diseño

Práctica 7: Construcción de escenarios prospectivos para diseño

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Identifica dos incertidumbres críticas derivadas del diagnóstico estratégico previo
3. Elabora una matriz de escenarios (ejes de incertidumbre)
4. Desarrolla cuatro narrativas de escenarios futuros plausibles
5. Analiza implicaciones para el diseño y comunicación visual en cada escenario
6. Elabora representaciones visuales (storyboards, mapas narrativos o visualizaciones especulativas)
7. Presenta y defiende el escenario seleccionado como base para una propuesta estratégica
8. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantillas de matriz de escenarios
- Referencias metodológicas de construcción de escenarios
- Material audiovisual
- Equipo multimedia
- Herramientas de representación visual

Práctica 8: Definición de estrategia de diseño basada en tendencias.

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Seleccionar una tendencia prioritaria del radar desarrollado
3. Formula la estrategia
4. Realiza su justificación conceptual, su pertinencia estratégica y valor social
5. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Briefs
- Lecturas especializadas

Práctica 9: Plan estratégico de diseño con enfoque prospectivo

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Integra diagnóstico, tendencias y escenario seleccionado
3. Formula objetivos estratégicos alineados al contexto futuro elegido
4. Diseña estrategia de comunicación visual con enfoque sostenible y ético
5. Elabora un plan de acción con indicadores y métricas de impacto
6. Presenta el documento ejecutivo integral
7. Defiende el proyecto ante comité evaluador simulado
8. Entrega el proyecto y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantilla de planeación estratégica
- Matriz de indicadores
- Software de presentación profesional

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I: Fundamentos de la prospectiva y las tendencias en diseño

Práctica 1: Exploración del cambio en el entorno sociocultural

Duración

02 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona un espacio físico representativo del entorno local (zona comercial, espacio cultural, institución pública, comunidad creativa o espacio urbano emergente).
3. Realiza una observación sistemática del entorno durante al menos 60 minutos, registrando: Manifestaciones visuales (gráfica, señalética, publicidad, identidad visual), usos tecnológicos observables y comportamientos sociales vinculados a consumo visual o comunicación.
4. Documenta mediante registro fotográfico y bitácora descriptiva.
5. Identifica indicios de cambio (emergentes, dominantes y residuales).
6. Relaciona los hallazgos con conceptos de prospectiva, estudios de futuro y tendencias.
7. Elabora un reporte analítico que incluya: Marco conceptual, evidencias documentadas, interpretación crítica del cambio observado y una reflexión ética y social
8. Entrega el documento (producto) y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Guía de observación estructurada
- Bitácora de campo
- Dispositivo móvil o cámara fotográfica
- Lecturas base sobre prospectiva y tendencias
- Rúbrica de evaluación
- Seguro facultativo activo

Práctica 2: Mapeo de actores y rol del diseño en contexto real

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona una organización local (empresa, emprendimiento, colectivo cultural o institución pública)
3. Investiga su comunicación visual y posicionamiento estratégico
4. Realiza entrevista semiestructurada a un responsable del área de comunicación o diseño
5. Identifica los problemas de comunicación visual, retos estratégicos e influencias del entorno
6. Elabora un mapa de actores involucrados (stakeholders)
7. Analiza el rol del diseño desde un enfoque prospectivo
8. Presenta los resultados en infografía argumentada
9. Entrega el documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Formato de entrevista
- Plantilla para mapa de actores
- Herramientas digitales de diagramación
- Consentimiento informado
- Bibliografía sobre diseño estratégico
- Seguro facultativo activo

Práctica 3: Observación contextual del rol del diseño en el entorno local

Duración

03 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona un sector local (social, cultural, productivo o tecnológico)

3. Realiza una observación directa y registro fotográfico del uso de comunicación visual en dicho contexto
4. Entrevista al menos a un actor involucrado (diseñador, gestor, empresario o usuario)
5. Analiza lo siguiente: Función estratégica del diseño, nivel de planeación anticipatoria, relación entre diseño y cambio social.
6. Elabora un reporte analítico con conclusiones críticas sobre el rol del diseño en ese entorno
7. Entrega el reporte y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Guía de observación estructurada
- Formato de entrevista semiestructurada
- Cámara o dispositivo móvil
- Formato institucional de reporte de práctica
- Seguro facultativo activo

Unidad II: Metodologías de análisis del entorno y detección de tendencias

Práctica 4: Diagnóstico estratégico del entorno

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona una organización, empresa o colectivo del entorno local
3. Realiza observación directa y recopilación de información institucional
4. Aplica herramientas de análisis estratégico (FODA, PESTEL u otras pertinentes)
5. Identifica factores de cambio, riesgos y oportunidades en materia de comunicación visual
6. Elabora un diagnóstico estratégico con enfoque prospectivo
7. Presenta recomendaciones preliminares sustentadas metodológicamente
8. Entrega el documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantillas de análisis estratégico
- Instrumentos de levantamiento de información
- Software para organización de datos
- Seguro facultativo activo

Práctica 5: Investigación de tendencias mediante etnografía rápida

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica

2. Selecciona un grupo de usuarios específico
3. Aplica técnicas de observación contextual y entrevistas breves
4. Documenta comportamientos, hábitos de consumo visual y prácticas culturales
5. Sistematiza hallazgos en mapa de insights (empatía)
6. Elabora perfiles prospectivos de usuario
7. Identifica patrones culturales emergentes
8. Entrega el documento y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Guía de observación etnográfica
- Formato de consentimiento
- Grabadora o dispositivo móvil
- Plantilla de mapa de insights/formatos de mapa de empatía
- Seguro facultativo activo

Práctica 6: Monitoreo digital y detección de microtendencias

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. En equipo, selecciona un sector específico de la localidad (educación, tecnología, cultura, entre otros).
3. Utiliza herramientas digitales para monitorear señales emergentes en el sector seleccionado
4. Identifica: Patrones repetitivos, discursos visuales emergentes y cambios en comportamiento de usuarios.
5. Clasifica señales débiles, microtendencias y macrotendencias
6. Elabora un informe visual de tendencias con justificación metodológica
7. Entrega el informe y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plataformas digitales de monitoreo de tendencias
- Matriz de clasificación de señales
- Software de visualización de datos
- Guía para validación de tendencias
- Seguro facultativo activo

Unidad III: Escenarios futuros y aplicación estratégica en proyectos de diseño

Práctica 7: Diagnóstico prospectivo en contexto real

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Identifica y contacto formal con una organización real
3. Define en conjunto el problema o reto estratégico vinculado a comunicación visual
4. Realiza la entrevista semiestructurada con directivos o responsables, la observación directa del entorno organizacional
5. Revisa materiales de comunicación existentes y la identificación de variables externas que impactan su futuro (tecnológicas, sociales, normativas, ambientales)
6. Elabora el análisis PESTEL contextualizado
7. Realiza la matriz impacto/incertidumbre basada en datos reales del sector
8. Construye de 3 a 4 escenarios para la organización a 5 y/o 10 años
9. Identifica riesgos y oportunidades
10. Determina áreas estratégicas donde el diseño puede generar valor
11. Entrega de documento síntesis al docente y realiza la presentación oral con recomendaciones preliminares.

Recursos de apoyo

- Reporte de diagnóstico prospectivo aplicado
- Matriz de escenarios contextualizada
- Recomendaciones estratégicas iniciales
- Seguro facultativo activo

Práctica 8: Diseño estratégico de soluciones innovadoras basadas en escenarios futuros

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica
2. Selecciona el escenario prioritario en conjunto con la organización en la que desarrollará la práctica
3. Define el reto específico de diseño
4. Identifica las tendencias pertinentes al sector seleccionado
5. Realiza la justificación con base en fuentes verificables
6. Define la propuesta de valor
7. Desarrolla la hipótesis de innovación en la que considere el impacto social y sostenibilidad
8. Crea el prototipo funcional (identidad, sistema visual, campaña estratégica, experiencia digital, entre otros)
9. Simula su aplicación en contexto real
10. Valida de forma preliminar con usuarios o actores clave
11. Incorpora la retroalimentación del actor externo
12. Evalúa la factibilidad y riesgos

13. Entrega un documento y recibe retroalimentación del o la docente.

Recursos de apoyo

- Bases de datos de tendencias
- Software de diseño y prototipado
- Instrumento de validación con usuarios
- Rúbrica de innovación y pertinencia contextual
- Seguro facultativo activo

Práctica 9: Plan estratégico y presentación ejecutiva para toma de decisiones

Duración

04 horas

Procedimiento

1. Atiende las orientaciones docentes establecidas para el desarrollo de la práctica.
2. Define la misión prospectiva y objetivos estratégicos.
3. Aplica el análisis FODA prospectivo contextualizado.
4. Identifica los stakeholders
5. Implementa la hoja de ruta: Fases, cronograma, recursos requeridos, matriz de riesgos, e indicadores de evaluación de impacto
6. Realiza propuesta de estructura operativa.
7. Obtiene la estimación preliminar de inversión en la que incluya consideraciones éticas y sostenibles
8. Diseña el pitch ejecutivo
9. Elabora la presentación visual profesional
10. Simula y realiza la defensa ante panel (docente + actor externo).
11. Emite la retroalimentación el actor externo a la presentación visual
12. Entrega un documento que incluye el plan estratégico y recibe retroalimentación del o la docente

Recursos de apoyo

- Plantillas de planeación estratégica
- Modelo Canvas adaptado a diseño
- Guía de elaboración de pitch
- Rúbrica integral de evaluación
- Seguro facultativo activo

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

En modalidad en línea, el encuadre debe integrarse desde el diseño instruccional y estar disponible para el estudiantado desde el inicio del curso en la plataforma institucional. El encuadre cumple la función de orientar, contextualizar y establecer las bases del trabajo académico.

El personal docente deberá asegurar que queden claramente definidos y accesibles en el entorno virtual los siguientes elementos:

- La metodología de trabajo del curso (modalidad, dinámica de actividades, tiempos, interacción esperada).
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y del estudiantado dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, incluyendo horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Todos estos elementos deben estar visibles y organizados dentro del espacio del curso en la plataforma institucional (como Blackboard), preferentemente en un módulo de bienvenida o presentación del curso.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Discusión guiada
- Estudio de caso
- Trabajo de campo guiado

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado
- Elaboración de organizadores gráficos (infografías, mapas mentales, mapas conceptuales)
- Interacción con actores reales (clientes, comunidades, usuarios)
- Investigación documental
- Investigación empírica
- Práctica en campo
- Resolución de problemas
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo autónomo o investigativo

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales:	20%
- Actividades, tareas, prácticas taller y de campo:	50%
- Portafolio de evidencias (Reporte de análisis prospectivo y proyecto estratégico de diseño)	30%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

Licenciatura en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o afín; y es deseable que cuente con estudios de posgrado en diseño, innovación, gestión o prospectiva o áreas relacionadas; con al menos dos años de experiencia profesional y docente en diseño estratégico, análisis de tendencias y desarrollo de proyectos de comunicación visual. Ser una persona proactiva, analítica y que fomente el trabajo en equipo.



PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Unidad académica:	Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada
Programa educativo:	Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, modalidad semipresencial
Plan de Estudios:	2027-2
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Branding Estratégico e Innovación
Clave:	
Distribución horaria:	Horas Clase: 01 Horas Taller: 02 Horas Práctica de Campo: 02 Horas Extra-clase: 01 Créditos:06
Etapas de formación:	Terminal
Carácter:	Optativa
Requisito:	Ninguno
Modalidad de impartición:	En línea
Equipo de diseño:	Vannessa Lucía Sandoval Benavides Ana Erika Ruiz Arellano
Subdirección que aprueba el PUA:	Eunice Vargas Viveros
Fecha:	06 de octubre de 2026
Aprobación y registro:	

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje tiene como propósito desarrollar en el estudiantado la capacidad para diseñar estrategias integrales de marca, fundamentadas en el análisis contextual, la definición de propuestas de valor y la estructuración de modelos estratégicos de posicionamiento que orienten la toma de decisiones en entornos organizacionales dinámicos. Las competencias que se desarrollan les permitirán comprender la marca como un activo estratégico, sustentar decisiones más allá de la dimensión formal de la identidad visual, argumentar propuestas ante clientes, equipos directivos o actores sociales, y estructurar modelos de gestión de marca con indicadores que favorezcan su evaluación y mejora continua en distintos sectores productivos y sociales. La asignatura es de carácter optativo, se imparte en la etapa terminal y contribuye al área de conocimiento de Gestión.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar estrategias integrales de branding mediante el análisis del entorno, la definición de la propuesta de valor y la estructuración de modelos estratégicos de posicionamiento, arquitectura de marca y criterios de sostenibilidad y sustentabilidad para fortalecer la competitividad y la articulación estratégica del sistema de identidad y su arquitectura en distintos contextos sociales y productivos, con innovación, ética profesional y compromiso con el entorno socioambiental.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

Elaboración de un Plan Estratégico Integral de Branding que incluya:

- Análisis del entorno, tendencias y diagnóstico competitivo fundamentado.
- Definición del propósito y valores estratégicos.
- Definición argumentada de la propuesta de valor.
- Modelo de posicionamiento estratégico.
- Estructuración del sistema de identidad y arquitectura de marca.
- Lineamientos estratégicos de implementación.
- Indicadores de desempeño para la evaluación de la marca.
- Presentación ejecutiva argumentada.

V. COMPETENCIA PROFESIONAL DEL PERFIL DE EGRESO A LA QUE CONTRIBUYE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar negocios de diseño y comunicación visual mediante procesos administrativos, modelos de gestión, metodologías de trabajo colaborativo y estrategias de comunicación, para asegurar la viabilidad, pertinencia y efectividad de las propuestas en ámbitos profesionales, institucionales o emprendimientos propios, con innovación social, excelencia, liderazgo y trabajo interdisciplinario.

VI. EJE TRANSVERSAL AL QUE CONTRIBUYE

Responsabilidad social, Innovación social, Excelencia y Vanguardia.

VII. DESARROLLO POR UNIDADES

Unidad I. Fundamentos estratégicos del branding

Competencia

Analizar la marca como sistema estratégico mediante la revisión de sus fundamentos conceptuales, dimensiones y modelos de posicionamiento, para comprender su función en la articulación del sistema de identidad y arquitectura de marca, con pensamiento analítico, objetividad y responsabilidad social.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Reporte ejecutivo que integre el análisis del entorno competitivo de una marca real, la construcción de un mapa conceptual y la identificación de oportunidades estratégicas para fundamentar las bases del brief que guiará el desarrollo de un plan de branding integral.

Contenido

- 1.1. Diferencia entre identidad gráfica y branding estratégico
 - 1.1.1. Identidad gráfica: componentes visuales y normativos
 - 1.1.2. Branding estratégico: dimensión conceptual y sistémica
 - 1.1.3. Alcances y límites de cada enfoque en contextos contemporáneos
- 1.2. Marca como activo intangible y generador de valor
 - 1.2.1. Activos intangibles en la economía contemporánea
 - 1.2.1.1. Capital de marca (brand equity)
 - 1.2.1.2. Reputación y confianza
 - 1.2.2. Dimensiones del valor de marca
 - 1.2.3. Marca y ventaja competitiva
 - 1.2.3.1. Diferenciación estratégica
 - 1.2.3.2. Fidelización y construcción de comunidades de marca
- 1.3. Sistema de identidad y arquitectura de marca
 - 1.3.1. Identidad como sistema integral (conceptual, verbal y visual)
 - 1.3.2. Arquitectura de marca
 - 1.3.3. Relación entre identidad y arquitectura
- 1.4. Propuesta de valor, propósito y territorio de marca
 - 1.4.1. Propuesta de valor
 - 1.4.2. Propósito de marca
 - 1.4.3. Dominio estratégico de marca (territorio)
 - 1.4.4. Coherencia entre propuesta de valor, propósito y territorio
- 1.5. Modelos y estrategias de posicionamiento competitivo
 - 1.5.1. Definición y tipologías de posicionamiento
 - 1.5.2. Estrategias de posicionamiento
 - 1.5.3. Declaración de posicionamiento
- 1.6. Análisis competitivo, diagnóstico y mapa perceptual
 - 1.6.1. Análisis del entorno competitivo
 - 1.6.1.1. Identificación de competidores directos e indirectos
 - 1.6.1.2. Variables de diferenciación y ejes de valor percibido

- 1.6.2. Construcción de mapas perceptuales
- 1.6.3. Implicaciones estratégicas del análisis
 - 1.6.3.1. Identificación de oportunidades
 - 1.6.3.2. Definición de nichos estratégicos
- 1.6.4. Integración de hallazgos para el desarrollo del plan de branding (brief estratégico)

Duración

04 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Schmitt, B., & Simonson, A. (2010). *Márketing y estética: la gestión estratégica de la marca, la identidad y la imagen*. Deusto. [clásica]

Fog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2010). *Storytelling: Branding in Practice*. Springer Berlin Heidelberg. [clásica]

Kairos, C. (2022). *The branding method: Cómo crear marcas que provocan, venden e impactan : + 25 herramientas paso a paso*. LID Editorial Empresarial

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management*. Pearson [clásica]

Kapferer, J. N. (2012). *The new strategic brand management*. Kogan Page [clásica]

Ries, A., & Ries, L. (2006). *Las 11 leyes inmutables de la creación de marcas*. Deusto. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press. [clásica]

Altamirano Galván, S. (2023). *Identidad corporativa: Una introducción*. Trillas.

Airey, D. (2014). *Logo design love: A guide to creating iconic brand identities* (2nd ed.). New Riders. [clásica]

- Bernal Pérez, P. P. (2024). Branding y Gestión de Marca: Masterclass. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=9_INIJZq9X0
- Briceño, I. (2019). *SEO branding: Arquitectura y gestión integral de la presencia digital*. Editorial UOC. [clásica]
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Andros. [clásica]
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Paidós. [clásica]
- Martín, M. (2018). *Arquitectura de marcas: Modelo estratégico para la gestión de marcas*. ESIC Editorial. [clásica]
- Parrales-Poveda, M. L., Arteaga-Velepucha, G. S., Solórzano-Álava, G. G., & Fienco-Parrales, J. V. (2024). *El branding como estrategia en la planificación estratégica*. *Digital Publisher CEIT*, 9(5), 498–510. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.5.2618>
- Ries, A., & Trout, J. (2001). *Posicionamiento: La batalla por su mente*. McGraw-Hill. [clásica]
- Sterman, A. (2013). *Cómo crear marcas que funcionen*. Granica. [clásica]
- Varón Rico, J. A., Gutierrez Portela, F., Gallego Cossio, L., & Hernandez Aros, L. (2023). Propuesta de un modelo de branding como estrategia de sostenibilidad empresarial para el sector cooperativo en Colombia. *Revista Economía y Política*, (38), 128–151.
<https://doi.org/10.25097/rep.n38.2023.07>
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5ª ed.). Wiley. [clásica]

Unidad II. Innovación y construcción estratégica de marca

Competencia

Diseñar propuestas estratégicas de marca mediante la integración de metodologías de innovación, análisis de tendencias y criterios de sustentabilidad, para estructurar modelos diferenciadores pertinentes a contextos sociales y productivos, con innovación, creatividad y compromiso con el entorno socioambiental.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Propuesta estructurada de posicionamiento estratégico que incluya redefinición de propuesta de valor, modelo de diferenciación y esquema preliminar de arquitectura de marca con justificación argumentada.

Contenido

- 2.1. Innovación aplicada al branding
 - 2.1.1. Innovación de valor y diferenciación estratégica
 - 2.1.2. Redefinición de categorías y subcategorías de mercado
 - 2.1.3. Integración de tecnología en la estrategia de marca
- 2.2. Branding y modelos de negocio
 - 2.2.1. La marca como eje del modelo de negocio
 - 2.2.2. Capital de marca y generación de ventaja competitiva
 - 2.2.3. Coherencia entre propuesta de valor y operación organizacional
- 2.3. Marca y sostenibilidad
 - 2.3.1. Propósito organizacional y responsabilidad social
 - 2.3.2. Sostenibilidad como factor de diferenciación
 - 2.3.3. Gestión reputacional y construcción de confianza
- 2.4. Experiencia estratégica de marca
 - 2.4.1. Experiencia integral en puntos de contacto
 - 2.4.2. Mapeo del recorrido del usuario
 - 2.4.3. Construcción de significado y lealtad
- 2.5. Branding en entornos digitales y ecosistemas multiplataforma
 - 2.5.1. Omnicanalidad y coherencia estratégica
 - 2.5.2. Arquitectura digital de marca
 - 2.5.3. Métricas digitales aplicadas al branding
- 2.6. Tendencias emergentes y adaptación estratégica
 - 2.6.1. Transformación tecnológica y personalización
 - 2.6.2. Nuevos patrones de consumo
 - 2.6.3. Adaptación estratégica y resiliencia organizacional

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2023). *Dirección de Marketing* (16ª ed). Pearson

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5ª ed.). Pearson. [clásica]

Neumeier, M. (2016). *Brand Flip, the : why customers now run companies and how to profit from it*. New Riders. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Aaker, D. A. (2020). *Owning game-changing subcategories: Uncommon growth in the digital age*. Morgan James Publishing. [clásica]

Briceño, I. (2019). *SEO branding: Arquitectura y gestión integral de la presencia digital*. Editorial UOC. [clásica]

Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Andros. [clásica]

Cusme, F. A. (2025). Branding y emprendimiento: Un enfoque profundo hacia el diseño de marcas efectivas. *Dialnet*. <https://doi.org/10.33386/593dp.2025.1.2872>

Deloitte. (2024). *Global marketing trends 2024*. <https://www2.deloitte.com>

Holt, D., & Cameron, D. (2023). *Cultural strategy: Using innovative ideologies to build breakthrough brands*. Oxford University Press.

- Mantra Branding. [Mantra Branding] (2024). Diplomado The Branding Experience: Crea una marca estratégica [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3NzpjnyKSA>
- Martín, M. (2018). *Arquitectura de marcas: Modelo estratégico para la gestión de marcas*. ESIC Editorial. [clásica]
- Sanguino García, V., Berrío Meneses , C. M. ., & Diez Arias , D. A. (2023). Revisión de literatura sobre la marca y la sostenibilidad. *Economía Creativa*, (18), pp. 53–73. <https://ciecpres.centro.edu.mx/ojs/index.php/CentroTI/article/view/601/352>
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Wiley. [clásica]

Unidad III. Modelo estratégico de gestión y articulación del sistema de marca

Competencia

Integrar un modelo estratégico de branding mediante la definición de objetivos, indicadores y lineamientos de gobernanza, para articular el sistema de identidad y arquitectura de marca en distintos contextos organizacionales, con liderazgo, objetividad y responsabilidad profesional.

Evidencia de aprendizaje de la unidad

Plan Estratégico Integral de Branding que incluya diagnóstico, propuesta de valor, modelo de posicionamiento, arquitectura de marca, lineamientos estratégicos de implementación y definición de indicadores de desempeño.

Contenido

- 3.1. Objetivos estratégicos de marca
 - 3.1.1. Alineación con misión, visión, modelo de negocio y propósito de marca
 - 3.1.2. Objetivos de posicionamiento, diferenciación y reputación
 - 3.1.3. Priorización estratégica y criterios SMART
- 3.2. Indicadores de desempeño (KPIs)
 - 3.2.1. Métricas de capital de marca
 - 3.2.2. Indicadores financieros y competitivos
 - 3.2.3. KPIs en entornos digitales
 - 3.2.4. KPIs de sustentabilidad e impacto social
 - 3.2.5. KPIs de sustentabilidad ambiental
- 3.3. Gobernanza y gestión estratégica de marca
 - 3.3.1. Lineamientos estratégicos y coherencia sistémica

- 3.3.2. Roles y responsabilidades organizacionales
- 3.3.3. Gestión de consistencia en puntos de contacto
- 3.4. Plan estratégico de implementación de marca
 - 3.4.1. Planeación por fases y prioridades
 - 3.4.2. Asignación de recursos y cronograma
 - 3.4.3. Gestión de riesgos estratégicos
- 3.5. Evaluación de impacto, auditoría y mejora continua
 - 3.5.1. Auditoría estratégica de marca
 - 3.5.2. Análisis de resultados y brechas
 - 3.5.3. Modelos de revisión periódica
 - 3.5.4. Ajustes estratégicos y decisiones de reposicionamiento
- 3.6. Liderazgo, dirección de equipos y procesos colaborativos
 - 3.6.1. Integración interdisciplinaria
 - 3.6.2. Comunicación estratégica interna
 - 3.6.3. Gestión de stakeholders
 - 3.6.4. Liderazgo y toma de decisiones en proyectos de marca

Duración

06 horas

Referencias y recursos de la biblioteca física y digital de la UABC

Kairos, C. (2022). The branding method: Cómo crear marcas que provocan, venden e impactan :

+ 25 herramientas paso a paso. LID Editorial Empresarial

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic brand management. [clásica]

Aaker, D. A. (2018). *Creating signature stories*. Morgan James Publishing. [clásica]

Referencias y recursos de acceso libre o complementarios externos

Aaker, D. A. (2020). *Owning game-changing subcategories: Uncommon growth in the digital age*. Morgan James Publishing. [clásica]

Aguilar Cruz, P. D. (2024). Branding personal y marketing en la ciencia: una revisión para impulsar el emprendimiento científico. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 28(2), 22–39. <https://doi.org/10.17979/redma.2024.28.2.1130>

Altamirano Galván, S. (2023). *Identidad corporativa: Una introducción*. Trillas.

Azuara Hernández, M. F. (2023). El branding social como activo estratégico para la gestión organizacional. *SciELO México*. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-16822023000200105&script=sci_arttext

Briceño, I. (2019). *SEO branding: Arquitectura y gestión integral de la presencia digital*. Editorial UOC. [clásica]

Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Andros. [clásica]

Deloitte. (2024). *Global marketing trends 2024*. <https://www2.deloitte.com>

Holt, D., & Cameron, D. (2023). *Cultural strategy: Using innovative ideologies to build breakthrough brands*. Oxford University Press.

Interbrand. (2024). *Best global brands 2024: Methodology and insights*. <https://interbrand.com>

Kapferer, J. N. (2021). *Kapferer on luxury: How luxury brands can grow yet remain rare* (2ª ed.). Kogan Page.

Martín, M. (2018). *Arquitectura de marcas: Modelo estratégico para la gestión de marcas*. ESIC Editorial. [clásica]

United Nations Global Compact. (2023). *Sustainable brand strategy framework*. <https://www.unglobalcompact.org>

Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Wiley. [clásica]

Zúñiga, D. [Brand Inteligente] (2020). Estrategia de branding: Evaluación de marca [Video].

YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=iYEIUijto_Y

VIII. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

Unidad I. Fundamentos estratégicos del branding

Práctica 1. Diagnóstico estratégico de marca

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y selecciona una marca real del contexto local, nacional o internacional.
2. Identifica los componentes de identidad gráfica y distingue su dimensión conceptual y estratégica mediante revisión documental y análisis crítico.
3. Analiza el capital de marca, reputación y propuesta de valor con base en fuentes secundarias y evidencia pública disponible.
4. Construye un mapa perceptual que represente el posicionamiento competitivo frente a competidores directos e indirectos.
5. Interpreta oportunidades estratégicas derivadas del análisis y redacta conclusiones fundamentadas.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Equipo de cómputo
- Acceso a internet
- Bases de datos académicas
- Plantilla de mapa perceptual

Práctica 2. Declaración de posicionamiento y dominio estratégico

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y revisa el diagnóstico previamente elaborado.
2. Define la propuesta de valor diferenciadora considerando beneficios funcionales, emocionales y simbólicos.
3. Delimita el dominio estratégico de marca con base en variables competitivas relevantes.
4. Redacta la declaración formal de posicionamiento utilizando criterios de claridad y coherencia estratégica.

5. Justifica la articulación entre identidad conceptual y arquitectura de marca mediante argumentos técnicos.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de declaración de posicionamiento
- Matriz de propuesta de valor
- Procesador de texto

Unidad II. Innovación y construcción estratégica de marca

Práctica 3. Modelo innovador de propuesta de valor

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y selecciona un caso organizacional susceptible de innovación estratégica.
2. Analiza tendencias emergentes, transformación tecnológica y patrones de consumo relacionados con el sector.
3. Redefine la propuesta de valor incorporando criterios de diferenciación y sostenibilidad.
4. Plantea ajustes en la arquitectura preliminar de marca que respalden la innovación propuesta.
5. Elabora un esquema visual que articule modelo de negocio y estrategia de marca.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Reportes de tendencias
- Plantilla de modelo de negocio
- Herramientas de análisis estratégico
- Software de diseño de presentaciones

Práctica 4. Experiencia estratégica y ecosistema digital

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y delimita los principales puntos de contacto de la marca seleccionada.
2. Mapea el recorrido del usuario identificando momentos clave de interacción.
3. Evalúa la coherencia omnicanal entre entornos físicos y digitales.
4. Propone mejoras estratégicas orientadas a fortalecer la experiencia integral de marca.
5. Define métricas digitales pertinentes para evaluar desempeño en el ecosistema multiplataforma.

6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de customer journey
- Herramientas de análisis digital
- Equipo de cómputo

Unidad III. Modelo estratégico de gestión y articulación del sistema de marca

Práctica 5. Definición de objetivos estratégicos y KPIs

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y retoma el modelo estratégico de marca previamente desarrollado.
2. Formula objetivos estratégicos alineados con misión y modelo de negocio aplicando criterios SMART.
3. Selecciona indicadores clave de desempeño que permitan medir capital de marca y posicionamiento.
4. Diseña un tablero básico de control estratégico que vincule objetivos e indicadores.
5. Analiza la pertinencia de los KPIs en entornos digitales y competitivos.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de KPIs
- Software para manejo de hojas de cálculo
- Equipo de cómputo

Práctica 6. Plan estratégico de implementación y gobernanza

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y consolida los elementos estratégicos desarrollados en unidades previas.
2. Estructura el plan estratégico de implementación por fases y prioridades temporales.
3. Define roles y responsabilidades para asegurar gobernanza y coherencia sistémica.
4. Identifica riesgos estratégicos y plantea mecanismos de control y mejora continua.
5. Integra la articulación con equipos creativos y procesos colaborativos en el esquema organizacional.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de planificación estratégica
- Cronograma digital
- Procesador de texto
- Software de diseño de presentaciones

IX. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

Unidad I. Fundamentos estratégicos del branding

Práctica 1. Auditoría estratégica in situ de marca

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y selecciona una organización del entorno local para realizar visita presencial o recorrido virtual institucional.
2. Realiza visita al establecimiento o revisa sus puntos de contacto físicos y digitales para documentar identidad gráfica, narrativa y experiencia observable.
3. Entrevista brevemente a personal o usuarios sobre percepción, diferenciación y confianza asociadas a la marca.
4. Analiza la coherencia entre identidad conceptual, arquitectura y posicionamiento percibido mediante matriz de evaluación.
5. Identifica oportunidades estratégicas y brechas entre promesa y experiencia observada.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de auditoría de marca
- Formato de entrevista breve
- Cámara o dispositivo móvil
- Equipo de cómputo
- Plantilla de matriz de evaluación

Práctica 2. Análisis competitivo y mapa perceptual sectorial

Duración

06 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y define un sector específico para análisis competitivo mediante visita a zona comercial o revisión de plataformas digitales.
2. Identifica competidores directos e indirectos observando presencia física, digital y discurso estratégico.
3. Registra variables de diferenciación relevantes mediante observación estructurada y revisión de comunicación pública.

4. Construye un mapa perceptual con base en variables estratégicas seleccionadas.
5. Interpreta oportunidades y posibles nichos estratégicos sustentados en evidencia de campo.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de mapa perceptual
- Formato de registro de observación
- Acceso a internet
- Software de diseño

Unidad II. Innovación y construcción estratégica de marca

Práctica 3. Diagnóstico de innovación y propuesta de valor

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y selecciona una organización para realizar entrevista o visita de diagnóstico estratégico.
2. Realiza entrevista semiestructurada a directivo o responsable para conocer propuesta de valor y modelo de negocio.
3. Analiza tendencias sectoriales mediante revisión de entorno y observación directa del contexto competitivo.
4. Evalúa nivel de innovación y sostenibilidad en productos, servicios o comunicación institucional.
5. Redefine propuesta de valor con base en hallazgos empíricos y justifica ajustes estratégicos.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guía de entrevista
- Formato de análisis de tendencias
- Grabadora o dispositivo móvil
- Plantilla de propuesta de valor

Práctica 4. Evaluación de experiencia de marca y omnicanalidad

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y selecciona una marca con presencia física y digital para análisis comparativo.

2. Realiza visita al punto de venta y navega sus plataformas digitales registrando coherencia narrativa y visual.
3. Aplica un instrumento breve de observación sobre experiencia en puntos de contacto.
4. Mapea recorrido del usuario identificando momentos críticos y oportunidades de mejora.
5. Formula recomendaciones estratégicas orientadas a coherencia omnicanal y diferenciación sostenible.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Plantilla de customer journey
- Lista de verificación de omnicanalidad
- Dispositivo móvil
- Acceso a internet

Unidad III. Modelo estratégico de gestión y articulación del sistema de marca

Práctica 5. Levantamiento de información para definición de KPIs

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y selecciona organización previamente analizada para definir métricas estratégicas.
2. Realiza entrevista o consulta documental para identificar objetivos organizacionales vinculados a la marca.
3. Recopila datos públicos o internos sobre desempeño competitivo y presencia digital.
4. Analiza información obtenida y propone indicadores clave alineados con objetivos estratégicos.
5. Diseña esquema preliminar de tablero de control con métricas justificadas.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Guión de entrevista
- Software para manejo de hojas de cálculo
- Plantilla de KPIs
- Equipo de cómputo

Práctica 6. Validación del plan estratégico con actor externo

Duración

05 horas

Procedimiento

1. Atiende las instrucciones de su docente y prepara síntesis del plan estratégico integral de branding desarrollado.

2. Agenda reunión presencial o virtual con representante de organización, profesional del sector o experto invitado.
3. Presenta objetivos, indicadores y plan estratégico de implementación solicitando retroalimentación argumentada.
4. Registra observaciones sobre viabilidad, coherencia y gobernanza estratégica.
5. Ajusta propuesta incorporando recomendaciones fundamentadas en el análisis crítico.
6. Envía la evidencia solicitada y recibe retroalimentación de su docente.

Recursos de apoyo

- Presentación ejecutiva
- Formato de registro de retroalimentación
- Equipo de cómputo
- Plataforma de videoconferencia o espacio de reunión

X. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre

El encuadre se integra en el diseño instruccional de la unidad de aprendizaje y se encuentra disponible desde el inicio del curso en la plataforma institucional en el módulo de bienvenida o presentación del curso. El encuadre presenta las bases del trabajo académico en el curso:

- La metodología de trabajo del curso.
- Los criterios de evaluación, rúbricas y ponderaciones por unidad o meta de aprendizaje.
- Las normas de calidad y formato para la entrega de trabajos académicos.
- Los derechos y responsabilidades del personal docente y las y los estudiantes dentro del ambiente virtual de aprendizaje.
- Los medios de comunicación y retroalimentación, horarios de atención, uso de foros, mensajes internos o correo institucional.

Estrategias de enseñanza

- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos
- Trabajo colaborativo
- Microaprendizaje (microlearning)
- Clase invertida (flipped classroom)
- Foros de discusión guiada
- Tutoría entre pares por videoconferencia o foros
- Webinars interactivos
- Enseñanza mediante recursos multimedia y plataformas educativas (videos, simuladores, infografías animadas)
- Evaluación formativa digital (con retroalimentación inmediata)

Estrategias de aprendizaje

- Aprendizaje autorregulado a través de plataformas LMS
- Resolución de problemas en entornos simulados
- Desarrollo de proyectos digitales o colaborativos
- Elaboración de organizadores gráficos digitales
- Participación activa en foros y videoconferencias
- Trabajo colaborativo
- Investigación documental y empírica mediante
- Toma de apuntes en formatos digitales
- Interacción con comunidades o actores reales mediante plataformas virtuales
- Práctica reflexiva mediante blogs, portafolios o diarios digitales
- Trabajo de campo remoto o híbrido (entrevistas, encuestas, observación virtual)

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación

Para acreditar el curso es necesario obtener una calificación final aprobatoria en el semestre habiendo entregado y aprobado al menos el 60% de los exámenes, tareas y metas, así como la entrega de la versión final y completa de la evidencia de aprendizaje definida en el punto IV del Programa de Unidad de Aprendizaje. Por el carácter predominantemente práctico de esta asignatura, no es susceptible de medición cuantitativa, se evaluará de conformidad con lo establecido en el artículo 74 del Estatuto Escolar de la UABC. La calificación es en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales	15%
- Prácticas de taller y de campo	45%
- Plan Estratégico Integral de Branding	40%
<i>Total</i>	100%

XII. PERFIL DOCENTE

La persona docente que imparta la unidad de aprendizaje Branding Estratégico e Innovación deberá contar con licenciatura en Diseño Gráfico, Diseño y Comunicación Visual o área afín, preferentemente con estudios de posgrado. Acreditará al menos dos años de experiencia docente, así como experiencia profesional en desarrollo y gestión estratégica de marca,

innovación y proyectos de comunicación visual. Asimismo, deberá mostrar una actitud proactiva y analítica, capacidad para el trabajo colaborativo y una visión ética y socialmente responsable del ejercicio profesional del diseño, además de disposición para la actualización permanente.



Facultad de
**Ingeniería,
Arquitectura
y Diseño**

Licenciatura en **Diseño Estratégico de la Comunicación Visual**

Estudio de pertinencia social,
factibilidad y referentes



Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño

**LICENCIATURA EN DISEÑO ESTRATÉGICO DE
LA COMUNICACIÓN VISUAL**

**ESTUDIO DE PERTINENCIA SOCIAL,
FACTIBILIDAD Y REFERENTES**

Ensenada, Baja California, 8 de noviembre de 2025



Directorio

Dr. Julián Israel Aguilar Duque
Director

Dra. Eunice Vargas Viveros
Subdirectora

Mtro. Alfonso Elías Ibarra Collins
Administrador

M.C. Irma Alejandra Amaya Patrón
Coordinadora de Formación Profesional

Dra. Karen Estrella Martínez Torres
Coordinadora de Investigación y Posgrado

Dr. Guillermo Amaya Parra
Coordinador de Extensión y Vinculación

Dr. Julio César Cano Gutiérrez
Responsable de Planeación y Desarrollo Organizacional

Responsables de la creación del plan de estudios:

Dra. Ana Erika Ruiz Arellano

Dra. Claudia Rivera Torres

Dr. Julio César Rincón Martínez

Índice

Introducción.....	1
1. Estudio de pertinencia social.....	5
1.1. Análisis de necesidades sociales.....	5
Objetivo general	5
Método.....	5
Resultados.....	6
1.2. Análisis del mercado laboral.....	16
Objetivo general	16
Método.....	16
Resultados.....	20
1.3. Estudio de egresados	39
Objetivo general	40
Método.....	40
Resultados.....	41
1.4. Análisis de oferta y demanda	52
Objetivo general	53
Método.....	53
Resultados.....	58
2. Estudio de factibilidad	82
2.1. Análisis de factibilidad de recursos para la operación del programa educativo.....	82
Objetivo general	82
Método.....	82
Resultados.....	83
2.2. Análisis de factibilidad normativa.....	110
Objetivo general	110
Método.....	110
Resultados.....	110
3. Estudio de referentes	115

3.1. Análisis de la profesión y su prospectiva	116
Objetivo general	116
Método.....	116
Resultados.....	117
3.2. Análisis comparativo de programas educativos	125
Objetivo general	125
Método.....	125
Resultados.....	126
3.3. Análisis de organismos nacionales e internacionales.....	140
Objetivo general	140
Método.....	141
Resultados.....	141
4. Conclusiones	152
5. Referencias	156

Índice de figuras

Figura 1. Sector o giro profesional al que pertenecen las empresas participantes.	21
Figura 2. Tamaño de las entidades profesionales participantes.	21
Figura 3. Áreas del conocimiento con mayor relevancia en la formación de un profesionista en Diseño Gráfico.	22
Figura 4. Áreas con mayor crecimiento esperado en los próximos cinco años.	24
Figura 5. Competencias que ubican a un profesionista en Diseño Gráfico más preparado en el mercado laboral.	26
Figura 6. Sector empleador participante que mostró contar con un departamento o área interna en Diseño Gráfico.	27
Figura 7. Tamaño de la planta laboral de diseñadores gráficos empleados en las empresas.	28
Figura 8. Frecuencia de contratación de diseñadores gráficos independientes.	28
Figura 9. Modalidad laboral predominante en las empresas para el área de diseño gráfico.	29
Figura 10. Proyección de contratación de diseñadores gráficos para los próximos cinco años.	30
Figura 11. Nivel de intervención esperada del diseñador gráfico en las empresas.	31
Figura 12. Áreas en las que colabora el diseñador gráfico en las empresas.	31
Figura 13. Recursos solicitados por los empleadores en el proceso de contratación. ...	32
Figura 14. Priorización de necesidades requeridas por los empleadores en los profesionales del Diseño Gráfico.	33
Figura 15. Expectativas que los empleadores presentan como prioritarias en el desempeño del diseñador gráfico	36
Figura 16. Situación laboral de los egresados y razones por las cuales no están trabajando.	41
Figura 17. Razones por las que los egresados han presentado dificultad para conseguir empleo.	42
Figura 18. Relación entre lo aprendido en el programa educativo y su trabajo diario. .	42

Figura 19. Egresados de diseño gráfico empleados en el sector público y privado.....	43
Figura 20. Posición dentro de la organización donde laboran los egresados.	43
Figura 21. Giro de las empresas donde laboran los egresados.	44
Figura 22. Actividad que mejor describe el quehacer diario del egresado.	44
Figura 23. Sueldos que perciben los egresados.....	45
Figura 24. Porcentaje de egresados que han recibido y no recibido talleres, cursos, diplomados adicionales a su formación universitaria.	45
Figura 25. Opinión de los egresados sobre la contribución al servicio social a su formación profesional.....	46
Figura 26. Unidades de aprendizaje de etapa básica que los egresados consideran con contenido obsoleto.	47
Figura 27. Unidades de aprendizaje de etapa disciplinaria que los egresados consideran con contenido obsoleto.	47
Figura 28. Unidades de aprendizaje de Etapa terminal que los egresados consideraron con contenido obsoleto.	48
Figura 29. Unidades de aprendizaje Optativas de FAD que los egresados consideraron más útiles.....	49
Figura 30. Unidades de aprendizaje optativas de FCITEC que los egresados consideran más útiles en su ejercicio profesional.	49
Figura 31. Características de género y edad de estudiantes de educación media superior interesados en cursar el programa educativo.	61
Figura 32. Lugar de residencia y de nacimiento de los potenciales a ingresar al programa educativo.	62
Figura 33. Institución de educación media superior en la que cursan los interesados en el programa educativo.....	63
Figura 34. Semestre en el que se encuentran inscritos los estudiantes de educación media superior interesados en el programa educativo.	64
Figura 35. Turno en el que se encuentran inscritos los estudiantes de educación media superior interesados en el programa educativo.	65

Figura 36. Desempeño académico de los estudiantes de educación media superior interesados en el programa educativo.	65
Figura 37. Grado de interés de los estudiantes de educación media superior por estudiar el programa educativo.	66
Figura 38. Principal fuente por la que los estudiantes de educación media superior conocieron el programa educativo.	67
Figura 39. Principal motivación que los estudiantes de educación media superior presentan para estudiar el programa educativo.	68
Figura 40. Conocimiento por parte de los estudiantes de educación media superior sobre la oferta del programa educativo en la UABC.	69
Figura 41. Interés manifestado por parte de los estudiantes de educación media superior sobre el programa educativo si se ofreciera en UABC-Ensenada.	70
Figura 42. Comportamiento potencial de elección universitaria sobre el programa educativo entre los estudiantes de educación media superior.	70
Figura 43. Interés de los estudiantes de educación media superior sobre la modalidad semipresencial (clases presenciales + en línea).	71
Figura 44. Experiencia previa por parte de los estudiantes de educación superior con relación a cursar clases en línea o en modalidad híbrida (mixta).	72
Figura 45. Momento en que los estudiantes de educación superior manifestaron haber cursado asignaturas en línea o modalidad híbrida.	72
Figura 46. Percepciones sobre el disfrute del aprendizaje en línea por parte de los estudiantes de educación superior.	73
Figura 47. Porcentaje de estudiantes de educación media superior con acceso a internet en casa.	73
Figura 48. Disponibilidad de equipos informáticos o inteligentes entre los estudiantes de educación media superior.	74
Figura 49. Preferencia de los estudiantes de educación media superior sobre tomar clases presenciales o en línea en algún turno específico.	75
Figura 50. Habilidad en el uso de tecnologías para el aprendizaje por parte de los estudiantes de educación media superior.	76

Figura 51. Percepción de los estudiantes de educación media superior sobre su desempeño en estudios de tipo semipresencial o en línea.....	77
Figura 52. Importancia que los estudiantes de educación media superior dan a los siguientes apoyos institucionales para ingresar y concluir los estudios.	78
Figura 53. Organigrama vigente de la unidad académica (UABC, 2021).	101

Índice de tablas

Tabla 1. Proyección semestral del crecimiento de la matrícula, contratación de PTC, TATC y profesores por asignatura para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial.	84
Tabla 2. Distribución de la infraestructura de conectividad en la FIAD	98
Tabla 3. Proyección semestral de la matrícula 2027–2030 para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial	102
Tabla 4. Composición salarial y prestaciones del Profesor de Tiempo Completo (PTC) y Técnicos Académicos de Tiempo Completo (TATC) en la UABC	103
Tabla 5. Composición salarial y prestaciones del Profesor Ordinario de Asignatura (POA) en la UABC	104
Tabla 6. Presupuesto para equipamiento del laboratorio de producción gráfica	105
Tabla 7. Presupuesto para equipamiento del laboratorio de producción fotográfica....	107
Tabla 8. Presupuesto estimado para licencias de software especializado en diseño de la comunicación visual.....	108
Tabla 9. Proyección semestral del presupuesto 2027–2030 para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial	109
Tabla 10. Oferta educativa en Ensenada.....	127
Tabla 11. Oferta educativa en el estado de Baja California	128
Tabla 12. Oferta educativa en México.....	131
Tabla 13. Oferta educativa en América del Norte.....	133
Tabla 14. Oferta educativa en Centro y Sudamérica.....	134
Tabla 15. Oferta educativa en Europa.....	136
Tabla 16. Oferta educativa en Asia	137
Tabla 17. Síntesis de la oferta educativa	138
Tabla 18. Análisis comparativo de perfiles de egreso en programas afines al diseño y la comunicación visual.....	139
Tabla 19. Síntesis de lineamientos internacionales para la formación en diseño (COMAPROD y CIEES)	144

Tabla 20. Síntesis de lineamientos internacionales para la formación en diseño (ICoD, NASAD y Agenda 2026–2030)	148
---	-----

Introducción

El presente documento integra los estudios de fundamentación que sustentan la propuesta del programa educativo de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, conforme a la metodología institucional para la creación y modificación de planes de estudio de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2018). Su estructura organiza de manera sistemática los apartados correspondientes al estudio de pertinencia social, de factibilidad y de referentes, que permiten describir el contexto en el que se inscribe la propuesta educativa. Cada uno de estos apartados se desarrolla a partir de fuentes documentales y estudios empíricos, con el propósito de delimitar los elementos que intervienen en la configuración del programa.

El estudio de pertinencia social constituye el primer eje del documento y se orienta a la identificación de las necesidades sociales vinculadas con el campo del diseño y la comunicación visual. En este segmento se presenta un análisis de contexto que integra información sociodemográfica, económica y territorial, con énfasis en la ciudad de Ensenada y su entorno regional. Asimismo, se describen problemáticas relacionadas con la producción, circulación y comprensión de mensajes visuales en distintos ámbitos sociales. Este análisis se construye a partir de información proveniente de fuentes institucionales y organismos nacionales e internacionales, en concordancia con los lineamientos metodológicos establecidos por la UABC.

Dentro del estudio de pertinencia social se incluye la definición de las necesidades que atenderá la persona egresada del programa educativo. Este apartado describe los ámbitos profesionales en relación con el diseño y la comunicación visual, que incluyen la producción de mensajes, la organización de la información, la construcción de identidades y la interacción con distintos públicos. De igual forma, se incorpora un componente de prospectiva en el que se presentan tendencias asociadas a la evolución del diseño y la comunicación visual, en las que se incluyen la influencia de los entornos digitales, la diversificación de medios y la integración de procesos estratégicos en la práctica

profesional, en concordancia con planteamientos de organismos internacionales del diseño (ICOGRADA, 2011).

El documento incorpora también, como parte del estudio de pertinencia social, el análisis del mercado laboral que describe las competencias, habilidades y conocimientos requeridos desde la perspectiva del sector productivo. En este apartado se presenta el procedimiento metodológico para la recopilación de información, en el que se integran el diseño del instrumento, la definición de la población objetivo y el proceso de aplicación. Posteriormente, se exponen los resultados organizados en categorías que incluyen el perfil de los empleadores, las características del entorno profesional y las condiciones de inserción laboral.

Otro componente del estudio de pertinencia social corresponde al análisis de egresados, en el que se examina la trayectoria académica y laboral de profesionistas formados en programas afines (Diseño Gráfico impartido en la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología, y la Facultad de Arquitectura y Diseño, ambas de la Universidad Autónoma de Baja California). Este apartado describe la metodología utilizada para la recopilación de información, así como los resultados relacionados con la situación laboral, las áreas de desempeño, los ingresos y la relación entre la formación académica y el ejercicio profesional. También se incluyen elementos vinculados con la evaluación de las unidades de aprendizaje cursadas y su correspondencia con las exigencias del entorno laboral.

El documento presenta, además el análisis de la oferta y la demanda educativa, el cual permite describir la disponibilidad de programas afines en distintos niveles territoriales y la demanda potencial del programa propuesto. En este apartado se integran resultados de estudios documentales y datos empíricos obtenidos mediante la aplicación de cuestionarios a estudiantes de educación media superior. La información se organiza en función de variables como las características sociodemográficas, los intereses vocacionales, el conocimiento de la oferta educativa y la disposición hacia distintas modalidades de aprendizaje.

Dentro de este mismo análisis se incluye un apartado específico sobre la modalidad semipresencial, en el que se describen las condiciones de acceso, disponibilidad tecnológica y preferencias de organización del tiempo por parte de la población potencial. Este segmento incorpora información relacionada con el uso de tecnologías de la información y la comunicación, así como con la disposición para cursar estudios bajo esquemas que combinan actividades presenciales y mediadas por tecnología. Asimismo, se describen las necesidades de apoyo académico e institucional para el ingreso y la permanencia en el programa.

El estudio de factibilidad constituye el segundo eje del documento y se orienta al análisis de las condiciones institucionales necesarias para la operación del programa educativo. En este apartado se describen los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, así como los requerimientos para su implementación. Se incluye la información relativa a la infraestructura física, equipamiento especializado, licencias de software y plataformas digitales que apoyan los procesos de enseñanza y aprendizaje. De igual forma, se presentan elementos normativos que regulan la creación y funcionamiento de programas educativos en la institución (UABC, 2010).

Asimismo, el documento integra como último eje el estudio de referentes, el cual se estructura en tres componentes: el análisis de la profesión y su prospectiva, el análisis comparativo de programas educativos y la revisión de organismos nacionales e internacionales. En el primer componente se describen las transformaciones del campo del diseño y la comunicación visual, así como las tendencias que inciden en la formación profesional. El segundo componente presenta una comparación de programas educativos afines, en el que se consideran aspectos como la denominación, la estructura curricular y el enfoque formativo. El tercer componente incorpora los lineamientos y las recomendaciones emitidos por los organismos académicos y profesionales, los cuales permiten identificar criterios relevantes para la formación en el área del diseño y la comunicación visual.

En síntesis, los estudios que integran este documento permiten establecer una relación entre las necesidades sociales, las condiciones del mercado laboral, las trayectorias profesionales, la oferta y la demanda, así como las tendencias disciplinares. Esta articulación evidencia la pertinencia de un programa educativo orientado al desarrollo de competencias estratégicas en diseño y comunicación visual, en correspondencia con las transformaciones del entorno contemporáneo. De esta manera, el documento sustenta la creación de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual como una respuesta académica e innovadora alineada con las demandas sociales, económicas y culturales del contexto.

1. Estudio de pertinencia social

Este apartado tiene como propósito identificar las necesidades y problemáticas sociales de la profesión planteadas a nivel internacional, nacional, regional y municipal. A partir de ello, se examina el panorama actual y las perspectivas futuras de la disciplina, con el fin de valorar la pertinencia del programa educativo.

1.1. Análisis de necesidades sociales

Objetivo general

Determinar las necesidades y problemáticas sociales presentes y futuras de la profesión a nivel internacional, nacional, regional y local, que atiende el programa educativo y sus egresados.

Método

Este apartado se desarrolló a partir de una investigación documental con fuentes de organismos estatales, nacionales e internacionales, así como bases de datos que permitieron identificar los contextos socioeconómicos y sociodemográficos de la ciudad de Ensenada B.C. Específicamente se consultó la información generada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el Comité de Planeación de Desarrollo del Estado de Baja California (COPLADE), la Secretaría de Educación Pública de Baja California y el Instituto de Investigación y Planeación de Ensenada (IMIP).

A partir de las fuentes antes mencionadas, se recolectó, seleccionó y analizó información que permitiera identificar el escenario social que predomina y predominará durante las próximas décadas.

Adicionalmente, para la identificación de necesidades y problemáticas sociales que atenderá el programa educativo y sus egresados, se realizó la revisión bibliografía de distintas fuentes a nivel internacional, nacional, regional y local.

Resultados

Características del contexto local, regional, nacional e internacional en el que se inscribe el programa educativo

El estado de Baja California se ubica en la región noroeste del país y es un estado fronterizo con los Estados Unidos de América. Representa aproximadamente el 3.7% del territorio nacional y está conformado por siete municipios: Ensenada, Mexicali, Tijuana, Tecate, Playas de Rosarito, San Quintín y San Felipe, siendo Mexicali la capital del estado (INEGI, 2020a; Gobierno del Estado de Baja California, 2023).

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, la población total del estado asciende a 3,769,020 habitantes, con una tendencia de crecimiento sostenido en la última década. Más del 92% de la población reside en zonas urbanas, lo que posiciona a la entidad por encima del promedio nacional. En términos de distribución por sexo, aproximadamente el 50.1% corresponde a mujeres y el 49.9% a hombres (INEGI, 2020a).

En este contexto estatal, el municipio de Ensenada ocupa un lugar estratégico tanto por su extensión territorial —la mayor del país— como por su diversidad geográfica y funcional. De acuerdo con el INEGI (2020a), Ensenada cuenta con una población de 443,807 habitantes, representando cerca del 11.8% del total estatal.

La ciudad de Ensenada se distingue por su vocación portuaria, turística, científica y agroindustrial. Su ubicación sobre el Océano Pacífico y su cercanía con el estado de California, en Estados Unidos, favorecen un flujo constante de intercambio económico, cultural y social. Asimismo, el municipio destaca por su dinamismo en sectores como la industria vitivinícola (Valle de Guadalupe), el turismo de cruceros, la pesca y la agroexportación, consolidándose como uno de los polos económicos más relevantes del estado (Data México, 2024).

En términos sociodemográficos, Ensenada presenta una estructura poblacional que refleja una transición demográfica moderada. La distribución por edad muestra una base aún amplia, pero con un crecimiento significativo en los grupos de edad joven-adulta. La población mayor de 18 años asciende a 318,838 personas, lo que representa el 71.8% del total, evidenciando una alta proporción de población en edad productiva (INEGI, 2020b).

Particularmente relevante es el grupo de edad de 18 a 24 años, que constituye el segmento en edad típica para cursar estudios de licenciatura. Este grupo asciende a 54,266 personas, equivalente al 12.2% de la población total del municipio, lo que representa una base sólida de demanda potencial para la educación superior (INEGI, 2020b).

A este grupo se suman los rangos de edad de 25 a 29 años (8.3%) y de 30 a 34 años (7.8%), los cuales amplían el espectro de población susceptible de incorporarse a programas universitarios, educación continua o procesos de reconversión profesional. En conjunto, estos grupos concentran aproximadamente el 28% de la población total, lo que evidencia la existencia de un bono demográfico activo en el municipio (INEGI, 2020b).

Por su parte, la población de 0 a 17 años representa cerca del 28.1% del total, lo que indica una presión futura sostenida sobre los sistemas educativos. En contraste, la población de 60 años y más constituye aproximadamente el 12%, lo que refleja un proceso gradual de envejecimiento poblacional (INEGI, 2020b; CONAPO, 2023).

Adicionalmente, se estima que una proporción significativa de la población joven se encuentra actualmente en el sistema educativo, ya que alrededor de 20,717 personas de entre 18 y 24 años asisten a la escuela en el municipio, lo que confirma la relevancia de este segmento como base de demanda educativa (INEGI, 2020b).

Desde la perspectiva social, esta estructura demográfica tiene implicaciones directas en la configuración de identidades culturales, prácticas de consumo y formas de comunicación. La presencia de una población joven significativa, combinada con la

diversidad cultural derivada de procesos migratorios, genera un entorno dinámico que demanda estrategias innovadoras de comunicación y representación visual.

En este contexto, el diseño gráfico adquiere un papel estratégico en Ensenada como herramienta para la promoción turística, la construcción de identidad territorial y el fortalecimiento de las industrias creativas. La riqueza cultural, gastronómica y paisajística del municipio requiere soluciones de comunicación visual que permitan posicionar a Ensenada en escenarios nacionales e internacionales.

Asimismo, el diseño gráfico contribuye a la atención de problemáticas sociales mediante el desarrollo de campañas de sensibilización en temas como inclusión, sustentabilidad, salud pública y cohesión social. Su capacidad para traducir información compleja en mensajes accesibles lo convierte en un instrumento clave para la intervención social.

En términos de desarrollo regional, el Gobierno del Estado de Baja California reconoce a Ensenada como un eje estratégico para el crecimiento económico sustentable, la innovación y la cooperación internacional (Plan Estatal de Desarrollo 2022–2027). Su vocación científica, fortalecida por la presencia de instituciones como la Universidad Autónoma de Baja California y centros de investigación de alto nivel, refuerza su papel como generador de conocimiento.

En el ámbito profesional, los diseñadores gráficos en Ensenada participan en sectores como turismo, publicidad, industria creativa, medios digitales, agroindustria, comercio electrónico y desarrollo tecnológico. El crecimiento de la economía digital ha ampliado sus oportunidades laborales, especialmente en áreas como diseño UX/UI, branding digital y producción de contenido.

En congruencia con el Gobierno de México, que reconoce el potencial de las industrias creativas como motor de desarrollo, la formación de diseñadores gráficos debe responder a las nuevas demandas del entorno global, integrando competencias digitales, pensamiento crítico y responsabilidad social.

El análisis integrado del contexto de Baja California con énfasis en Ensenada permite identificar condiciones altamente favorables para el desarrollo de programas educativos en diseño gráfico y comunicación visual. La significativa presencia de población joven en edad universitaria, junto con la diversidad económica y sociocultural del municipio, posiciona a estas disciplinas como factores claves para el desarrollo regional, la innovación y la transformación social.

Necesidades sociales que atenderá el programa educativo y sus egresados

La persona egresada del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual atenderá problemáticas sociales vinculadas con la comunicación visual en contextos que se caracterizan por la transformación digital, saturación de mensajes visuales y diversidad sociocultural. Entre estas problemáticas se identifica la necesidad de diseñar mensajes visuales pertinentes que faciliten la comprensión interpretación y apropiación de la información por parte de distintos grupos sociales, particularmente en ámbitos institucionales, corporativos.

Asimismo, interviene en problemáticas relacionadas con la construcción y gestión de identidades visuales, en un entorno donde las organizaciones, instituciones y comunidades requieren posicionar mensajes con claridad, coherencia y responsabilidad social. Esto implica atender la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación visual que respondan a objetivos específicos, considerando a las audiencias, los contextos de uso y los impactos sociales de los mensajes producidos. En este sentido, el diseño deja de centrarse exclusivamente en la producción estética y se orienta hacia la solución de problemas de comunicación con base en el análisis contextual y la toma de decisiones fundamentadas.

De igual forma, el programa educativo reconoce la necesidad de garantizar el acceso equitativo a la información y de promover condiciones de accesibilidad en la comunicación visual para diversos grupos sociales. En este sentido, la formación de la persona egresada del programa incorpora principios de accesibilidad, inclusión y equidad, en correspondencia con los ejes transversales de responsabilidad social, inclusión e

interculturalidad establecidos en la educación superior. Este enfoque permite el desarrollo de propuestas de diseño orientadas a facilitar la comprensión, el uso y la apropiación de la información, considerando la diversidad de capacidades, contextos socioculturales y condiciones de acceso. Como resultado, las soluciones de diseño favorecen la eliminación de barreras comunicativas y fortalecen la participación informada de distintos sectores de la población.

Por otra parte, la formación de la persona egresada responde a la necesidad de fortalecer la identidad cultural y comunitaria mediante la comunicación visual, en contextos donde los procesos de globalización y estandarización tienden a la dilución de los rasgos locales. Por lo anterior, se requiere el desarrollo de propuestas de diseño que representen de manera pertinente los valores, símbolos y prácticas culturales de los distintos grupos sociales desde sus contextos histórico, social y geográfico; orientadas a la preservación y difusión de dichos referentes culturales en distintos medios y contextos de comunicación.

Además, el programa educativo incorpora el uso de tecnologías digitales y de inteligencia artificial en la producción de contenidos visuales, en este sentido, la formación de la persona egresada contempla la integración de estas herramientas desde un enfoque crítico, ético y estratégico considerando sus implicaciones en los procesos de comunicación y en la construcción de significados. De esta manera, el diseño y la comunicación visual se desarrollan como prácticas orientadas a la toma de decisiones informadas, en correspondencia con el modelo educativo institucional basado en el desarrollo de competencias y el compromiso con el entorno social.

Adicionalmente, frente a los retos del desarrollo sostenible existe la demanda de estrategias visuales que promuevan las prácticas responsables, la apropiación del entorno y la sensibilización frente a problemáticas como el cambio climático, el manejo de recursos y la conservación del patrimonio natural y cultural. Ante esta necesidad, la persona egresada desarrolla propuestas de comunicación visual orientadas a la divulgación de contenidos ambientales fundamentados en el análisis del contexto y el

estudio de la audiencia que contribuyen a la comprensión de dichas problemáticas y en consecuencia, a la adopción de prácticas informadas por parte de distintos sectores de la sociedad.

Prospectiva de las necesidades y problemáticas sociales que atenderá el programa educativo y sus egresados

El campo profesional del diseño y la comunicación visual experimenta transformaciones asociadas con cambios tecnológicos, económicos y culturales que modifican la manera en que se producen, circulan e interpretan los mensajes visuales en las sociedades contemporáneas (ICOGRADA, 2011; UNESCO, 2022). Estas transformaciones se relacionan con la expansión de ecosistemas comunicativos en los que convergen plataformas digitales, sistemas interactivos, redes de información y tecnologías emergentes que redefinen los entornos en los que opera la comunicación visual (OECD, 2023; AIGA, 2018). En consecuencia, el diseño se configura como una práctica profesional que participa en procesos de interpretación de información, construcción de significado y mediación entre organizaciones, contenidos y públicos en contextos caracterizados por la circulación de datos y mensajes visuales (ICOGRADA, 2011).

Diversos estudios sobre la evolución del campo disciplinar del diseño señalan que la práctica profesional se orienta, de manera creciente, hacia la resolución de problemas complejos de comunicación que requieren integrar el análisis contextual, conceptualización estratégica y desarrollo tecnológico dentro de los procesos de diseño (Buchanan, 1992; Buitrago, 2023). Desde esta perspectiva, el diseño se entiende como una actividad que interviene en sistemas sociales y organizacionales, cuyos problemas de comunicación no se atienden con soluciones únicas; en cambio, requieren enfoques analíticos que articulan información, cultura y contexto (Buchanan, 1992). Esta caracterización del diseño como práctica orientada a la resolución de problemas complejos se relaciona con la necesidad de profesionales capaces de analizar contextos socioculturales, interpretar necesidades de comunicación y desarrollar propuestas visuales fundamentadas en procesos de investigación aplicada (Buitrago, 2023).

El desarrollo de tecnologías digitales y la expansión de entornos de comunicación en red han generado transformaciones significativas en los perfiles profesionales asociados con el diseño y la comunicación visual (OECD, 2023; AIGA, 2018). Los estudios prospectivos sobre el futuro del quehacer del diseñador señalan que los procesos de digitalización, automatización y desarrollo de sistemas inteligentes están modificando las competencias requeridas en distintos campos profesionales, entre ellos, las áreas relacionadas con la creatividad, la comunicación y el diseño (OECD, 2023). En este contexto, las habilidades vinculadas con el pensamiento crítico, la creatividad, la resolución de problemas complejos y la capacidad de interpretar información adquieren relevancia en escenarios laborales caracterizados por la rápida evolución tecnológica y la integración de sistemas digitales (OECD, 2023; AIGA, 2018).

La expansión de tecnologías basadas en inteligencia artificial también forma parte de las transformaciones que influyen en la evolución del campo profesional del diseño (OECD, 2023). Diversos análisis sobre habilidades emergentes señalan que las tecnologías de automatización y los sistemas de inteligencia artificial modifican la naturaleza de las tareas profesionales al automatizar ciertos procesos técnicos y amplían las posibilidades de análisis y generación de información (OECD, 2023). En este contexto, las profesiones vinculadas con la creatividad y la comunicación visual mantienen relevancia debido a su relación con procesos interpretativos, culturales y simbólicos que requieren capacidades analíticas, críticas y creativas difíciles de sustituir mediante automatización tecnológica (OECD, 2023; UNESCO, 2022).

La literatura sobre industrias culturales y creativas también reconoce que el diseño participa en procesos de producción simbólica que influyen en el desarrollo y circulación de significados, la construcción de identidades y la mediación cultural dentro de las sociedades contemporáneas. Los sectores culturales y creativos constituyen espacios de producción económica que integran disciplinas del diseño, la comunicación visual, la producción audiovisual y el desarrollo de contenidos digitales. En estos sectores, el diseño contribuye a la construcción de narrativas visuales, sistemas de información y estrategias

de comunicación que articulan contenidos culturales con procesos productivos y tecnológicos (UNESCO, 2022).

En los debates contemporáneos sobre el futuro del diseño también adquiere relevancia la relación entre las prácticas de comunicación visual, los procesos de desarrollo sostenible y la responsabilidad social de las industrias creativas. Diversos organismos internacionales han señalado que los sectores culturales y creativos desempeñan un papel relevante en la promoción de modelos de desarrollo que integren dimensiones económicas, sociales y ambientales dentro de las dinámicas de producción cultural. De esta manera, el diseño participa en la construcción de narrativas visuales, sistemas de información y estrategias de comunicación que contribuyen a sensibilizar a la sociedad sobre problemáticas relacionadas con el medio ambiente, el uso responsable de los recursos y la preservación del patrimonio natural y cultural (UNESCO, 2022).

Las transformaciones contemporáneas de la economía global también han impulsado la incorporación de criterios de sostenibilidad en las actividades productivas y organizacionales, lo que ha generado nuevas demandas profesionales para la comunicación, la innovación y el diseño (OECD, 2023). Ante este escenario, la comunicación visual participa en procesos de divulgación científica, educación ambiental y construcción de discursos públicos orientados a promover prácticas sociales y productivas más sostenibles (UNESCO, 2022; OECD, 2023). Estas dinámicas evidencian que el diseño, además de intervenir en procesos de diferenciación comercial o posicionamiento institucional, también puede contribuir a la comprensión social de problemáticas ambientales y a la construcción de marcos culturales orientados al desarrollo sostenible.

Desde esta perspectiva, la profesión del diseño y la comunicación visual estratégica se relaciona con la capacidad de los profesionales para integrar criterios de sostenibilidad, responsabilidad social y comprensión del entorno natural dentro de los procesos de conceptualización y desarrollo de proyectos de comunicación visual. La formación de diseñadores requiere, por tanto, promover una comprensión amplia del impacto social,

cultural y ambiental de los discursos visuales, así como fortalecer la capacidad de los profesionales para participar en iniciativas de comunicación que contribuyan a la construcción de sociedades más sostenibles (UNESCO, 2022; Universidad de Palermo, 2025).

En el ámbito académico y profesional del diseño en América Latina también se han desarrollado reflexiones prospectivas orientadas a identificar los desafíos que enfrenta la disciplina en el contexto contemporáneo. Tal es el caso del Simposio Agenda de Diseño 2026-2030 en el que se identifican transformaciones asociadas con la digitalización, la globalización de los sistemas de comunicación y la creciente complejidad de los entornos socioculturales en los que interviene el diseño. Estas reflexiones señalan la necesidad de fortalecer la investigación, la interdisciplinariedad y la vinculación con problemáticas sociales como elementos centrales para el desarrollo futuro del campo disciplinar del diseño (Universidad de Palermo, 2025).

Las orientaciones establecidas por organismos académicos y profesionales del diseño también reflejan estas transformaciones del campo disciplinar (COMAPROD, 2022; ICOGRADA, 2011). Los lineamientos para la acreditación de programas educativos en diseño señalan la importancia de formar profesionales capaces de comprender contextos socioculturales, utilizar herramientas tecnológicas contemporáneas y desarrollar soluciones de comunicación visual orientadas a diversos sectores sociales y productivos (COMAPROD, 2022). Estas orientaciones reconocen que el diseño contemporáneo requiere integrar conocimientos teóricos, metodológicos y tecnológicos para responder a los desafíos que plantea la evolución de los sistemas de comunicación visual (ICOGRADA, 2011; COMAPROD, 2022).

En el ámbito internacional, el International Council of Design (icoD) ha señalado desde 2014 la necesidad de consolidar al diseño como una disciplina con capacidad de articulación entre diversas áreas, posicionándose como una voz global que representa y vincula los distintos campos del diseño. Este planteamiento enfatiza la importancia del pensamiento estratégico, la formación orientada al diseño y la práctica profesional como

medios para abordar problemáticas complejas en un contexto global caracterizado por la interdependencia económica, tecnológica y cultural. En este sentido, se reconoce que el diseño no únicamente implica la producción de soluciones visuales, sino también el ejercicio de funciones de liderazgo, innovación y toma de decisiones que permiten al profesional incidir de manera significativa en la transformación de los entornos sociales y productivos (icoD, 2014). En correspondencia con lo anterior, los lineamientos establecidos por la National Association of Schools of Art and Design (NASAD) destacan la importancia de una formación integral que articule conocimientos teóricos, habilidades técnicas y capacidades analíticas, así como el desarrollo de competencias estratégicas orientadas a la comprensión de contextos culturales, la toma de decisiones y el diseño de soluciones pertinentes en un campo disciplinar en constante evolución (NASAD, 2023).

La prospectiva del campo disciplinar del diseño y la comunicación visual estratégica se orienta hacia un ejercicio profesional que integra análisis contextual, pensamiento estratégico y desarrollo de sistemas de comunicación visual capaces de operar en entornos tecnológicos, sociales y culturales complejos. El perfil del diseñador se orienta hacia la capacidad de interpretar contextos, estructurar información, conceptualizar propuestas visuales y participar en proyectos interdisciplinarios vinculados con la comunicación visual, la innovación y la producción cultural. Esta perspectiva también incorpora la consideración de criterios de sostenibilidad, responsabilidad social y relación con el entorno natural dentro de los procesos de comunicación visual, lo que sitúa al diseño como una disciplina que contribuye a la construcción de discursos visuales capaces de articular información, significados y contextos socioculturales en escenarios contemporáneos caracterizados por la convergencia tecnológica y la transformación constante de los sistemas de comunicación.

1.2. Análisis del mercado laboral

El análisis del mercado laboral es un estudio diagnóstico que permite identificar la demanda actual y futura de profesionistas, así como las competencias requeridas en un campo disciplinar específico, con el propósito de sustentar la pertinencia y orientación de un plan de estudios. En el caso de la Licenciatura en Diseño Estratégico y Comunicación Visual, implica examinar sectores como industrias creativas, publicidad, medios digitales, UX/UI, branding y comunicación organizacional, mediante el uso de fuentes cuantitativas (tasas de ocupación, ingresos, proyecciones de empleo) y cualitativas (entrevistas a empleadores), lo que posibilita reconocer perfiles emergentes y brechas formativas (Observatorio Laboral, 2023). Este análisis también incorpora tendencias estructurales como la digitalización, la automatización y la flexibilización del trabajo, factores que están reconfigurando los perfiles profesionales a nivel global (Organización Internacional del Trabajo, 2021). Desde el ámbito normativo, constituye un insumo esencial para justificar la creación o actualización de programas educativos, al evidenciar su pertinencia social y su congruencia con las necesidades del desarrollo económico (Secretaría de Educación Pública, 2020). Asimismo, su enfoque territorial permite alinear el perfil de egreso con las condiciones regionales, fortaleciendo la empleabilidad y la vinculación institucional. En este sentido, el análisis del mercado laboral no sólo valida la viabilidad del programa, sino que orienta la formación hacia competencias relevantes y adaptativas en un entorno profesional dinámico (UNESCO, 2015).

Objetivo general

Determinar las necesidades y problemáticas (actuales y futuras) del mercado laboral (estatal, regional, nacional y global) que atenderá el egresado del programa educativo.

Método

El procedimiento metodológico empleado para el análisis del mercado laboral se estructuró en siete etapas: población objetivo, tamaño de la muestra, diseño del instrumento de medición (cuestionario), periodo de aplicación de cuestionarios, cuadrillas de trabajo, campaña de aplicación de cuestionarios y procesamiento de datos.

Población objetivo

El grupo de empleadores que participó en el estudio se conformó por representantes de organizaciones locales dedicadas a actividades productivas y de servicios que mantienen una relación directa con la comunicación visual y el diseño gráfico. La mayoría de estas entidades pertenece a los sectores de manufactura, comercio y servicios creativos, lo que refleja un entorno laboral diverso y con necesidades diferenciadas en materia de diseño. En términos de estructura organizacional, predominaron las micro y pequeñas empresas, caracterizadas por equipos de trabajo reducidos y esquemas operativos flexibles; no obstante, también se contó con la participación de algunas empresas de mayor escala, lo que aportó una perspectiva más amplia sobre las dinámicas del sector.

Estas organizaciones suelen contar con uno o dos diseñadores en sus plantillas, aunque también se identificaron casos con equipos más amplios o sin presencia interna de personal especializado, lo que genera distintos modelos de colaboración y contratación. Los participantes ocupan funciones relacionadas con la gestión empresarial, la supervisión de procesos productivos, la coordinación de marketing, la administración de ventas o la dirección operativa, lo que garantiza que las respuestas provengan de personas con capacidad de decisión sobre la contratación, desempeño y expectativas del personal de diseño. Además, se incluyeron empresas pertenecientes a asociaciones empresariales como CANACINTRA y CANIRAC, lo que amplía la representación del sector y permite incorporar perspectivas de unidades económicas vinculadas tanto a actividades industriales como de servicios.

Tamaño de la muestra

La conformación del grupo de estudio se realizó mediante un muestreo por oportunidad, ya que la participación de las empresas fue voluntaria, opcional y determinada por su disponibilidad. A partir de un listado inicial de 28 empresas vinculadas con actividades en diseño gráfico, comunicación visual o actividad empresarial, se extendió la invitación para responder el instrumento.

Del total de organizaciones contactadas, 15 empresas accedieron a participar, mismas que constituyeron la muestra del estudio. Esta modalidad de muestreo permitió obtener información directa de unidades económicas que manifestaron interés y disposición para colaborar, asegurando la recopilación de datos provenientes de participantes inmersos en dinámicas laborales relacionadas de manera directa o indirecta con el ejercicio profesional del diseño gráfico.

Periodo de aplicación de cuestionarios

La campaña de aplicación de cuestionarios se realizó durante un periodo de dos meses, entre septiembre y octubre de 2025.

Diseño del instrumento de medición (cuestionario)

El diseño y la validación del instrumento de medición estuvo a cargo de un equipo de trabajo integrado por seis profesores de la UABC, tres de ellos de tiempo completo y tres más de asignatura. Todos ellos con formación profesional en Diseño y, particularmente cuatro de ellos, en Diseño Gráfico, especialistas en procesos educativos y en el desarrollo de proyectos en el ámbito del diseño. De ellos, cinco están adscritos a la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño (FIAD) y uno forma parte de la planta docente de la Facultad de Artes (FA). Su labor se centró en revisar la pertinencia conceptual del cuestionario, la claridad de los reactivos y la consistencia interna de las dimensiones evaluadas, lo que permitió fortalecer la validez del contenido y asegurar su alineación con los objetivos del estudio.

El cuestionario se estructuró en seis secciones y 19 preguntas. De ellas, 17 preguntas fueron de carácter obligatorio y dos, optativo. Las de carácter obligatorio fueron de tipo cerrado (opción múltiple), mientras que las de carácter optativo, de tipo abierto (respuesta corta). El cuestionario se administró en su versión digital mediante Google Forms.

Cuadrillas de trabajo

La campaña de aplicación de cuestionarios se realizó con apoyo de una cuadrilla de trabajo conformada por tres profesores de tiempo completo de la FIAD, quienes intervinieron en la logística, la coordinación operativa y la aplicación del instrumento.

Este trabajo se realizó en estrecha colaboración con la Coordinación de Extensión y Vinculación de la FIAD, quien respaldó las actividades de articulación institucional y facilitó la relación con los empleadores participantes.

Campaña de aplicación de cuestionarios

Para la aplicación del instrumento se siguió un procedimiento estructurado que permitió asegurar la pertinencia y la validez de la información recopilada. En una primera etapa, se estableció contacto telefónico con las empresas para conocer su disponibilidad y solicitar autorización para participar en la investigación. Además de este contacto directo, se extendió una invitación institucional a través de CANACINTRA y CANIRAC, con el fin de fortalecer la difusión del estudio y ampliar el alcance a empresas afiliadas a dichos organismos.

Posteriormente, se llevaron a cabo visitas presenciales a las organizaciones que otorgaron su consentimiento, con la finalidad de presentar el propósito del estudio, explicar el contenido del instrumento y proporcionar el enlace al formulario digital. Se ofreció a los empleadores la posibilidad de responder de manera posterior a la visita, de acuerdo con su disponibilidad.

A lo largo del proceso, se garantizó el carácter anónimo de la participación, salvo cuando los propios empleadores decidieron compartir voluntariamente sus datos en el formulario. Este procedimiento permitió obtener información confiable, representativa y acorde con las condiciones reales del sector productivo y de servicios vinculado al Diseño Gráfico.

Procesamiento de datos

Los datos recabados se trataron a partir de un procedimiento sistemático de organización, curaduría e interpretación. La base consolidada fue exportada a formatos compatibles con hojas de cálculo para su revisión inicial.

A continuación, se realizó un análisis descriptivo y comparativo empleando técnicas de estadística básica para calcular frecuencias, porcentajes y distribuciones por categorías. Este análisis permitió caracterizar a las empresas participantes e identificar patrones de interés y tendencias asociadas con la oferta de inserción laboral.

Finalmente, se exportaron tablas, gráficas y visualizaciones directamente desde Google Forms y herramientas complementarias, con el fin de facilitar la interpretación de los resultados y su integración en el informe final. Todo el procesamiento se llevó a cabo siguiendo criterios de confidencialidad, resguardo ético de los datos y rigor metodológico, garantizando su fiabilidad y pertinencia para la toma de decisiones curriculares.

Resultados

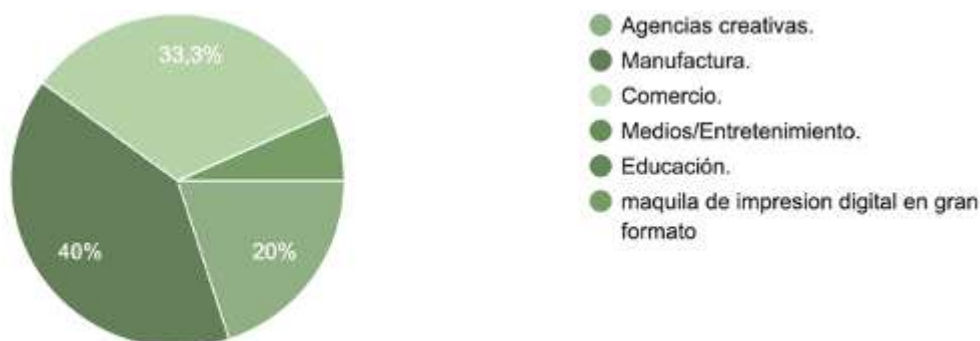
Con base en la naturaleza y clasificación de las preguntas en el instrumento de evaluación, fue posible realizar la obtención de resultados en cuatro secciones: perfil de los empleadores encuestados, entorno profesional actual y prospectivo, capacidad de inserción laboral y perfil del diseñador descrito por los empleadores.

Perfil de los empleadores encuestados

El conjunto de empleadores que participó en la encuesta se caracteriza por su diversidad sectorial y por representar principalmente a organizaciones locales vinculadas con actividades productivas y de servicios que demandan soluciones de comunicación visual. La mayor parte de estas entidades pertenecen a sectores con una interacción constante con el Diseño Gráfico. Destaca el sector manufacturero, que concentra el 40% de las respuestas y en el cual el diseño se relaciona con procesos de comunicación corporativa, producción de materiales gráficos, desarrollo de empaques y señalización interna. Le sigue el sector comercial, que representa poco más del 33% de los participantes y que

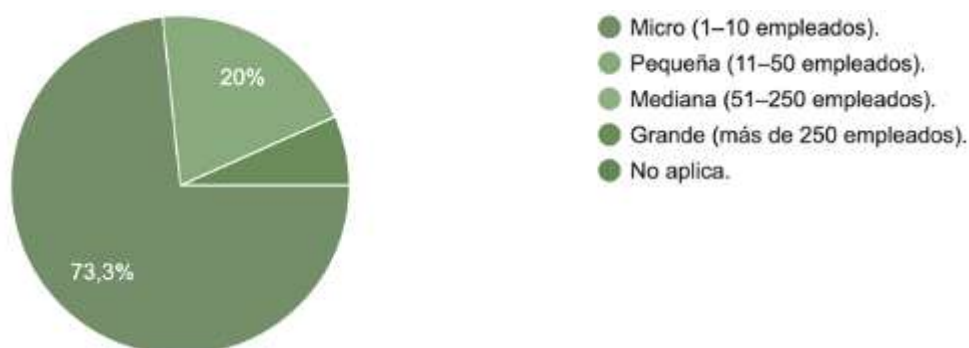
demanda servicios de diseño orientados a la promoción de productos, la presencia digital y la comunicación con clientes. Asimismo, un 20% corresponde a agencias creativas, cuyo giro se vincula directamente con la generación de contenido visual, publicidad y servicios especializados de diseño. En menor proporción con un porcentaje cercano al 7% se registran empresas dedicadas a la impresión digital de gran formato (Figura 1).

Figura 1. Sector o giro profesional al que pertenecen las empresas participantes.



En cuanto a su estructura, la mayoría de las organizaciones encuestadas corresponden a unidades económicas de baja escala. Predominan las microempresas, conformadas por equipos de entre uno y diez empleados, que representan poco más del 73% de los casos. Les siguen las pequeñas empresas, con plantillas que oscilan entre 11 y 50 empleados, equivalentes al 20% de las respuestas, mientras que las grandes empresas, con estructuras de más de 250 trabajadores, constituyen aproximadamente el 7% de la muestra (Figura 2).

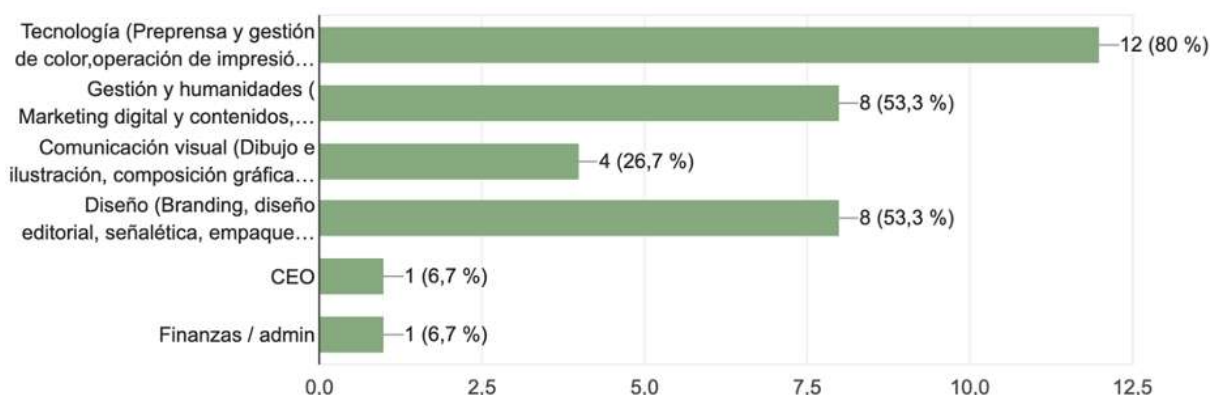
Figura 2. Tamaño de las entidades profesionales participantes.



Entorno profesional actual y prospectivo

Los resultados permiten identificar con claridad cuáles son las áreas del conocimiento consideradas más relevantes por los empleadores para la formación del profesionalista en Diseño Gráfico. La tendencia predominante señala una fuerte orientación hacia competencias tecnológicas, sin que ello reste importancia a los campos de gestión, comunicación visual o diseño especializado (Figura 3).

Figura 3. Áreas del conocimiento con mayor relevancia en la formación de un profesionalista en Diseño Gráfico.



En primer término, el área de Tecnología se posiciona como la de mayor relevancia, alcanzando el 80% de las respuestas. Esta categoría abarca competencias como preprensa y gestión de color, operación de impresión digital y gran formato, producción editorial, producción audiovisual y fotográfica, así como diseño web y fundamentos de UI/UX. La alta valoración de esta área evidencia que las organizaciones requieren diseñadores capaces de manejar herramientas contemporáneas, comprender procesos de producción y adaptarse a entornos digitales en constante transformación.

En segundo lugar, se encuentran las áreas de Gestión, Humanidades y Diseño, ambas con más del 50% de las menciones. La primera incluye competencias vinculadas con marketing digital y contenidos, gestión de proyectos, gestión de la experiencia del cliente (CX), normatividad para el diseño, emprendimiento e historia de la comunicación gráfica. Su relevancia refleja que las empresas requieren diseñadores con una comprensión

estratégica del entorno organizacional, capaces de tomar decisiones informadas, gestionar procesos y contribuir a la coherencia comunicacional desde una perspectiva integral.

De manera paralela, con poco más del 50% de las respuestas, el área de diseño que comprende branding, diseño editorial, señalética, empaque y embalaje, así como diseño y visualización de la información, se identifica como prioritaria. Es decir, que los empleadores valoran competencias que permitan articular identidades visuales, la construcción de sistemas gráficos y soluciones de comunicación conceptual estratégica.

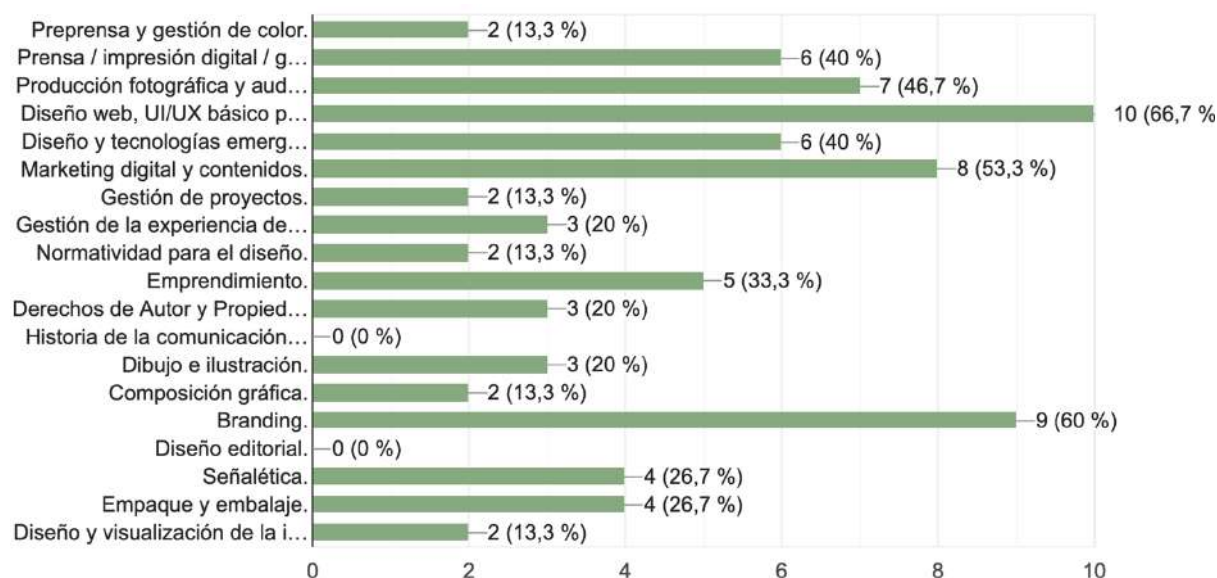
En un nivel intermedio se encuentra la categoría de comunicación visual, con una proporción menor cercana al 27%, aunque igualmente relevante para un número significativo de empleadores. Este campo incluye el dibujo e ilustración, la composición gráfica y los fundamentos del lenguaje visual, elementos esenciales para el desarrollo conceptual y expresivo del diseñador. Su presencia entre las prioridades seleccionadas indica que, aun cuando la tecnología y la gestión adquieren cada vez mayor peso, los fundamentos de la comunicación visual continúan siendo la base indispensable del ejercicio profesional.

Finalmente, un número reducido de empleadores seleccionó en las opciones de respuesta abierta, propusieron funciones directivas o áreas de finanzas y administración, con un porcentaje cercano al 7%, lo cual sugiere casos particulares que responden a perfiles específicos de empresas o roles no tradicionales dentro del campo del diseño gráfico, cuya presencia obedece a necesidades particulares de ciertas empresas más que a tendencias generalizadas del sector.

Por otro lado, las áreas que el sector empresarial consideró con mayor crecimiento en los próximos cinco años, muestran una clara tendencia hacia la expansión de competencias tecnológicas, estratégicas y vinculadas a la experiencia del usuario, lo que revela un campo profesional en transformación que demanda perfiles versátiles y actualizados. Las áreas con mayor crecimiento esperado según los empleadores se concentran

principalmente en tecnologías digitales, branding y marketing, así como en la producción audiovisual (Figura 4).

Figura 4. Áreas con mayor crecimiento esperado en los próximos cinco años.



En primer término, el Diseño Web, UI/UX para web/app y redes sociales se posiciona como la categoría con mayor proyección, alcanzando un porcentaje cercano al 67%. En este mismo sentido, el branding se ubica como una de las áreas clave, con un 60% de las respuestas, lo que evidencia la demanda constante de profesionales capaces de construir, gestionar y fortalecer identidades visuales en un contexto omnicanal. El marketing digital y la producción de contenido se proyectan como ámbitos de crecimiento relevante, con más de la mitad de los empleadores (53.3%) reconociendo su importancia futura. Esto refleja la evolución del campo hacia estrategias integradas de comunicación digital y creación de materiales orientados al posicionamiento en plataformas sociales y medios interactivos.

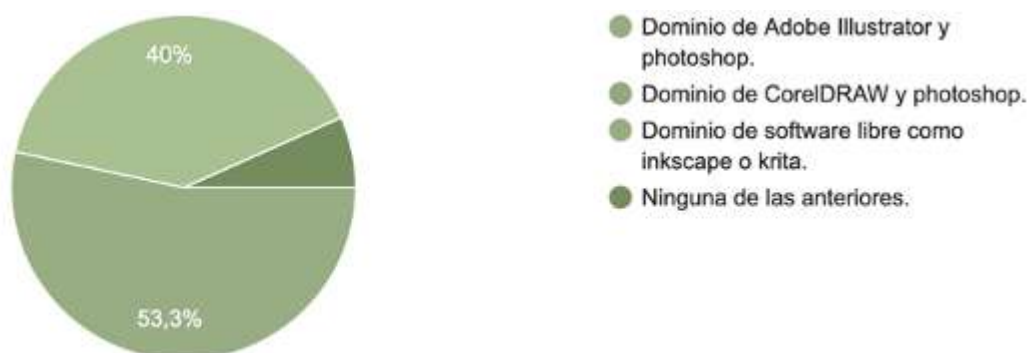
La producción fotográfica y audiovisual también se destaca como un campo en expansión, con un porcentaje cercano al 47%. Este comportamiento coincide con la creciente demanda de contenidos para medios digitales, campañas multimedia y proyectos de comunicación visual de alta inmediatez. De manera complementaria, áreas como Diseño

y Tecnologías Emergentes y Prensa/Impresión Digital y Gran Formato alcanzan un 40% de preferencia, lo que pone de manifiesto que, aun cuando los sistemas digitales continúan avanzando, persiste la relevancia de los procesos híbridos y de la producción tradicional dentro del sector.

En el ámbito estratégico y organizacional, competencias como el emprendimiento alcanzaron poco más del 33% en la preferencia; la señalética, el empaque y embalaje cercano al 27%; así como el diseño y la visualización de la información, se consideran también áreas en crecimiento. Otras áreas emergentes incluyen la gestión de la experiencia del cliente (CX) y la normatividad para el diseño, que empiezan a consolidarse como expectativas relevantes. Aunque su porcentaje es menor, su presencia en las respuestas refleja la incorporación progresiva de enfoques centrados en el usuario y la necesidad de cumplir con marcos normativos y estándares de calidad cada vez más exigentes. Por otro lado, áreas más tradicionales del diseño, como el dibujo e ilustración, la composición gráfica, o los fundamentos histórico-teóricos, aparecen con menor proyección en términos de crecimiento, lo cual no implica una pérdida de importancia, sino una estabilidad relativa frente a campos en rápida expansión tecnológica.

Paralelamente, con relación a las competencias que ofrecen mayor ventaja profesional a un diseñador gráfico, de acuerdo con los empleadores, es posible observar el dominio de Adobe Illustrator y Photoshop constituye la competencia que ofrece la mayor ventaja competitiva en el ámbito profesional del diseño gráfico. Más de la mitad de los participantes identificaron estas herramientas como fundamentales para el desempeño laboral, lo que confirma su posición como estándar de la industria en los procesos de diseño, edición y producción gráfica (Figura 5).

Figura 5. Competencias que ubican a un profesionalista en Diseño Gráfico más preparado en el mercado laboral.



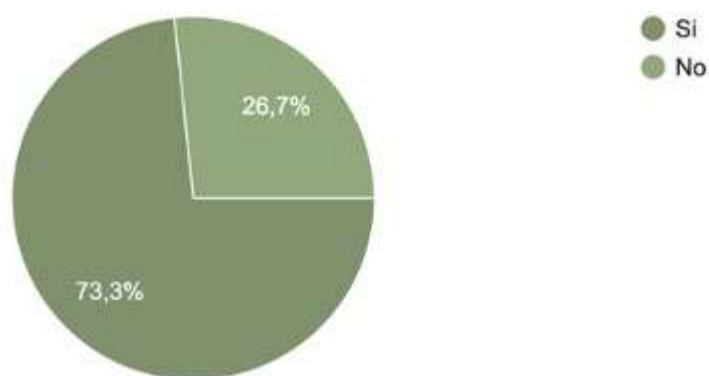
En segundo lugar, un porcentaje considerable de empleadores señala que el dominio de CorelDRAW y Photoshop también representa una ventaja relevante. Esta preferencia evidencia la coexistencia de distintos entornos de software en las empresas locales, particularmente en sectores como la impresión digital, el gran formato y ciertos nichos de producción comercial donde CorelDRAW conserva una presencia significativa.

En contraste, el dominio de software libre, como Inkscape o Krita, aparece con una presencia mínima en las respuestas, lo que sugiere que, si bien estas herramientas pueden ser útiles en determinados contextos educativos o de autoempleo, no se perciben como un diferenciador competitivo en el mercado laboral regional. Finalmente, una proporción menor considera que ninguna de las opciones propuestas constituye un factor decisivo de ventaja competitiva. Este resultado puede interpretarse como una perspectiva que prioriza otras competencias como las estratégicas, comunicativas o metodológicas, por encima del dominio de herramientas específicas, o bien como la percepción de que el diseñador debe adaptarse a distintos sistemas según las necesidades de cada organización.

Capacidad de inserción laboral

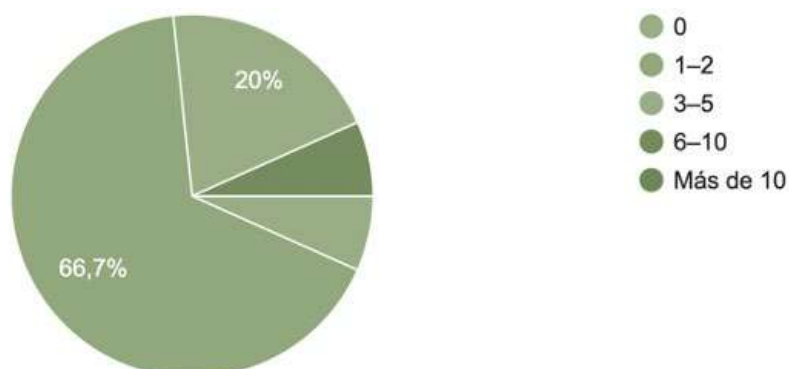
Los resultados muestran que una proporción significativa de las organizaciones encuestadas cuenta con un departamento o área interna dedicada al diseño gráfico. En efecto, el 73.3% de los empleadores declara disponer de una estructura formal para la gestión de actividades de diseño, mientras que el 26.7% restante no cuenta con un área institucionalizada para estas funciones (Figura 6).

Figura 6. Sector empleador participante que mostró contar con un departamento o área interna en Diseño Gráfico.



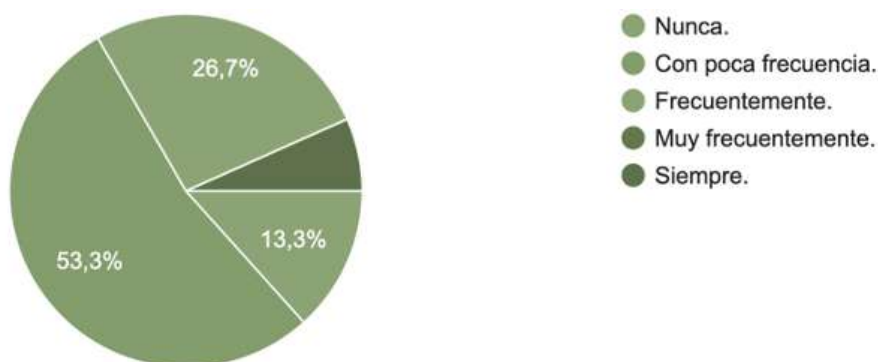
Cerca del 67% reporta emplear únicamente entre uno y dos diseñadores, esta característica es especialmente evidente en micro y pequeñas empresas, donde el diseñador suele asumir responsabilidades diversas relacionadas con la comunicación, la producción visual y la gestión de contenidos. Por otro lado, un 20% de los empleadores señala contar con equipos ligeramente más amplios, compuestos por tres a cinco diseñadores. Empresas que manifiestan contratar de seis a diez diseñadores representan cerca del 7% de los encuestados. De igual manera, una proporción próxima al 7%, indica no emplear diseñadores, lo que abre un espacio de oportunidad para la inserción laboral mediante la contratación externa (Figura 7).

Figura 7. Tamaño de la planta laboral de diseñadores gráficos empleados en las empresas.



Con relación a la frecuencia con la que los empleadores contratan diseñadores gráficos independientes, es posible apreciar que la categoría más común es la contratación “con poca frecuencia”, seleccionada por aproximadamente 53% de los empleadores. Esto indica que, aunque las empresas suelen atender internamente la mayor parte de sus necesidades de diseño, requieren apoyo externo en momentos específicos, ya sea por aumento de carga laboral o por proyectos que demandan conocimientos especializados. En segundo lugar, un 27% de las organizaciones declara contratar frecuentemente a diseñadores independientes, lo que evidencia modelos de operación que integran de manera más constante la subcontratación como parte habitual del flujo de trabajo. Estos casos representan oportunidades laborales estables para profesionistas que ejercen bajo esquemas freelance (Figura 8).

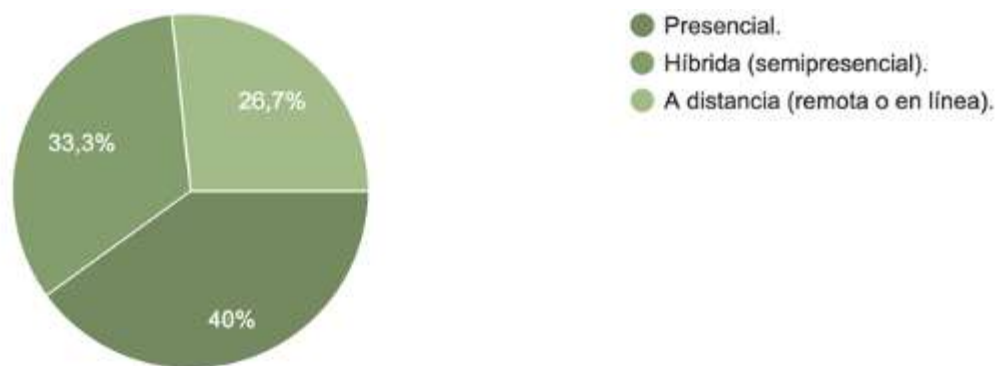
Figura 8. Frecuencia de contratación de diseñadores gráficos independientes.



Por su parte, alrededor del 13% de los empleadores indica que nunca contrata servicios externos, lo cual puede asociarse a empresas con equipos internos consolidados o con requerimientos limitados en materia de diseño. Finalmente, un 7% de los participantes señala que siempre contrata diseñadores, con lo que se expresa que organizaciones que operan sin un departamento interno o que dependen permanentemente de servicios creativos independientes.

En contraste, la modalidad laboral presencial constituye la opción predominante, seleccionada por aproximadamente el 40% de los empleadores. La modalidad híbrida ocupa el segundo lugar, con alrededor del 33% de las respuestas. Finalmente, cerca del 27% de los empleadores indica que la modalidad predominante para el diseño gráfico en su organización es a distancia. Los datos muestran que el mercado laboral ofrece un abanico de modalidades laborales. implica que los futuros profesionistas deben estar preparados para desempeñarse con solvencia en entornos diversos (Figura 9).

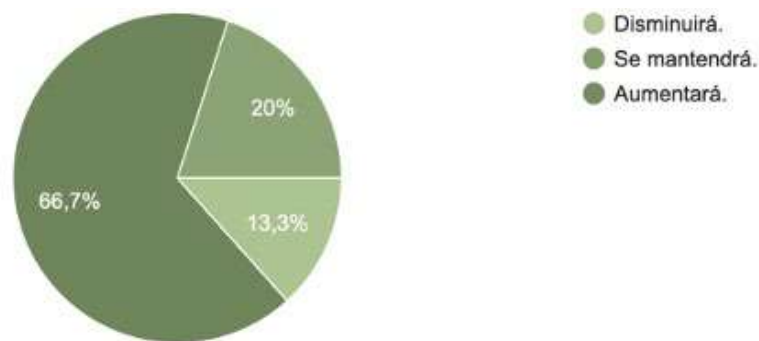
Figura 9. Modalidad laboral predominante en las empresas para el área de diseño gráfico.



En cuanto a la prospectiva laboral en los próximos cinco años, los empleadores visualizan un panorama mayormente estable y con perspectivas favorables para la contratación de diseñadores gráficos en el mediano plazo. Aproximadamente el 67% de los empleadores considera que la contratación se mantendrá en niveles similares a los actuales, mientras que cerca del 20% anticipa un incremento en la demanda de diseñadores durante los próximos cinco años. Únicamente alrededor del 13% prevé una disminución en la contratación. Este comportamiento refuerza la necesidad de formar profesionistas

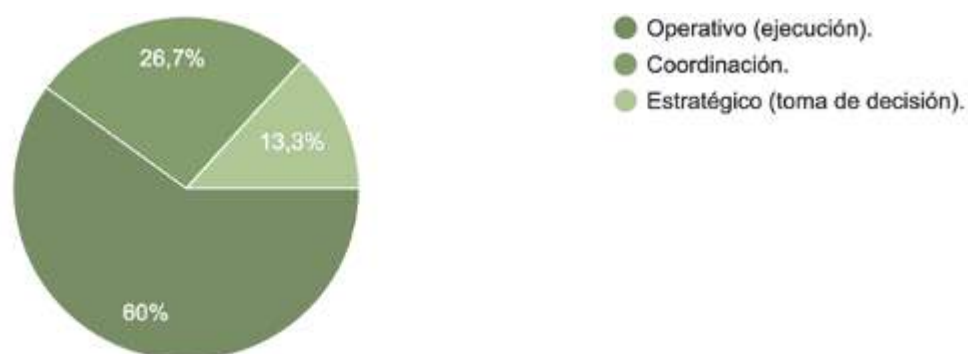
capaces de insertarse en un mercado que, aunque heterogéneo, mantiene una demanda sostenida de servicios de diseño y continúa reconociendo el valor estratégico de la comunicación visual dentro de las organizaciones (Figura 10).

Figura 10. Proyección de contratación de diseñadores gráficos para los próximos cinco años.



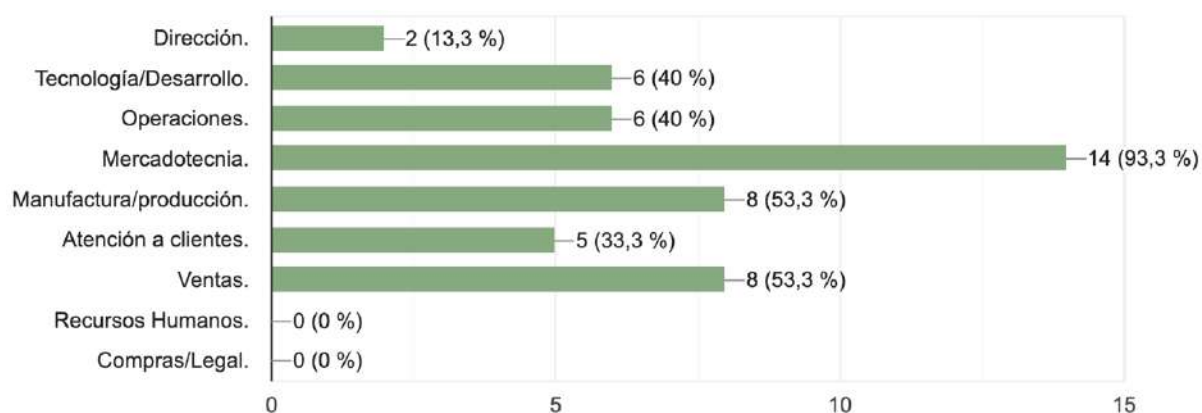
El rol del diseñador gráfico dentro de las organizaciones se concentra principalmente en el nivel operativo, ya que el 60 % de los empleadores espera que este profesional participe en actividades directamente vinculadas con la ejecución técnica y creativa de los proyectos. Por otra parte, un 26 % de las organizaciones señala que el diseñador debe desempeñar funciones de coordinación, lo cual implica una responsabilidad intermedia que articula la gestión de tareas, el seguimiento de procesos y la colaboración con otros equipos. Mientras que alrededor del 13 % de los empleadores ubica al diseñador en un nivel estratégico, asociado con la toma de decisiones, la planificación de iniciativas de comunicación y la participación en procesos de gestión de marca o de desarrollo organizacional (Figura 11).

Figura 11. Nivel de intervención esperada del diseñador gráfico en las empresas.



La mercadotecnia es el principal espacio de interacción del diseñador gráfico en las empresas, señalado por el 93 % de los empleadores. Asimismo, se registra una colaboración significativa con el área de manufactura/producción y ventas con poco más del 53 % en ambos casos. Las áreas de tecnología/desarrollo y operaciones alcanzan un 40 % cada una, con lo que se destacan como espacios relevantes de interacción. Finalmente, el 13 % de las organizaciones reporta colaboración con la dirección, principalmente para proyectos estratégicos (Figura 12).

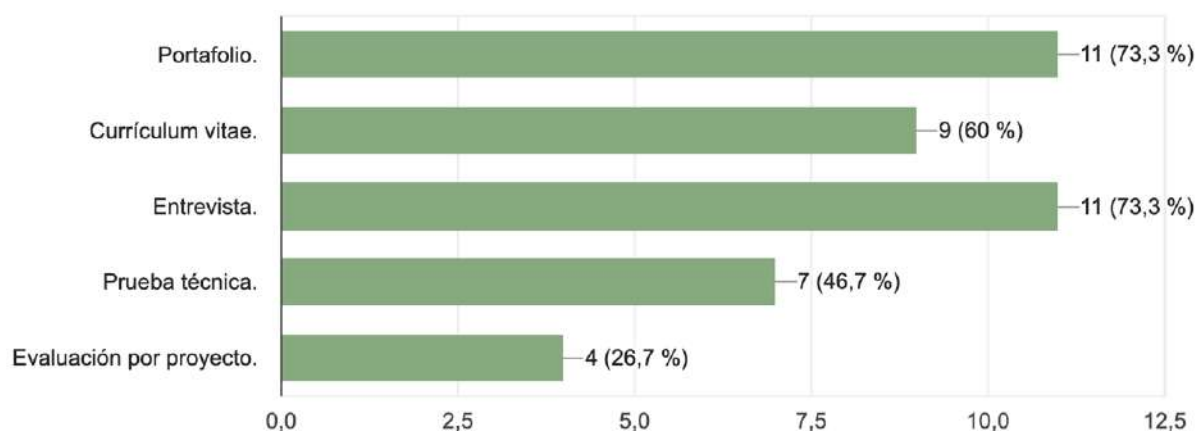
Figura 12. Áreas en las que colabora el diseñador gráfico en las empresas.



El proceso de contratación de diseñadores gráficos se basa principalmente en la revisión del portafolio y la entrevista, señaladas por el 73% de los empleadores como las etapas más determinantes. El currículum vitae también se solicita de manera regular como respaldo de la trayectoria profesional, de acuerdo con el 60% de los participantes. En

menor medida, algunas organizaciones integran una prueba técnica, mencionada por cerca del 47%, o una evaluación por proyecto, identificada por aproximadamente el 27%, con el fin de valorar el desempeño del candidato en tareas específicas del puesto (Figura 13).

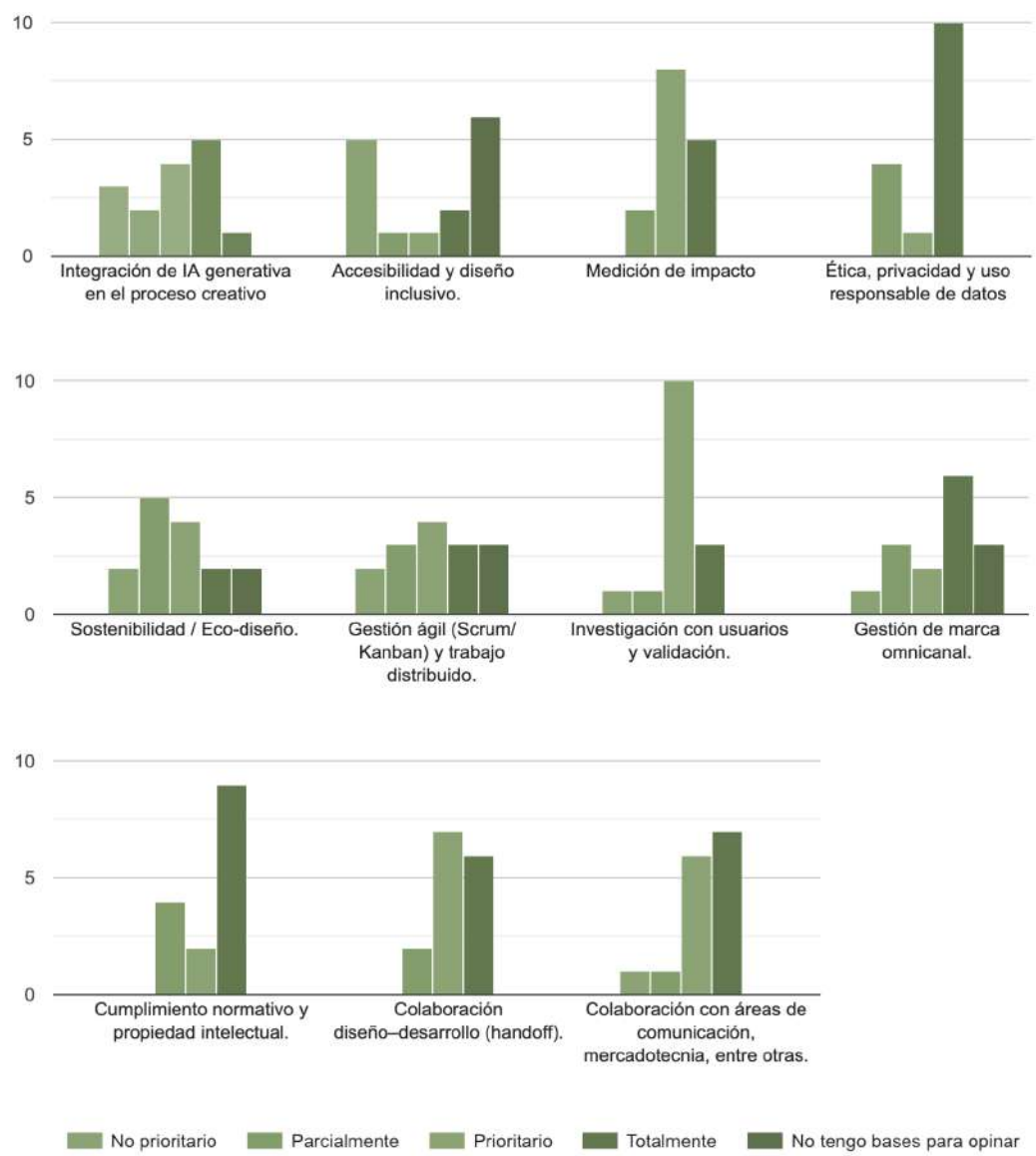
Figura 13. Recursos solicitados por los empleadores en el proceso de contratación.



Perfil del diseñador descrito por los empleadores

Los criterios referidos a la ética, la privacidad y el uso responsable de datos, junto con el cumplimiento de normativas y la propiedad intelectual, destacan como un conjunto de temas críticos para los empleadores, asociados con un alto grado de prioridad. Este comportamiento sugiere la necesidad de contar con profesionistas capaces de comprender los marcos legales aplicables al diseño, los principios de protección de datos, los derechos de autor y las regulaciones vinculadas a la producción y difusión de materiales gráficos. Asimismo, se pone de manifiesto la importancia de que los diseñadores actúen con responsabilidad y confidencialidad en el manejo de información sensible, manteniendo estándares éticos comparables con los requeridos en otras disciplinas en las que la protección de datos y la discreción son fundamentales (Figura 14).

Figura 14. Priorización de necesidades requeridas por los empleadores en los profesionales del Diseño Gráfico.



La medición del impacto, al mismo tiempo que la investigación con usuarios y la validación, se posicionan como necesidades relevantes para los empleadores. Esto evidencia la importancia creciente de desarrollar productos y servicios visuales comprensibles, usables y culturalmente pertinentes, incorporando metodologías centradas en el usuario que permitan fundamentar las decisiones de diseño. Estos resultados delinear la expectativa de que el diseñador no concluya su participación con la entrega del proyecto, sino que cuente con las competencias necesarias para evaluar el

impacto de sus propuestas de comunicación visual y retroalimentar los procesos de mejora continua. De igual manera, los empleadores destacan la importancia de que los diseñadores mantengan una colaboración estrecha con los equipos de desarrollo durante las fases de transferencia o *handoff*, así como con las áreas de comunicación, mercadotecnia y otros departamentos involucrados; esta articulación resulta esencial para garantizar la correcta implementación de las soluciones visuales en los distintos sistemas, plataformas o productos (Figura 14).

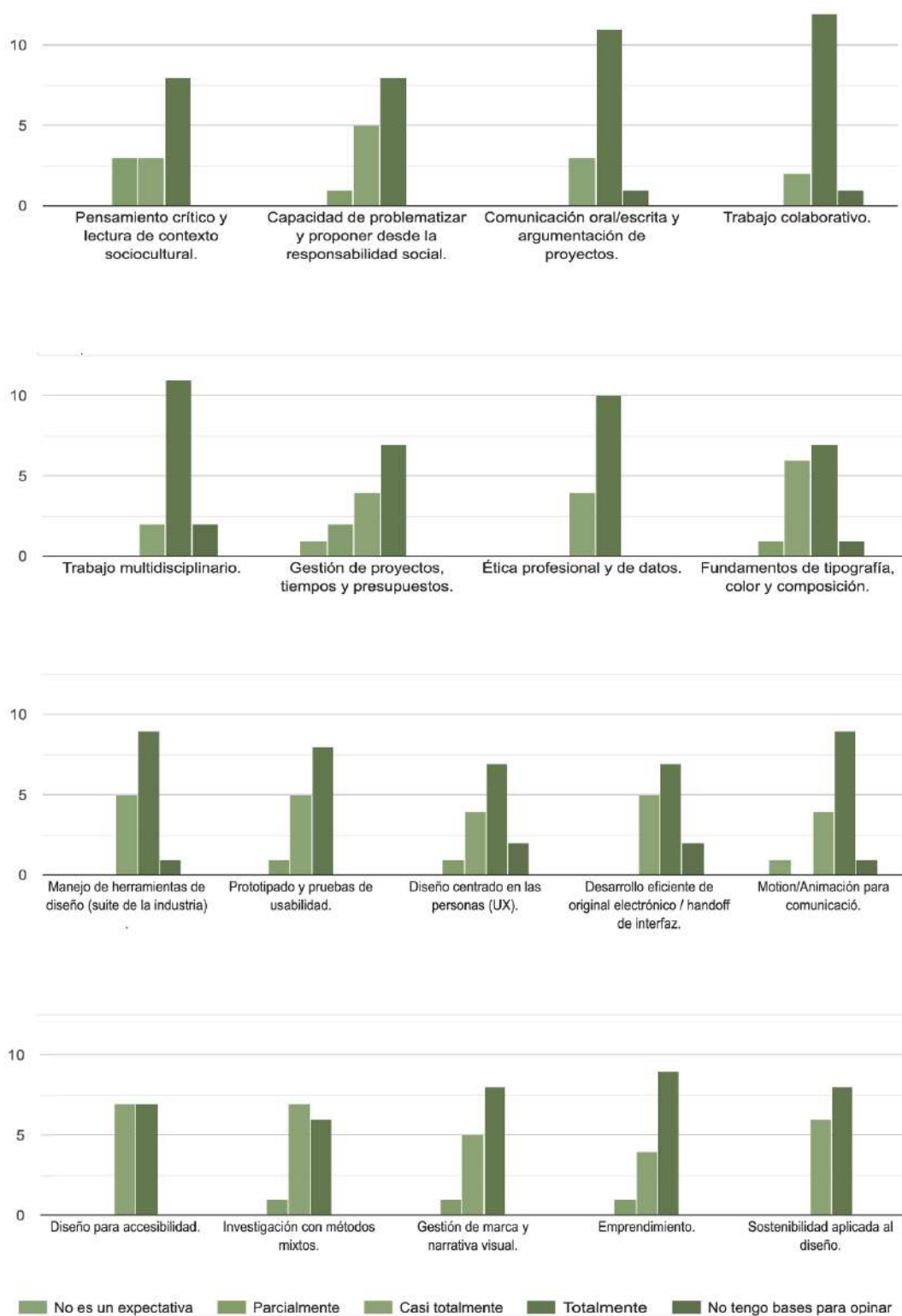
Aspectos como la sostenibilidad y el eco-diseño, junto con la integración de la inteligencia artificial en los procesos creativos y la adopción de metodologías ágiles o Scrum en la gestión de proyectos, se identifican como preocupaciones emergentes dentro de las organizaciones. Estos elementos presentan una mayor dispersión en las respuestas, pues no en todos los casos se consideran prioritarios; mientras algunos empleadores les atribuyen un nivel alto de importancia, otros señalan no contar con elementos suficientes para emitir una opinión. Esta variabilidad evidencia una adopción heterogénea de tecnologías emergentes y prácticas de innovación en el entorno empresarial local, lo cual constituye una oportunidad formativa para el programa educativo al posibilitar la incorporación gradual de competencias alineadas con estas tendencias (Figura 14).

En este mismo sentido, la gestión de marca se destaca como una competencia que, para los empleadores, oscila entre parcial y totalmente prioritaria, esto implica que el diseñador debe ser capaz de gestionar las marcas mediante la coordinación y mantenimiento de una experiencia coherente, continua y unificada en todos los puntos de contacto que una organización establece con sus públicos, tanto en medios físicos como en entornos digitales. Se evidencia una percepción diversa entre los empleadores respecto a la accesibilidad y al diseño inclusivo como capacidades relevantes para el desempeño profesional del diseñador. Si bien la mayoría considera que estos aspectos no constituyen una prioridad o bien no cuentan con bases suficientes para opinar, también se identifica un grupo menor que reconoce su importancia parcial o total en la producción de soluciones visuales más usables y culturalmente pertinentes. Esta variabilidad en las respuestas sugiere la presencia de una brecha de conocimiento y, al mismo tiempo, una

oportunidad para fortalecer la formación en criterios de accesibilidad e inclusión desde el programa educativo (Figura 14).

Por otro lado, en cuanto a las expectativas que los empleadores presentan como prioritarias en el desempeño del diseñador gráfico, se puede apreciar una distinción clara entre dos grupos de competencias: 1) las actitudes y capacidades relacionadas con el trabajo colaborativo, la ética y la responsabilidad profesional; y, 2) las competencias técnicas vinculadas con la producción y resolución gráfica. Los resultados evidencian que las primeras adquieren un carácter prioritario, ya que los empleadores las consideran condiciones indispensables para el desempeño profesional, en cambio, las capacidades técnicas, aunque valoradas y necesarias, se subordinan a la solidez ética, la madurez profesional y la disposición para trabajar de manera colaborativa. Esta jerarquización sugiere que el mercado laboral busca diseñadores capaces de actuar con integridad, criterio y responsabilidad, y que complementen dichas actitudes con un dominio técnico adecuado y adaptable a las necesidades de cada organización (Figura 15).

Figura 15. Expectativas que los empleadores presentan como prioritarias en el desempeño del diseñador gráfico



A modo de conclusión, con el análisis del mercado laboral es posible advertir que el campo profesional del Diseño Gráfico y la comunicación visual en el contexto regional presenta una demanda sostenida y diversificada, particularmente en sectores productivos y de servicios que requieren soluciones de comunicación visual de manera permanente o por proyectos. La participación predominante de micro y pequeñas empresas, así como de organizaciones vinculadas a manufactura, comercio, servicios creativos e impresión, confirma que el diseñador gráfico ocupa un rol relevante dentro de estructuras organizacionales flexibles, donde suele asumir funciones múltiples que combinan producción visual, comunicación, gestión de contenidos y apoyo estratégico. Este panorama revela un mercado laboral heterogéneo que valora perfiles versátiles, con capacidad de adaptación a distintos esquemas de contratación y modalidades de trabajo.

Los resultados muestran que, si bien una proporción significativa de empresas cuenta con áreas internas de diseño, estas suelen operar con equipos reducidos, lo que abre oportunidades tanto para la contratación directa como para la prestación de servicios profesionales independientes. La frecuencia moderada de contratación externa, junto con la presencia constante del trabajo freelance, indica que la inserción laboral no se limita al empleo tradicional, sino que se amplía hacia modelos híbridos de colaboración, autoempleo y trabajo por proyectos. Asimismo, la coexistencia de modalidades presenciales, híbridas y a distancia confirma que el entorno laboral del diseño exige competencias para desempeñarse eficazmente en contextos organizacionales diversos, incluidos esquemas remotos y distribuidos.

Desde la perspectiva de los empleadores, se identifica una clara prioridad en competencias tecnológicas, particularmente aquellas relacionadas con diseño digital, producción audiovisual, diseño web, UI/UX y manejo de software especializado, sin que ello desplace la relevancia de áreas como branding, diseño editorial, empaque, señalética y visualización de la información. De manera complementaria, las competencias en gestión, marketing digital, emprendimiento y comprensión del entorno organizacional adquieren un peso significativo, lo que confirma la transición del diseño gráfico hacia un ejercicio profesional con mayor contenido estratégico y de gestión. En este contexto, los

fundamentos de la comunicación visual continúan siendo valorados como base indispensable, aunque se espera que el diseñador sea capaz de articularlos con procesos tecnológicos y estratégicos más amplios.

El estudio también pone de manifiesto que los empleadores otorgan una alta importancia a las actitudes profesionales, como la ética, la responsabilidad, el trabajo colaborativo y la comunicación efectiva, por encima incluso del dominio de herramientas específicas. La relevancia asignada a la evaluación del impacto, la investigación con usuarios, la validación de soluciones y el cumplimiento de marcos normativos y éticos indica que el mercado laboral demanda diseñadores capaces de sustentar sus decisiones, anticipar efectos y participar en procesos de mejora continua. Al mismo tiempo, se identifican áreas emergentes, como la sostenibilidad, el uso crítico de la inteligencia artificial y las metodologías ágiles, cuya adopción aún es heterogénea, pero que representan oportunidades claras de formación para fortalecer la pertinencia del perfil de egreso.

A partir de estos hallazgos, se recomienda que el plan de estudios fortalezca una formación integral orientada a la empleabilidad flexible, incorporando de manera equilibrada competencias técnicas, metodológicas, estratégicas y actitudinales. Resulta pertinente preparar a las y los estudiantes para distintos escenarios de inserción laboral, incluyendo el empleo formal, el trabajo independiente, el emprendimiento y la colaboración por proyectos, con énfasis en la gestión del portafolio profesional, la comunicación con clientes y la adaptación a diferentes contextos organizacionales. Asimismo, se sugiere integrar de manera transversal contenidos vinculados con ética profesional, normatividad, propiedad intelectual y protección de datos, en respuesta directa a las expectativas manifestadas por los empleadores.

De igual forma, se recomienda consolidar la formación en tecnologías digitales y producción visual contemporánea, sin limitarla al dominio instrumental, sino articulándola con procesos de análisis, planeación, investigación y evaluación del impacto. La incorporación gradual de competencias relacionadas con experiencia del usuario, sostenibilidad, metodologías ágiles e inteligencia artificial permitiría anticipar tendencias

del campo profesional y fortalecer la capacidad de inserción de los egresados en el mediano plazo. Finalmente, se considera estratégico que el programa promueva experiencias formativas vinculadas con el sector productivo, como proyectos integradores, prácticas profesionales y esquemas de vinculación, que faciliten la transición entre la formación académica y el ejercicio profesional, contribuyendo así a una inserción laboral pertinente, diversificada y sostenible.

1.3. Estudio de egresados

El estudio de egresados es un análisis sistemático orientado a evaluar la trayectoria académica y la inserción laboral de quienes han concluido un programa educativo, con el fin de valorar su pertinencia, calidad y coherencia con las demandas del entorno profesional. Este estudio recopila información sobre variables como empleo, tiempo de inserción laboral, nivel de ingresos y de desempeño, continuidad de estudios y percepción de la formación recibida, combinando metodologías cuantitativas (encuestas estructuradas) y cualitativas (entrevistas o grupos focales) (Secretaría de Educación Pública, 2020). Asimismo, permite identificar el grado de correspondencia entre las competencias adquiridas y las requeridas en el ejercicio profesional, evidenciando fortalezas y áreas de mejora curricular (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, 2018). En el contexto de programas como Diseño Estratégico y Comunicación Visual, este análisis resulta clave para detectar la adaptación de los egresados a entornos dinámicos, marcados por la digitalización y la interdisciplinariedad (Organización Internacional del Trabajo, 2021). Desde una perspectiva de aseguramiento de la calidad, los estudios de egresados constituyen un insumo fundamental para procesos de evaluación y acreditación, al aportar evidencia empírica sobre los resultados educativos y su impacto social (UNESCO, 2015).

En este caso, atendiendo que el plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se propone para ser creado, el estudio de egresados aquí reportado corresponde al generado con la modificación al plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico, en 2021, por la Facultad de Arquitectura y

Diseño-Mexicali (FAD) y la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología-Valle de las Palmas (FCITEC) de UABC (UABC, 2021). Lo anterior, en virtud de que la información relacionada con los egresados de las instituciones de educación superior (IES) privadas que actualmente ofrecen el programa educativo en Ensenada, no se encontró disponible de manera pública.

Objetivo general

Analizar las expresiones de los egresados de programas educativos afines (Diseño Gráfico en UABC), de acuerdo con su desempeño en el mercado laboral, con la finalidad de retroalimentar el programa educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual a crear.

Método

La creación del plan de estudios del programa educativo en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual fomenta el egreso de una primera generación a los cuatro años de iniciada su impartición, por lo que para obtener algunas expresiones de egresados del programa educativo afín, Diseño Gráfico, fue necesario retomar la evidencia generada con la modificación del Plan de Estudios del programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico, en 2021, por la FAD y la FCITEC (UABC, 2021). Esto, en virtud de que la información relacionada con los egresados de las instituciones de educación superior (IES) privadas que actualmente ofrecen el programa educativo en Ensenada no se encontró disponible de manera pública.

En ese sentido, como parte de la evaluación externa reportada en el documento antes descrito, se realizó un estudio empírico entre los egresados del programa educativo de las dos unidades académicas, por medio de la técnica de aplicación de encuesta. Las dos unidades académicas utilizaron la misma técnica, aplicando un instrumento de 113 preguntas de opción múltiple, segmentadas en 12 bloques que abarcaban datos generales del egresado, información laboral, opinión sobre el perfil de egreso, opinión de las asignaturas en su ejercicio profesional, necesidades de capacitación, habilidades,

autoaprendizaje, globalización, desarrollo sustentable, educación continua y opinión sobre aspectos administrativos académicos.

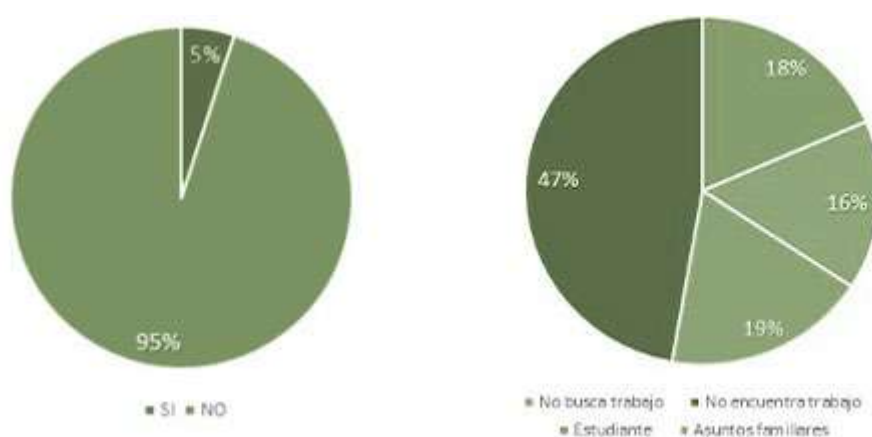
La población la conformaban en ese momento 613 egresados (305 de la FAD y 308 de la FCITEC), de ellos, 183 egresados correspondieron a la muestra analizada (92 de la FAD y 91 de la FCITEC) aplicando el 95% de nivel de confianza. Del total de los encuestados, 70 individuos fueron hombres y 113 mujeres, lo que se traduce al 62% de mujeres y el 38% hombres. La edad de los encuestados oscila entre los 23 y los 34 años, donde el 58.24% tienen entre 26 y 29 años, el 28% entre 25 y 23 años y el 6.59% más de 30 años.

La aplicación del cuestionario se realizó a través de la plataforma Google Forms, cuyo vínculo se compartió con las bases de datos de egresados vía correo electrónico, además de las redes sociales de la FAD y FCITEC.

Resultados

El 95% de los egresados se encontraba trabajando y el 5% no lo hacía. De estos últimos, el 51% no lo hacía debido a no estar buscando trabajo; el 20%, a ser estudiantes de posgrado; el 17%, por asuntos familiares; y, el 12%, por no encontrar trabajo (Figura 16).

Figura 16. Situación laboral de los egresados y razones por las cuales no están trabajando.



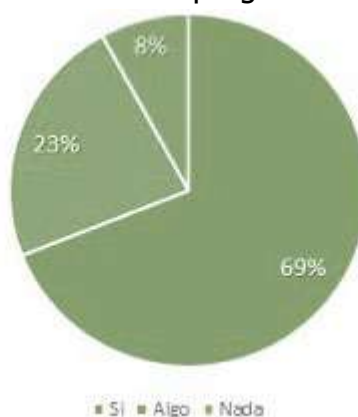
Las dificultades que los egresados han experimentado para encontrar trabajo se presentan en la siguiente figura. El 54% no consideran dificultad alguna, el 30% menciona la oferta laboral es poco atractiva, el 13% por tener escasa experiencia laboral, el 3% considera que no hay empleo y el 1% tiene otros diversos motivos (Figura 17).

Figura 17. Razones por las que los egresados han presentado dificultad para conseguir empleo.



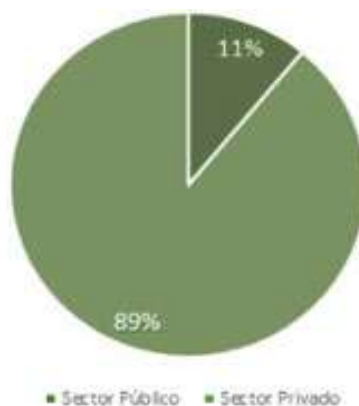
De los encuestados que trabajan, el 69% afirma que su trabajo sí se relaciona con lo aprendido en el programa educativo en diseño gráfico, el 23% indica que se relaciona en algo, mientras que el 8% considera que su trabajo diario no se relaciona con lo aprendido en el programa educativo (Figura 18).

Figura 18. Relación entre lo aprendido en el programa educativo y su trabajo diario.



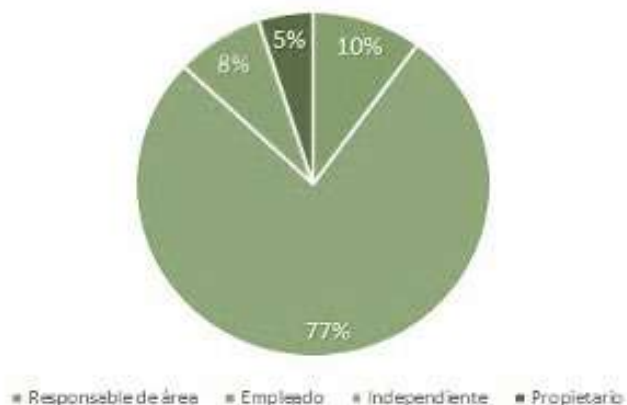
Mientras el 89% trabajan en el sector privado, el 11% lo hacen en el sector público, ya sea en instituciones gubernamentales o paraestatales (Figura 19).

Figura 19. Egresados de diseño gráfico empleados en el sector público y privado.



Tanto de quienes trabajan en empresa privada como en el sector público, la posición dentro de la organización es como empleado el 77%, responsable de área el 10%, independiente el 8% y propietarios de su empresa el 5% (Figura 20).

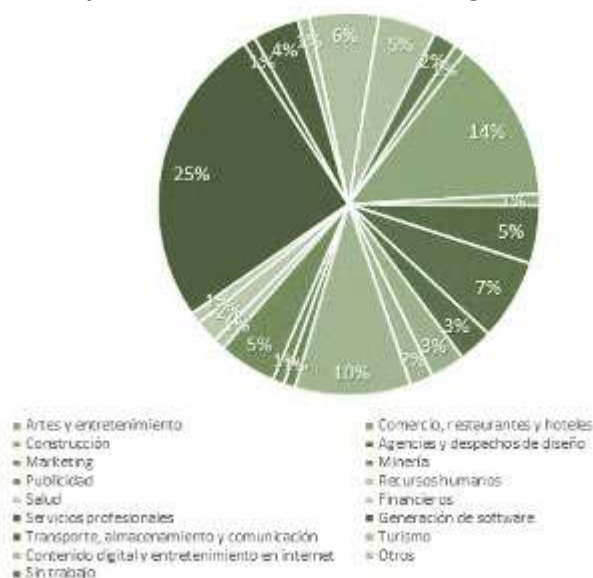
Figura 20. Posición dentro de la organización donde laboran los egresados.



El giro de las empresas donde laboran los egresados se presenta a continuación. El 26% se relaciona con los servicios profesionales; el 14%, con el comercio, restaurantes y hoteles; el 10%, con la industria manufacturera; el 7%, con la educación; el 6%, con desarrollo de contenido digital y entretenimiento en internet; el 5%, con agencias, despachos y empresas de diseño; el 5%, con publicidad; el 4%, con transporte, almacenamiento y comunicación; el 3%, con entretenimiento; el 3%, con gobierno; el 2%, con imprenta; el 2%, se encuentra sin trabajo; el 2%, con el sector salud; el 1%, con artes y entretenimiento; el 1%, con construcción; el 1%, con marketing; el 1%, con

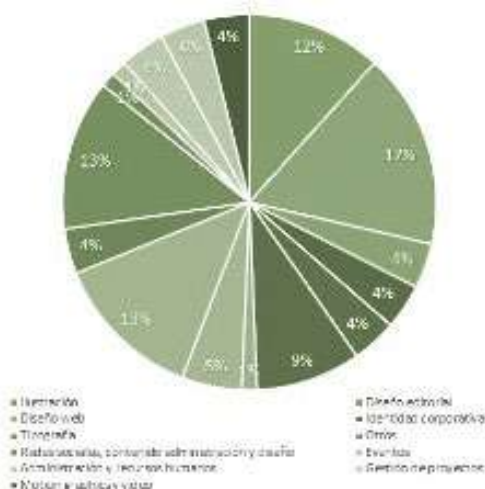
minería; el 1%, con recursos humanos; el 1%, con generación de software; y, el 5%, con otros sectores (Figura 21).

Figura 21. Giro de las empresas donde laboran los egresados.



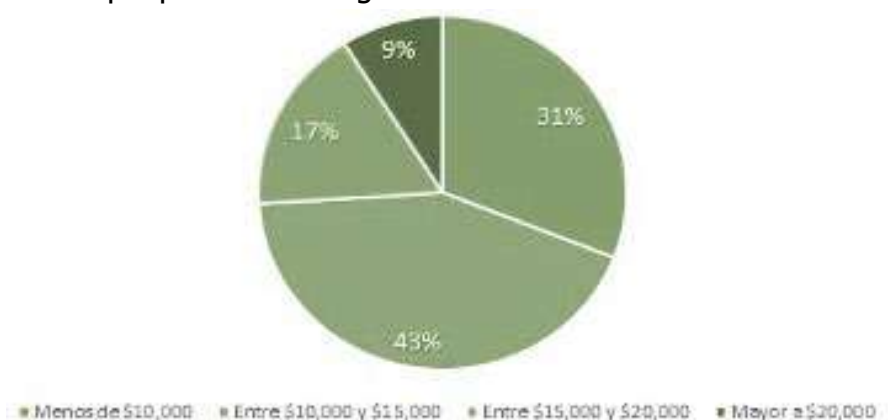
El 27% de los egresados realiza identidad corporativa; el 13%, diseño editorial; el 10%, diseño Web; el 9%, ilustración; el 7%, animación; el 4%, publicidad; el 3%, gráficos en movimiento y video; el 3%, gestión de proyectos; el 3%, administración y recursos humanos; el 3%, tipografía; el 3%, fotografía; el 1%, organización de eventos; el 1%, otros (Figura 22).

Figura 22. Actividad que mejor describe el quehacer diario del egresado.



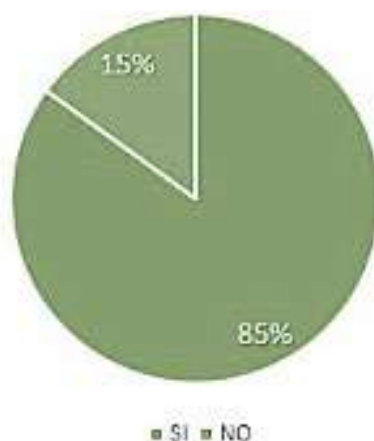
El 43% de los egresados percibe un sueldo que oscila entre los \$10,000 y \$15,000 pesos, el 31% gana menos de \$10,000 pesos, el 17% gana entre \$15,000 y \$20,000 pesos y el 9% gana más de \$20,000 pesos mensuales (Figura 23).

Figura 23. Sueldos que perciben los egresados.



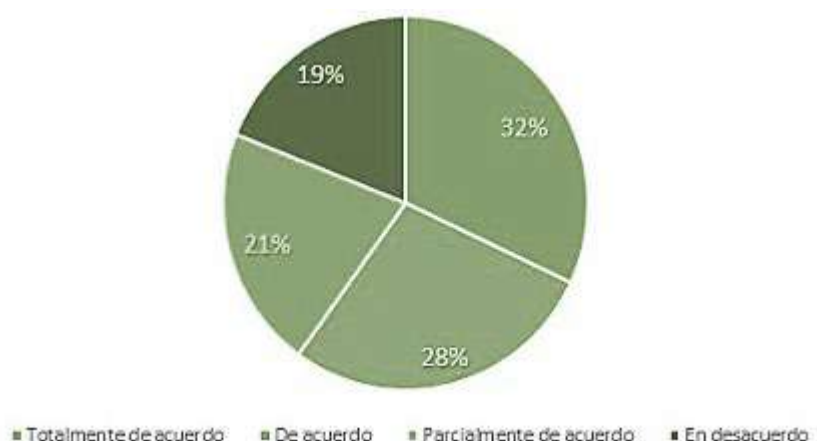
Ante la pregunta ¿Ha recibido algún tipo de capacitación adicional a su formación universitaria?, los egresados manifestaron que el 85% ha tomado algún curso y el 15% no ha cursado algo más que su formación profesional (Figura 24). Los talleres, diplomado, y cursos, que los egresados han tomado se identifican con habilidades técnicas como la paquetería Adobe, fotografía, dibujo arquitectónico, lettering y por otra parte con habilidades administrativas como administración de proyectos, marketing, branding.

Figura 24. Porcentaje de egresados que han recibido y no recibido talleres, cursos, diplomados adicionales a su formación universitaria.



Acerca del tema de servicio social en la siguiente figura se representa la opinión de los egresados quienes se manifestaron ante la afirmación 'El programa de servicio social contribuyó con mi formación profesional'. El 32% estuvo totalmente de acuerdo, el 28% de acuerdo, el 21% parcialmente de acuerdo y el 19% en desacuerdo con que el servicio social haya contribuido a su formación profesional (Figura 25).

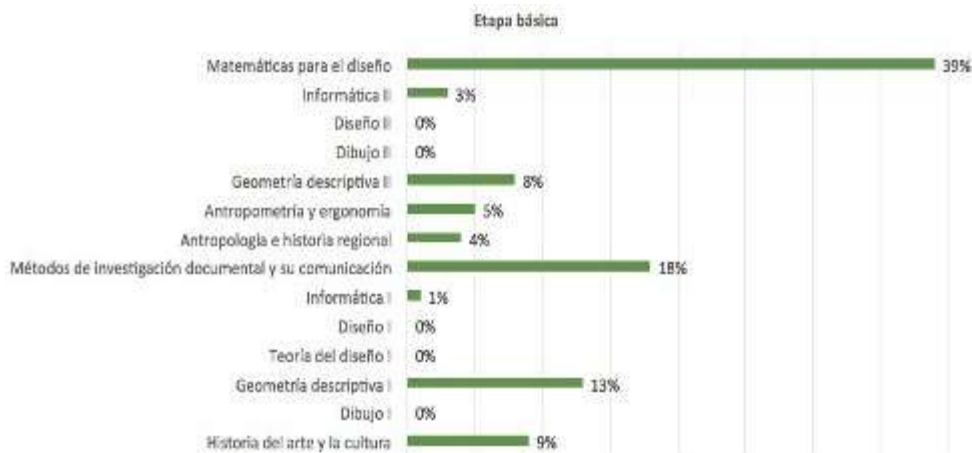
Figura 25. Opinión de los egresados sobre la contribución al servicio social a su formación profesional.



También se recolectó la opinión de los egresados respecto al impacto que tuvieron las unidades de aprendizaje del plan de estudios que cursaron, ante lo que se manifestaron por etapa de formación y, por separado, acerca de las asignaturas optativas ofertadas en cada unidad académica

Sobre el impacto que las asignaturas de etapa básica han tenido en su ejercicio profesional, 39% de los egresados opinan que Matemáticas para el diseño tiene poco o nada de impacto en su ejercicio profesional, seguido de Metodología de la investigación con 18%, geometría descriptiva con el 13%, e Historia de la cultura con el 9% (Figura 26).

Figura 26. Unidades de aprendizaje de etapa básica que los egresados consideran con contenido obsoleto.



Sobre las unidades de aprendizaje de etapa disciplinar, se observa que con el 12% de opiniones de los egresados, Estructura social y económica de México se manifestó como unidad de aprendizaje con menor impacto profesional, seguida de Probabilidad y Estadística con el 9%, Historia del Arte y Publicidad I ambas con el 6%, Informática III, y Materiales y Técnicas de Realización V, ambas con 5% (Figura 27).

Figura 27. Unidades de aprendizaje de etapa disciplinaria que los egresados consideran con contenido obsoleto.



Finalmente, sobre las asignaturas de etapa terminal que los egresados cursaron durante su plan de estudios (Figura 28), las opiniones manifestaron que el 31% opina que Pensamiento Contemporáneo tiene poco o ningún impacto, seguida de Lingüística con el 29%. Debajo de ellas Desarrollo Empresarial con el 7%, Evaluación del Diseño, Metodología del Diseño V, Administración de Proyectos y Normatividad en el diseño con el 6%. Los resultados sugieren la detección de contenidos obsoletos en dichas asignaturas (Figura 28).

Figura 28. Unidades de aprendizaje de Etapa terminal que los egresados consideraron con contenido obsoleto.



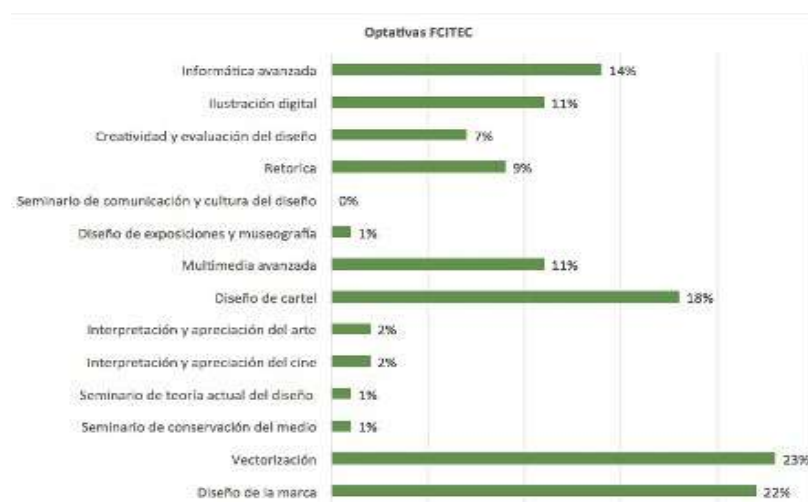
Respecto al impacto que habían tenido las asignaturas optativas en su ejercicio profesional, se presentan las opiniones de los egresados segmentados por unidad académica. Los egresados de la FAD manifestaron que Vectorización en el diseño con el 20% se presenta como la asignatura con mayor impacto positivo en su desempeño profesional. Debajo se encuentra Diseño de cartel, Proyectos vectoriales para el diseño gráfico, Técnicas de comunicación para el diseñador y Fundamentos del diseño, todas ellas con el 12% (Figura 29).

Figura 29. Unidades de aprendizaje Optativas de FAD que los egresados consideraron más útiles.



Por su parte, los egresados de la FCITEC manifestaron que las asignaturas optativas que tienen mayor impacto en el ejercicio profesional son Vectorización con el 23%, seguida de Diseño de la marca con el 22%, Diseño de cartel con el 18% e Informática avanzada con el 14% (Figura 30).

Figura 30. Unidades de aprendizaje optativas de FCITEC que los egresados consideran más útiles en su ejercicio profesional.



A modo de conclusión, el estudio de egresados condensa datos relevantes sobre aspectos laborales y formativos que reflejan debilidades y fortalezas del plan de estudios de Diseño Gráfico impartido en la FAD y la FCITEC. Entre las fortalezas se destaca que el 95% de los egresados encuestados están integrados a la fuerza laboral, y que el 51% de los que no se encuentran trabajando tampoco están en la búsqueda de empleo. Del 95% que sí está trabajando, la mayoría representada por el 92% lo hacen en un empleo relacionado o relativamente relacionado con su formación profesional, solo el 8% trabajan en algo no relacionado con su formación. Este dato identifica el nivel de pertinencia del programa educativo que han estudiado los egresados de la licenciatura en diseño gráfico, tanto en su empleabilidad, como en los conocimientos adquiridos.

Por su parte las dificultades para encontrar trabajo se identifican como propias del contexto regional ya que la mayoría de quienes no tienen trabajo (53% de ellos), dice que la oferta de trabajo es poco atractiva. Esto representa una oportunidad para revisar los criterios sobre la empleabilidad a nivel global entre los que se encuentran un nivel de inglés profesional, la obtención de certificaciones que son el estándar internacional (Adobe Certified Associate y Adobe Certified Expert) de los egresados en Diseño Gráfico, dado que las características intrínsecas de su profesión se prestan al empleo a distancia y la inserción en un mercado más amplio, con mejores y más amplias ofertas de trabajo que las encontradas a nivel regional.

En este sentido una de las debilidades en el plan de estudio es que egresan con escasa experiencia profesional, representado por el 13% que mencionaron este motivo para no conseguir trabajo, lo que puede corregirse desde el plan de estudios con la revisión de las horas que se incluyen de prácticas profesionales, y otros mecanismos que permitan al egresado mejorar su currículum en cuanto a la experiencia con proyectos laborales.

La mayoría de los egresados (89%) trabaja en el sector privado y su posición dentro de la organización es como empleado (77%). Esto indica que fomentar la capacidad de autoempleo, emprender su propia empresa, o trabajar como independiente es un área de oportunidad que permitirá fortalecer el espectro de empleabilidad.

El giro de las empresas donde trabajan es diverso, pero son los servicios profesionales donde tienen la mayor incidencia (26%), por lo que prepararlos para trabajar en equipos multidisciplinarios de profesionistas altamente capacitados representa mejorar las oportunidades para su adaptación al contexto laboral. En segundo término, los giros comerciales, restauranteros y turísticos en donde la atención al cliente es primordial, es donde se tienen buena empleabilidad, por lo que considerar aspectos relativos a la cultura gerencial, imagen pública y gestión de proyectos en su formación aumentaría su valía para el sector ocupacional.

En coincidencia con el giro de sus empleadores, la Identidad corporativa es la actividad que más desarrollan en sus empleos y aunque están bien posicionados en ello, ampliar sus conocimientos del área por medio de optativas específicas, y educación continua es darle más herramientas para atender las solicitudes que de ellos esperan sus empleadores. La actividad que más desarrollan es Identidad Gráfica, seguida de Diseño Editorial, Diseño Web, Aplicaciones móviles y Productos interactivos, por lo que también reforzar estas áreas es afianzarlos ante el giro de los empleadores que los están ocupando.

El 87% de los egresados encuentra la relación entre lo estudiado durante su carrera y su desempeño profesional actual, lo que representa una fortaleza para el plan de estudios. El 85% que no ha recibido algún tipo de capacitación adicional, lo que habla de una suficiencia de conocimiento al momento de insertarse en el mercado laboral, pero 54% lo consideran más como cursos y talleres que como posgrado, lo que habla de la necesidad de la Educación Continua.

Respecto de las asignaturas con mayor grado de incidencia sobre su ejercicio profesional se encuentran Identidad Gráfica, Vectorización, Fotografía, Diseño, Serigrafía, Prerensa y otras de imprenta Teoría del Diseño, Publicidad, Creatividad en el Diseño, Proyectos Vectoriales, Diseño de cartel, Portafolios Profesionales, Ilustración Digital, Multimedia Avanzada, todas ellas con más del 75% de incidencia sobre su ejercicio profesional.

Con un nivel de incidencia media sobre su ejercicio profesional se encuentran Informática, Ilustración, Animación para Medios, Tipografía, Metodología, Materiales y Técnicas de realización, Fundamentos del Diseño, Redacción Publicitaria, Interpretación y Apreciación del Cine, Técnicas de Comunicación para el Diseño Gráfico, Serigrafía Avanzada, Interpretación y Apreciación del Arte, Informática, Diseño de Exposiciones y Museografía, Diseño de la Marca y Seminario de Cultura Visual.

Las asignaturas que fueron mencionadas como asignaturas con bajo o nulo impacto sobre su ejercicio profesional son Formulación de Proyectos Culturales, Fundamentos del Diseño, Diseño Editorial, Retórica, Diseño Gráfico Sustentable, Seminario de Teoría Actual del Diseño, Seminario de Conservación del Medio, Geometría, e Historia de la Comunicación Gráfica. De todas ellas se debe contrastar con que Diseño Editorial es la segunda actividad que más desarrollan dentro del trabajo por lo que hay que revisar los contenidos de la unidad de aprendizaje y no tanto su pertinencia dentro del mapa curricular. Lo mismo para las demás de esta lista que se encuentran entre las de humanidades.

1.4. Análisis de oferta y demanda

El análisis de la oferta y la demanda es un estudio que evalúa la relación entre la disponibilidad de programas educativos (oferta) y las necesidades sociales, económicas y profesionales del entorno (demanda), con el fin de determinar la pertinencia y viabilidad de una nueva propuesta académica. La oferta considera la identificación y caracterización de programas similares a nivel regional, nacional e internacional, lo que permite reconocer niveles de saturación o vacíos formativos; mientras que la demanda examina el interés potencial de aspirantes y las tendencias de ingreso a áreas afines (Secretaría de Educación Pública, 2020). Este análisis integra fuentes estadísticas, estudios de mercado educativo y consultas a actores clave, permitiendo estimar la factibilidad de captar matrícula y responder a necesidades reales del desarrollo económico (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, 2018). Asimismo, incorpora tendencias estructurales como la expansión de la economía digital y la

transformación de perfiles profesionales, que inciden directamente en la configuración de la demanda educativa (Organización Internacional del Trabajo, 2021).

Objetivo general

Analizar la oferta de programas educativos y la demanda vocacional para cursar el programa educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico y Comunicación Visual.

Método

El procedimiento metodológico empleado para el análisis de la oferta y la demanda se dividió en dos etapas; por un lado se realizó una investigación documental sobre la oferta del programa educativo afín a Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, el Diseño Gráfico, nivel nacional e internacional, a partir del estudio de vocaciones y demanda de carreras profesionales, publicado por la UABC (2020), en el que se busca "conocer y estudiar las preferencias vocacionales y la demanda de carreras profesionales de los estudiantes de último año de Educación Media Superior del estado de Baja California" (UABC, 2020, p. 2).

Por otro lado, la metodología abordada para conocer la demanda del programa en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, primeramente, se abordó de forma documental con base en los resultados del I Simposio Internacional de Diseño 2026-2030 (Instituto de Investigación en Diseño, 2026) y, posteriormente, de forma empírica, a nivel regional, a partir de la aplicación de encuestas a estudiantes de educación media superior. En este caso, el procedimiento metodológico se estructuró en siete etapas: población objetivo, tamaño de la muestra, diseño del instrumento de medición (cuestionario), periodo de aplicación de cuestionarios, cuadrillas de trabajo, campaña de aplicación de cuestionarios y procesamiento de datos.

Población objetivo

La población objetivo estuvo conformada por estudiantes de educación media superior, pertenecientes a preparatorias públicas del municipio de Ensenada, con el objetivo de

reflejar con mayor precisión las características, necesidades y condiciones sociodemográficas del grupo que mayoritariamente demanda ingreso a la UABC y asegurar, con ello, la pertinencia del análisis para la proyección del comportamiento real de la demanda. Los planteles fueron invitados a participar con grupos de tercer y quinto semestre; sin embargo, el acceso se autorizó de manera diferenciada según las condiciones operativas de cada institución. Con el propósito de obtener información pertinente al respecto de sus intereses vocacionales, expectativas de continuidad educativa y disposición para incorporarse a un programa de licenciatura en modalidad semipresencial, se priorizó la aplicación del instrumento en los semestres que cada plantel determinó como viables, garantizando así la participación de estudiantes en momentos relevantes de su trayectoria académica.

Tamaño de la muestra

La conformación del grupo de estudio se realizó mediante un muestreo por oportunidad. La muestra estuvo conformada por 223 estudiantes de nivel medio superior quienes manifestaron explícitamente algún interés por continuar sus estudios en el área del diseño, particularmente en la Licenciatura en Diseño Gráfico. Esto, con el propósito de asegurar la pertinencia de la información para el análisis de la demanda potencial del programa.

El levantamiento de cuestionarios se aplicó en prácticamente todas las preparatorias públicas de Ensenada:

- Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyTE);
- Colegio de Bachilleres de Baja California, Plantel Prof. Arturo David Velázquez Rivera (COBACH);
- Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California, Plantel Ensenada (COBACH);
- Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California, Plantel Valle de Guadalupe;
- Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica Núm. 64 (CONALEP 64);
- Centro de Estudios Tecnológicos Industrial y de Servicios Núm. 74 (CETIS 74); y,
- Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios Núm. 41 (CBTIS 41).

A excepción de aquellas preparatorias cuya área de especialización técnica es ajena a la del área de Diseño:

- Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario Núm. 323;
- Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario Núm. 198;
- Centro de Estudios Tecnológicos Del Mar Núm. 11; y,
- Centro Emsad Punta Colonet.

Periodo de aplicación de cuestionarios

La campaña de aplicación de cuestionarios se realizó durante un periodo de dos meses, entre septiembre y octubre de 2025.

Diseño del instrumento de medición (cuestionario)

El diseño y la validación del instrumento de medición estuvo a cargo de un equipo de trabajo integrado por seis profesores de la UABC, tres de ellos de tiempo completo y tres más de asignatura. Todos ellos con formación profesional en Diseño y, particularmente cuatro de ellos, en Diseño Gráfico, especialistas en procesos educativos y en el desarrollo de proyectos en el ámbito del diseño. De ellos, cinco están adscritos a la FIAD y uno forma parte de la planta docente de la FA. Su labor se centró en revisar la pertinencia conceptual del cuestionario, la claridad de los reactivos y la consistencia interna de las dimensiones evaluadas, lo que permitió fortalecer la validez del contenido y asegurar su alineación con los objetivos del estudio.

El cuestionario se estructuró en siete secciones y 30 preguntas. De ellas, 28 preguntas fueron de carácter obligatorio y dos, optativo. Las de carácter obligatorio fueron de tipo cerrado (opción múltiple), mientras que las de carácter optativo, de tipo abierto (respuesta corta). El cuestionario se administró en su versión digital mediante Google Forms, y en su versión impresa, por medio de cuadernillos que presentaron una copia fiel del contenido digital.

Cuadrillas de trabajo

La campaña de aplicación de cuestionarios se realizó con apoyo de cuadrillas de trabajo conformadas, por un lado, por tres profesores de tiempo completo de la FIAD, quienes intervinieron en la logística, la coordinación operativa y la aplicación del instrumento, y por otro lado, por estudiantes en servicio social comunitario, quienes brindaron apoyo con la aplicación del instrumento.

De manera central participó el responsable de niveles previos de la FIAD, quien coordinó la gestión con las áreas de vinculación de las preparatorias públicas para establecer contactos, programar visitas y asegurar las condiciones necesarias para el levantamiento de información. Este trabajo se realizó en estrecha colaboración con la Coordinación de Extensión y Vinculación de la FIAD, instancia que respaldó las actividades de articulación institucional y facilitó la relación con los planteles participantes.

Campaña de aplicación de cuestionarios

La aplicación del instrumento se realizó mediante un procedimiento de acceso institucional coordinado y gestionado a través del responsable de niveles previos de la FIAD. Para ello, se estableció comunicación formal con las áreas de vinculación de las distintas preparatorias públicas del municipio, con el fin de verificar su disponibilidad y calendarizar las visitas conforme a sus condiciones operativas. Una vez autorizadas las fechas, se procedió con la visita a cada plantel en la que se aplicó el procedimiento siguiente:

1. Un equipo mixto de docentes y estudiantes ingresaba a los grupos autorizados —principalmente de quinto semestre— para presentar brevemente los objetivos del estudio e identificar a los estudiantes que manifestaron interés en continuar sus estudios en el área del diseño. Aquellos que expresaban interés eran acompañados al espacio asignado por el plantel para la aplicación del instrumento.

2. Un segundo equipo permanecía en el área asignada por el plantel, donde se daba la bienvenida a los participantes, se explicaba la finalidad académica del estudio y se proporcionaban las instrucciones precisas para contestar el cuestionario en formato digital o impreso, según correspondiera, pues en cada plantel los requerimientos fueron distintos. Se aseguraba la confidencialidad de las respuestas y se brindaba acompañamiento para aclarar dudas de tipo procedimental, sin influir en el contenido de las respuestas.

De esta manera, la encuesta se administró principalmente en formato impreso, atendiendo las solicitudes de las preparatorias participantes para optimizar tiempos, facilitar la logística interna y reducir el uso de recursos tecnológicos en los planteles. Únicamente en el COBACH Plantel Ensenada se aplicó la versión digital mediante Google Forms, dado que la institución manifestó su preferencia por esta modalidad y contaba con la infraestructura necesaria para tal fin.

Procesamiento de datos

Una vez concluida la etapa de levantamiento, todas las encuestas aplicadas en papel fueron capturadas de manera manual en un mismo formulario digital en Google Forms, con el propósito de centralizar la información en una sola base de datos, estandarizar el procesamiento y asegurar la uniformidad de los registros. La información capturada originalmente en formato digital se integró automáticamente en esta misma base.

Posteriormente, la base consolidada fue exportada a formatos compatibles con hojas de cálculo para su revisión inicial. Se llevó a cabo un proceso de curaduría y validación que incluyó la verificación de duplicados, la identificación de omisiones, la comprobación de la coherencia interna de las respuestas y la corrección de inconsistencias menores propias tanto del autollenado como de la transcripción manual.

A continuación, se realizó un análisis descriptivo y comparativo empleando técnicas de estadística básica para calcular frecuencias, porcentajes y distribuciones por categorías sociodemográficas, académicas, vocacionales y tecnológicas. Este análisis permitió

caracterizar a la población participante e identificar patrones de interés y tendencias asociadas con la demanda potencial del programa.

Finalmente, se generaron tablas, gráficas y visualizaciones directamente desde Google Forms y herramientas complementarias, con el fin de facilitar la interpretación de los resultados y su integración en el informe final. Todo el procesamiento se llevó a cabo siguiendo criterios de confidencialidad, resguardo ético de los datos y rigor metodológico, garantizando su fiabilidad y pertinencia para la toma de decisiones curriculares.

Resultados

Por un lado, la oferta del programa educativo en Diseño Gráfico, afín al programa educativo en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual presentado en este documento, fue definida con base en el estudio de vocaciones y demanda de carreras profesionales, publicado por la UABC (2020). Así, es posible apreciar que el programa educativo en Diseño Gráfico se ubica en la posición 12, de las 16 carreras que, en conjunto, representan el 65% del total de egresados a nivel estatal, mismas que figuran como carreras cuya tendencia laboral demanda profesionistas especializados. Paralelamente, ocupa el octavo lugar de las nueve carreras que han incrementado el interés y la importancia por parte de los egresados. Asimismo, es la segunda carrera en el campo profesional "persuasivo comercial", más solicitada por los estudiantes de nuevo ingreso a las instituciones de educación superior.

Por otro lado, con relación a la prospectiva de quienes buscan reconvertir, actualizar o profesionalizar su trayectoria laboral, en el I Simposio Internacional de Diseño 2026-2030 (Instituto de Investigación en Diseño, 2026) se establecieron algunas recomendaciones para el futuro del Diseño en un contexto universitario latinoamericano:

1. Una currícula flexible, modular e interdisciplinaria que articule la teoría y la práctica durante la formación de diseñadores, trascendiendo de los esquemas rígidos y convencionales;

2. La formación en diseño se redefine como un proceso flexible y colaborativo, centrado en competencias transversales y en la capacidad de responder a escenarios complejos y cambiantes;
3. Se converge en un modelo formativo que supera segmentaciones y tecnocratismos para integrar saberes, contextos y actores; instituye la interdisciplinariedad como práctica efectiva, no yuxtapuesta, sostenida por metacognición y consolida aprendizajes situados mediante encargos reales y evaluación por competencias; articulando internacionalización, identidad local y responsabilidad socioambiental;
4. Impulso de una relectura transdisciplinar de la currícula que atienda la integración de estudiantes con trayectorias laborales en curso. Esto exige revisar el currículum oculto y diseñar entornos pedagógicos que cuiden la dimensión emocional sin renunciar al rigor formativo;
5. La formación de las nuevas generaciones exige reconocer sus particularidades y anticipar escenarios de incertidumbre con estructuras pedagógicas que no sean rígidas ni homogéneas, sino que brinden acompañamiento personalizado y promuevan la autonomía. En consecuencia, la tarea docente no debería consistir en imponer modelos cerrados, sino en proveer herramientas permitan capitalizar los saberes y las experiencias que cada estudiante aporta;
6. Los marcos pedagógicos deben actualizarse hacia experiencias interactivas e integrar prospectiva y diseño especulativo con internacionalización para ampliar horizontes. La disciplina se extiende mediante investigación-acción para generar impacto verificable y ofrece formatos flexibles articulados a ecosistemas emprendedores. Este reposicionamiento no abdica del rigor académico: lo redefine en clave situada, colaborativa y transformadora.

Por lo anterior, se aboga por la promoción de un programa educativo que ofrezca una currícula flexible y modular. Este planteamiento responde a un escenario en el cual, una parte de las personas aspirantes potenciales corresponde a técnicos que cuentan con el

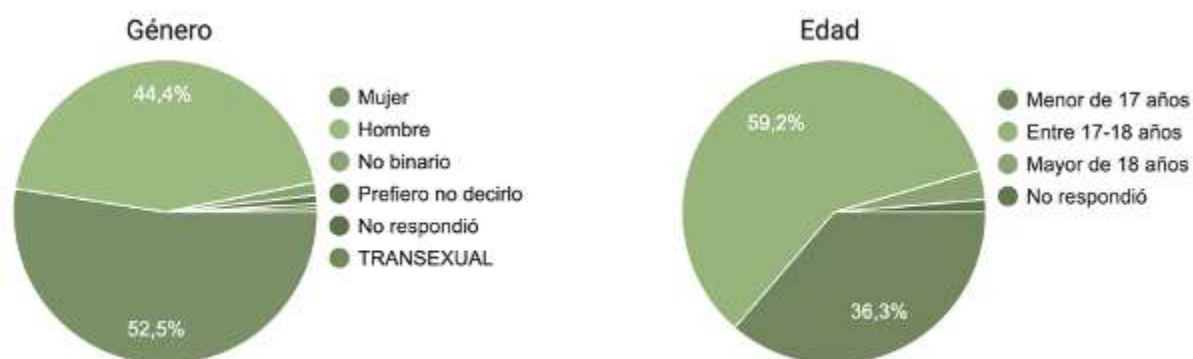
conocimiento empírico de la disciplina, pero desean especializarlo de forma transversal a su actividad profesional. Asimismo, procuran la obtención de credenciales profesionales que contribuyan a fortalecer su trayectoria laboral y favorecer sus condiciones de desarrollo profesional y de calidad de vida.

Finalmente, la demanda del programa educativo en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual también se visualiza favorecedora a partir de los resultados obtenidos de forma empírica con la aplicación de cuestionarios a estudiantes de educación media superior. Así, con base en la naturaleza y la clasificación de las preguntas en el instrumento de evaluación, fue posible realizar la obtención de resultados en cuatro secciones: caracterización sociodemográfica y trayectoria escolar, interés en estudiar el programa educativo propuesto, disposición para la modalidad de aprendizaje, condiciones para estudiar en modalidad semipresencial y necesidades de apoyo para ingresar y permanecer en la Universidad.

Caracterización sociodemográfica y trayectoria escolar

El predominio de mujeres (52.5%) y la representación significativa de hombres (44.4%) revelan un equilibrio relativamente estable entre ambos grupos, aunque con ligera mayoría femenina. La presencia, aunque minoritaria, de estudiantes no binarios, personas que prefieren no declarar su género y quienes no respondieron, es relevante para los enfoques contemporáneos de educación inclusiva y ambientes seguros señalados por organismos internacionales. Este dato refuerza la necesidad de integrar estrategias formativas y de convivencia escolar basadas en derechos humanos, perspectiva de género y trato digno (Figura 31).

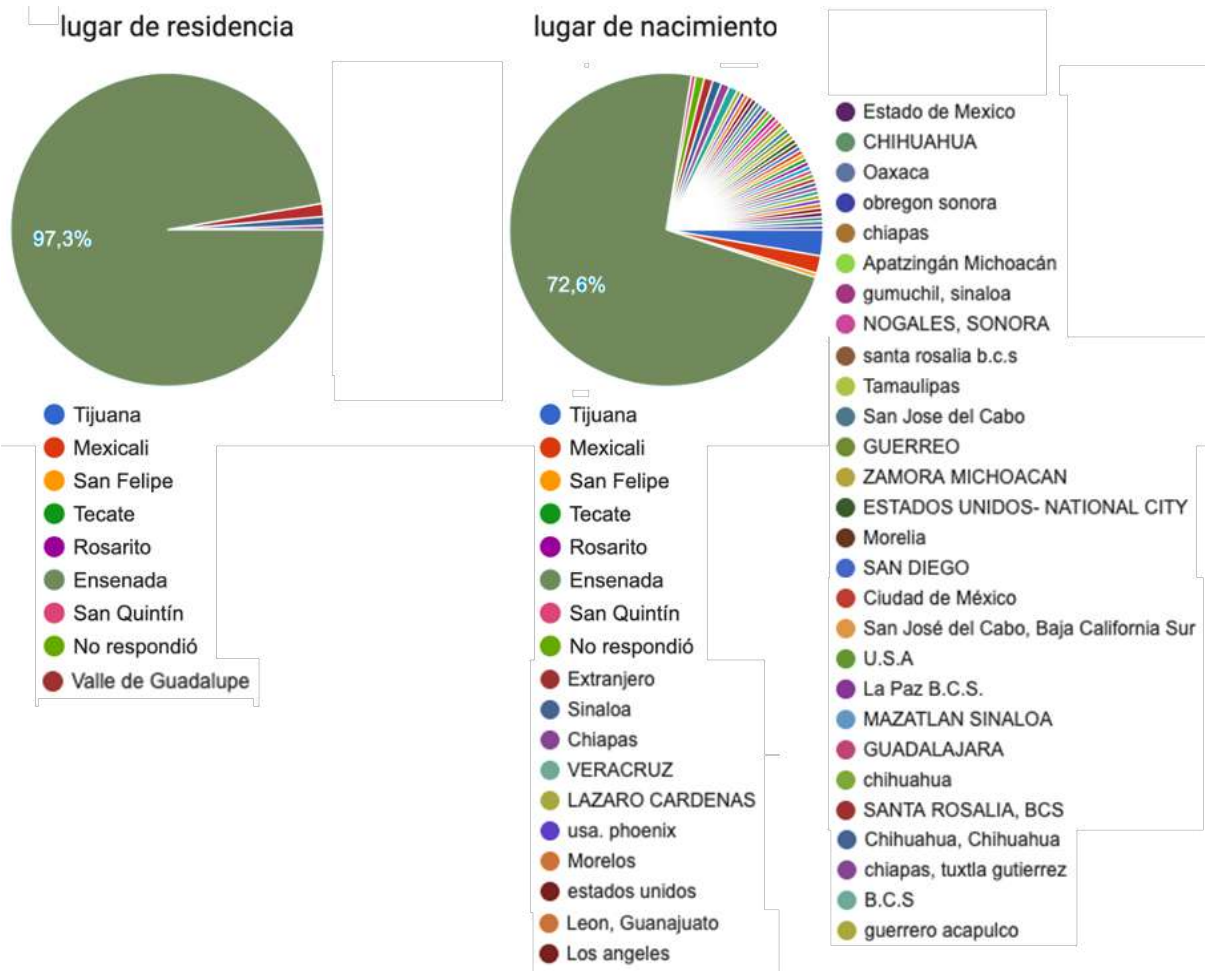
Figura 31. Características de género y edad de los interesados en cursar el programa educativo.



La distribución etaria observada con predominio de jóvenes entre 17 y 18 años cercano al 60% y un porcentaje de estudiantes menores de 17 años poco mayor al 36%, resulta consistente con el momento académico en que se aplicó la encuesta, misma que fue dirigida a grupos de tercero y quinto semestre de educación media superior. Estos niveles corresponden a estudiantes que se encuentran en distintas fases del proceso de exploración y definición vocacional: quienes cursan el tercer semestre comienzan a identificar áreas de interés profesional, mientras que quienes se encuentran en quinto semestre se aproximan al cierre del bachillerato y, por tanto, presentan una disposición más inmediata hacia la toma de decisiones respecto a estudios universitarios. Esta correspondencia entre edad y semestre confirma que la muestra es adecuada y pertinente para estimar la demanda potencial del programa educativo.

Aunque cerca del 73% nació en Ensenada, la presencia de participantes originarios de otros municipios del estado y del país evidencia una movilidad moderada dentro de Baja California. Esto indica que, si bien la población objetivo es principalmente local, existe un flujo potencial de estudiantes de otras zonas que podrían incorporarse a la FIAD debido a factores como cercanía familiar, cambio de residencia o atractivo del programa (Figura 32).

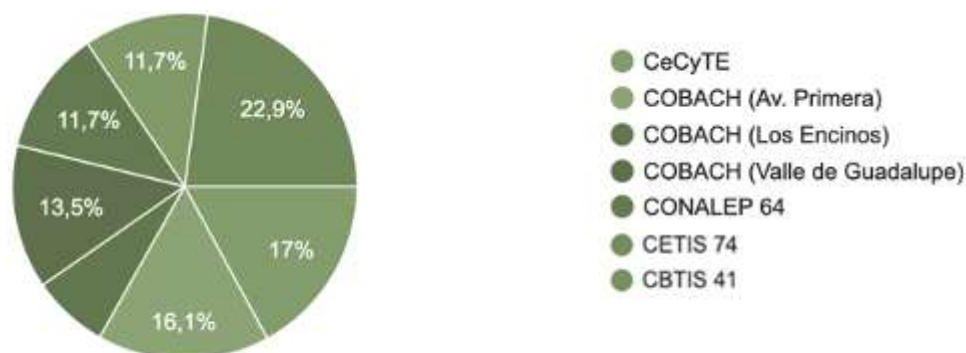
Figura 32. Lugar de residencia y de nacimiento de los potenciales a ingresar al programa educativo.



La población encuestada proviene de una distribución equilibrada entre distintos subsistemas de educación media superior del municipio de Ensenada, lo cual ofrece una base sólida para estimar una demanda amplia y diversificada hacia el programa educativo. El plantel con mayor participación es el CBTIS 41, que concentra cerca del 23% de las respuestas. Este subsistema, orientado a la formación tecnológica, tiende a incorporar asignaturas que fortalecen habilidades prácticas y competencias digitales, elementos afines al campo del diseño y la comunicación visual. Le sigue el CECyTE, con aproximadamente 17% de participación, un subsistema que trabaja bajo el modelo de competencias y que suele incluir actividades de creatividad, comunicación y tecnología, lo que favorece la afinidad vocacional hacia áreas del diseño. En tercer lugar, el COBACH

Plantel Ensenada aporta alrededor del 16%, complementándose con el COBACH Valle de Guadalupe, que representa cerca del 14%, y el COBACH Los Encinos, con alrededor del 6%. En conjunto, los planteles del COBACH reúnen aproximadamente un 36% del total, lo que confirma la fuerte presencia de este subsistema en la demanda potencial. Finalmente, tanto CONALEP 64 como CETIS 74 representan cada uno alrededor del 12%. Ambos subsistemas se caracterizan por ofrecer formación técnica y profesionalizante, lo que puede generar interés en programas universitarios que articulan habilidades prácticas con competencias creativas, como es el caso del diseño gráfico y la comunicación visual estratégica (Figura 33).

Figura 33. Institución de educación media superior en la que cursan los interesados en el programa educativo.

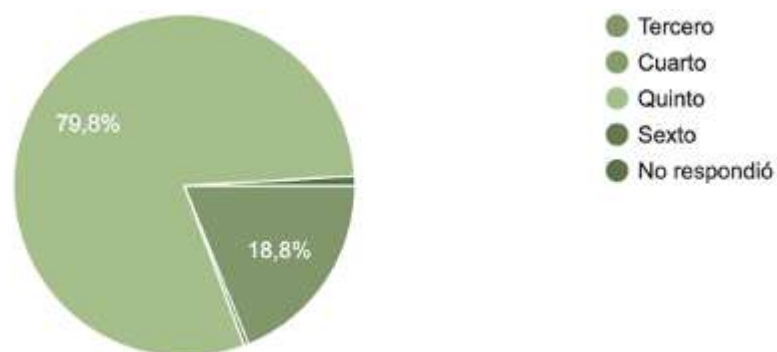


El perfil académico de la población encuestada permite identificar con precisión el momento formativo, la organización escolar y el nivel de desempeño de los estudiantes de educación media superior que constituyen la demanda potencial del programa educativo. En términos generales, se observa una población con trayectorias estables, hábitos escolares definidos y condiciones favorables para la transición hacia estudios de nivel superior.

La gran mayoría de los estudiantes cursa actualmente el quinto semestre, representando aproximadamente el 80% del total. Este grupo se encuentra en una etapa avanzada del bachillerato, momento en el que se concentran los procesos de reflexión vocacional y de toma de decisiones sobre estudios universitarios. A la par, cerca del 19% cursa el tercer

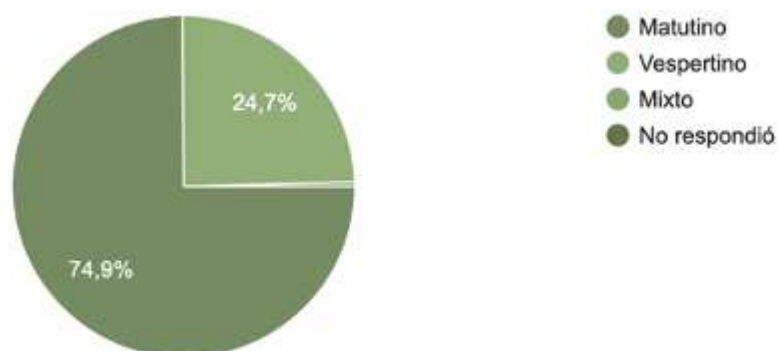
semestre, lo que permite identificar a un segmento que, si bien no está en proceso inmediato de egreso, sí se ubica en una fase temprana de exploración profesional. Esta combinación confirma que la encuesta se aplicó en semestres estratégicos para obtener información confiable sobre la demanda inmediata y proyectada (Figura 34).

Figura 34. Semestre en el que se encuentran inscritos los interesados en el programa educativo.



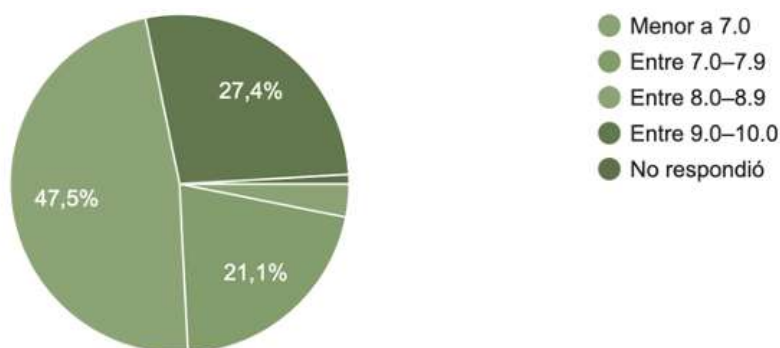
Respecto a la organización escolar, se observa un predominio claro del turno matutino, en el que estudia alrededor del 75% de los encuestados. El resto, cercano al 25%, cursa sus estudios en turno vespertino. Esta distribución coincide con el funcionamiento habitual de los subsistemas de bachillerato en la región y aporta elementos relevantes para la planeación operativa del programa educativo, particularmente en una modalidad semipresencial. La fuerte presencia del turno matutino sugiere que las y los estudiantes cuentan con rutinas académicas consolidadas en ese horario, lo que facilita la programación de actividades presenciales en las primeras horas del día, complementadas con componentes virtuales que amplíen la flexibilidad del proceso formativo (Figura 35).

Figura 35. Turno en el que se encuentran inscritos los estudiantes de educación media superior interesados en el programa educativo.



El desempeño escolar de la población encuestada presenta una tendencia mayoritariamente favorable. Cerca del 48% reportó un promedio general entre ocho y ocho punto nueve, mientras que aproximadamente el 27% alcanzó promedios entre nueve y diez. Estos valores reflejan que más de la mitad de los estudiantes mantiene un rendimiento sólido, adecuado para las exigencias de un programa universitario que integra pensamiento visual, conceptualización y producción digital. Por otro lado, alrededor del 21% se ubicó en el rango de siete a siete punto nueve, lo que indica un desempeño aceptable, aunque señala la pertinencia de incorporar estrategias de acompañamiento académico, particularmente durante los primeros semestres. Solo un porcentaje muy reducido obtuvo promedios inferiores a siete (Figura 36).

Figura 36. Desempeño académico de los estudiantes de educación media superior interesados en el programa educativo.

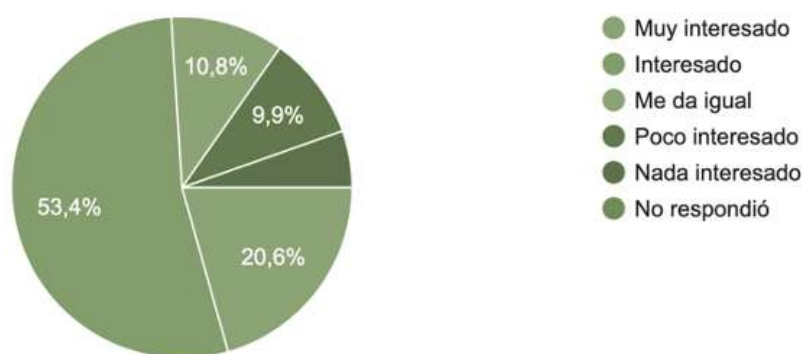


En conjunto, el análisis integral del perfil académico evidencia una población estudiantil con hábitos escolares consistentes, niveles de rendimiento adecuados y una ubicación curricular óptima para su ingreso a la educación superior. Estos elementos confirman la viabilidad académica del programa educativo, a la vez que orientan decisiones relacionadas con la implementación de mecanismos de nivelación, la organización de horarios presenciales y el diseño de estrategias pedagógicas acordes con las características reales del estudiantado.

Interés en estudiar Diseño Gráfico

Una proporción mayoritaria de estudiantes manifestaron un nivel de interés positivo: poco más del 53% indicó estar interesado en estudiar Diseño Gráfico y alrededor del 21% señaló estar muy interesado. En conjunto, aproximadamente tres cuartas partes de las respuestas provienen de estudiantes que efectivamente cumplen el perfil de afinidad hacia la carrera. No obstante que el instrumento estaba orientado únicamente a personas interesadas, un porcentaje cercano al 11% expresó que “le da igual”, cerca del 10% se declaró poco interesado y aproximadamente 5% indicó no tener ningún interés (Figura 37).

Figura 37. Grado de interés de los estudiantes de educación media superior por estudiar el programa educativo.



El 30% de los estudiantes conoció la carrera de Diseño Gráfico principalmente a través de redes sociales, lo que representa la proporción más alta entre las opciones de respuesta, poco más del 22% indicó que su primera referencia provino de familia o

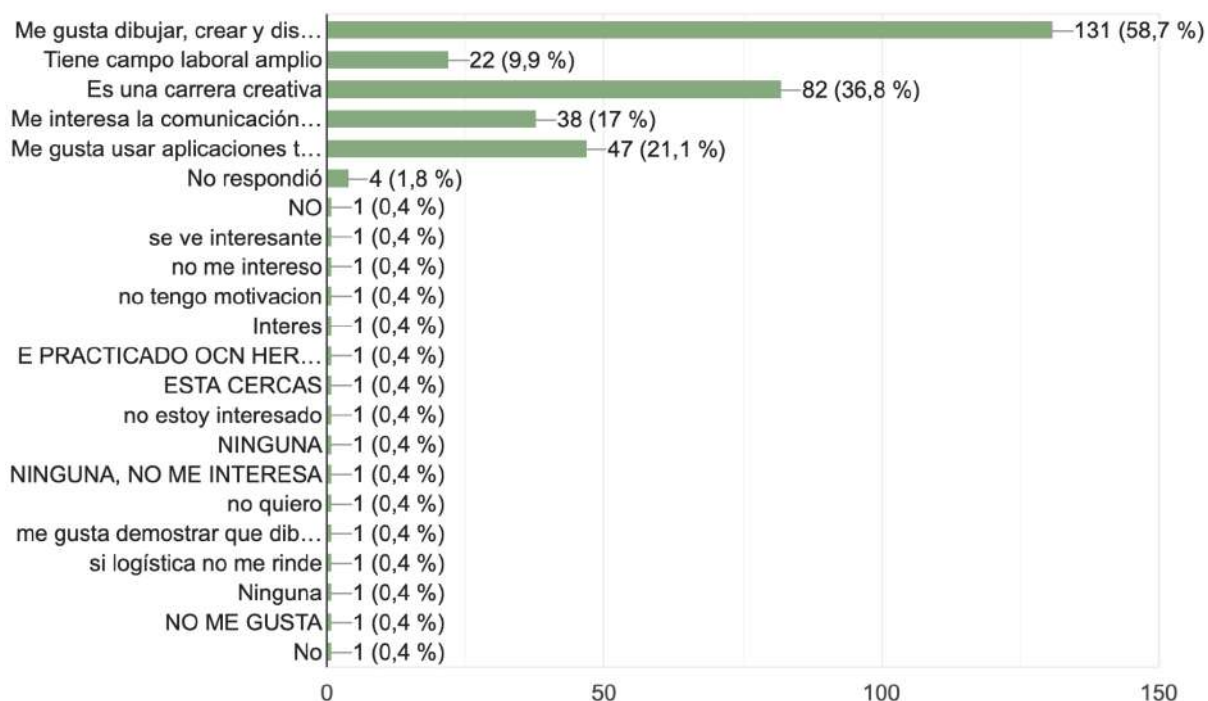
amigos, mientras que alrededor del 15% lo hizo a través de profesores. Un grupo menor, cercano al 7% señaló como fuente principal a los orientadores escolares, poco más del 7% lo atribuye a ferias educativas. El porcentaje restante, cercano al 19%, se reparte entre quienes señalaron los sitios web universitarios como fuente de información, a profesores, asistencia a cursos de diseño, interés personal y quienes no proporcionaron respuesta (Figura 38).

Figura 38. Principal fuente por la que los estudiantes de educación media superior conocieron el programa educativo.



La motivación más mencionada es el gusto por dibujar, crear y diseñar, señalada por cerca del 59% de los participantes. Este hallazgo confirma que la afinidad por la creación visual sigue siendo el motor principal que atrae a los jóvenes hacia la carrera, especialmente en contextos donde la cultura visual y los lenguajes gráficos son parte cotidiana de su identidad. En segundo lugar, alrededor del 37% considera que se trata de una carrera creativa, lo que refuerza la idea de que el estudiantado asocia el Diseño Gráfico con libertad expresiva, innovación y procesos abiertos de conceptualización. En tercer lugar, un porcentaje cercano al 21% señaló que le gusta usar aplicaciones tecnológicas, lo que muestra una inclinación hacia el trabajo digital y la familiaridad con plataformas gráficas. Por otra parte, aproximadamente el 17% manifestó interés por la comunicación, lo que evidencia que una parte del estudiantado reconoce la naturaleza estratégica del diseño como disciplina que articula significados, mensajes y lenguajes visuales. Así mismo, un porcentaje cercano al 10% destacó como motivación la percepción de un campo laboral amplio (Figura 39).

Figura 39. Principal motivación que los estudiantes de educación media superior presentan para estudiar el programa educativo.

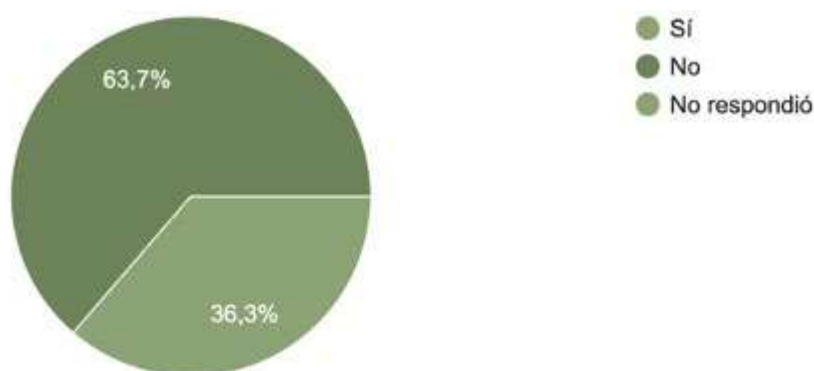


El conjunto de respuestas registradas en la opción 'otro', que incluye a quienes señalaron una motivación distinta a las previstas (2%), a quienes declararon no tener interés en estudiar la carrera (4.5%) y a quienes no respondieron (2%), suma en total un 8.5%. Finalmente, de este porcentaje, el 6.5% correspondiente a quienes no tienen interés o no proporcionaron respuesta puede interpretarse como un grupo residual derivado de la participación abierta, más que como un reflejo del perfil objetivo al que estaba dirigido el instrumento.

Cerca del 64% de los encuestados manifestaron no saber que la carrera de Diseño Gráfico forma parte de la oferta educativa en UABC. Este porcentaje es significativo y evidencia una desconexión entre la oferta académica existente y el conocimiento que los estudiantes de bachillerato en Ensenada tienen referente a ella. Por otro lado, aproximadamente 16% señaló que sí conocía la existencia de la carrera en ambos campus, mientras que cerca del 9% indicó saber únicamente que estaba disponible en

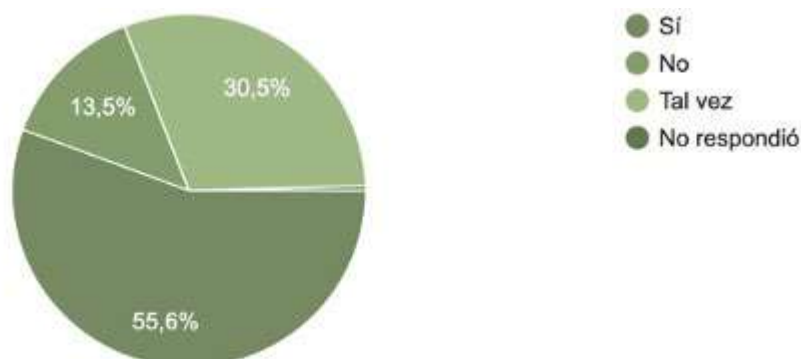
Mexicali. Un porcentaje similar, cercano al 11%, afirmó que sabía únicamente de su existencia en el campus de Tijuana (Valle de las Palmas) (Figura 40).

Figura 40. Conocimiento por parte de los estudiantes de educación media superior sobre la oferta del programa educativo en la UABC.



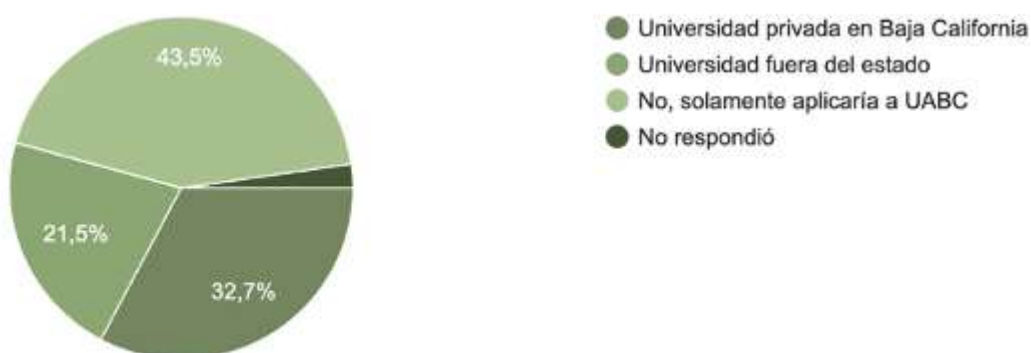
En la siguiente gráfica se puede valorar el grado de aceptación y la demanda potencial que tendría el programa educativo en el campus Ensenada, en caso de abrirse como nueva oferta educativa. Los resultados muestran una tendencia altamente favorable, lo que constituye un insumo crucial para sustentar la viabilidad del programa. Más de la mitad de los estudiantes (56%) indicó que sí estaría interesado en cursar la carrera en Ensenada, mismo que representa un nivel de aceptación positivo y evidencia que existe una intención clara de elección hacia la UABC como institución formadora en esta disciplina. Por otro lado, cerca del 30% seleccionó la opción “tal vez”, lo que refleja un interés moderado, condicionado o en proceso de definición. Este segmento es especialmente relevante desde la perspectiva institucional, ya que constituye un grupo recuperable mediante estrategias de orientación vocacional, difusión informativa o actividades de vinculación que clarifiquen el perfil de la carrera y sus oportunidades profesionales. En contraste, cerca del 14% expresó que no estaría interesado en cursar la carrera en Ensenada. Este porcentaje resulta considerablemente menor frente a la suma de quienes manifiestan interés explícito o potencial (en conjunto 86%), lo que fortalece la estimación de una demanda sólida para iniciar actividades académicas con cohortes suficientes (Figura 41).

Figura 41. Interés manifestado por parte de los estudiantes de educación media superior sobre el programa educativo si se ofreciera en UABC-Ensenada.



De manera complementaria con el resultado anterior, la gráfica siguiente permite comprender el comportamiento potencial de selección universitaria entre los estudiantes de educación media superior, así como la posición que ocupa la UABC dentro de sus preferencias inmediatas. El porcentaje más mayor (cercano al 44%) corresponde a quienes expresaron que solamente aplicarían a UABC, aproximadamente el 33% señaló que también consideraría ingresar a una universidad privada en Baja California, cerca del 22% manifestó que evaluaría la posibilidad de estudiar en una universidad fuera del estado, finalmente, el porcentaje de estudiantes que no respondió es mínimo (poco más del 2%), lo que indica que la gran mayoría tuvo una postura definida respecto a sus preferencias de ingreso (Figura 42).

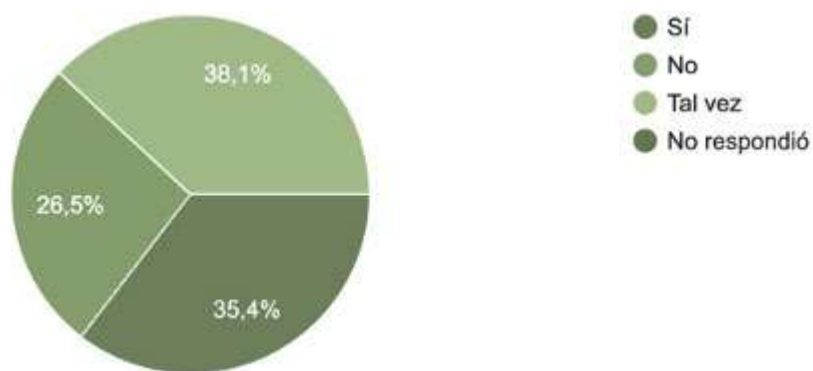
Figura 42. Comportamiento potencial de elección universitaria sobre el programa educativo entre los estudiantes de educación media superior.



Disposición para la modalidad de aprendizaje

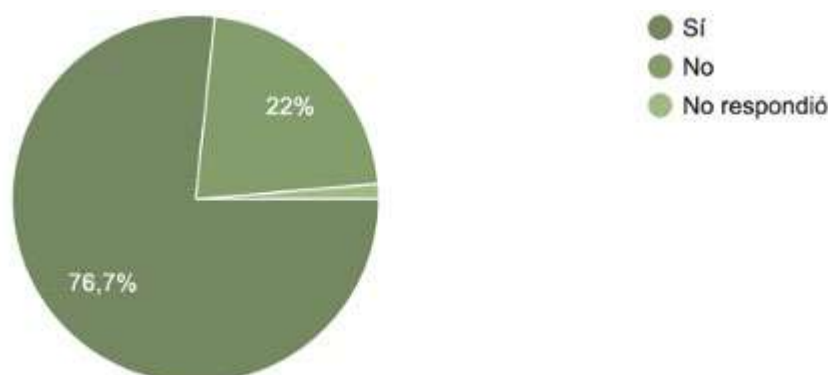
La percepción respecto al interés por estudiar en una modalidad semipresencial refleja posiciones diferenciadas entre la población estudiantil. Alrededor del 35% manifestó estar interesado, mientras que aproximadamente el 38% respondió 'tal vez', lo que indica una postura intermedia o condicionada, aunque abierta a la posibilidad de cursar estudios en un esquema mixto. En contraste, cerca del 27% señaló no estar interesado en esta modalidad. No obstante, la proporción de estudiantes que expresan interés real o potencial supera a quienes no optarían por este tipo de formación (Figura 43).

Figura 43. Interés de los estudiantes de educación media superior sobre la modalidad semipresencial (clases presenciales + en línea).



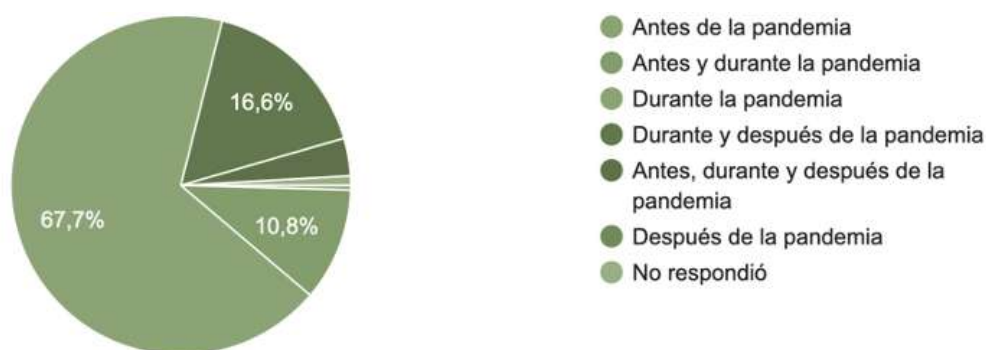
Cerca del 77% de los encuestados señaló haber cursado previamente clases en línea o en modalidad híbrida, lo que evidencia una exposición considerable a entornos digitales de aprendizaje. En contraste, alrededor del 22% indicó no haber tenido experiencias previas en estas modalidades. Este resultado sugiere que, para la mayoría, el uso de plataformas digitales forma parte de su trayectoria académica reciente o inmediata, posiblemente asociado a los ajustes implementados durante la pandemia. Finalmente, poco más del 1% de los participantes no respondió esta pregunta (Figura 44).

Figura 44. Experiencia previa por parte de los estudiantes de educación superior con relación a cursar clases en línea o en modalidad híbrida (mixta).



Alrededor del 68% de los estudiantes encuestados reportó haber estudiado en línea o en modalidad híbrida durante la pandemia, etapa caracterizada por profundas transformaciones en los procesos educativos. Un grupo cercano al 17% indicó haber estudiado en línea antes y después de la pandemia, mientras que cerca del 11% señaló haberlo hecho antes y durante este periodo (Figura 45).

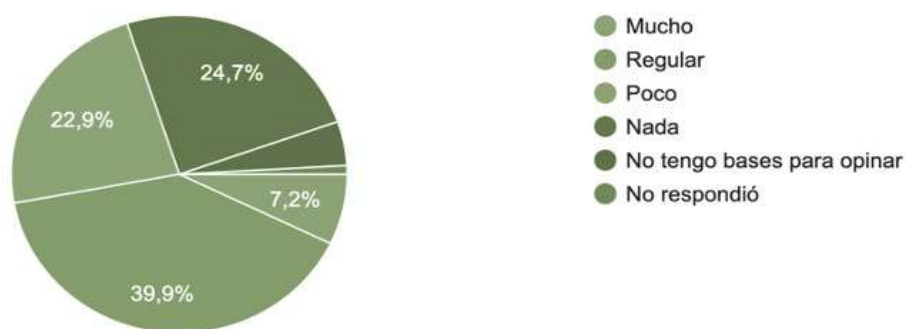
Figura 45. Momento en que los estudiantes de educación superior manifestaron haber cursado asignaturas en línea o modalidad híbrida.



Las percepciones sobre el disfrute del aprendizaje en línea se encuentran distribuidas de manera heterogénea. Cerca del 40% declaró que su experiencia ha sido regular, mientras que aproximadamente 23% señaló que disfruta poco este tipo de aprendizaje. Un grupo cercano al 25% indicó que lo disfruta mucho, lo que representa una cuarta parte del

total. En contraste, alrededor del 7% expresó que no lo disfruta, cerca del 5% indicó no tener bases suficientes para opinar y un porcentaje menor al 1% no otorgó respuesta a la pregunta (Figura 46).

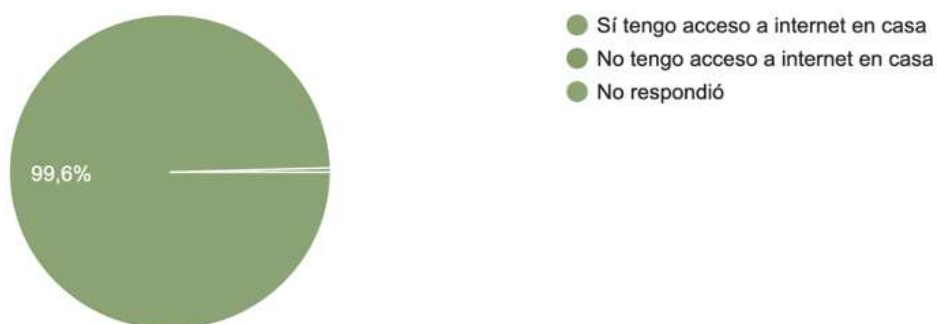
Figura 46. Percepciones sobre el disfrute del aprendizaje en línea por parte de los estudiantes de educación superior.



Condiciones para estudiar en modalidad semipresencial

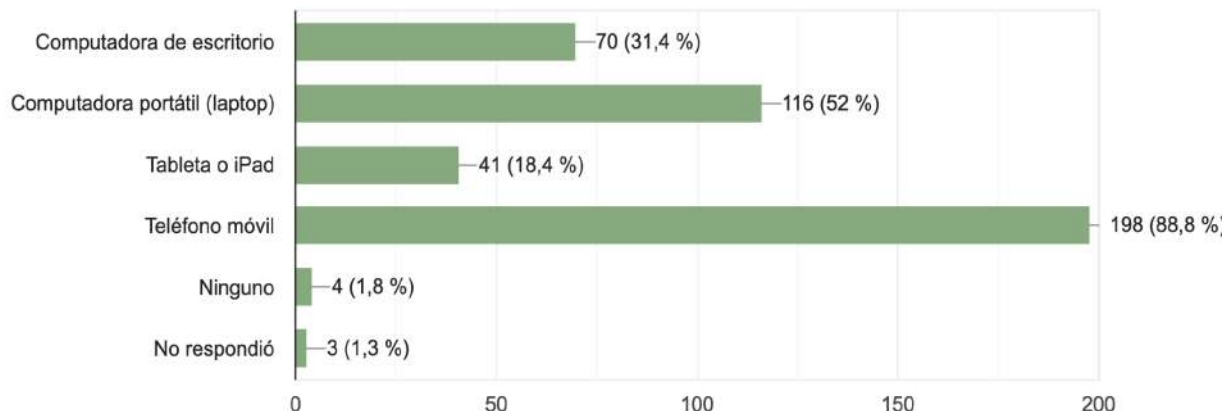
La gráfica siguiente muestra que prácticamente la totalidad de los encuestados cuenta con acceso a internet en su hogar. Poco más del 99% indicó disponer de conexión a internet, mientras que solamente una fracción mínima inferior al 1%, señaló no contar con este servicio o no respondió a la pregunta. Estos resultados evidencian que la gran mayoría de los participantes de la encuesta posee condiciones básicas de conectividad para participar en actividades académicas en modalidad semipresencial o en línea (Figura 47).

Figura 47. Porcentaje de estudiantes de educación media superior con acceso a internet en casa.



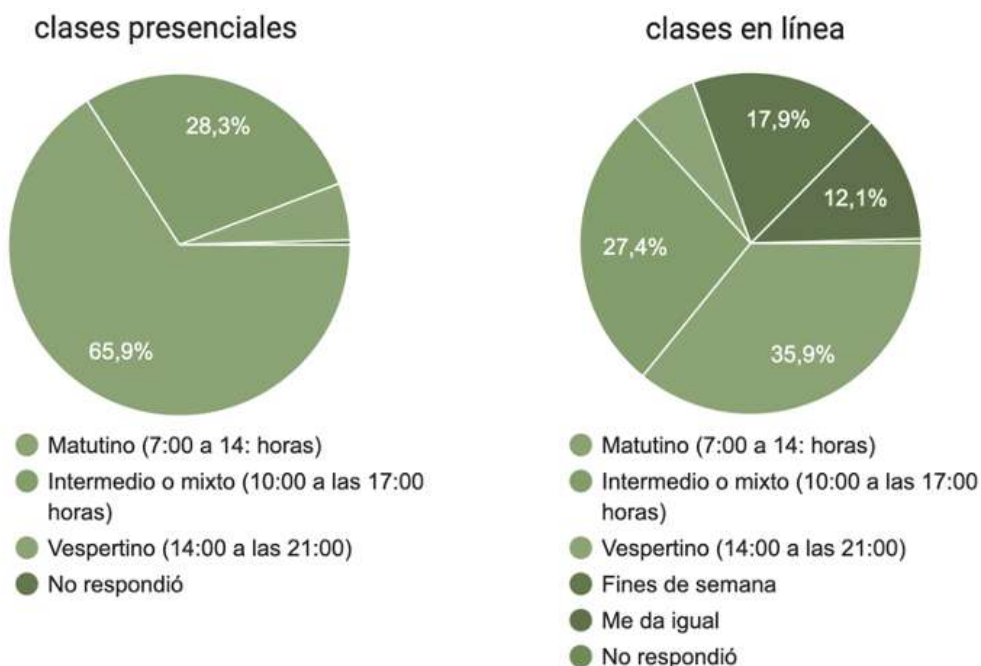
Alrededor del 52% de los encuestados señaló contar con computadora portátil, cerca del 31% manifestó disponer de computadora de escritorio y aproximadamente el 89% indicó tener acceso a teléfono móvil. En conjunto, estos tres grupos concentran el 68% de la población, equivalente a más de dos tercios del total y constituyen el segmento que sí dispone de equipo de cómputo propio. Por otro lado, aproximadamente 2% de los estudiantes declaró no contar con equipo de cómputo, este segmento requiere atención en términos de apoyos institucionales para acceder a infraestructura tecnológica (Figura 48).

Figura 48. Disponibilidad de equipos informáticos o inteligentes entre los estudiantes de educación media superior.



Los resultados muestran una clara preferencia hacia el turno matutino para la realización de actividades presenciales. Cerca del 66% de los estudiantes señaló preferir el horario matutino (7:00 a 14:00 horas), lo que representa la elección dominante dentro del grupo encuestado. En contraste, aproximadamente 28% indicó preferir el turno vespertino (14:00 a 21:00 horas), constituyendo el segundo grupo más numeroso. Un porcentaje ligeramente superior al 5% seleccionó la opción de horario intermedio o mixto (10:00 a 17:00 horas), mientras que la proporción de estudiantes que no respondió es mínima (Figura 49).

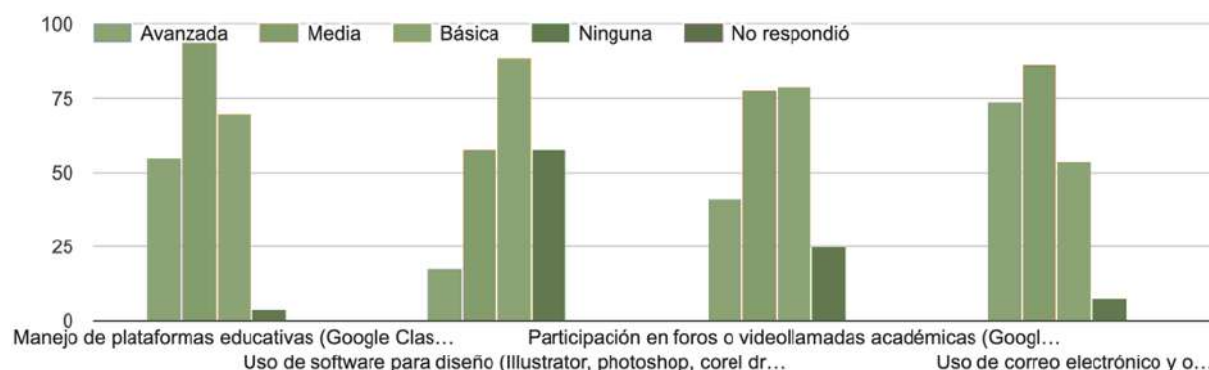
Figura 49. Preferencia de los estudiantes de educación media superior sobre tomar clases presenciales o en línea en algún turno específico.



En el caso de las actividades en línea, las preferencias muestran una distribución menos concentrada que en las clases presenciales. Cerca del 36% de los estudiantes manifestó preferir también el horario matutino, lo que indica una continuidad moderada en los hábitos de organización del tiempo. Alrededor del 27% optó por el horario intermedio o mixto, lo que sugiere que para el trabajo en línea los estudiantes identifican mayor flexibilidad en horarios que no necesariamente coincidan con los bloques tradicionales de clases presenciales. Un grupo cercano al 18% indicó que prefiere que el trabajo en línea se realice durante fines de semana, lo que refleja una valoración de tiempos extracurriculares para actividades académicas en modalidad virtual. Poco más del 12% afirmó que “le da igual” el horario, mostrando apertura ante la flexibilidad temporal inherente al aprendizaje en línea. En contraste con lo anterior, aproximadamente 5% señaló preferir el horario vespertino, mientras que un porcentaje mínimo, inferior al 1%, no respondió esta pregunta (Figura 49).

Con respecto a las habilidades declaradas para el uso de plataformas educativas presentan una concentración importante en los niveles medio y básico, con cerca de 97 y 70 respuestas, respectivamente. Un grupo relevante, conformado por 55 estudiantes, reportó contar con un nivel avanzado en esta área. Solo 4 indicaron no tener habilidades en estas plataformas. En conjunto, estos resultados muestran que la mayoría posee experiencia suficiente para navegar y utilizar ambientes virtuales institucionales (Figura 50).

Figura 50. Habilidad en el uso de tecnologías para el aprendizaje por parte de los estudiantes de educación media superior.



De acuerdo con la autoevaluación respecto Uso de software para diseño, las habilidades se concentran en los niveles básico (89 respuestas) y medio (58 respuestas). El nivel avanzado registra únicamente 18 respuestas, lo que evidencia que el dominio de software especializado aún se encuentra en etapas iniciales para una parte considerable del estudiantado. Un número equivalente de 58 estudiantes afirmó no tener ninguna habilidad en estos programas, lo cual constituye un elemento crítico a considerar para la formación en diseño gráfico, dado que estas herramientas son esenciales para el perfil profesional (Figura 50).

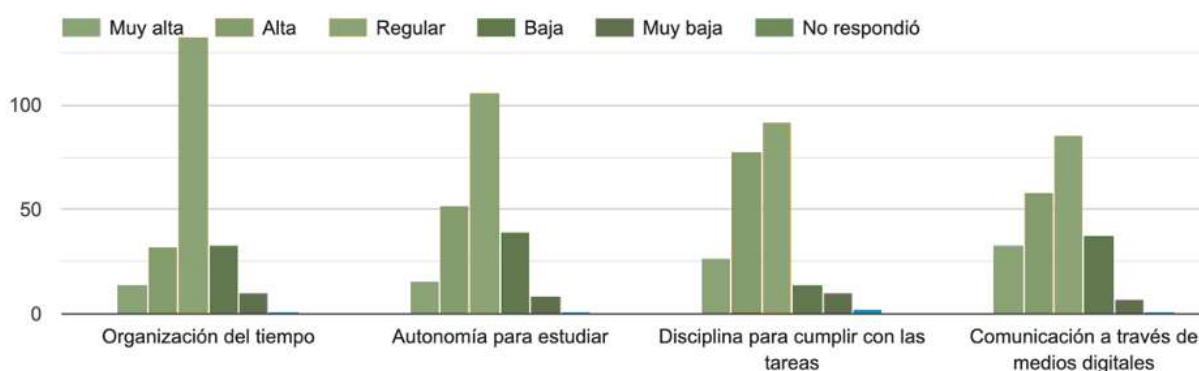
Para el criterio de participación en foros o videollamadas académicas, la mayoría de los estudiantes declaró contar con habilidades básicas (79 respuestas) o medias (78 respuestas) para participar en videollamadas y foros virtuales. En menor medida, 41

estudiantes señalaron poseer habilidades avanzadas, mientras que 25 indicaron no contar con habilidades en esta área (Figura 50).

Para el indicador sobre el uso de correo electrónico y organización digital 87 estudiantes reportan un nivel medio y 54 un nivel básico, mientras que 74 indican contar con habilidades avanzadas. Solamente 8 señalaron carecer de habilidades en esta área (Figura 50).

Para el indicador sobre el uso de correo electrónico y organización digital 87 estudiantes reportan un nivel medio y 54 un nivel básico, mientras que 74 indican contar con habilidades avanzadas. Solamente 8 señalaron carecer de habilidades en esta área (Figura 51).

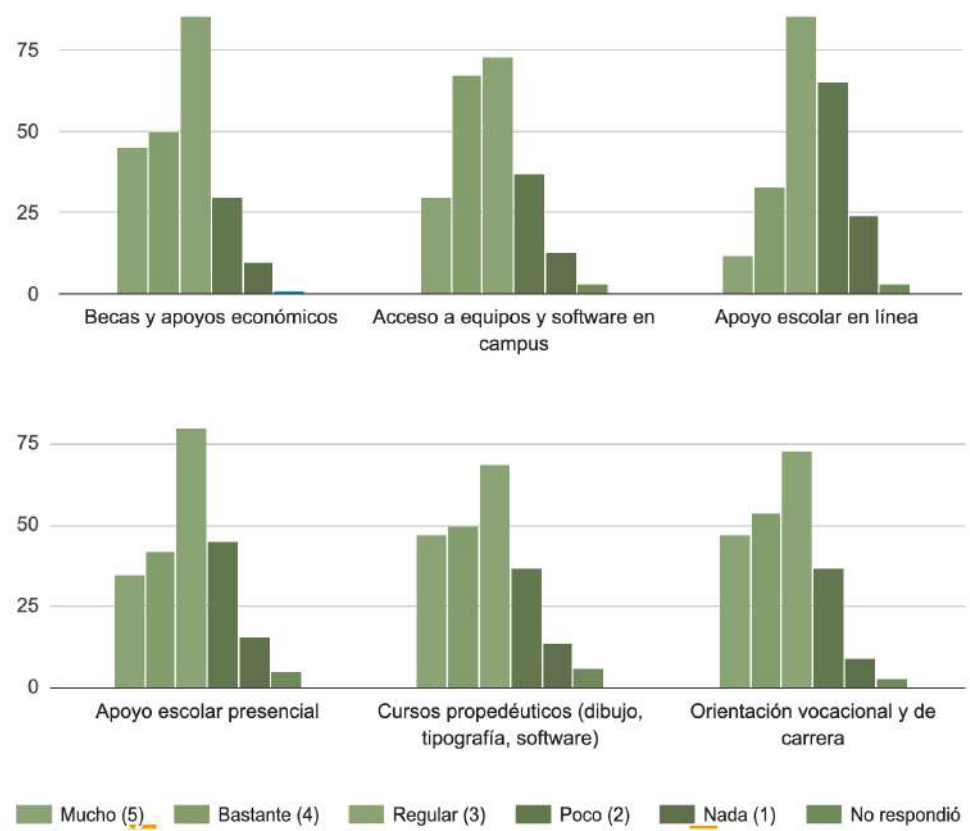
Figura 51. Percepción de los estudiantes de educación media superior sobre su desempeño en estudios de tipo semipresencial o en línea.



Necesidades de apoyo para ingresar y permanecer en la universidad

Las respuestas obtenidas muestran que los estudiantes encuestados otorgan una importancia considerable a la mayoría de los apoyos analizados, especialmente en los niveles de necesidad media y alta. En el caso de las becas y apoyos económicos, la categoría “regular” concentra la mayor parte de menciones, seguida de los niveles “bastante” y “mucho”, lo que evidencia que el respaldo económico se percibe como un recurso esencial para iniciar y sostener la trayectoria universitaria (Figura 52).

Figura 52. Importancia que los estudiantes de educación media superior dan a los siguientes apoyos institucionales para ingresar y concluir los estudios.



En relación con el acceso a equipos y software dentro del campus, también predomina la categoría “regular”, seguida de “bastante”, lo que indica que, para una parte importante de quienes participaron, la infraestructura institucional constituye un elemento indispensable para fortalecer su formación, especialmente en áreas digitales y de diseño. Asimismo, se observan niveles menores de mención en las categorías “poco” y “mucho”, lo que sugiere que la necesidad de este recurso atraviesa diferentes perfiles estudiantiles (Figura 52).

En cuanto al apoyo escolar en línea, las respuestas tienden a agruparse mayormente en los niveles intermedios, particularmente en “regular” y “bastante”. Las menciones en nivel bajo o en “nada” son menos frecuentes, pero significativas, lo que refleja que, aunque la mayoría valora el acompañamiento virtual, existe un grupo que percibe menor necesidad de este tipo de apoyo (Figura 52).

Respecto al apoyo escolar presencial, el comportamiento es similar: destacan las menciones en “regular”, seguidas por un número importante en “bastante” y “poco”, mientras que “mucho” aparece con una presencia moderada. Esto indica que, incluso en un contexto semipresencial, la interacción directa y el acompañamiento presencial continúan siendo componentes apreciados por el estudiantado (Figura 52).

La necesidad de cursos propedéuticos presenta una concentración notable en las categorías “regular”, “bastante” y “mucho”, lo que permite inferir una demanda sostenida de nivelación en aspectos fundamentales como dibujo, tipografía y software de diseño. No obstante, aunque menos frecuentes, también aparecen menciones en el nivel “poco”, lo cual evidencia la diversidad en la formación previa que las y los estudiantes han recibido durante su tránsito por los niveles educativos anteriores (Figura 52).

Finalmente, la orientación vocacional y de carrera presenta una tendencia similar a la observada en los demás apoyos, es decir, que concentra la mayoría de las menciones en los niveles medios y altos, particularmente en los niveles “regular” y “bastante”. Esto sugiere que los procesos de definición profesional y toma de decisiones siguen siendo un área en la que las y los estudiantes requieren acompañamiento institucional (Figura 52).

A modo de conclusión, con el análisis de oferta y demanda es posible identificar la existencia de una demanda potencial sólida y sostenida por el programa educativo en el campus Ensenada, lo que confirma la pertinencia de su apertura. El interés manifestado por estudiantes de educación media superior sugiere un impacto positivo en la captación de matrícula, particularmente si se acompaña de acciones institucionales de difusión y orientación vocacional que fortalezcan el conocimiento de la oferta pública en diseño. En este sentido, el estudio evidencia que el desconocimiento de la oferta de la UABC en este campo no responde a una falta de interés, sino a una brecha informativa, la cual representa una oportunidad estratégica para incrementar la demanda mediante una comunicación institucional más efectiva y una vinculación sistemática con los niveles educativos previos.

Asimismo, se observa una aceptación mayoritariamente favorable de la modalidad semipresencial, lo que respalda la viabilidad del modelo propuesto, siempre que se garantice claridad metodológica, acompañamiento académico oportuno y una adecuada articulación entre actividades presenciales y aquellas mediadas por tecnologías digitales. El análisis también pone de manifiesto la heterogeneidad en el perfil de ingreso, particularmente en cuanto a habilidades digitales y experiencias previas en diseño, lo que hace evidente la necesidad de prever mecanismos que atiendan estas diferencias desde el inicio de la trayectoria formativa, a fin de evitar que se conviertan en factores de rezago o deserción. De igual manera, la alta valoración otorgada por la población potencial a los apoyos institucionales, como becas, acceso a recursos tecnológicos y tutoría académica, permite anticipar que la permanencia y el éxito estudiantil estarán estrechamente vinculados a la integración efectiva de estos mecanismos dentro del modelo educativo del programa.

Derivado de lo anterior, se recomienda que el diseño del plan de estudios incorpore una etapa inicial de inducción y nivelación, orientada al desarrollo de competencias básicas en comunicación visual, alfabetización digital, metodología del diseño y gestión del aprendizaje en entornos semipresenciales. Resulta igualmente pertinente estructurar el currículo bajo un esquema flexible y escalonado, que contemple trayectorias formativas progresivas y una salida intermedia como Técnico Superior Universitario, favoreciendo la inserción laboral temprana sin limitar la continuidad académica. El estudio de mercado también sustenta la conveniencia de fortalecer el enfoque metodológico y estratégico del diseño como eje transversal del programa, integrando de manera sistemática el pensamiento crítico, la gestión estratégica y la evaluación del impacto de los proyectos, en concordancia con las tendencias actuales del ejercicio profesional.

Adicionalmente, es indispensable asegurar la coherencia entre la modalidad semipresencial y las estrategias didácticas, diseñando las asignaturas específicamente para este esquema, con actividades asincrónicas significativas, sesiones presenciales estratégicas y un uso pedagógico intencional de las plataformas digitales institucionales. El plan de estudios debe, además, privilegiar experiencias de aprendizaje vinculadas con

contextos reales, mediante proyectos integradores, prácticas profesionales, servicio social y vinculación con sectores sociales y productivos, en respuesta a las expectativas de empleabilidad y pertinencia identificadas en el estudio de demanda. Finalmente, se recomienda integrar de manera explícita los apoyos académicos y tutoriales desde el diseño curricular y reforzar, desde los primeros semestres, la comunicación del perfil de egreso y del campo profesional, visibilizando las oportunidades de desempeño, los campos emergentes del diseño y la diferencia entre un enfoque instrumental y uno estratégico, con el fin de fortalecer la orientación vocacional y la permanencia estudiantil.

2. Estudio de factibilidad

2.1. Análisis de factibilidad de recursos para la operación del programa educativo

En este apartado se analiza la suficiencia del personal académico, de la infraestructura física y tecnológica, así como de los recursos materiales y financieros necesarios para la operación adecuada del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

De manera específica, se identifica la disponibilidad de docentes con el perfil adecuado para impartir asignaturas en el programa educativo; se analiza la infraestructura física, tecnológica y el equipamiento con el que se cuenta para asegurar la operación inicial del programa educativo. Además, se realiza la proyección de los recursos materiales y financieros que serán necesarios para la implementación paulatina y completa del programa educativo en función de la evolución del plan de estudios y de la matrícula.

Objetivo general

Evaluar la factibilidad de recursos para la operación del programa educativo: personal académico, personal administrativo y de servicio, infraestructura física y tecnológica, equipamiento y recursos materiales, y gestión de recursos financieros.

Método

Se realizó una investigación documental y estadística a partir de datos generados en el área administrativa de la unidad académica en la que se tiene planeado impartir el programa educativo. Además, se realizó levantamiento en campo de la infraestructura física y tecnológica de la que dispone la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño. Lo anterior permitió identificar las condiciones en las que operará inicialmente el programa educativo, es decir, la disponibilidad de docentes, de personal administrativo y de servicios, la infraestructura física, tecnológica y el equipamiento necesario con el que se cuenta para asegurar la operación inicial del programa educativo.

Adicionalmente, se realizó la proyección de los recursos materiales y financieros que serán necesarios para la implementación paulatina y completa del programa educativo en función de la evolución del plan de estudios y de la matrícula.

Resultados

Planta docente

Para la operación del nuevo programa educativo se contempla una estructura académica integrada por cuatro profesores de tiempo completo (PTC), tres técnicos académicos de tiempo completo (TATC) y algunos profesores por asignatura (el número dependerá de la carga académica que se le asigne a cada uno), lo anterior permitirá la implementación total del plan de estudios, es decir, de los ocho periodos escolares en los que se organiza dicho plan.

Para iniciar con la operación adecuada del programa educativo, se requiere un PTC y dos profesores de asignatura, estos últimos se encuentran contratados en el tronco común de Arquitectura y Diseño, y sus actividades se trasladarán al nuevo plan de estudios. Además, el PTC ya se encuentra adscrito a la facultad, con lo anterior, se garantiza la pertinencia y suficiencia de la planta docente para iniciar con la operación del primer semestre del nuevo programa educativo.

El resto de los PTC y TACT, serán incorporados de manera progresiva conforme avance la implementación del plan de estudios y el crecimiento de la matrícula, con la finalidad de asegurar la adecuada operación del programa. En este sentido, la contratación del segundo PTC se realizará en el periodo escolar 2028-2, el tercer PTC en el 2029-2 y el cuarto PTC se tiene planeado contratar en el 2030-2. En relación con los TACT, la primera contratación se llevará a cabo en el periodo escolar 2027-2, el segundo TACT se contratará el 2028-1, el tercer TACT en el 2029-1, y el cuarto y último TACT en el 2030-1. En la Tabla 1 se visualiza lo anteriormente descrito.

Específicamente, los PTC asignados al programa educativo impartirán unidades de aprendizaje de las etapas básica, disciplinaria y terminal de acuerdo con su área de especialidad, además de participar en actividades sustantivas como tutoría académica, gestión académica e investigación.

Asimismo, los TACT estarán adscritos a los laboratorios de producción gráfica y producción fotográfica. Estos técnicos académicos asumirán actividades relacionadas con la docencia, gestión de laboratorios, mantenimiento de equipos, supervisión de prácticas especializadas, y apoyo técnico a docentes y estudiantes.

Se prevé que cada PTC y TATC podrá atender hasta cincuenta estudiantes de manera simultánea en actividades de tutoría académica, conforme avance la implementación del plan de estudios.

A partir de lo anteriormente descrito, se identifica que se contará con la planta docente requerida para iniciar con la operación del programa educativo en el 2027-1, y a través de la estrategia de incorporación progresiva del personal académico y técnico restante, se asegurará la operación adecuada del programa educativo conforme a la implementación del plan de estudios, lo que permitirá la atención pertinente de las trayectorias formativas del estudiantado. En la Tabla 1 se muestra la proyección de la matrícula, la contratación de PTC y TATC que se requieren conforme a la implementación del plan de estudios.

Tabla 1. Proyección semestral del crecimiento de la matrícula, contratación de PTC, TATC y profesores por asignatura para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial.

Concepto	2027-1	2027-2	2028-1	2028-2	2029-1	2029-2	2030-1	2030-2
Proyección de la matrícula	36	72	105	144	180	216	252	288
Banco de horas*	28	44	67	118	166	219	255	303
PTC	1	0	0	1	0	1	0	1

Concepto	2027-1	2027-2	2028-1	2028-2	2029-1	2029-2	2030-1	2030-2
TATC	0	1	1	0	1	0	1	0

Fuente: Elaboración propia.

Nota: * Expresado en horas impartidas por profesores de asignatura.

Cuerpos académicos

Actualmente, la unidad académica no cuenta con un Cuerpo Académico que contribuya con una Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC), y la producción científica es limitada en el área de diseño de la comunicación visual, debido a que actualmente solamente se cuenta con la contratación de un PTC en este campo. No obstante, se desarrollan investigaciones en campos afines, como la metodología del diseño y la comunicación ambiental, que podrían integrarse de manera compatible en etapas posteriores del programa.

El programa educativo de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se fundamenta en la formación de profesionales capaces de intervenir de forma crítica, creativa y estratégica en los procesos de comunicación visual, al dar respuesta a las demandas de contextos sociales, culturales, tecnológicos y productivos diversos. En este sentido, las LGAC se orientan prioritariamente a la habilitación del estudiantado para el ejercicio profesional, dotándoles de herramientas teóricas, conceptuales, metodológicas y técnicas que les permitan abordar problemáticas de comunicación visual con soluciones pertinentes, éticas y sustentables.

De manera complementaria, estas líneas se articulan con las áreas de investigación del programa de Maestría y Doctorado en Arquitectura, Urbanismo y Diseño (MyDAUD), particularmente con la línea de Diseño y Comunicación. Esta vinculación tiene como propósito establecer una base académica sólida para quienes decidan continuar con su formación a nivel de posgrado, facilitando una transición gradual hacia procesos de investigación y especialización en el ámbito del diseño de la comunicación visual.

Si bien, en la unidad académica actualmente no se cultivan líneas de investigación específicas relacionadas con el programa, se propone la integración de las siguientes LGAC, las cuales fortalecerán tanto la formación académica y profesional de la comunidad estudiantil como el desarrollo de investigación aplicada en el campo:

Línea 1. Modelos metodológicos y gestión del diseño

Línea 2. Comunicación visual y cultura gráfica

Línea 3. Diseño centrado en el usuario y accesibilidad

Línea 4. Diseño, cultura digital y tecnologías emergentes

Infraestructura física

La infraestructura física de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño es un complejo que consta de nueve edificios diseñados para diversos fines educativos y administrativos. En primer lugar, la unidad académica concentra 33 aulas destinadas a clases teóricas de licenciatura, nueve talleres con restiradores, así como tres aulas dedicadas a clases de posgrado, lo que permite una amplia cobertura para la enseñanza de diferentes niveles académicos. Además, dispone de diez laboratorios equipados con la tecnología necesaria para los distintos programas educativos que se ofertan en la facultad, proporcionando un entorno propicio para la experimentación y el aprendizaje práctico. Asimismo, se tiene un aula destinada a asesorías para estudiantes.

Adicionalmente, se cuenta con una sala de uso exclusivo para profesores de asignatura ubicada en el edificio E1 equipada con un área de computadoras y lockers, mesas de trabajo, área de descanso con televisión, comedor y cocina. Por su parte, los profesores de tiempo completo cuentan con área de cocina en el edificio E55.

Además, para actividades complementarias, la unidad académica dispone de una sala audiovisual (edificio E33) y una sala de usos múltiples (edificio E45), para la realización de diversas actividades académicas y extracurriculares en un entorno adecuado y funcional.

- Aulas y espacios para la docencia, y su equipamiento

Los programas educativos que se ofertan en la unidad académica hacen uso de las 33 aulas distribuidas en tres edificios de la unidad académica (edificio E1, E45 y E55).

El edificio E1, es una instalación de tres pisos, en el que el nuevo programa educativo puede hacer uso de 27 aulas. El primer piso cuenta con siete aulas (aula 101, 102, 103, 104, 105, 106 y 107), el aula 105 es exclusiva de asesorías. El segundo piso, tiene 11 aulas (aula 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210 y 211), y el tercer piso incluye 10 aulas (aula 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309 y 310).

El edificio E45, es una instalación de tres pisos, en el que se puede hacer uso de dos aulas. En el segundo piso, se cuenta con el aula 201 y en el tercer piso, el aula 301.

El edificio E55, es una instalación de dos pisos y un sótano, en el que se puede hacer uso de cuatro aulas ubicadas en el primer piso (aula 102, 103, 104 y 105).

Todas las aulas cuentan con las condiciones necesarias para el desarrollo de la docencia, además tienen el equipamiento para cumplir con las necesidades de los programas educativos. La distribución y asignación de estos espacios se planea semestralmente, considerando la cantidad de estudiantes inscritos a cada uno de los cursos que se ofertan en cada programa educativo.

La superficie de las aulas va de los 41m² a los 83m², por lo que las dimensiones son adecuadas para atender grupos de 25 a 48 estudiantes. Cada una cuenta con mobiliario y equipamiento en buen estado para su uso y operación. La iluminación de las aulas es provista de forma natural y artificial, donde esta última es con lámparas led o fluorescentes ubicadas por áreas de aproximadamente 4m² por cada fuente luminosa. La combinación o alternancia entre luz artificial y natural aseguran una óptima iluminación para las funciones docentes. Algunas ventanas cuentan con recubrimiento polarizado, para mejorar la experiencia al utilizar equipos de videoproyección dentro de las aulas, además, todos los edificios de la unidad académica, particularmente en pasillos y

escaleras de acceso, cuentan con sensores de encendido de luces y lámparas de emergencia.

Las aulas cuentan con ventanas para una ventilación natural, además, la orientación de los edificios E1, E45 y E55 permite un flujo favorable del viento al interior de estos espacios, lo anterior debido a su cercanía con el mar y el clima mediterráneo de la zona. Aunado a esto, cada aula cuenta con ventilación electromecánica adicional para ser activada si se perciben condiciones de clima cálido.

Las buenas condiciones de ventilación permiten que las ventanas puedan cerrarse en caso de que el ruido exterior interrumpa o sea incómodo, además, las puertas tienen un mecanismo de ajuste para que éstas permanezcan cerradas en casos en que se requiera un mayor aislamiento de ruido.

Se tienen proyectores y cámaras USB instalados dentro de cada aula. Estos cuentan con acceso a contactos eléctricos y disponen de una terminal de conexión (enseguida del escritorio del docente), la cual facilita el conectar una computadora o dispositivos móviles como tabletas, a las cámaras o equipos de proyección de las aulas.

Las aulas tienen mobiliario cómodo y en buenas condiciones para la práctica docente, los mesabancos, pizarrones, escritorios y sillas son adecuados para las dimensiones de las aulas. El número de mesabancos por aula depende de la capacidad de la misma: 12 aulas tienen entre 22 y 28 mesabancos, 11 aulas tienen entre 33 y 39, y nueve aulas entre 40 y 46 mesabancos, por lo que se pueden tener hasta 1,111 estudiantes de manera simultánea en clase teórica. Los pintarrones (dos por aula) ofrecen un área aproximada de 4.8m² para el desarrollo de las actividades programadas en cada curso.

Las aulas de los edificios E1, E45 y E55 cuentan con rampas de accesibilidad óptimas que comunican a los estacionamientos y facilitan el desplazamiento del estudiantado con discapacidad hacia la planta baja de los edificios. Aunque estos edificios no cuentan con elevadores, se organiza la asignación de cursos en la planta baja cuando se identifica que se tienen docentes y estudiantes con discapacidad. Hasta la fecha, la población con

discapacidad no supera el 1% de la población total del estudiantado. Dependiendo de los casos, se ofrece la posibilidad de que se realicen intercambios en la asignación de aulas ubicadas en la planta baja, en la fecha que sea necesario, considerando a la población estudiantil y docente que sufren accidentes o son sometidos a procesos quirúrgicos o médicos durante el ciclo escolar, para esto, el docente notifica por alguna de las vías de comunicación a la subdirección y administración de la facultad para que se gestionen los cambios pertinentes.

La conectividad a internet es adecuada en todo el campus y se logra por la red institucional UABC-5G y UABC-2.4G. La comunidad estudiantil, docente, el personal administrativo y de apoyo pueden acceder a ésta, con su correo electrónico institucional (@uabc.edu.mx) y su contraseña. De esta forma, se asegura la privacidad en la conexión y uso de internet. Esta red se soporta con la instalación de routers en sitios estratégicos de cada edificio, que aseguran la conectividad en todas las aulas y sitios aledaños a los edificios, cabe resaltar que esta red cuenta con la tecnología 5G. La unidad académica también cuenta con una red de apoyo, Wifi-FIAD, en la que tanto estudiantes como docentes acceden con su cuenta de correo institucional.

Los edificios de la unidad académica y las aulas, cuentan con medidas de seguridad para salvaguardar a la comunidad universitaria, al contar con sensores de humo, alarma contra incendios, señalamientos de ruta de evacuación, luces de emergencia en pasillos, extintores, cámaras de vigilancia, e identificación de puntos de reunión, además, la institución mantiene una cultura de seguridad ya que realiza de forma permanente simulacros de evacuación para preparar y concientizar a toda la población universitaria del campus sobre qué hacer en caso de emergencia.

A partir de lo anterior, las aulas con las que cuenta la unidad académica son suficientes y pertinentes para la impartición de las clases teóricas establecidas en el plan de estudios del nuevo programa educativo, lo que permitirá su adecuada operación desde el inicio de su implementación.

- Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas y su equipamiento

Actualmente se cuenta con una infraestructura que incluye diez laboratorios de cómputo en operación, los cuales dan soporte a las actividades académicas de los distintos programas educativos. Esta disponibilidad permitirá la puesta en marcha del programa educativo en condiciones óptimas.

Cada laboratorio cuenta con 18 módulos de cómputo recientemente actualizados, equipados con tecnología de vanguardia que responde a las exigencias técnicas del desarrollo de gráficos de alta definición y gráficos en movimiento. Además, se dispone de mobiliario para el profesorado, proyector, cámara web y conectividad inalámbrica, lo que asegura un entorno adecuado para la enseñanza presencial y el acompañamiento de estrategias híbridas o mediadas por tecnologías digitales.

De lo anteriormente descrito, para la operación del programa educativo se hará uso de dos laboratorios de cómputo que se encuentran habilitados con el equipo necesario, así como con el mobiliario requerido para la adecuada impartición de las clases. Estos laboratorios contarán en el periodo 2027-1 (inicio de operación del programa educativo) con las licencias de los softwares necesarios para el desarrollo de las actividades establecidas en los programas de unidad de aprendizaje del plan de estudios.

En relación con talleres para actividad prácticas, la unidad académica cuenta con nueve espacios de esta naturaleza equipados con mobiliario para alternar el trabajo vertical y sedente, dicho equipamiento incluye 18 restiradores (mesas de dibujo) y 18 bancos, mobiliario para el docente, proyector, cámara web y acceso a red inalámbrica.

A partir de lo anterior, los laboratorios de cómputo y talleres son suficientes y pertinentes para la impartición de las clases prácticas establecidas en el plan de estudios del nuevo programa educativo, lo que permitirá su adecuada operación desde el inicio de su implementación.

- Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas virtuales o presenciales conforme lo requiera la modalidad educativa declarada

En la etapa disciplinaria, específicamente a partir del cuarto semestre del plan de estudios (periodo escolar 2028-2), se identifica la necesidad de crear un Laboratorio de Producción Gráfica, que integre las áreas de pre prensa, impresión digital y serigrafía, con el objetivo de fortalecer las competencias técnicas vinculadas a los procesos de preparación, reproducción y acabado de piezas gráficas. Este espacio especializado permitirá al estudiantado comprender y experimentar los flujos de trabajo completos, desde la adecuación de archivos para su correcta salida (pre prensa), hasta su producción en sistemas digitales y tradicionales de impresión. Asimismo, facilitará la apropiación de conocimientos prácticos sobre gestión del color, control de calidad, exploración de soportes, acabados y edición impresa. El laboratorio deberá contar con tres áreas funcionales:

1. Área de pre prensa: equipada con tres estaciones de trabajo con software especializado (Adobe InDesign, Illustrator, Acrobat Pro), impresoras de prueba, calibradores y herramientas de revisión técnica.
2. Área de impresión digital: con equipos de impresión (sublimación, corte digital, troquelado) cortadoras, guillotinas, engargoladoras y otros dispositivos para el acabado editorial.
3. Área de serigrafía: que incluya mesas de insolado, bastidores, raseros, tintas, estaciones de impresión manual y sistemas de secado.

En la misma etapa, pero en quinto semestre (periodo escolar 2029-1), se requiere habilitar un laboratorio adicional, el de Producción Fotográfica, el cual permitirá desarrollar competencias específicas en procesos de captura, edición y postproducción de imágenes, tanto en contextos de estudio como en proyectos de comunicación visual aplicados. Este espacio debe ser de uso presencial y estará compuesto por dos áreas funcionales: un área de producción fotográfica y un área de cómputo. El equipamiento técnico requerido incluye: ciclorama, set de flash para estudio, sombrillas, reflectores, lámparas de luz continua, fotómetro, difusores, trípodes, pies de estudio, así como

mobiliario especializado como mesas altas para trabajo vertical. Su implementación será clave para consolidar habilidades profesionales en la producción de medios impresos, abarcando desde el diseño hasta la reproducción final.

- Espacios para realizar prácticas escolares externas a la institución y proyectos de vinculación

La unidad académica impulsa una formación práctica con impacto social y ambiental, por lo que los espacios destinados a prácticas escolares externas a la institución y proyectos de vinculación permiten que la comunidad estudiantil se integre activamente en iniciativas interinstitucionales y comunitarias. De esta manera, además de responder a las necesidades del proceso formativo formal, se fortalece y diversifica el perfil profesional de la persona egresada, orientado a contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.

Uno de los propósitos estratégicos del programa educativo es contribuir a la producción y circulación de contenidos visuales de calidad, que respondan a los requerimientos de otras unidades académicas de la institución, así como de institutos y centros de investigación que demandan apoyo en diseño para la divulgación científica, ambiental, tecnológica y humanística, dentro de la institución y externos a ella. Esta colaboración podrá materializarse mediante proyectos integradores, servicio social profesional, prácticas profesionales o proyectos de vinculación con valor en créditos, donde los estudiantes desarrollen materiales gráficos impresos, audiovisuales e interactivos que faciliten la apropiación del conocimiento por parte de públicos diversos.

Asimismo, se contempla que el estudiantado participe en actividades comunitarias, como en apoyo a instituciones del sector salud y educativo, mediante el diseño de campañas de comunicación visual, materiales educativos, infografías, identidad gráfica de programas o estrategias de orientación y prevención. De igual manera, se busca fomentar la participación en iniciativas que impulsen el desarrollo de la imagen urbana y cultural de la ciudad, colaborando con organismos gubernamentales y de la sociedad civil en la creación de identidades visuales, señalética, narrativas gráficas patrimoniales, experiencias interactivas o materiales de promoción turística y cultural.

Estas experiencias no solamente podrán contribuir en la formación integral del estudiantado, sino que consolidan la función social del diseño gráfico como una herramienta crítica para la transformación del entorno (Frascara, 2008), alineada con los principios de responsabilidad social universitaria y con el enfoque de competencias del modelo educativo de la institución (UABC, 2018).

Infraestructura tecnológica

Los esfuerzos iniciales para promover iniciativas de educación abierta y a distancia en la UABC se remontan al año 2006, durante la rectoría de Alejandro Mungaray Lagarda, cuando se creó el Centro de Educación Abierta (CEA). Esta instancia surgió con el propósito de ofrecer servicios internos para la gestión y administración de cursos en línea dirigidos a programas de licenciatura y posgrado. Además, entre sus funciones se encontraba brindar asesoría y capacitación al personal docente para la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de enseñanza, así como desarrollar actividades de investigación relacionadas con la educación mediada por tecnologías (UABC, 2006).

Durante aproximadamente nueve años, el CEA fue la instancia responsable de coordinar y dar seguimiento a las iniciativas institucionales vinculadas con la educación a distancia en la universidad. En 2015, este organismo cambió de denominación al Centro de Educación Abierta y a Distancia (CEAD) durante la gestión del rector Juan Manuel Ocegueda Hernández. El CEAD mantuvo los objetivos y funciones del organismo anterior, con el fin de fortalecer la consolidación de la educación abierta y a distancia dentro de la institución (UABC, 2015).

En 2022, durante la gestión del rector Daniel Octavio Valdez Delgadillo, el organismo adoptó el nombre de Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital (CIAD), y su propósito principal es el siguiente:

Llevar a cabo las estrategias institucionales de aprovechamiento de las TICC en el proceso de enseñanza aprendizaje en los programas educativos de la institución a través de planear, definir, operar y evaluar proyectos de innovación, realizar investigación y ofrecer servicios, conforme a las directrices del modelo educativo de la Universidad, y el correspondiente modelo académico para modalidades diferentes a la presencial, además de impulsar iniciativas que contribuyan con el desarrollo de la sociedad digital inteligente (UABC, 2022, p. 3).

Desde su creación, el CIAD ha desempeñado un papel relevante en el fortalecimiento y la consolidación de la educación a distancia dentro de la UABC. A través de sus acciones, ha promovido la participación de directivos, docentes y estudiantes de las distintas escuelas, facultades e institutos universitarios en el desarrollo de iniciativas educativas mediadas por tecnologías digitales.

Además de la modalidad presencial, el Estatuto Escolar de la UABC (2021) reconoce formalmente otras dos modalidades de impartición de los planes y programas de estudio: la modalidad semipresencial (mixta) y la modalidad no presencial, lo cual amplía las posibilidades institucionales para el desarrollo de propuestas educativas innovadoras y flexibles.

Actualmente, diversos programas educativos de la UABC se ofertan en modalidades distintas a la enseñanza presencial con apoyo del CIAD, entre ellos se encuentran el Tronco Común de Pedagogía (modalidad en línea) y el Tronco Común Área de Ciencias Sociales (modalidad semipresencial). Por su parte, las licenciaturas que se imparten en la modalidad semipresencial con apoyo de plataformas educativas son Administración de Empresas, Derecho, Ciencias de la Educación, Psicología, Ciencias de la Comunicación y Sociología. En la modalidad en línea se ofertan las licenciaturas en Gestión e Innovación Organizacional, en Desarrollo de Software e Ingeniería de Datos e Inteligencia Artificial. A nivel posgrado, bajo esta última modalidad, se cuenta con la Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje Organizacional, Maestría en Ingeniería de Procesos y Manufactura, Maestría en Gestión de Negocios de A y B, Maestría en Práctica Docente en Educación

Básica y el Doctorado en Tecnología Educativa. Estas opciones formativas reflejan el avance institucional en la diversificación de modalidades educativas.

De manera complementaria, el CIAD desarrolla diversas iniciativas formativas en modalidad virtual, entre las que destaca el Catálogo de Unidades de Aprendizaje en Línea (CUAL). A través de este catálogo se promueve la formación integral del estudiantado universitario mediante asignaturas optativas que fortalecen y amplían su preparación profesional. Entre los cursos disponibles se encuentran los siguientes: Accesibilidad Universal, Empleabilidad y Autoempleo, Fundamentos de Investigación, Equidad de Género, Inteligencia Artificial y Sociedad, Responsabilidad Social Universitaria, entre otras. Estas unidades de aprendizaje se ofertan durante periodos semestrales e intersemestrales, y se imparten con el apoyo de la plataforma educativa Blackboard Learn.

Cabe señalar que estas iniciativas no constituyen las únicas experiencias de educación mediada por tecnologías que se desarrollan en la universidad. En distintos programas de licenciatura y posgrado, un número creciente de docentes ha incorporado modalidades semipresenciales y virtuales en algunas unidades de aprendizaje. Esta tendencia se intensificó particularmente después de la pandemia de COVID-19, debido a las competencias digitales adquiridas por la comunidad académica durante la implementación del Plan de Continuidad Académica.

Como evidencia de su alcance, durante el periodo escolar 2024-1 participaron 65,188 estudiantes de licenciatura y posgrado, junto con 6,038 docentes, en las modalidades formativas que integran el uso de la plataforma educativa Blackboard Learn, tales como la semipresencial, a distancia y presencial con apoyo tecnológico. Para el periodo 2024-2, la cifra ascendió a 66,828 estudiantes y 6,073 docentes a nivel licenciatura, y 1,960 estudiantes y 668 docentes a nivel posgrado (Universidad Autónoma de Baja California, 2024).

Asimismo, en el semestre 2024-1 se ofertaron 4,764 cursos de licenciatura (2,091 presenciales, 1,821 semipresenciales y 852 en línea), mientras que en el ciclo 2024-2 se impartieron 4,393 cursos (1,443 presenciales, 2,037 semipresenciales y 913 en línea). En el ámbito de posgrado, se ofrecieron 184 cursos en el periodo 2024-1 (89 presenciales, 35 semipresenciales y 60 en línea) y 216 en el semestre 2024-2 (69 presenciales, 50 semipresenciales y 97 en línea) (Universidad Autónoma de Baja California, 2024).

Estos datos institucionales reflejan la evolución y la consolidación del sistema de educación a distancia de la universidad a lo largo de 20 años. Por una parte, este desarrollo es resultado del proceso de maduración institucional experimentado por el CIAD, y por otra, del trabajo colaborativo que dicho organismo mantiene con las unidades académicas en cada periodo escolar, con el propósito de impulsar la continuidad y expansión de proyectos de formación profesional dirigidos a la población de Baja California mediante modalidades educativas alternativas a la enseñanza presencial.

A partir de lo anterior, la creación de este programa educativo surge en un escenario institucional caracterizado por el compromiso con la calidad educativa y con la diversificación en la oferta de modalidades de aprendizaje distintas a la presencial. En este sentido, el programa educativo cuenta con el apoyo del CIAD para la gestión de las actividades relacionadas con los cursos en modalidades semipresenciales y a distancia en el marco de la normativa universitaria vigente, así como con el soporte técnico para la comunidad universitaria. Además, este centro es el responsable de los sistemas de administración de unidades de aprendizaje en línea de vanguardia, como las plataformas institucionales Blackboard Learn y Google Workspace for Education, las cuales proporcionan una base sólida para la gestión eficiente del proceso educativo. Estas herramientas permiten al estudiantado acceder a materiales de aprendizaje, participar en actividades colaborativas, comunicarse con docentes y estudiantes de manera remota, además de ofrecer una amplia gama de recursos que enriquecen la experiencia educativa, fomentan la interactividad, la flexibilidad y facilitan el acceso a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar. Estas condiciones aseguran una formación académica y profesional pertinente, eficaz y adaptable a las necesidades de las personas interesadas

en cursar el programa educativo, y garantizan la viabilidad y eficiencia operativa del nuevo plan de estudios.

Por otra parte, el sistema de bibliotecas de la UABC ofrece un extenso acervo bibliográfico digital al programa educativo, entre estos recursos se tienen más veinte editoriales que proporcionan acceso a una amplia diversidad de artículos y libros de alta calidad académica y científica. Además, este sistema ha establecido suscripciones con bibliotecas virtuales y editoriales de prestigio, lo que brinda a estudiantes y docentes el acceso remoto a un vasto acervo de libros electrónicos para enriquecer su experiencia de aprendizaje.

- Aulas híbridas

Específicamente en la unidad académica se cuenta con 34 aulas híbridas equipadas para la impartición de clases teóricas, lo que permite atender los requerimientos del modelo semipresencial y garantizar condiciones óptimas para el aprendizaje mixto. Estas aulas se consideran suficientes para la atención de los cursos que requieren mobiliario escolar convencional, particularmente aquellos enfocados en actividades de análisis, discusión, conceptualización o exposición. Asimismo, su infraestructura tecnológica posibilita el uso de recursos digitales y plataformas educativas, lo cual favorece la implementación de estrategias pedagógicas activas y la integración de experiencias de aprendizaje en línea y presenciales.

- Conectividad

La Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño cuenta con una infraestructura tecnológica que garantiza la conectividad necesaria para la operación de programas educativos en modalidades presencial, semipresencial o a distancia. La red institucional opera mediante tecnología de fibra óptica de 10 GB, lo cual asegura un ancho de banda de alta capacidad, fundamental para la transmisión de datos, videoconferencias, trabajo colaborativo en la nube y el uso intensivo de plataformas de aprendizaje digital. El acceso inalámbrico se brinda a través de la SSID UABC, la cual está disponible en dos bandas: UABC-5G para conexiones de alta velocidad y baja latencia y UABC-2.4G que proporciona

mayor alcance para dispositivos con requerimientos básicos. Ambas redes están disponibles en todos los edificios de la facultad y se accede mediante autenticación con credenciales institucionales con lo que se asegura la privacidad, trazabilidad y seguridad en las conexiones. Esta conectividad se sostiene por una red de routers distribuidos de manera estratégica en los distintos edificios de la facultad, lo que contribuye a una cobertura eficiente en todas las aulas, laboratorios, talleres y áreas comunes.

La Tabla 2 presenta el tipo de conectividad, cableado y distribución de puntos de acceso en los edificios de la unidad académica.

Tabla 2. Distribución de la infraestructura de conectividad en la FIAD

Edificio	Tipo de conectividad			
	Fibra óptica a 10Gb	Cableado a todos los nodos locales a 1Gb	Puntos de acceso interior RedUABC	Puntos de acceso Exterior RedUABC
Edificio E1	Desde E40	6Plus y 5E	14	-
Edificio E33	Desde E34	6Plus	2	2
Edificio E34	Desde E40	6Plus	4	2
Edificio E35	Desde E34	6Plus	3	-
Edificio E36	Desde E34	6Plus	2	-
Edificio E37	Desde E34	6Plus	2	-
Edificio E45	Desde E34	6Plus	6	1
Edificio E51	Desde E34	6Plus	6	1
Edificio E55	Desde E34	6Plus	8	1

Fuente. Elaboración propia

Estos datos reflejan una cobertura estratégica, en la que se destaca el uso de cableado UTP categoría 6Plus y algunos nodos antiguos en 5E cableado que está en proyecto para

ser reemplazado, así como la distribución de puntos de acceso (AP) de la Red UABC de interior y exterior, que permiten una conectividad estable dentro de aulas, laboratorios, talleres y espacios comunes. Como medida adicional, la unidad académica dispone de una red alternativa denominada Wifiad, habilitada exclusivamente como respaldo ante contingencias técnicas o saturación de la red principal (con 6 nodos). Esta red también se encuentra restringida a usuarios con credenciales institucionales, garantizando así la integridad del ecosistema digital universitario. Asimismo, en 2020 se llevó a cabo la renovación del sistema de telecomunicaciones en todas las unidades académicas. Esta actualización incluyó la implementación de telefonía VoIP (Voz sobre Protocolo de Internet), lo que permitió dotar al personal académico y administrativo con líneas telefónicas digitales integradas a la red institucional.

Lo anteriormente descrito, es suficiente y pertinente para el adecuado funcionamiento del programa educativo, el desarrollo de competencias disciplinares y la consolidación de los procesos formativos acordes a las exigencias del campo del diseño de la comunicación visual.

Personal administrativo y de servicio

En cuanto al personal administrativo y de servicios, la unidad académica dispone de personal suficiente y pertinente para apoyar la operación del nuevo programa educativo, y se encuentra integrado por cuatro auxiliares administrativos, una analista y ocho trabajadores del área de intendencia, quienes contribuyen al adecuado desarrollo de las actividades académicas, administrativas y de apoyo a la comunidad universitaria.

Por su parte, el Manual de Organización y Procedimientos (FIAD, 2017) establece lo siguiente:

- Desde el punto de vista académico en primer lugar, se tiene al Director de la Facultad, posteriormente al Subdirector que es el responsable en línea directa de la Coordinación de Formación Profesional, de la Coordinación de Extensión y Vinculación y la Coordinación de Investigación y Posgrado. La Coordinación

Formación Profesional es responsable de los responsables de los programas educativos y de los troncos comunes impartidos en la FIAD. Específicamente, los responsables de los programas educativos que se ofertan en la FIAD tienen establecidas sus funciones sustantivas en el Manual de Organización y Procedimientos de la FIAD, y entre sus funciones se identifican las siguientes: responsables de laboratorios. Por su parte, el responsable de Tronco Común apoya al programa educativo en la gestión de los primeros dos semestres. Finalmente, los profesores de tiempo completo (PTC) adscritos a cada programa conforman el Cuerpo Colegiado del PE, en donde se discuten temas relacionados con el funcionamiento del PE, docencia, tutorías, gestión e investigación.

- Dentro de la estructura organizacional se cuenta con un Administrador, y de acuerdo con el Manual de Organización y Procedimientos de la FIAD (pp. 158-160), en conjunto con los responsables de programa educativo y los directivos desarrollan el presupuesto de la facultad.

Además, el programa educativo cuenta con las siguientes áreas de apoyo: Responsable de Servicio Social Comunitario, Responsable de Servicio Social Profesional, Responsable de Tutorías, Responsable de Orientación Educativa y Psicopedagógica, Responsable de Titulación y Seguimiento de Egresados. En la Figura 53 se visualiza la estructura organizacional de la unidad académica.



Recursos materiales y financieros

En el presente apartado se describen los requerimientos en materia de recursos humanos, infraestructura física, equipamiento y licenciamiento necesarios para la operación del programa educativo. Este análisis permite identificar los elementos indispensables para garantizar condiciones adecuadas de funcionamiento, en correspondencia con las características del plan de estudios, la modalidad semipresencial y los requerimientos

académicos y tecnológicos del campo disciplinar. Asimismo, establece los criterios para la planificación y asignación de recursos que aseguren la implementación y sostenibilidad del programa educativo. En la Tabla 3 se presenta el crecimiento progresivo de la matrícula con fines contextuales, dado que este comportamiento constituye uno de los criterios considerados para determinar las necesidades de equipamiento, la contratación de la planta académica y el licenciamiento requerido para la operación del programa educativo.

Tabla 3. Proyección semestral de la matrícula 2027–2030 para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial

Proyección de la matrícula	2027-1	2027-2	2028-1	2028-2	2029-1	2029-2	2030-1	2030-2
	36	72	108	144	180	216	252	288

- Recursos Humanos

Con el propósito de garantizar la operación del programa educativo de Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, se contempla la contratación de cuatro profesores de tiempo completo y tres técnicos académicos de tiempo completo, cuya participación es fundamental para la cobertura de unidades de aprendizaje disciplinares, actividades prácticas y la operación de laboratorios. En la Tabla 4 presenta el sueldo base por categoría para profesores de tiempo completo. Con base en el Estatuto del Personal Académico de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2014) y en las condiciones contractuales vigentes establecidas en el Contrato Colectivo de Trabajo (UABC y SPSU, 2024), el cálculo del costo anual integra el salario base y las prestaciones que corresponden legal y contractualmente. Para efectos de planeación presupuestaria, dichas prestaciones se expresan mediante su equivalente anual como proporción del salario base:

- Aguinaldo: equivalente a dos meses de sueldo por año (16.67% del salario base).
- Prima vacacional: 60% del salario correspondiente a un periodo anual de 50 días naturales, equivalente a 8.22% del sueldo anual.
- Aportaciones al IMSS e INFONAVIT: consideradas en 10% sobre el salario base.
- Se considera 5% adicional como margen institucional para cubrir cargas indirectas de operación, conforme a prácticas estándar de planificación presupuestaria en educación superior pública. Este porcentaje permite absorber costos de gestión administrativa, soporte a plataformas educativas, fiscalización de contratos y contingencias derivadas de ajustes normativos o salariales.

Tabla 4. Composición salarial y prestaciones del Profesor de Tiempo Completo (PTC) y Técnicos Académicos de Tiempo Completo (TATC) en la UABC

Categoría	Sueldo base mensual
Profesor de Tiempo Completo Titular B Categoría 111	43,815.20
Técnico Académico de Tiempo Completo Titular A Categoría 167	28,810.40

Fuente: Elaboración propia con base en el tabulador institucional vigente.

Nota: Los montos son referenciales y pueden variar según categoría, nivel, antigüedad y carga académica asignada, más prestaciones de ley. Las cifras están expresadas en pesos mexicanos.

Para asegurar la viabilidad operativa del programa educativo, se ha proyectado el crecimiento progresivo del banco de horas destinado a la contratación de profesoras y profesores por asignatura. Esta estimación considera el avance gradual de generaciones conforme a la implementación escalonada del plan de estudios. Con base en los tabuladores institucionales (UABC y SPSU, 2024) y las condiciones establecidas en el Estatuto del Personal Académico de la UABC (UABC, 2014), se contemplan las mismas prestaciones aplicables a los profesores y técnicos académicos de tiempo completo. La Tabla 5 presenta el salario base, expresado en horas-semana-mes, correspondiente a la contratación de profesores de asignatura.

Tabla 5. Composición salarial y prestaciones del Profesor Ordinario de Asignatura (POA) en la UABC

Categoría	Salario HSM
Profesor Ordinario de Asignatura Titular C	781.56

Fuente: Elaboración propia con base en el tabulador institucional vigente y los requerimientos técnicos del plan de estudios del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Nota: Los montos son referenciales y pueden variar según categoría, nivel, antigüedad y carga académica asignada. Las cifras están expresadas en pesos mexicanos.

- Infraestructura física y equipamiento

Como parte de la estrategia para garantizar una formación pertinente, actualizada y contextualizada en el ámbito del Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, se contempla la habilitación de laboratorios especializados que apoyen la adquisición de competencias técnicas y proyectuales mediante el uso de herramientas tecnológicas equivalentes a las utilizadas en el entorno profesional. Estos espacios no solamente fortalecen el perfil de egreso, sino que también permiten la generación de materiales gráficos de apoyo institucional para la unidad académica, consolidando así una cultura de vinculación y participación del estudiantado.

Laboratorio de producción gráfica

Este laboratorio se orienta al desarrollo de competencias en preprensa, impresión digital y serigrafía, al cubrir de manera integral el proceso técnico-productivo del diseño gráfico impreso. La dotación de estaciones de trabajo con software profesional, dispositivos de calibración, escáneres y diversos equipos de impresión y acabado permite operar en condiciones similares a las del entorno laboral. La formación práctica en este espacio favorece el dominio de flujos de trabajo técnicos y el fortalecimiento de habilidades en composición gráfica, control de color, acabados editoriales, diseño de empaques y sistemas de impresión. Además de su función formativa, el laboratorio contribuye al

fortalecimiento institucional mediante la producción de materiales impresos y recursos de difusión que pueden utilizarse en actividades académicas, administrativas y de extensión de la unidad académica. En la Tabla 6 se presenta el desglose del equipamiento requerido para su operación, organizado por área funcional, concepto, cantidad y costos asociados.

Tabla 6. Presupuesto para equipamiento del laboratorio de producción gráfica

Área funcional	Concepto	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Preprensa	Estaciones de trabajo (PC)	2	50400	100,800.00
Preprensa	Impresora láser a color para pruebas	1	14400	14,400.00
Preprensa	Impresora láser blanco y negro para negativos	1	7200	7,200.00
Preprensa	Escáner A3	1	9600	9,600.00
Preprensa	Calibrador de color (colorímetro)	1	12000	12,000.00
Preprensa	Lupa de registro y herramientas de revisión	1	3600	3,600.00
Impresión Digital	Impresora de sublimación A3	1	30000	30,000.00
Impresión Digital	Plotter de corte de vinil	1	33600	33,600.00
Impresión Digital	Cortadora eléctrica	1	18000	18,000.00
Impresión Digital	Guillotina semiautomática	1	21600	21,600.00
Impresión Digital	Engargoladora multifunción	1	7200	7,200.00
Impresión Digital	Plancha múltiple para sublimación 5 en 1	1	18000	18,000.00
Impresión Digital	Resistencias y soportes para tazas o cilindros	1	3600	3,600.00
Impresión Digital	Insumos de seguridad y soporte (manta de teflón, cinta térmica, guantes, etc.)	1	2400	2,400.00
Impresión Digital	Prensa para empastado	1	10800	10,800.00
Serigrafía	Estación de trabajo (pulpo serigráfico de 6 brazos, gama premium)	1	24000	24,000.00
Serigrafía	Unidad de insolado UV con temporizador	1	24000	24,000.00

Área funcional	Concepto	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Serigrafía	Bastidores de aluminio (malla de 43 hilos)	6	900	5,400.00
Serigrafía	Bastidores de aluminio (malla de 61 hilos)	6	960	5,760.00
Serigrafía	Bastidores de aluminio (malla de 90 hilos)	6	1020	6,120.00
Serigrafía	Secador serigráfico Flash D	1	18000	18,000.00
Serigrafía	Rack de secado	1	6000	6,000.00
Serigrafía	Tarja de lavado y revelado	1	9600	9,600.00
Serigrafía	Plancha de vapor	1	1800	1,800.00
Serigrafía	Hidrolavadora	1	3600	3,600.00
Serigrafía	Materiales e insumos (tintas, emulsiones, acetatos)	1	12000	12,000.00
Total				409,080.00

Fuente: Elaboración propia con base en los requerimientos técnicos del plan de estudios del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Nota: Las cantidades están expresadas en pesos mexicanos. Los precios son aproximados y pueden variar según condiciones del mercado, licitaciones institucionales y disponibilidad de los proveedores.

Laboratorio de producción fotográfica

Este espacio tiene como objetivo el desarrollo de competencias en iluminación, registro fotográfico profesional y construcción de imagen en estudio, aspectos fundamentales en áreas como fotografía publicitaria, diseño editorial, dirección de arte y generación de contenido visual para medios digitales. Equipado con tecnología y herramientas propias del ámbito fotográfico, este laboratorio permitirá que el estudiantado se desenvuelva en entornos de producción visual acordes con las condiciones del ejercicio profesional, lo que favorece el desarrollo de habilidades técnicas, creativas y proyectuales.

Asimismo, este laboratorio contribuirá a la formación integral al fortalecer la capacidad de conceptualización y producción de imágenes con fines comunicativos, en correspondencia con los requerimientos del campo disciplinar del Diseño Estratégico de

la Comunicación Visual. De manera complementaria, se constituye como un espacio estratégico para la generación de material visual destinado a campañas internas, difusión de actividades académicas y consolidación de la imagen institucional. En la Tabla 7 se presenta el presupuesto estimado para el equipamiento del laboratorio de producción fotográfica, desglosado por concepto, cantidad, costo unitario y subtotal.

Tabla 7. Presupuesto para equipamiento del laboratorio de producción fotográfica

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Ciclorama de tela o vinil (fondo infinito)	1	9,600.00	9,600.00
Set de flash para estudio (2 luces + trigger)	1	21,600.00	21,600.00
Sombrillas blancas y plateadas (juego)	2	1,440.00	2,880.00
Reflectores (plateado/oro/blanco/negro)	2	1,200.00	2,400.00
Lámparas de luz continua LED	2	6,000.00	12,000.00
Fotómetro digital para estudio	1	8,400.00	8,400.00
Difusores tipo softbox o panel	2	2,400.00	4,800.00
Trípodes para cámaras DSLR	2	3,600.00	7,200.00
Pies de estudio para iluminación	2	3,000.00	6,000.00
Mesas altas para trabajo vertical	2	4,200.00	8,400.00
		Total	83,280.00

Fuente: Elaboración propia con base en los requerimientos formativos del área de producción visual del programa educativo.

Nota: Los costos presentados son estimativos y están expresados en pesos mexicanos. Pueden fluctuar conforme a las especificaciones técnicas, la marca de los equipos y los esquemas de adquisición vigentes.

Licencias de software especializado

A fin de atender las necesidades de software para el desarrollo de competencias digitales vinculadas con los ejes disciplinares de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, se propone la adquisición de 40 licencias para cada uno de los

programas y aplicaciones, en correspondencia con la infraestructura proyectada en los laboratorios y módulos de cómputo de la unidad académica.

Estas licencias se distribuirán de la siguiente manera: 2 para el laboratorio de pre prensa, 19 para la sala C y 19 para la sala E, estas últimas salas ubicadas en el edificio E34. Dicha distribución considera tanto el equipamiento de cómputo destinado al estudiantado como al personal docente. En la Tabla 8 se presenta el presupuesto estimado para la adquisición de licencias de software especializado en diseño de la comunicación visual.

Tabla 8. Presupuesto estimado para licencias de software especializado en diseño de la comunicación visual

Software	Tipo de licencia	Precio Unitario	Cantidad	Subtotal
Adobe Creative Cloud	Anual. Por dispositivo compartido (para aulas y laboratorios).	8,988.00	40	359,520
FontForge	Licencia gratuita	0	40	0
Fontographer	Licencia educativa a perpetuidad y las actualizaciones con descuento.	2,517.39	18	45,313.02
Figma	Licencia educativa gratuita para estudiantes y docentes	0	40	0
Total		404,833		

Fuente: Elaboración propia con base en los requerimientos del plan de estudios y licencias vigentes en el mercado.

Nota: Las cantidades están en pesos mexicanos. Los costos son aproximados y pueden variar según el modelo de licenciamiento, la duración del contrato, el proveedor y los descuentos por volumen o convenios institucionales.

Cabe destacar que las licencias de Adobe Creative Cloud serán necesarias desde el momento en que ingrese la primera generación, ya que en la etapa básica se incorporan asignaturas en cuyo programa de unidad de aprendizaje se establece el uso de dichas herramientas digitales. Por otra parte, FontForge y Fontographer serán requeridos a partir del ingreso a tercer semestre de la primera generación, en función de las competencias específicas que se desarrollan en el área de diseño y edición de fuentes tipográficas.

Adicionalmente, el uso de Figma será necesario a partir del ingreso a sexto semestre, particularmente en las unidades de aprendizaje orientadas al diseño de interfaces y experiencia de usuario (UX/UI), donde se desarrollan competencias relacionadas con el prototipado, diseño de interacción y evaluación de interfaces.

La Tabla 9 sintetiza la proyección semestral del presupuesto para el periodo 2027–2030 del nuevo programa educativo. Su función es integrar de manera consolidada los distintos rubros previamente descritos, incluyendo recursos humanos, equipamiento de laboratorios y licenciamiento de software, con el fin de ofrecer una visión global del comportamiento financiero del programa.

Tabla 9. Proyección semestral del presupuesto 2027–2030 para la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial

Concepto	2027-1	2027-2	2028-1	2028-2	2029-1	2029-2	2030-1	2030-2
POA	21883,68	34388,64	52364,52	92224,08	129738,96	171161,64	199297,8	236812,68
PTC	525782,4	525782,4	525782,4	1051564,8	1051564,8	1577347,2	1577347,2	2103129,6
TATC	0	345724,8	691449,6	691449,6	1037174,4	1037174,4	1382899,2	1382899,2
Equipamiento de laboratorios	0	0	0	409,080.00	83280.00	0	0	0
Licencias de software	359520.00	359520.00	404833.00	404833.00	404833.00	404833.00	404833.00	404833.00
Inversión total estimada	937186.08	1265415.84	1674429.52	2649151.48	2706591.16	3190516.24	3564377.2	4127674.48

Fuente: Elaboración propia con base en la composición salarial y prestaciones del personal académico de la UABC, así como en el presupuesto estimado para el equipamiento de laboratorios especializados.

Nota: Los montos son referenciales y pueden variar. Las cifras están expresadas en pesos mexicanos.

2.2. Análisis de factibilidad normativa

Este apartado se aborda a partir de tres niveles, el internacional, el nacional y el institucional. A partir de lo anterior, a nivel internacional, se hace referencia de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas; a nivel nacional, se revisa la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley General de Educación Superior de México; y específicamente a nivel institucional, se analiza la legislación, la normatividad y el Plan de Desarrollo de la UABC, aplicables para la creación y operación del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Objetivo general

Analizar la factibilidad normativa: legislación, políticas internas y externas, para crear y operar el programa educativo.

Método

Este apartado se realizó a partir del análisis de información documental obtenida de la legislación y la normatividad institucional como la Ley Orgánica y el Estatuto General de la UABC, así como del Plan de Desarrollo Institucional y de reglamentos aplicables. Además, a nivel nacional se analiza la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley General de Educación Superior de México; y a nivel internacional, se hace referencia a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas.

Resultados

La creación del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se encuentra sustentada en principios internacionales, en el marco jurídico que regula el funcionamiento de las instituciones de educación superior en México, en la legislación universitaria vigente y en el Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027 que establece estrategias orientadas a fortalecer la pertinencia, la calidad y la diversificación de la oferta educativa.

Específicamente en el ámbito internacional, la propuesta del programa educativo se encuentra alineada con los principios establecidos por la Organización de las Naciones Unidas a través de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, instrumento global que orienta las políticas públicas y las acciones institucionales hacia la construcción de sociedades más equitativas, sostenibles e inclusivas. En este sentido, las instituciones de educación superior desempeñan un papel fundamental en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mediante la formación de profesionistas con capacidades críticas, creativas y comprometidas con la transformación social.

A partir de lo anterior, el programa de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual contribuye particularmente al cumplimiento de diversos objetivos, entre los que destacan:

- ODS 4: Educación de calidad, al promover una formación profesional inclusiva, pertinente y orientada al desarrollo de competencias para la innovación, la creatividad y el pensamiento crítico.
- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, mediante la formación de profesionistas capaces de integrarse y aportar al desarrollo de las industrias creativas, culturales y de comunicación.
- ODS 9: Industria, innovación e infraestructura, al impulsar el uso de tecnologías digitales, metodologías de innovación y procesos creativos aplicados a la comunicación visual.
- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles, a través del diseño de estrategias de comunicación visual que contribuyan a la difusión cultural, la participación ciudadana y la construcción de identidades colectivas.

Por lo tanto, el programa educativo contribuye a fortalecer el papel de la educación superior como agente de transformación social y de promoción del desarrollo sostenible.

En el ámbito nacional, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su Artículo 3º el derecho de toda persona a recibir educación, reconociendo a la

educación superior como un bien público orientado al desarrollo integral de las personas y al progreso científico, humanístico y tecnológico del país.

Asimismo, el programa educativo se fundamenta en las disposiciones establecidas en la Ley General de Educación Superior de México (2021), la cual promueve que las instituciones de educación superior incorporen metodologías pedagógicas innovadoras, incluyendo el uso de tecnologías de la información y comunicación para asegurar la relevancia del aprendizaje, así como la diversificación de modalidades educativas que atiendan las necesidades formativas de distintos sectores de la población, y la creación de programas educativos más flexibles que permitan al estudiantado adaptar sus ritmos de estudio.

En el ámbito institucional, la creación del programa educativo se sustenta en la legislación universitaria que regula la organización, funciones y atribuciones de la Universidad Autónoma de Baja California. La Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Baja California establece que la universidad tiene como finalidad impartir educación superior, realizar investigación científica y humanística, y contribuir al desarrollo cultural, social y económico de la región y del país. Asimismo, reconoce la facultad de la institución para crear y actualizar programas educativos que respondan a las necesidades del entorno y al avance del conocimiento.

En concordancia con la Ley Orgánica de la institución, el Estatuto General de la Universidad Autónoma de Baja California define las atribuciones de los órganos colegiados universitarios, particularmente del Consejo Universitario, como instancia responsable de aprobar la creación, modificación o supresión de programas educativos.

Por otra parte, con relación al Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027, el programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se encuentra alineado con la prioridad institucional "Aprendizaje integral, flexible y a lo largo de la vida" que establece como objetivo "Brindar un aprendizaje integral, flexible y de excelencia en los programas de licenciatura, posgrado y aprendizaje a lo largo de la vida", y se relaciona con las siguientes estrategias y acciones:

- Estrategia 2 “Impulsar la excelencia de los programas educativos mediante esquemas innovadores y flexibles que brinden una experiencia estudiantil de calidad y sean congruentes con las necesidades del contexto económico y social a nivel local y global”, en sus líneas de acción establece lo siguiente:
 - Formular esquemas para fortalecer la flexibilidad, creación y modificación oportuna/ágil de los programas de estudio, considerando la incorporación de certificaciones, salidas laterales y opciones educativas de menor duración; la implementación de las modalidades no escolarizada y mixta, y el carácter dual, con base en perfiles de egreso que favorezcan el desarrollo de competencias transversales de alcance global.
 - Ofertar programas educativos de licenciatura en modalidad mixta y no escolarizada, acordes con las preferencias vocacionales del estudiantado y con las necesidades de desarrollo regional y global.
- Estrategia 6 “Desarrollar una agenda institucional de innovación educativa apoyada en tecnologías digitales”, con la siguiente línea de acción:
 - Implementar iniciativas de aprovechamiento de plataformas y contenidos educativos digitales que permitan el desarrollo de los programas formativos en modalidad no escolarizada (no presencial, en línea) y mixta semipresencial).

En virtud de lo anterior, la creación de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual en modalidad semipresencial se articula de manera coherente con los principios internacionales que promueven la educación para el desarrollo sostenible, el marco jurídico nacional que regula la educación superior en México, así como con la legislación y las políticas institucionales, a través de la diversificación de la oferta educativa a partir de esquemas innovadores y flexibles que permiten ampliar las oportunidades de acceso a la educación superior mediante el uso de entornos digitales de aprendizaje.

En consecuencia, la propuesta curricular del programa educativo de Diseño Estratégico de la Comunicación Visual cumple con los lineamientos normativos que respaldan la creación de nuevas ofertas educativas en la universidad y garantiza su pertinencia académica, viabilidad institucional y contribución al desarrollo social, cultural y económico de la región.

3. Estudio de referentes

El estudio de referentes constituye un componente fundamental en el proceso de fundamentación para la creación del programa educativo en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual, en tanto permite analizar el campo disciplinar desde distintas perspectivas que integran la evolución de la profesión, la oferta educativa y los marcos normativos que orientan su formación. Este estudio se articula como un ejercicio de revisión sistemática que busca identificar elementos conceptuales, metodológicos y profesionales que sustenten la pertinencia y orientación del programa educativo en relación con las condiciones actuales del diseño y la comunicación visual. En este sentido, el análisis se orienta a comprender tanto las bases históricas del diseño como las transformaciones contemporáneas que inciden en su práctica profesional y en su enseñanza en el nivel superior.

El desarrollo del estudio de referentes se estructura en tres apartados complementarios que permiten abordar el campo del diseño desde una perspectiva integral. En primer lugar, se analiza la profesión y su prospectiva, con el propósito de identificar su evolución disciplinar, sus campos de acción y las tendencias que configuran su desarrollo en el contexto contemporáneo. En segundo lugar, se realiza un análisis comparativo de programas educativos afines a nivel local, estatal, nacional e internacional, con el fin de reconocer enfoques formativos, estructuras curriculares y oportunidades de diversificación en la oferta educativa. Finalmente, se examinan los lineamientos de organismos nacionales e internacionales, así como evaluaciones externas, para identificar competencias, contenidos de dominio y prácticas profesionales que orientan la formación en diseño.

Estos tres ejes de análisis permiten construir una base argumentativa que fundamenta la creación del programa educativo, al integrar referentes disciplinarios, académicos y profesionales que contribuyen a la definición del perfil de egreso, la organización curricular y la orientación formativa del programa. De esta manera, el estudio de referentes no solo describe el estado actual del campo, sino que también permite

identificar elementos estratégicos para la construcción de una propuesta educativa pertinente, en correspondencia con las transformaciones tecnológicas, sociales y culturales que caracterizan al diseño y la comunicación visual en el contexto contemporáneo.

3.1. Análisis de la profesión y su prospectiva

Objetivo general

Analizar la profesión del diseño estratégico de la comunicación visual, considerando sus antecedentes históricos, su evolución disciplinar, sus campos de acción y su prospectiva en el contexto contemporáneo, con el fin de fundamentar la orientación del programa educativo en función de las transformaciones tecnológicas, sociales y culturales del campo profesional

Método

El proceso metodológico desarrollado para el análisis de la profesión y su prospectiva se estructuró a partir de una investigación documental en dos dimensiones. En primer lugar, se realizó la revisión de fuentes académicas sobre los antecedentes históricos del diseño gráfico, con el propósito de identificar su evolución desde prácticas artesanales hasta su consolidación como disciplina académica dentro de la educación superior. En segundo lugar, se llevó a cabo un análisis documental enfocado en estudios contemporáneos sobre el perfil profesional del diseñador, sus campos de acción y las transformaciones del ejercicio profesional, a partir de literatura especializada y documentos de organismos nacionales e internacionales.

En esta segunda dimensión se examinaron investigaciones relacionadas con la incorporación de tecnologías digitales, la diversificación de prácticas profesionales, la evolución de los sistemas de comunicación visual y los estudios prospectivos sobre el futuro del trabajo, con el fin de identificar tendencias asociadas con la digitalización, la automatización, la inteligencia artificial, la sostenibilidad y la complejidad de los entornos comunicativos contemporáneos. La información se organizó en los ejes de antecedentes

y prospectiva de la profesión, lo que permitió estructurar el análisis conforme a la evolución del campo disciplinar y a sus proyecciones en el contexto actual.

Resultados

Antecedentes de la profesión

Los antecedentes de la profesión del diseño gráfico se vinculan con procesos históricos de producción visual asociados a los oficios artísticos y artesanales que se desarrollaron en distintos contextos culturales a lo largo de varios siglos. La transmisión de conocimientos en estos oficios se realizó mediante sistemas de aprendizaje como talleres, en los cuales la formación se basaba en la observación directa de los procesos de trabajo, la repetición de procedimientos técnicos y la guía proporcionada por maestros artesanos con experiencia en la producción material de objetos visuales (Meggs, 2000). Este modelo de enseñanza permitió consolidar conocimientos relacionados con la representación visual, la ornamentación y la producción gráfica que posteriormente influyeron en el desarrollo de disciplinas vinculadas con el diseño y la comunicación visual (Satué, 2004). La formación en talleres constituyó uno de los antecedentes más importantes para la institucionalización posterior de la enseñanza del diseño dentro de instituciones educativas formales (Meggs, 2000).

Los procesos de industrialización que se desarrollaron durante el siglo XIX generaron transformaciones significativas en los sistemas de producción de bienes y en la circulación de información visual. El crecimiento de la producción industrial introdujo nuevas necesidades relacionadas con la organización visual de la información, la producción de impresos y la comunicación comercial dirigida a públicos amplios (Meggs, 2000). En este contexto, la comunicación visual comenzó a desempeñar un papel relevante en la promoción de productos, en la difusión de información y en la construcción de identidades comerciales dentro de mercados industriales en expansión (Satué, 2004). La aparición de nuevas técnicas de impresión y de sistemas de reproducción gráfica permitió ampliar la producción de imágenes y textos destinados a distintos ámbitos sociales, culturales y económicos (Meggs, 2000).

Durante las primeras décadas del siglo XX surgieron instituciones educativas que contribuyeron a la consolidación del diseño como campo disciplinar dentro de la educación superior. La Bauhaus, fundada en Alemania en 1919, propuso un modelo pedagógico orientado a integrar arte, técnica e industria mediante procesos de enseñanza que combinaban fundamentos teóricos, experimentación formal y desarrollo de proyectos aplicados. Este modelo educativo incorporó el estudio sistemático de la tipografía, la composición, la percepción visual y los procesos de producción industrial como componentes centrales de la formación del diseñador (Droste, 2006). La Bauhaus también promovió una relación estrecha entre investigación, práctica proyectual y desarrollo tecnológico dentro de la enseñanza del diseño (Satué, 2004).

Posteriormente, la Hochschule für Gestaltung de Ulm fue una escuela de diseño fundada en 1953 por iniciativa de Otl Aicher, Inge Scholl y Max Bill en la ciudad de Ulm (Infolio, 2016). Esta escuela desarrolló un enfoque educativo que profundizó en la relación entre diseño, ciencia y tecnología dentro de los procesos formativos. Esta institución incorporó métodos analíticos y enfoques sistemáticos para el desarrollo de proyectos de diseño, lo que permitió fortalecer la dimensión metodológica y teórica de la disciplina (Bonsiepe, 1999). El modelo educativo de Ulm promovió el estudio de la comunicación visual, la teoría de la información, la semiótica y los procesos de producción industrial como componentes de la formación del diseñador (Bonsiepe, 1999). Estas experiencias educativas contribuyeron a consolidar la enseñanza del diseño como un campo académico estructurado que integra fundamentos conceptuales, metodologías de proyecto y conocimientos técnicos (Droste, 2006; Bonsiepe, 1999).

Durante la segunda mitad del siglo XX se produjo una expansión significativa de la educación superior en distintas regiones del mundo, lo que favoreció la creación de programas universitarios orientados a la formación en diseño gráfico y comunicación visual. En este periodo, la enseñanza del diseño comenzó a organizarse mediante planes de estudio que integraban fundamentos del diseño, teoría de la comunicación visual, metodologías de proyecto y desarrollo tecnológico (Gula et al., 2023). La formación profesional del diseñador se concibió como un proceso orientado a la resolución de

problemas de comunicación visual mediante el desarrollo de proyectos que respondan a contextos sociales y productivos específicos (Gula et al., 2023). Diversos estudios sobre educación en diseño señalan la importancia de estructurar estrategias curriculares que integren conocimientos conceptuales, habilidades técnicas y capacidades relacionadas con la innovación dentro de los procesos formativos del diseñador (Buitrago, 2023).

Las transformaciones tecnológicas de finales del siglo XX introdujeron cambios relevantes en la práctica profesional del diseño y en los modelos de enseñanza de la disciplina. La incorporación de herramientas informáticas, software especializado y plataformas digitales amplió las posibilidades de producción visual y modificó los procesos de trabajo asociados con la creación de imágenes, textos y sistemas de comunicación visual (Gula et al., 2023). Estas tecnologías permitieron desarrollar nuevos formatos de producción gráfica y facilitaron la circulación de contenidos visuales en entornos digitales (Gula et al., 2023). Las instituciones de educación superior comenzaron a integrar tecnologías de la información y la comunicación dentro de los procesos formativos con el propósito de preparar a la población estudiantil para participar en contextos profesionales caracterizados por el uso intensivo de herramientas digitales (Gula et al., 2023).

Durante el siglo XXI, la educación en diseño gráfico se ha caracterizado por una ampliación del campo disciplinar y por la incorporación de enfoques interdisciplinarios vinculados con la cultura digital y la innovación tecnológica. La práctica del diseño se relaciona con la producción de contenidos visuales en medios impresos, digitales, audiovisuales e interactivos, lo que ha ampliado los ámbitos de intervención profesional del diseñador. El perfil profesional del diseñador contemporáneo integra capacidades conceptuales, habilidades técnicas y competencias relacionadas con la gestión de proyectos, el trabajo colaborativo y la comprensión de contextos comunicativos complejos (Londoño-Muñoz y Meza-Rivera, 2023; Villaseñor-Zúñiga y Posadas-Miranda-García, 2019). Estas transformaciones han generado la necesidad de fortalecer la formación profesional del diseñador mediante programas educativos que integren conocimientos teóricos, metodológicos y tecnológicos orientados a la comunicación visual contemporánea (Buitrago, 2023).

Por su parte, la teoría del diseño también ha reconocido que los problemas abordados por la disciplina se caracterizan por su complejidad y por la diversidad de factores que intervienen en su formulación y resolución. El diseño se ha conceptualizado como una práctica orientada a la interpretación y resolución de problemas que involucran dimensiones sociales, culturales, tecnológicas y organizacionales. Estos problemas no siempre presentan definiciones claras ni soluciones únicas, lo que exige procesos de análisis, investigación y conceptualización para comprender los contextos en los que se desarrollan los proyectos de diseño. La formación profesional del diseñador requiere del desarrollo de capacidades analíticas que permitan interpretar situaciones complejas y formular soluciones visuales pertinentes (Buchanan, 1992).

En el contexto latinoamericano, diversas reflexiones académicas han señalado la necesidad de revisar los modelos de enseñanza del diseño para responder a las transformaciones contemporáneas del campo disciplinar. El documento 130 Recomendaciones para el Futuro del Diseño en América Latina, elaborado como parte del I Simposio Internacional Agenda del Diseño 2026-2030, plantea la importancia de promover estructuras curriculares flexibles, fortalecer la investigación en diseño e integrar tecnologías emergentes en los procesos formativos. Este documento también señala la necesidad de vincular la enseñanza del diseño con problemas sociales y contextos profesionales reales para fortalecer la pertinencia social de la disciplina. Las reflexiones derivadas de este proceso de discusión académica ponen de manifiesto que la educación en diseño se encuentra en un proceso de transformación que busca articular fundamentos disciplinarios, innovación tecnológica y responsabilidad social dentro de la formación profesional del diseñador (Universidad de Palermo, 2025).

Prospectiva de la profesión

El campo profesional del diseño y la comunicación visual experimenta transformaciones asociadas con cambios tecnológicos, económicos y culturales que modifican la manera en que se producen, circulan e interpretan los mensajes visuales en las sociedades contemporáneas (ICOGRADA, 2011; UNESCO, 2022). Estas transformaciones se

relacionan con la expansión de ecosistemas comunicativos en los que convergen plataformas digitales, sistemas interactivos, redes de información y tecnologías emergentes que redefinen los entornos en los que opera la comunicación visual (OECD, 2023; AIGA, 2018). En consecuencia, el diseño se configura como una práctica profesional que participa en procesos de interpretación de información, construcción de significado y mediación entre organizaciones, contenidos y públicos en contextos caracterizados por la circulación de datos y mensajes visuales (ICOGRADA, 2011).

Diversos estudios sobre la evolución del campo disciplinar del diseño señalan que la práctica profesional se orienta, de manera creciente, hacia la resolución de problemas complejos de comunicación que requieren integrar el análisis contextual, conceptualización estratégica y desarrollo tecnológico dentro de los procesos de diseño (Buchanan, 1992; Buitrago, 2023). Desde esta perspectiva, el diseño se entiende como una actividad que interviene en sistemas sociales y organizacionales, cuyos problemas de comunicación no se atienden con soluciones únicas; en cambio, requieren enfoques analíticos que articulan información, cultura y contexto (Buchanan, 1992). Esta caracterización del diseño como práctica orientada a la resolución de problemas complejos se relaciona con la necesidad de profesionales capaces de analizar contextos socioculturales, interpretar necesidades de comunicación y desarrollar propuestas visuales fundamentadas en procesos de investigación aplicada (Buitrago, 2023).

El desarrollo de tecnologías digitales y la expansión de entornos de comunicación en red han generado transformaciones significativas en los perfiles profesionales asociados con el diseño y la comunicación visual (OECD, 2023; AIGA, 2018). Los estudios prospectivos sobre el futuro del quehacer del diseñador señalan que los procesos de digitalización, automatización y desarrollo de sistemas inteligentes están modificando las competencias requeridas en distintos campos profesionales, entre ellos, las áreas relacionadas con la creatividad, la comunicación y el diseño (OECD, 2023). En este contexto, las habilidades vinculadas con el pensamiento crítico, la creatividad, la resolución de problemas complejos y la capacidad de interpretar información adquieren relevancia en escenarios

laborales caracterizados por la rápida evolución tecnológica y la integración de sistemas digitales (OECD, 2023; AIGA, 2018).

La expansión de tecnologías basadas en inteligencia artificial también forma parte de las transformaciones que influyen en la evolución del campo profesional del diseño (OECD, 2023). Diversos análisis sobre habilidades emergentes señalan que las tecnologías de automatización y los sistemas de inteligencia artificial modifican la naturaleza de las tareas profesionales al automatizar ciertos procesos técnicos y amplían las posibilidades de análisis y generación de información (OECD, 2023). En este contexto, las profesiones vinculadas con la creatividad y la comunicación visual mantienen relevancia debido a su relación con procesos interpretativos, culturales y simbólicos que requieren capacidades analíticas, críticas y creativas difíciles de sustituir mediante automatización tecnológica (OECD, 2023; UNESCO, 2022).

La literatura sobre industrias culturales y creativas también reconoce que el diseño participa en procesos de producción simbólica que influyen en el desarrollo y circulación de significados, la construcción de identidades y la mediación cultural dentro de las sociedades contemporáneas. Los sectores culturales y creativos constituyen espacios de producción económica que integran disciplinas del diseño, la comunicación visual, la producción audiovisual y el desarrollo de contenidos digitales. En estos sectores, el diseño contribuye a la construcción de narrativas visuales, sistemas de información y estrategias de comunicación que articulan contenidos culturales con procesos productivos y tecnológicos (UNESCO, 2022).

En los debates contemporáneos sobre el futuro del diseño también adquiere relevancia la relación entre las prácticas de comunicación visual, los procesos de desarrollo sostenible y la responsabilidad social de las industrias creativas. Diversos organismos internacionales han señalado que los sectores culturales y creativos desempeñan un papel relevante en la promoción de modelos de desarrollo que integren dimensiones económicas, sociales y ambientales dentro de las dinámicas de producción cultural. De esta manera, el diseño participa en la construcción de narrativas visuales, sistemas de

información y estrategias de comunicación que contribuyen a sensibilizar a la sociedad sobre problemáticas relacionadas con el medio ambiente, el uso responsable de los recursos y la preservación del patrimonio natural y cultural (UNESCO, 2022).

Las transformaciones contemporáneas de la economía global también han impulsado la incorporación de criterios de sostenibilidad en las actividades productivas y organizacionales, lo que ha generado nuevas demandas profesionales para la comunicación, la innovación y el diseño (OECD, 2023). Ante este escenario, la comunicación visual participa en procesos de divulgación científica, educación ambiental y construcción de discursos públicos orientados a promover prácticas sociales y productivas más sostenibles (UNESCO, 2022; OECD, 2023). Estas dinámicas evidencian que el diseño, además de intervenir en procesos de diferenciación comercial o posicionamiento institucional, también puede contribuir a la comprensión social de problemáticas ambientales y a la construcción de marcos culturales orientados al desarrollo sostenible.

Desde esta perspectiva, la profesión del diseño y la comunicación visual estratégica se relaciona con la capacidad de los profesionales para integrar criterios de sostenibilidad, responsabilidad social y comprensión del entorno natural dentro de los procesos de conceptualización y desarrollo de proyectos de comunicación visual. La formación de diseñadores requiere, por tanto, promover una comprensión amplia del impacto social, cultural y ambiental de los discursos visuales, así como fortalecer la capacidad de los profesionales para participar en iniciativas de comunicación que contribuyan a la construcción de sociedades más sostenibles (UNESCO, 2022; Universidad de Palermo, 2025).

En el ámbito académico y profesional del diseño en América Latina también se han desarrollado reflexiones prospectivas orientadas a identificar los desafíos que enfrenta la disciplina en el contexto contemporáneo. Tal es el caso del Simposio Agenda de Diseño 2026-2030 en el que se identifican transformaciones asociadas con la digitalización, la globalización de los sistemas de comunicación y la creciente complejidad de los entornos

socioculturales en los que interviene el diseño. Estas reflexiones señalan la necesidad de fortalecer la investigación, la interdisciplinariedad y la vinculación con problemáticas sociales como elementos centrales para el desarrollo futuro del campo disciplinar del diseño (Universidad de Palermo, 2025).

Las orientaciones establecidas por organismos académicos y profesionales del diseño también reflejan estas transformaciones del campo disciplinar (COMAPROD, 2022; ICOGRADA, 2011). Los lineamientos para la acreditación de programas educativos en diseño señalan la importancia de formar profesionales capaces de comprender contextos socioculturales, utilizar herramientas tecnológicas contemporáneas y desarrollar soluciones de comunicación visual orientadas a diversos sectores sociales y productivos (COMAPROD, 2022). Estas orientaciones reconocen que el diseño contemporáneo requiere integrar conocimientos teóricos, metodológicos y tecnológicos para responder a los desafíos que plantea la evolución de los sistemas de comunicación visual (ICOGRADA, 2011; COMAPROD, 2022).

En el ámbito internacional, el International Council of Design (icoD) ha señalado desde 2014 la necesidad de consolidar al diseño como una disciplina con capacidad de articulación entre diversas áreas, posicionándose como una voz global que representa y vincula los distintos campos del diseño. Este planteamiento enfatiza la importancia del pensamiento estratégico, la formación orientada al diseño y la práctica profesional como medios para abordar problemáticas complejas en un contexto global caracterizado por la interdependencia económica, tecnológica y cultural. En este sentido, se reconoce que el diseño no únicamente implica la producción de soluciones visuales, sino también el ejercicio de funciones de liderazgo, innovación y toma de decisiones que permiten al profesional incidir de manera significativa en la transformación de los entornos sociales y productivos (icoD, 2014). En correspondencia con lo anterior, los lineamientos establecidos por la National Association of Schools of Art and Design (NASAD) destacan la importancia de una formación integral que articule conocimientos teóricos, habilidades técnicas y capacidades analíticas, así como el desarrollo de competencias estratégicas

orientadas a la comprensión de contextos culturales, la toma de decisiones y el diseño de soluciones pertinentes en un campo disciplinar en constante evolución (NASAD, 2024).

La prospectiva del campo disciplinar del diseño y la comunicación visual estratégica se orienta hacia un ejercicio profesional que integra análisis contextual, pensamiento estratégico y desarrollo de sistemas de comunicación visual capaces de operar en entornos tecnológicos, sociales y culturales complejos. El perfil del diseñador se orienta hacia la capacidad de interpretar contextos, estructurar información, conceptualizar propuestas visuales y participar en proyectos interdisciplinarios vinculados con la comunicación visual, la innovación y la producción cultural. Esta perspectiva también incorpora la consideración de criterios de sostenibilidad, responsabilidad social y relación con el entorno natural dentro de los procesos de comunicación visual, lo que sitúa al diseño como una disciplina que contribuye a la construcción de discursos visuales capaces de articular información, significados y contextos socioculturales en escenarios contemporáneos caracterizados por la convergencia tecnológica y la transformación constante de los sistemas de comunicación.

3.2. Análisis comparativo de programas educativos

Objetivo general

Analizar la oferta educativa de programas afines al diseño gráfico y la comunicación visual a nivel local, estatal, nacional e internacional, mediante la revisión comparativa de sus características académicas y formativas, para identificar tendencias, enfoques y oportunidades que fundamenten la propuesta del programa educativo en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Método

El proceso metodológico empleado para el análisis comparativo de programas educativos se estructuró a partir de una investigación documental en dos dimensiones. En primer lugar, se realizó la recopilación y revisión de información sobre la oferta educativa de programas afines al diseño gráfico y la comunicación visual en los ámbitos local y estatal,

con el propósito de identificar instituciones, denominaciones de programas, modalidades, duración y características generales de formación. En segundo lugar, se llevó a cabo un análisis documental de programas educativos a nivel nacional e internacional, a partir de fuentes institucionales y documentos académicos, con el fin de examinar sus enfoques formativos, estructuras curriculares y orientaciones disciplinarias.

La revisión documental consideró un total de 80 programas educativos afines al diseño gráfico y la comunicación visual, distribuidos en los niveles geográficos local, estatal, nacional e internacional. En el ámbito local se analizaron 6 programas ofertados en el municipio de Ensenada; en el nivel estatal se incluyeron 15 programas correspondientes a los municipios de Mexicali y Tijuana; a nivel nacional se revisaron 15 programas de instituciones externas al estado de Baja California; y en el contexto internacional se examinaron 44 programas de América del Norte, Centro y Sudamérica, Europa y Asia, distribuidos en 10 de Centro y Sudamérica, 12 de América del Norte, 12 de Europa y 10 de Asia.

La información se estructuró en los niveles de análisis local, estatal, nacional e internacional, lo que permitió establecer comparaciones entre los programas educativos e identificar similitudes, diferencias y oportunidades de diversificación en la oferta académica en el campo del diseño y la comunicación visual. Este procedimiento facilitó el reconocimiento de tendencias en la enseñanza del diseño, así como la incorporación de componentes estratégicos, tecnológicos e interdisciplinarios en la formación profesional.

Resultados

Características académicas y formativas de la oferta educativa

La oferta educativa vinculada al diseño gráfico y la comunicación visual en la ciudad de Ensenada se concentra predominantemente en instituciones de carácter privado (Tabla 10), que ofrecen programas de licenciatura con distintos énfasis formativos y modalidades de impartición. Entre las instituciones con programas en este campo se encuentran la Universidad de Tijuana (CUT), la Universidad Autónoma de Durango (UAD), la

Universidad Xochicalco, la Universidad del Desarrollo Profesional (UNIDEP) y el Centro de Estudios Tecnológicos y Superiores (CETYS Universidad). Estos programas cuentan con reconocimiento oficial y se orientan a la formación de diseñadores gráficos con énfasis en producción visual, uso de herramientas digitales y creatividad aplicada. En la Tabla X se incluye la oferta educativa en el municipio de Ensenada.

Tabla 10. Oferta educativa en Ensenada

Nombre del PE	Nombre de la IES	Tipo de sostenimiento	Modalidad	Duración	Créditos o asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad de Tijuana	Privada	Escolarizada, Semiescolarizado y Virtual	10 cuatrimestres	29 asignaturas
Licenciatura en Diseño Digital	Universidad Autónoma de Durango	Privada	Escolarizada	9 cuatrimestres	33 asignaturas
Licenciatura en Diseño	Universidad Xochicalco	Privada	Escolarizada	10 cuatrimestres	69 cursos en 10 módulos
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad del Desarrollo Profesional	Privada	Escolarizada	11 cuatrimestres	45 (9 Básica, 13 formación, 23 especialización)
Licenciatura en Diseño Gráfico e Innovación Creativa	Centro de Estudios Tecnológicos y Superiores	Privada	Escolarizada	8 semestres	45 (43 obligatorias y 2 optativas)
Ingeniería en Diseño Gráfico Digital	Centro de Estudios Tecnológicos y Superiores	Privada	Escolarizada	9 semestres	46 (43 obligatorias y 2 optativas)

Nota. Elaboración propia

En Baja California, la formación profesional en el área de Diseño Gráfico y disciplinas afines a la Comunicación Visual se concentra predominantemente en instituciones privadas con presencia en los municipios de Mexicali, Tijuana y Ensenada (Tabla 11). No obstante, en los municipios de Mexicali y Tijuana, la Universidad Autónoma de Baja California ofrece la Licenciatura en Diseño Gráfico, lo que la posiciona como la única opción pública en este campo a nivel estatal, mientras que en Ensenada la oferta es

exclusivamente privada, con una cobertura desigual en términos de enfoque formativo, modalidad y trayectorias académicas.

Tabla 11. Oferta educativa en el estado de Baja California

Nombre del PE	Nombre de la IES (sostenimiento)	Municipio	Modalidad	Duración	Créditos o asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad Autónoma de Baja California (Pública)	Mexicali	Presencial	10 semestres	60 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico e Innovación Creativa	Centro de Estudios Tecnológicos y Superiores (Privada)	Mexicali	Escolarizada	9 semestres	46 (43 obligatorias y 2 optativas)
Ingeniería en Diseño Gráfico Digital	Centro de Enseñanza Técnica y Superior (Privada)	Mexicali	Presencial	8 semestres	45 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico Digital	Universidad Autónoma de Durango (Privada)	Mexicali	Presencial	9 semestres	33 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia	Universidad del Desarrollo Profesional (Privada)	Mexicali	Presencial / En línea	9 cuatrimestres	45 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico Digital	Universidad de Estudios Avanzados (Privada)	Mexicali	Presencial / Ejecutiva	9 cuatrimestres	45 asignaturas
Licenciatura en Diseño	Universidad Xochicalco (Privada)	Mexicali	Presencial	8 semestres	69 cursos
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad Autónoma de Baja California (Pública)	Tijuana	Presencial	10 semestres	60 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad de Tijuana (Privada)	Tijuana	Presencial	9 cuatrimestres	29 asignaturas

Nombre del PE	Nombre de la IES (sostenimiento)	Municipio	Modalidad	Duración	Créditos o asignaturas
Ingeniería en Diseño Gráfico Digital	CETYS Universidad (Privada)	Tijuana	Presencial	8 semestres	45 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico Digital	Universidad Autónoma de Durango (Privada)	Tijuana	Presencial	9 semestres	33 asignaturas
Licenciatura en Diseño	Universidad Xochicalco (Privada)	Tijuana	Presencial	8 semestres	69 cursos
Licenciatura en Diseño Sensorial y Dirección Creativa	Universidad Iberoamericana Tijuana (Privada)	Tijuana	Presencial	8 semestres	48 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia	Universidad del Desarrollo Profesional (Privada)	Tijuana	Presencial / En línea	9 cuatrimestres	45 asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico e Innovación Creativa	Centro de Estudios Tecnológicos y Superiores (Privada)	Tijuana	Escolarizada	8 semestres	45 (43 obligatorias y 2 optativas)

Nota. Elaboración propia

A nivel nacional, la formación profesional en el área de Diseño Gráfico y disciplinas afines a la Comunicación Visual presenta una amplia oferta en instituciones públicas y privadas de educación superior, con programas que adoptan distintas denominaciones y enfoques formativos. Entre las denominaciones más frecuentes se identifican la Licenciatura en Diseño Gráfico, la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual, la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, así como programas que incorporan componentes tecnológicos y digitales, como Diseño Digital y Animación o Diseño, Artes y Tecnologías Interactivas. Estas variantes reflejan procesos de actualización del campo disciplinar frente a los cambios tecnológicos, culturales y productivos que influyen en la práctica contemporánea del diseño.

En el ámbito de las instituciones públicas, destacan universidades con una trayectoria consolidada en la formación de profesionales del diseño, entre ellas la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), además de otras instituciones públicas del país que ofrecen programas relacionados con el diseño gráfico y la comunicación visual. Estos programas suelen caracterizarse por una formación disciplinar con una base teórica, metodológica y cultural sólida, en la que se enfatiza el estudio de los fundamentos del diseño, la comunicación visual, el análisis crítico de los procesos de producción y circulación de imágenes. En muchos casos, estas propuestas formativas mantienen estructuras curriculares tradicionales y modalidades predominantemente presenciales, con un énfasis en la formación conceptual y en el desarrollo de proyectos de diseño fundamentados en marcos teóricos y metodológicos.

En el sector privado, diversas instituciones de educación superior han desarrollado programas de diseño con una orientación hacia el dominio técnico, la creatividad aplicada y la inserción profesional en el mercado laboral. En instituciones como la Universidad Anáhuac, el Tecnológico de Monterrey, la Universidad Iberoamericana, la Universidad del Valle de México, entre otras instituciones privadas de alcance nacional, ofrecen programas relacionados con el diseño gráfico, el diseño digital y la comunicación visual. En estos casos se observa una incorporación frecuente de contenidos asociados con herramientas digitales, producción audiovisual, medios interactivos y desarrollo de contenidos visuales para plataformas digitales. La actualización tecnológica suele integrarse con mayor rapidez dentro de estos planes de estudio, aunque el énfasis en la gestión estratégica del diseño, la formación metodológica y la evaluación del impacto de los proyectos presenta variaciones entre instituciones.

Dentro de la oferta nacional se identifican programas de formación en diseño que incorporan enfoques estratégicos y tecnológicos en la enseñanza del diseño gráfico, como la Licenciatura en Diseño Gráfico Estratégico de la Universidad La Salle Bajío, la Licenciatura en Diseño Gráfico y Mercadotecnia Estratégica del Centro de Estudios Superiores de Diseño de Monterrey (CEDIM), la Licenciatura en Diseño Gráfico Estratégico de la Universidad Autónoma de Guadalajara y la Licenciatura en Diseño Gráfico Digital de

La Salle Ciudad de México. Estos programas reflejan una tendencia formativa orientada a la integración del diseño con procesos estratégicos de comunicación, el análisis de contextos de mercado y el uso de tecnologías digitales. Los perfiles de egreso de estas licenciaturas coinciden en la formación de profesionales capaces de conceptualizar, desarrollar y gestionar proyectos de comunicación visual mediante metodologías de diseño, procesos creativos y estrategias de comunicación dirigidas a públicos específicos. Asimismo, se observa la incorporación de contenidos relacionados con la construcción de sistemas de identidad visual, el desarrollo de estrategias de posicionamiento de productos, servicios u organizaciones y la articulación del diseño con medios digitales, producción audiovisual y entornos interactivos, lo que evidencia una ampliación del campo disciplinar del diseño gráfico hacia perspectivas estratégicas, tecnológicas y multidisciplinarias orientadas a atender las demandas contemporáneas de la comunicación visual (Tabla 12).

Tabla 12. Oferta educativa en México

Nombre del PE	Nombre de la IES	Estado	Modalidad	Duración	Créditos o asignaturas
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad Nacional Autónoma de México	Ciudad de México	Escolarizado	9 semestres	357 créditos
Licenciatura en Diseño, Artes y Tecnologías Interactivas	Universidad de Guadalajara	Guadalajara	Escolarizado	8 semestres	483 créditos
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad Anáhuac México	Ciudad de México	Escolarizado	8 semestres	378 créditos
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad Autónoma de Nuevo León	Nuevo León	Mixta	9 semestres	203 créditos
Licenciado en Diseño de la Comunicación Visual	Universidad Veracruzana	Veracruz	Escolarizada	Sin información	350 créditos
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad Autónoma del Estado de México	Morelos	Escolarizada	10 semestres	Sin información

Nombre del PE	Nombre de la IES	Estado	Modalidad	Duración	Créditos o asignaturas
Licenciatura en Diseño Digital y Animación	Universidad Iberoamericana	Ciudad de México	Escolarizada	8 semestres	360 créditos
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad de Monterrey	Nuevo León	Escolarizada	9 semestres	Sin información
Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica	Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco	Ciudad de México	Escolarizada	12 trimestres	477 créditos
Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica	Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco	Ciudad de México	Escolarizada	12 trimestres	477 créditos
Licenciatura en Diseño Gráfico Estratégico	La Salle Bajío	Guanajuato	Sin información	8 semestres	Sin información
Licenciatura en Diseño Gráfico Digital	La Salle	Ciudad de México	Sin información	9 semestres	Sin información
Licenciatura en Diseño Gráfico Estratégico	Universidad Autónoma de Guadalajara	Guadalajara	Presencial	9 semestres	Sin información
Licenciatura en Diseño Gráfico y Mercadotecnia Estrategia	Centro de Estudios Superiores de Diseño de Monterrey	Monterrey	Presencial	9 semestres	Sin información

A nivel internacional, la formación en Diseño Gráfico, Comunicación Visual y disciplinas afines presenta una amplia diversidad de enfoques, denominaciones y estructuras curriculares, reflejo de las particularidades culturales, económicas y educativas de cada región. De manera general, se observa una tendencia convergente hacia la integración del diseño con la estrategia, la tecnología, la investigación y la gestión, así como hacia modalidades flexibles y trayectorias formativas diversificadas.

En América del Norte, particularmente en Estados Unidos y Canadá, los programas en diseño se caracterizan por un enfoque estratégico, interdisciplinario y orientado a la innovación. Las denominaciones más comunes incluyen Graphic Design, Visual

Communication Design, Communication Design, Design Strategy y Interaction Design. Estos programas se ofertan tanto en instituciones públicas como privadas, con una duración promedio de cuatro años a nivel licenciatura, y con una fuerte presencia de modalidades presenciales enriquecidas con componentes híbridos y en línea. El énfasis formativo se centra en el pensamiento crítico, la metodología de diseño, la investigación aplicada, la experiencia del usuario y la toma de decisiones estratégicas. Entre las instituciones más representativas se encuentran Parsons School of Design, Rhode Island School of Design (RISD), School of Visual Arts (SVA), Pratt Institute, así como universidades públicas como la University of California y la University of Toronto (Tabla 13).

Tabla 13. Oferta educativa en América del Norte

Nombre del PE	Nombre de la IES	País	Modalidad	Duración
BFA in Graphic Design	Rhode Island School of Design	Estados Unidos de América	Sin información	12 cuatrimestres
B.A. in Design Media Arts	University of California, Los Angeles (UCLA)	Estados Unidos de América	Sin información	Sin información
Art, Emphasis in Graphic Design (B.A.)	San Diego State University (SDSU)	Estados Unidos de América	Escolarizada	8 semestres
Design + Visual Studies (Major)	University of Toronto	Canadá	Sin información	Sin información
Bachelor of Design in Graphic Design	Ontario College of Art & Design University	Canadá	Escolarizada	4 años
B.F.A. in Graphic Design	Savannah College of Art and Design	Estados Unidos de América	A distancia	Sin información
Bachelor of Design (Communication Design)	Emily Carr University of Art + Design	Canadá	Sin información	4 años
Bachelor of Design (Interaction Design)	Emily Carr University of Art + Design	Canadá	Sin información	4 años

Nombre del PE	Nombre de la IES	País	Modalidad	Duración
BFA Design	School of Visual Arts– New York	Estados Unidos de América	Sin información	4 años
Undergraduate programs (Parsons)	The New School (Parsons School of Design)	Estados Unidos de América	Escolarizada	4 años
BFA in Design (Major in Design)	Concordia University (Montréal)	Canadá	Escolarizada	3 a 4 años
B.S. in Visual Communication Design	San Francisco State University	Estados Unidos de América	Sin información	2.5 años

Fuente: elaboración propia.

En Centro y Sudamérica, la formación en diseño presenta una combinación de tradiciones gráficas consolidadas y procesos de actualización disciplinar. Las denominaciones más frecuentes incluyen Diseño Gráfico, Diseño en Comunicación Visual, Diseño de la Comunicación y Diseño Multimedial. La oferta se distribuye entre universidades públicas y privadas, con una duración promedio de cuatro a cinco años, y una modalidad mayoritariamente presencial, aunque con un crecimiento gradual de esquemas híbridos. El enfoque suele privilegiar la formación conceptual, cultural y proyectual, incorporando progresivamente componentes estratégicos, tecnológicos y de gestión. Destacan instituciones como la Universidad de Buenos Aires (UBA), la Universidad Nacional de Colombia, la Pontificia Universidad Católica de Chile, la Universidad de Palermo y la Universidad de São Paulo, entre otras (Tabla 14).

Tabla 14. Oferta educativa en Centro y Sudamérica

Nombre del PE	Nombre de la IES	País	Modalidad	Duración
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina	Argentina	Escolarizada	10 semestres
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad de Palermo, Argentina	Argentina	Escolarizada / En línea	9 cuatrimestres

Nombre del PE	Nombre de la IES	País	Modalidad	Duración
Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual	Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), Chile	Chile	Sin información	10 semestres
Licenciatura en Diseño Digital y Visual	Universidade de São Paulo (USP), Brasil	Brasil	Sin información	10 semestres
Licenciatura en Diseño Gráfico	Universidad del Azuay	Ecuador	Presencial	8 semestres
Diseño Gráfico	Universidad del Valle (Colombia)	Colombia	Escolarizada	10 semestres
Diseño Gráfico	Universidad de la República (Uruguay)	Uruguay	Escolarizada	6 años
Diseño Gráfico	Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín (URBE) – Maracaibo	Venezuela	Sin información	10 semestres
Diseño en Visualidad y Medios	Universidad de Chile	Chile	Escolarizada	10 semestres
Diseño Gráfico	Universidad Mayor (Santiago, Chile)	Chile	Escolarizada	10 semestres

En Europa, los programas de diseño se distinguen por una fuerte articulación entre teoría, práctica, investigación y contexto sociocultural. Las denominaciones más comunes incluyen Graphic Design, Visual Communication, Communication Design y Design Studies. Predomina una estructura de tres años para licenciatura (Bachelor) y uno o dos años para posgrado (Máster), conforme al Espacio Europeo de Educación Superior. La oferta se concentra tanto en instituciones públicas como privadas, con una amplia implementación de modalidades presenciales e híbridas. El enfoque europeo enfatiza el pensamiento crítico, la investigación basada en el diseño, la experimentación visual y la responsabilidad social, con menor orientación instrumental. Entre las instituciones más reconocidas se encuentran la Royal College of Art, la University of the Arts London, la Politecnico di Milano, la Bauhaus-Universität Weimar y la Aalto University (Tabla 15).

Tabla 15. Oferta educativa en Europa

Nombre del PE	Nombre de la IES	PAÍS	Modalidad	Duración
BA (Hons) Graphic Communication Design (CSM)	University of the Arts London – Central Saint Martins	Reino Unido	Escolarizada	3 años
Programme Finder (referente de posgrado en diseño)	Royal College of Art	Reino Unido	Sin información	Sin información
Communication Design (Laurea)	Politecnico di Milano	Italia	Sin información	3 años
BA Design – Visual Communication (Major)	Zurich University of the Arts	Suiza		6 semestres
Kommunikationsdesign Online	KW Design Akademie (Kunstschule Wandsbek)	Alemania	A distancia	7 semestres
Design and Media (BA + MA)	Aalto University – School of Arts, Design and Architecture	Finlandia	Escolarizada	5 años
Informations design (BA)	FH JOANNEUM (Austria)	Austria	Escolarizada	3 años
Grado en Diseño	Universitat de Barcelona	España	Escolarizada	4 años
Bachelor of Information Design	Universität für Gestaltung Graz, Austria	Austria	Presencial	3 años
Bachelor of Arts in Arts and Design	Universidad de Barcelona, España	España	Presencial	4 años
Bachelor of Arts in Graphic Design	Prince's School of Traditional Arts	Reino Unido	Sin información	Sin información

En Asia, particularmente en países como Japón, Corea del Sur y China, los programas en diseño se caracterizan por una integración avanzada de tecnología, innovación y cultura visual. Las denominaciones incluyen Visual Communication Design, Graphic Design, Digital Media Design y Creative Design (Tabla 16). La formación se ofrece principalmente en instituciones públicas y privadas de alto prestigio, con una duración promedio de

cuatro años, y una fuerte incorporación de entornos digitales, laboratorios tecnológicos y modalidades híbridas. El enfoque se orienta a la producción visual avanzada, el diseño de experiencias, la interacción humano–tecnología y la innovación aplicada. Entre las instituciones más relevantes se encuentran la Tokyo University of the Arts, la Hong Kong Polytechnic University, la Tsinghua University y la Seoul National University.

Tabla 16. Oferta educativa en Asia

Nombre del Programa Educativo	Nombre de la Institución de Educación Superior	PAÍS	Modalidad	Duración
Bachelor of Fine Arts in Graphic Design	Beijing Film Academy	China	Sin información	Sin información
Bachelor of Arts in Design and Visual Communications	Kyoto University of Art and Design	Japón	Sin información	Sin información
Bachelor of Fine Arts in Design	Nanyang Academy of Fine Arts	Singapur	Híbrida	3 años
Bachelor of Arts in Visual Design	Hong Kong Polytechnic University	Hong Kong	Escolarizada	4 años
Bachelor of Fine Arts in Graphic Design	India School of Design and Innovation	India	Sin información	4 años
Bachelor of Arts in Digital Art and Design	Tokyo University of the Arts	Japón	Escolarizada	4 años
Bachelor of Arts in Multimedia and Graphic Design	Korea National University of Arts	Corea del Sur	Sin información	Sin información
Bachelor of Arts in Design	University of the Philippines College of Fine Arts	Filipinas	Sin información	4 años
Bachelor of Arts in Visual Communication Design	National Taiwan University of Arts	Taiwán	Sin información	5 años
Bachelor of Arts in Graphic Design	Yonsei University	Corea del Sur	Sin información	Sin información

El análisis comparativo de la formación en Diseño Gráfico y Comunicación Visual a nivel regional, estatal, nacional e internacional permite identificar un panorama amplio y diverso, pero también evidencia oportunidades de diversificación de la oferta educativa en estas disciplinas. Este análisis permite concluir que, si bien existen programas educativos relacionados con el diseño gráfico y la comunicación visual en los distintos niveles geográficos, se identifica una oportunidad clara y pertinente para el desarrollo de un programa que articule de manera integral el diseño y la comunicación visual desde una perspectiva estratégica, metodológica y crítica, con modalidad semipresencial, trayectorias formativas flexibles. Esta propuesta permitiría atender las necesidades

locales y estatales, alinearse con tendencias nacionales e internacionales, y fortalecer la vocación social y de vanguardia de la Universidad Autónoma de Baja California (Tabla 17).

Tabla 17. Síntesis de la oferta educativa

Nivel	Ámbito	Enfoque formativo predominante	Modalidad común	Duración mínima
Local (Ensenada)	Privadas	Producción visual, dominio técnico y creatividad aplicada	Presencial	3
Estatal (Baja California)	Públicas y privadas	Formación disciplinar con énfasis técnico-creativo	Presencial	3
Nacional (México)	Públicas y privadas	Teórico-disciplinar (público) / técnico-empleabilidad (privado), estratégico	Presencial; híbrida incipiente	3
Internacional	Públicas y privadas	Estratégico, metodológico, interdisciplinario	Presencial e híbrida	2.5

Análisis comparativo de perfiles de egreso en programas afines al diseño y la comunicación visual

La síntesis comparativa de los perfiles de egreso permite identificar diferencias en la orientación formativa de los programas analizados en los distintos niveles geográficos. En los contextos local y estatal se observa una mayor concentración en el desarrollo de habilidades orientadas a la producción gráfica y al uso de herramientas digitales, mientras que en los ámbitos nacional e internacional se incorporan con mayor claridad componentes metodológicos, analíticos y de gestión. Asimismo, se identifica que el enfoque estratégico del diseño se presenta de manera más explícita en programas internacionales, donde se integra el análisis del contexto, la toma de decisiones y la articulación de procesos de comunicación visual. Esta tendencia evidencia una ampliación del campo disciplinar hacia enfoques que trascienden la producción y que incorporan dimensiones conceptuales y estratégicas en la formación profesional. En este sentido, el análisis permite reconocer una oportunidad para estructurar un perfil de egreso que integre de manera consistente competencias disciplinares, metodológicas, tecnológicas y

estratégicas, en correspondencia con las transformaciones del campo del diseño y la comunicación visual (Tabla 18).

Tabla 18. Análisis comparativo de perfiles de egreso en programas afines al diseño y la comunicación visual

Categoría	Local (Ensenada)	Estatal (Baja California)	Nacional (México)	Internacional	Tendencia identificada
Competencias disciplinares	Predomina la formación orientada a la producción gráfica y la comunicación visual aplicada, con énfasis en el desarrollo de piezas visuales.	Se observa la incorporación de fundamentos del diseño y comunicación visual, con mayor formalización conceptual.	Se identifica una articulación entre fundamentos teóricos, comunicación visual y desarrollo de proyectos de diseño.	Se reconoce el diseño como sistema de comunicación que integra análisis conceptual y comprensión del contexto.	Evolución hacia una comprensión del diseño como disciplina estructurada con base conceptual y contextual.
Competencias metodológicas	Se identifica la aplicación del proceso de diseño con énfasis en la ejecución de productos.	Se observa la incorporación de etapas del proceso de diseño con mayor claridad metodológica.	Se reconoce la integración de investigación, conceptualización y evaluación dentro del desarrollo de proyectos.	Se identifica el uso de metodologías de diseño basadas en investigación y análisis de contexto.	Consolidación de enfoques metodológicos estructurados orientados a la investigación y al análisis.
Competencias tecnológicas	Predomina el uso de herramientas digitales para la producción gráfica.	Se observa una mayor integración de herramientas digitales en los procesos de diseño.	Se incorpora el uso de medios digitales, multimedia y plataformas de comunicación visual.	Se identifica la integración de tecnologías digitales, sistemas interactivos y medios emergentes.	Ampliación del dominio tecnológico hacia entornos digitales y sistemas de comunicación complejos.
Competencias estratégicas	No se identifican de manera explícita en los perfiles de egreso analizados.	Se observa una presencia limitada, generalmente vinculada a la comunicación o al contexto del proyecto.	Se identifican en programas específicos que incorporan elementos de análisis de contexto y orientación a mercado.	Se reconoce de manera explícita el pensamiento estratégico, la toma de decisiones y el análisis contextual como parte del perfil profesional.	Incorporación progresiva del enfoque estratégico en la formación en diseño.

Categoría	Local (Ensenada)	Estatad (Baja California)	Nacional (México)	Internacional	Tendencia identificada
Competencias transversales	Se incluyen de manera general elementos como creatividad y trabajo en equipo.	Se observa la incorporación de habilidades de comunicación y colaboración.	Se identifican competencias relacionadas con pensamiento crítico, trabajo interdisciplinario y gestión.	Se reconoce la integración de capacidades analíticas, trabajo interdisciplinario y gestión de proyectos.	Fortalecimiento de competencias transversales orientadas a la complejidad del ejercicio profesional.

La síntesis comparativa de los perfiles de egreso permite identificar diferencias en la orientación formativa de los programas analizados en los distintos niveles geográficos. En los contextos local y estatal se observa una mayor concentración en el desarrollo de habilidades orientadas a la producción gráfica y al uso de herramientas digitales, mientras que en los ámbitos nacional e internacional se incorporan con mayor claridad componentes metodológicos, analíticos y de gestión. Asimismo, se identifica que el enfoque estratégico del diseño se presenta de manera más explícita en programas internacionales, donde se integra el análisis del contexto, la toma de decisiones y la articulación de procesos de comunicación visual. Esta tendencia evidencia una ampliación del campo disciplinar hacia enfoques que trascienden la producción y que incorporan dimensiones conceptuales y estratégicas en la formación profesional. En este sentido, el análisis permite reconocer una oportunidad para estructurar un perfil de egreso que integre de manera consistente competencias disciplinares, metodológicas, tecnológicas y estratégicas, en correspondencia con las transformaciones del campo del diseño y la comunicación visual.

3.3. Análisis de organismos nacionales e internacionales.

Objetivo general

Analizar los referentes nacionales e internacionales que establecen competencias, contenidos de dominio y prácticas profesionales en el campo del diseño y la comunicación visual, mediante la revisión de organismos acreditadores, asociaciones profesionales y

evaluaciones externas, para fundamentar la creación del plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Método

El proceso metodológico empleado para el análisis de organismos nacionales e internacionales se estructuró a partir de una investigación documental en dos dimensiones. En primer lugar, se realizó la identificación y revisión de marcos de referencia, guías de evaluación y documentos emitidos por organismos acreditadores, asociaciones profesionales, cámaras y colegios, tanto a nivel nacional como internacional, con el propósito de reconocer los criterios que orientan la formación y el ejercicio profesional en el campo del diseño y la comunicación visual.

En segundo lugar, se llevó a cabo el análisis de la información obtenida a partir de estos documentos, así como de evaluaciones externas como el Examen General para el Egreso de la Licenciatura (EGEL), con el fin de identificar las competencias, contenidos de dominio y prácticas profesionales que se establecen o recomiendan para la formación de diseñadores.

Finalmente, la información se sistematizó mediante la organización de los elementos identificados en categorías relacionadas con competencias profesionales, contenidos formativos y prácticas del ejercicio del diseño, lo que permitió documentar los referentes que sustentan la construcción del plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual.

Resultados

Organismos nacionales: criterios, competencias y prácticas

En el contexto nacional, la calidad de los programas educativos se sustenta en referentes establecidos por organismos especializados en evaluación y acreditación. En el campo del diseño, el Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño (COMAPROD) define criterios específicos orientados a la formación disciplinar, mientras que los Comités

Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) establecen un modelo general aplicable a todos los programas de educación superior. Ambos organismos coinciden en la necesidad de garantizar la congruencia entre el perfil de egreso, el plan de estudios y las condiciones de operación del programa educativo.

El modelo de evaluación de los CIEES se organiza en cinco ejes y doce categorías que abarcan desde los propósitos del programa hasta los resultados y las condiciones institucionales, incluyendo el currículo, la trayectoria de los estudiantes y los recursos académicos. Este enfoque permite valorar de manera integral la calidad del programa, considerando tanto su fundamentación como su implementación y sus resultados. En este sentido, la evaluación no se limita a la estructura curricular, sino que también incorpora elementos como la infraestructura, el personal académico y los servicios de apoyo. Esta perspectiva amplía el análisis hacia las condiciones que hacen posible el logro del perfil de egreso.

Los lineamientos de COMAPROD y los criterios de evaluación de CIEES permiten identificar un conjunto de competencias y contenidos de dominio que orientan la formación en diseño. En ambos casos, se reconoce la importancia de establecer con claridad los propósitos del programa y el perfil de egreso, como elementos que articulan el diseño curricular y guían la formación profesional. Desde la perspectiva de CIEES, el perfil de egreso debe expresar las competencias, conocimientos y habilidades que el estudiante adquiere al concluir su formación, en coherencia con las necesidades del entorno profesional.

En términos de contenidos de dominio, COMAPROD enfatiza la integración de fundamentos teóricos del diseño, la comunicación visual, la historia y las metodologías proyectuales, mientras que CIEES destaca la relevancia del modelo educativo y el plan de estudios como ejes estructurantes del programa. Estos elementos deben articularse de manera coherente para asegurar que los contenidos formativos contribuyan al logro de los propósitos del programa. Asimismo, ambos organismos coinciden en la necesidad

de incorporar procesos de investigación, análisis de contexto y desarrollo de proyectos como parte central de la formación.

Adicionalmente, los CIEES incorporan la formación integral como un componente relevante, que incluye el desarrollo de habilidades complementarias, tales como el dominio de lenguas, competencias digitales, pensamiento crítico y trabajo en equipo. Este enfoque amplía la formación más allá de los contenidos disciplinares, integrando capacidades que responden a las demandas del entorno profesional contemporáneo. En este sentido, la estructura curricular debe contemplar tanto contenidos específicos del diseño como elementos formativos transversales que fortalezcan el desempeño profesional.

En relación con las prácticas profesionales, COMAPROD y CIEES coinciden en la importancia de vincular la formación académica con el entorno profesional. Esta vinculación se expresa mediante prácticas profesionales, estancias, proyectos con organizaciones externas y experiencias de aprendizaje en contextos reales. Desde la perspectiva de CIEES, estas actividades forman parte del seguimiento de la trayectoria del estudiante y contribuyen al desarrollo de competencias necesarias para el ejercicio profesional.

Asimismo, los CIEES otorgan relevancia a los resultados del programa y al desempeño de los estudiantes como indicadores de calidad. La evaluación del aprendizaje, el seguimiento de egresados, la empleabilidad y la participación en evaluaciones externas constituyen elementos clave para valorar la pertinencia del programa educativo. En este sentido, la evaluación se concibe como un proceso continuo que permite retroalimentar el diseño curricular y mejorar la calidad del programa.

Por otra parte, ambos organismos destacan la importancia de contar con condiciones institucionales adecuadas para el desarrollo del programa, incluyendo la calidad del personal académico, la infraestructura y los servicios de apoyo. Estos elementos son considerados fundamentales para asegurar el cumplimiento de los propósitos del programa y el logro del perfil de egreso. Finalmente, se reconoce la dimensión ética y la

responsabilidad social como componentes relevantes de la formación, lo que implica la preparación de profesionales capaces de intervenir en contextos sociales con criterios de pertinencia, responsabilidad y compromiso con su entorno.

En conjunto, los referentes analizados permiten establecer una relación coherente entre competencias, contenidos de dominio y prácticas profesionales, en tanto elementos que estructuran la formación en diseño desde una perspectiva articulada. Esta correspondencia evidencia la necesidad de un diseño curricular que integre de manera consistente los fundamentos conceptuales, los procesos metodológicos y las condiciones de aplicación en contextos reales. Asimismo, se identifica que estos componentes deben responder a criterios de pertinencia, calidad y actualización disciplinar, en congruencia con los lineamientos de los organismos nacionales. Esta integración constituye un referente para orientar la organización del plan de estudios y asegurar su correspondencia con las exigencias del ejercicio profesional contemporáneo. La siguiente tabla sintetiza los lineamientos de COMAPROD y CIEES, en relación con la vinculación con el entorno profesional y los procesos de evaluación del programa (Tabla 19).

Tabla 19. Síntesis de lineamientos internacionales para la formación en diseño (COMAPROD y CIEES)

Dimensión	Elemento identificado	Descripción
Competencias	Definición del perfil de egreso	Capacidad para integrar conocimientos, habilidades y actitudes coherentes con los propósitos del programa y las necesidades del entorno profesional.
	Pensamiento crítico y analítico	Capacidad para analizar problemáticas, interpretar contextos y fundamentar decisiones dentro del proceso de diseño.
	Desarrollo de proyectos de diseño	Capacidad para integrar investigación, conceptualización, desarrollo y evaluación de soluciones de comunicación visual.
	Trabajo colaborativo	Capacidad para participar en equipos interdisciplinarios y coordinar procesos de trabajo en contextos profesionales.

Dimensión	Elemento identificado	Descripción
	Formación integral	Desarrollo de habilidades complementarias como comunicación, pensamiento crítico, dominio de lenguas y competencias digitales.
Contenidos de dominio	Fundamentos del diseño y comunicación visual	Integración de teoría del diseño, historia, lenguajes visuales y sistemas de significación.
	Metodologías de diseño	Procesos estructurados que incluyen análisis del problema, investigación, conceptualización y evaluación de soluciones.
	Modelo educativo y plan de estudios	Organización curricular coherente con los propósitos del programa y el perfil de egreso.
	Formación integral complementaria	Incorporación de contenidos como lenguas adicionales, habilidades digitales y competencias transversales.
	Tecnologías y producción	Uso de herramientas digitales y procesos técnicos para la producción de mensajes visuales.
Prácticas de la profesión	Vinculación con el entorno profesional	Desarrollo de prácticas profesionales, estancias y proyectos con organizaciones externas.
	Proyectos integradores	Desarrollo de proyectos que articulan conocimientos teóricos y prácticos en contextos reales.
	Evaluación del aprendizaje	Uso de mecanismos de evaluación para verificar el logro del perfil de egreso y las competencias.
	Seguimiento de egresados	Análisis de empleabilidad, desempeño profesional y retroalimentación para la mejora del programa.
	Responsabilidad social y ética	Formación orientada a la actuación profesional con criterios éticos y compromiso social.

Organismos y referentes internacionales

Los referentes internacionales en el campo del diseño permiten analizar la formación profesional desde una perspectiva que integra criterios disciplinares, académicos y prospectivos. En este sentido, los planteamientos del International Council of Design (ICoD) se articulan con los estándares establecidos por la National Association of Schools of Art and Design (NASAD), mientras que los aportes de la American Institute of Graphic Arts (AIGA) permiten contextualizar el enfoque contemporáneo del diseño en relación con las transformaciones del entorno profesional. Esta integración posibilita comprender la formación en diseño como un proceso que responde tanto a estructuras académicas formales como a dinámicas emergentes del campo disciplinar.

En relación con las competencias, ICoD enfatiza el desarrollo del pensamiento crítico y estratégico, así como la integración entre teoría, investigación y práctica, mientras que NASAD establece la necesidad de formar profesionales con capacidades para la resolución de problemas y la toma de decisiones fundamentadas. De manera complementaria, AIGA incorpora una perspectiva orientada a la anticipación de escenarios y la comprensión del diseño como una disciplina que opera en contextos dinámicos y en constante transformación. En este marco, las 130 Recomendaciones para el Futuro del Diseño en América Latina (en adelante, Agenda 2026–2030), derivadas del I Simposio Internacional Agenda del Diseño 2026–2030, constituyen un referente de discusión académica reciente en el campo del diseño (Universidad de Palermo, 2025) y enfatizan la necesidad de formar diseñadores con capacidad para vincular su práctica con problemáticas sociales y contextos profesionales reales. Esta convergencia permite identificar un conjunto de competencias que articulan análisis, proyección y aplicación del conocimiento en el desarrollo de soluciones de comunicación visual.

En cuanto a los contenidos de dominio, ICoD propone la integración de fundamentos del diseño, metodologías proyectuales, tecnologías y análisis del contexto social y cultural, mientras que NASAD enfatiza la organización estructurada del currículo en función del perfil de egreso. En este marco, AIGA complementa estos enfoques al señalar la

relevancia de incorporar contenidos vinculados con la innovación, las tendencias emergentes y la evolución del campo del diseño. De manera complementaria, Agenda 2026–2030 señala la importancia de integrar tecnologías emergentes y fortalecer la investigación en diseño como componentes centrales de la formación contemporánea, así como promover estructuras curriculares flexibles que respondan a contextos cambiantes (Universidad de Palermo, 2025). Esta articulación permite establecer una base formativa que integra conocimientos disciplinares con criterios académicos y con una orientación hacia la actualización del campo profesional.

Respecto a las prácticas de la profesión, los tres referentes coinciden en la importancia de vincular la formación con el ejercicio profesional mediante proyectos en contextos reales, trabajo interdisciplinario y evaluación de resultados. En este sentido, AIGA aporta una visión que enfatiza la relación entre el diseño y su impacto en distintos contextos, así como la necesidad de considerar escenarios futuros en la práctica profesional. En concordancia con lo anterior, Agenda 2026–2030 plantea la necesidad de articular la enseñanza del diseño con problemáticas sociales y contextos profesionales reales, lo que refuerza la pertinencia social de la formación y su vinculación con el entorno (Universidad de Palermo, 2025). Esta integración permite configurar un marco que orienta la formación hacia la aplicación del conocimiento en situaciones reales, su evaluación y su proyección en contextos cambiantes.

Con base en el análisis de los organismos y referentes internacionales, se identificaron elementos comunes que permiten organizar las competencias, contenidos de dominio y prácticas de la profesión en el campo del diseño. Estos elementos se derivan de la revisión de lineamientos disciplinares, criterios académicos y aportes prospectivos que orientan la formación profesional en distintos contextos. En este sentido, la siguiente tabla presenta una síntesis de los principales lineamientos identificados, organizada en dimensiones que permiten reconocer la articulación entre la formación teórica, metodológica y aplicada, así como su correspondencia con las tendencias contemporáneas del diseño y la comunicación visual (Tabla 20).

Tabla 20. Síntesis de lineamientos internacionales para la formación en diseño (ICoD, NASAD y Agenda 2026–2030)

Dimensión	Elemento identificado	Descripción
Competencias	Pensamiento crítico y estratégico	Capacidad para analizar contextos sociales, culturales y tecnológicos y orientar decisiones de diseño.
	Resolución de problemas de diseño	Capacidad para desarrollar soluciones en función de objetivos, contexto y usuarios.
	Integración teoría– investigación–práctica	Capacidad para articular procesos de investigación, conceptualización y desarrollo de proyectos.
	Toma de decisiones fundamentadas	Capacidad para seleccionar y justificar soluciones en procesos de diseño.
	Interdisciplinariedad	Capacidad para integrar conocimientos de distintas áreas en el desarrollo de proyectos.
Contenidos de dominio	Fundamentos del diseño	Integración de teoría, historia y principios del diseño como base disciplinar.
	Metodologías proyectuales	Procesos de análisis, conceptualización, desarrollo y evaluación de soluciones.
	Tecnologías y producción	Uso de herramientas digitales y sistemas contemporáneos de comunicación visual.
	Organización curricular	Estructuración de contenidos en función del perfil de egreso y objetivos formativos, incorporando criterios de flexibilidad curricular que permitan su adaptación a contextos cambiantes.
	Integración de conocimientos	Articulación entre conocimientos teóricos, técnicos y analíticos.
	Investigación en diseño y tecnologías emergentes	Integración de procesos de investigación aplicada y uso de tecnologías emergentes como componentes centrales en la formación contemporánea.
Prácticas de la profesión	Proyectos en contextos reales	Desarrollo de proyectos vinculados con organizaciones, problemáticas sociales y contextos profesionales reales.
	Prácticas profesionales y vinculación	Experiencias de formación en interacción con sectores públicos, privados y sociales.
	Trabajo interdisciplinario	Desarrollo de proyectos colaborativos con otras disciplinas.

Dimensión	Elemento identificado	Descripción
	Evaluación del aprendizaje	Verificación del logro de competencias mediante procesos de evaluación.
	Seguimiento de egresados	Evaluación del desempeño profesional posterior a la formación.
	Responsabilidad social del diseño	Desarrollo de proyectos con implicaciones sociales, culturales y ambientales, orientados a la pertinencia social de la disciplina.

Evaluaciones externas: EGEL (CENEVAL)

El Examen General para el Egreso de la Licenciatura (EGEL) del Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior constituye un referente nacional para valorar el nivel de logro de las competencias profesionales al término de la formación universitaria. En el campo del diseño gráfico, este instrumento permite identificar el grado de dominio de conocimientos y habilidades en relación con estándares profesionales, lo que lo posiciona como un mecanismo de evaluación externa que contribuye al aseguramiento de la calidad educativa y al seguimiento del desempeño de las personas egresadas.

Áreas de evaluación y su correspondencia con la formación disciplinar (EGEL Plus Diseño)

El EGEL Plus Diseño estructura la evaluación del desempeño profesional en tres áreas que sintetizan las funciones sustantivas del campo del diseño gráfico. Esta organización responde a una lógica procesual del diseño, en la cual se integran dimensiones analíticas, proyectuales, técnicas y de gestión. Dichas áreas permiten establecer un referente externo para valorar la congruencia entre la formación académica y las demandas del ejercicio profesional.

La primera área, Diseño de Comunicación Visual, se orienta a la capacidad de analizar y resolver problemáticas de comunicación mediante la aplicación de fundamentos teóricos, metodológicos y conceptuales del diseño. Esta área incorpora el uso de lenguajes visuales, códigos de significación y procesos de pensamiento creativo y estratégico. En términos curriculares, esta dimensión se vincula con unidades de aprendizaje

relacionadas con teoría del diseño, comunicación visual, metodologías de diseño, conceptualización y desarrollo del pensamiento creativo. Su énfasis radica en la construcción de soluciones pertinentes a partir de la comprensión del contexto, el usuario y los objetivos comunicativos, lo cual corresponde con la fase de investigación y conceptualización del proceso de diseño (CENEVAL, 2023).

La segunda área, Gestión de Proyectos de Diseño Visual, aborda la planificación, organización y ejecución de proyectos en contextos profesionales. Esta área integra la investigación aplicada, la toma de decisiones, la administración de recursos y el trabajo colaborativo, considerando aspectos normativos y criterios de sustentabilidad. Desde la perspectiva curricular, esta dimensión se articula con contenidos de gestión del diseño, administración de proyectos, emprendimiento y vinculación con el entorno productivo. Asimismo, implica el desarrollo de competencias relacionadas con la coordinación de equipos interdisciplinarios y la implementación de estrategias que aseguren la viabilidad de las propuestas. Esta área refleja una ampliación del campo disciplinar hacia funciones estratégicas y de gestión, más allá de la producción formal de piezas visuales (CENEVAL, 2023).

La tercera área, Producción de Proyectos de Diseño, se centra en la materialización de soluciones de comunicación visual mediante el uso pertinente de tecnologías, medios y procesos de producción. Esta dimensión evalúa la capacidad de seleccionar sistemas análogos y digitales, preparar archivos, controlar la calidad y garantizar la reproducción adecuada de los productos de diseño. En el ámbito curricular, esta área se relaciona con asignaturas de producción gráfica, tecnologías digitales, medios audiovisuales y procesos de impresión y reproducción. Su enfoque se orienta a la resolución técnica de los proyectos, en coherencia con criterios de calidad, eficiencia y responsabilidad en el uso de recursos (CENEVAL, 2023).

En conjunto, las tres áreas del EGEL configuran un modelo integral del ejercicio profesional del diseño, el cual transita desde la comprensión del problema hasta la implementación de soluciones. Esta estructura presenta una correspondencia directa con

el enfoque por competencias, al integrar saberes conceptuales, procedimentales y actitudinales en contextos de aplicación. Desde la perspectiva del diseño curricular, esta alineación permite validar la pertinencia de los contenidos formativos y orientar la organización de las unidades de aprendizaje en función de un proceso de diseño completo, articulado y evaluable.

4. Conclusiones

El análisis integral de pertinencia social, factibilidad y referentes permite establecer que el campo del diseño y la comunicación visual presenta condiciones favorables para la creación de un nuevo programa educativo con enfoque estratégico. La articulación entre los estudios desarrollados evidencia que la propuesta responde a necesidades reales del entorno, tanto en términos sociales como económicos y disciplinares. En este sentido, la creación de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual se sustenta en información empírica, análisis documental y revisión de tendencias del campo profesional.

Desde la perspectiva de pertinencia social, el contexto regional muestra una configuración demográfica caracterizada por una alta proporción de población joven en edad universitaria. Esta condición representa una base sólida de demanda potencial para la educación superior, particularmente en áreas vinculadas con la comunicación y la creatividad. A ello se suma la diversidad económica de la ciudad de Ensenada, que integra sectores productivos que requieren soluciones de comunicación visual de manera constante.

Las problemáticas sociales permiten identificar la necesidad de profesionales capaces de intervenir en contextos complejos de comunicación. La saturación de información, la diversidad cultural y la transformación de los entornos digitales generan escenarios en los que el diseño y la comunicación visual adquieren un papel central en la mediación entre información y sociedad. En consecuencia, ambas disciplinas contribuyen a la comprensión, interpretación y apropiación de contenidos en distintos ámbitos.

El análisis prospectivo confirma que el campo del diseño y la comunicación visual se encuentra en un proceso de transformación asociado con cambios tecnológicos, económicos y culturales. La integración digital, la expansión de sistemas interactivos y la incorporación de tecnologías emergentes, redefinen las competencias requeridas en el ejercicio profesional. Este escenario exige una formación que trascienda el dominio

técnico-estético y que incorpore capacidades analíticas, estratégicas y de toma de decisiones.

En el ámbito del mercado laboral, los resultados muestran una demanda sostenida de profesionales en diseño y comunicación visual. La participación predominante de micro y pequeñas empresas, así como la diversidad de sectores productivos, configuran un entorno laboral en el que el diseñador se inserta en estructuras organizacionales en las que asume funciones múltiples, lo que demanda competencias técnicas, comunicativas y de gestión.

La coexistencia de distintas modalidades de trabajo, incluyendo esquemas presenciales, híbridos y a distancia, confirma la necesidad de formar profesionistas capaces de desempeñarse en entornos laborales diversos. Asimismo, la presencia de modelos de contratación independientes evidencia que el ejercicio profesional del diseño no se limita al empleo formal, sino que se extiende hacia esquemas de colaboración por proyecto y autoempleo. Esta condición amplía las posibilidades de inserción laboral y requiere de una formación orientada a la adaptabilidad.

El estudio de egresados refuerza la pertinencia del campo disciplinar al demostrar una alta tasa de inserción laboral y una relación significativa entre la formación recibida y el desempeño profesional. Sin embargo, también identifica áreas de mejora relacionadas con la actualización de contenidos, la experiencia profesional y el fortalecimiento de competencias emergentes. Estos hallazgos orientan la necesidad de una propuesta curricular que responda de manera más precisa a las condiciones actuales del entorno laboral.

En relación con la oferta y la demanda educativa, se observa un interés significativo por parte de estudiantes de educación media superior en cursar estudios en el área del diseño y la comunicación visual. La disposición favorable hacia la modalidad semipresencial, así como las condiciones tecnológicas disponibles, permiten considerar la viabilidad operativa del programa. Este elemento resulta relevante en un contexto en el que la flexibilidad

educativa se posiciona como un factor clave para el acceso y permanencia en la educación superior.

La revisión de referentes disciplinares confirma que la formación en diseño y comunicación visual se orienta hacia modelos educativos que integran teoría, práctica y su relación con el entorno. Las tendencias actuales destacan la importancia de estructuras curriculares flexibles, la interdisciplinariedad y la vinculación con problemáticas sociales. Asimismo, se reconoce la necesidad de formar profesionales capaces de participar en procesos de innovación, comunicación y producción cultural en contextos complejos.

A partir de la integración de los estudios realizados, se concluye que la propuesta de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Comunicación Visual responde a una evolución del campo disciplinar que demanda enfoques formativos distintos a los modelos tradicionales. El énfasis en la dimensión estratégica del diseño permite articular la producción visual con procesos de análisis, planificación y evaluación, lo que amplía el alcance del ejercicio profesional.

La pertinencia del programa se sustenta en su capacidad para responder a las necesidades del entorno social, las demandas del mercado laboral y las tendencias del campo disciplinar. La formación de profesionales con competencias estratégicas en diseño y comunicación visual permite atender problemáticas relacionadas con la gestión de información, la construcción de identidades y la mediación cultural en contextos contemporáneos. Esta orientación contribuye al desarrollo de soluciones que trascienden la dimensión técnico-estética para incidir en procesos sociales y organizacionales.

En términos de factibilidad, el análisis de recursos, condiciones normativas y demanda potencial permite establecer que existen las condiciones necesarias para la implementación del programa. La infraestructura institucional, la disponibilidad de recursos humanos y la experiencia previa en programas afines constituyen una base sólida para su operación. Asimismo, la modalidad semipresencial permite optimizar recursos y ampliar el acceso a la educación superior.

La creación del programa también representa una oportunidad para fortalecer la vinculación entre la universidad y el entorno productivo. La incorporación de proyectos integradores, prácticas profesionales y esquemas de colaboración con el sector externo permite establecer una relación directa entre la formación académica y el ejercicio profesional. Este vínculo favorece la pertinencia del proceso formativo y facilita la inserción laboral de los egresados.

De manera complementaria, el programa educativo y su modalidad de impartición permiten contribuir al desarrollo regional mediante la formación de profesionales capaces de participar en sectores estratégicos de la economía local, al mismo tiempo que los prepara para incorporarse al mercado global. El diseño y la comunicación visual inciden en actividades relacionadas con el turismo, la industria creativa, el comercio y la innovación tecnológica. En este sentido, la formación de diseñadores con enfoque estratégico fortalece la capacidad del entorno para generar valor a partir de la comunicación visual.

Finalmente, la propuesta del programa educativo se justifica como una iniciativa innovadora que responde a los desafíos contemporáneos del diseño y la comunicación visual. Su enfoque formativo permite preparar profesionales capaces de analizar contextos, estructurar información y desarrollar soluciones pertinentes. De esta manera, la creación del programa contribuye al fortalecimiento de la oferta educativa, la atención de necesidades sociales y el desarrollo de capacidades profesionales acordes con las transformaciones del entorno.

Nota aclaratoria:

Se utilizó ChatGPT como herramienta de apoyo en la organización de ideas y de documento preliminares para la integración de algunos apartados. Su uso se limitó a funciones auxiliares de estructuración y no sustituyó el análisis crítico, la interpretación de resultados, ni la redacción académica sustantiva del documento.

5. Referencias

- American Institute of Graphic Arts [AIGA] (2018). *Design futures trends*.
<https://www.aiga.org/resources/design-futures-research>
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2018a). *Seguimiento de egresados: Una estrategia para la mejora de la calidad educativa*. ANUIES.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2018b). *Planeación de la educación superior en México*. ANUIES.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21.
<https://doi.org/10.2307/1511637>
- Buitrago López, Y. C., Morales-Holguín, A., & Muñoz Joven, L. A. (2023). Transformación curricular del diseño gráfico en la educación superior: Enfoques interdisciplinarios y complejos. Una revisión científica. *CONTEXTO. Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León*, 17(26), 126–140.
<https://doi.org/10.29105/contexto17.26-385>
- Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior [CENEVAL]. (2023). *Guía para el sustentante del Examen General para el Egreso de la Licenciatura en Diseño Gráfico (EGEL Plus Diseño)*. CENEVAL.
- Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior [CIEES]. (2018). *Ejes, categorías e indicadores para la evaluación de programas educativos presenciales*. CIEES. <https://www.ciees.edu.mx/documentos/Ejes-Categorias-e-Indicadores-Programas-Educativos-Presenciales-2018.pdf>
- Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño [COMAPROD]. (2022). *Guía para la evaluación con fines de acreditación de programas de diseño*.
https://e4e48d74-6b18-4fb5-a5f6-12741ba4b69f.filesusr.com/ugd/0e68d8_182d0db8c1d04738bb9e6e283d5c3b09.pdf
- Consejo Nacional de Población. (2023). Proyecciones de la población de México y de las entidades federativas 2020–2070.

- Data México. (2024). Perfil económico de Ensenada, Baja California.
- Frascara, J. (2008). Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social. Ediciones Infinito.
- Gobierno del Estado de Baja California. (2022). Plan Estatal de Desarrollo 2022–2027.
- International Council of Graphic Design Associations [ICOGRADA]. (2011). *Icograda design education manifesto 2011*.
https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/Icograda%20Documents/IcogradaEducationManifesto_2011.pdf
- Instituto de Investigación en Diseño (2026). 130 Recomendaciones para el Futuro del Diseño en América Latina. Cuaderno 292. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (N.º 292). I Simposio Internacional Agenda del Diseño 2026-2030, 29(292). Universidad de Palermo.
<https://www.palermo.edu/dyc/130recomendaciones/130Recomendaciones.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020a). Censo de Población y Vivienda 2020. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020b). Tabulados de población por edad y sexo: Ensenada, Baja California. <https://www.inegi.org.mx/>
- Instituto Nacional Electoral [INE]. (2020). Análisis sociodemográfico de Baja California.
- National Association of Schools of Art and Design [NASAD]. (2024). *NASAD handbook 2024–25*. NASAD. https://nasad.arts-accredit.org/wp-content/uploads/sites/3/2024/11/AD_2024-25_Handbook_Final_11-19-2024.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación [UNESCO]. (2022). *Re/pensar las políticas para la creatividad: Plantear la cultura como un bien público global*.
<https://evemuseografia.com/wp-content/uploads/2022/07/380479spa-1.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación [UNESCO]. (2015). *Replantear la educación: ¿Hacia un bien común mundial?*. UNESCO Publishing.
- Organization for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2023). *OECD Skills Outlook 2023: Skills for a Resilient Green and Digital Transition*.
https://www.oecd.org/en/publications/oecd-skills-outlook-2023_27452f29-en.html

- Observatorio Laboral (2023). *Panorama laboral de las profesiones en México*. Secretaría del Trabajo y Previsión Social. <https://www.observatoriolaboral.gob.mx/>
- Organización Internacional del Trabajo (2021). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Tendencias 2021*. OIT.
- Secretaría de Educación Pública (2020). *Lineamientos para la elaboración y actualización de planes y programas de estudio en educación superior*. SEP.
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC] (2006). *Creación del Centro de Educación Abierta (CEA)*. UABC.
- Universidad Autónoma de Baja California. (2014). Estatuto del personal académico de la Universidad Autónoma de Baja California (reforma de octubre de 2014, vigente). Secretaría General. [https://sriagral.uabc.mx/Externos/AbogadoGeneral/index_html_files/ESTATUTO_PERSONAL_ACADEMICO_OCTUBRE2014\(VIGENTE\).pdf](https://sriagral.uabc.mx/Externos/AbogadoGeneral/index_html_files/ESTATUTO_PERSONAL_ACADEMICO_OCTUBRE2014(VIGENTE).pdf)
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC] (2015). *Transformación del Centro de Educación Abierta (CEA) a Centro de Educación Abierta y a Distancia (CEAD)*. UABC.
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC] (2018). Modelo educativo de la Universidad Autónoma de Baja California. UABC. <https://www.uabc.mx>
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC] (2020). Estudio de preferencias vocacionales y demanda de carreras profesionales de los estudiantes de Educación Media Superior de Baja California. Universidad Autónoma de Baja California.
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC] (2021). Licenciado en Diseño Gráfico. Propuesta de modificación del plan de estudios que presenta la Facultad de Arquitectura y Diseño, Mexicali, y la Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología, Valle de Las Palmas. Universidad Autónoma de Baja California. http://sriagral.uabc.mx/Secretaria_General/consejo/202110/31.pdf
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC] (2022). *Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital (CIAD): Documento institucional*. UABC.
- Universidad Autónoma de Baja California [UABC] y Sindicato de Profesores Superación Universitaria [SPSU]. (2024). Contrato colectivo de trabajo 2024–2025.

https://sriagral.uabc.mx/Externos/AbogadoGeneral/Tabuladores/2024/SPSU/ContratoColectivo_SPSU.pdf

Universidad de Palermo (2025). 130 recomendaciones para el futuro del diseño en América Latina. I Simposio Internacional: Agenda del Diseño 2026-2030. Universidad de Palermo. ISBN 978-950-9887-82-4.