

**PROGRAMA EDUCATIVO:**  
**LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA**  
**EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**PROGRAMA DE ASIGNATURA: DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA**

**CLAVE: E-DDM-2**

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante desarrollará soluciones gráficas a través de la utilización de herramientas de diseño digital y multimedia para crear proyectos creativos y funcionales.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Desarrollar e implementar planes estratégicos con enfoque a la creación de unidades estratégicas de negocios a partir del análisis situacional del entorno, la mezcla de mercadotecnia, las políticas internas y la normatividad vigente, para contribuir al logro de objetivos organizacionales y a una posición competitiva en el ámbito nacional e internacional, fomentando la economía social y solidaria.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	4	4.69	Escolarizada	5	75

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
I. Fundamentos de Diseño Digital	5	10	15
II. Diseño Digital	12	18	30
III. Multimedia: Producción y creación de contenido	12	18	30

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

<b>Totales</b>	<b>29</b>	<b>46</b>	<b>75</b>
----------------	-----------	-----------	-----------

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Desarrollar planes estratégicos con enfoque a la creación de unidades estratégicas de negocios A partir del análisis situacional del entorno, la mezcla de mercadotecnia, las políticas internas y la normatividad vigente.	Diseñar el producto o servicio mediante la asesoría técnica especializada, que lleve de la idea, investigación, diseño, desarrollo de prototipo, validación hasta la fabricación del producto, de acuerdo al estatus del proyecto, para impulsar el desarrollo local, cultural, social y económico de la región.	A partir del diseño de un producto, elaborar un proyecto que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- El modelo de negocio aplicable a la empresa.</li> <li>- Descripción del negocio: ventajas, filosofía y mercado.</li> <li>- Descripción del producto.</li> <li>- Análisis del entorno: económico, político, social, cultural, tecnológico, ambiental y legal.</li> <li>- Análisis de la industria: indicadores e interpretación.</li> </ul>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. Fundamentos de Diseño Digital					
Propósito esperado	El estudiante desarrollará una comprensión sólida de los principios fundamentales del diseño gráfico, para la creación de propuestas que comuniquen mensajes claros y creativos.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	5	Horas del Saber Hacer	10	Horas Totales	15

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Fundamentos del diseño	Explicar el concepto de diseño gráfico.  Explicar las funciones del diseño gráfico.  Explicar los fundamentos del diseño: elementos visuales, elementos conceptuales, elementos de relación y elementos prácticos.	Diseñar una propuesta gráfica que considere las funciones y fundamentos del diseño gráfico aplicando la etapa de bocetaje.	Mostrar Curiosidad al realizar investigaciones para proyectos gráficos  Mostrar Compromiso en el desarrollo de las actividades para generar propuestas de calidad
Teoría y psicología del color	Identificar el concepto de luz, color y propiedades del color.  Diferenciar la aplicación de los sistemas de color luz RGB y pigmento CMYK.  Explicar la psicología del color y su aplicación en el área mercadológica.	Diseñar un cartel publicitario usando la psicología del color y su aplicación mercadológica en formato impreso CMYK y digital RGB.	Adoptar una mentalidad flexible que permita la Adaptabilidad a diferentes situaciones sobre todo en los momentos de mayor presión para hacer frente a un entorno cambiante.
Tipografía	Explicar el concepto de tipografía.  Describir la clasificación tipográfica y su aplicación.	Construir un catálogo tipográfico y su función.  Proponer un diseño publicitario	Tener capacidad de comunicación en los procesos creativos para

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

		considerando el uso correcto de tipografías para una comunicación efectiva	lograr los objetivos y metas programadas.  Asumir el compromiso de trabajo en equipo para resolver problemáticas en su espacio de trabajo.
--	--	--	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	x
Prácticas en laboratorio Tareas de investigación Mapas conceptuales	Pintarrón Proyector Equipo de Cómputo Internet	Laboratorio / Taller	x
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden la función del diseño gráfico para poder comunicar mensajes empleando elementos visuales como colores, tipografías e imágenes para transmitir ideas de forma efectiva y atractiva.	A partir de un portafolio integrar una propuesta gráfica que contenga: elementos del diseño gráfico, aplicación y psicología del color, justificación tipográfica, justificación gráfica.	Lista de verificación
		Guías de observación

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	II. Diseño Digital					
Propósito esperado	El estudiante comprenderá los fundamentos del diseño, que involucran la narrativa visual, el uso de herramientas digitales y aplicaciones, así como la selección de los medios y formatos más apropiados para cada proyecto.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	12	Horas del Saber Hacer	18	Horas Totales	30

Temas	Saber	Saber Hacer	Ser y Convivir
	Dimensión Conceptual	Dimensión Actuacional	Dimensión Socioafectiva
Fundamentos del diseño audiovisual: narrativa visual y aplicación en la fotografía publicitaria.	Distinguir los tipos de planos, encuadres en la fotografía publicitaria  Identificar las características de la fotografía de productos esenciales para la publicidad en catálogos impresos y digitales, anuncios en revistas, etc.	Preparar un catálogo de producto publicitario a partir de una sesión fotográfica con diferentes encuadres y planos.	Fortalecer la capacidad de atención al detalle mediante la identificación meticolosa y el análisis profundo de elementos clave para resolver problemas en la formación académica o en el entorno personal.
Herramientas de diseño digital: Software y aplicaciones para diseño gráfico.	Identificar el software especializado de diseño gráfico vectorial, de edición de imágenes y fotografías.  Explicar el uso de herramientas de dibujo, texto, selección, transformación, efectos y color.	Crear un logotipo y elementos gráficos con el uso correcto en programas vectoriales.  Diseñar aplicaciones corporativas, promocionales y digitales.	Adoptar una mentalidad flexible que permita la adaptabilidad a diferentes situaciones sobre todo en los momentos de mayor

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	Explicar el uso de menús, paneles, capas y paletas.		presión para hacer frente a un entorno cambiante.
Diseño responsivo: diseños a diferentes soportes, dispositivos y pantallas.	<p>Enlistar los elementos de composición para medios impresos: cartel, volante, tríptico, díptico y tarjeta de presentación.</p> <p>Identificar los diseños para medios digitales.</p>	<p>Diseñar una propuesta gráfica que incluyan los componentes específicos de un anuncio publicitario</p>	<p>Mostrar Persistencia en los trabajos y diseños a desarrollar.</p> <p>Asumir el compromiso de trabajo en equipo para resolver problemáticas en su espacio de trabajo.</p>
Medios, Formatos y Técnicas de Impresión	<p>Identificar las características y requerimientos de los formatos de salida Impresos y digitales.</p> <p>Identificar los soportes, dispositivos y pantallas del diseño responsivo.</p> <p>Explicar los procesos de impresión y sus tipos (serigrafía, sublimación, DTF, vinil, hidrografía, transfer, entre otros).</p>	<p>Preparar una carpeta con formatos de salida digitales.</p> <p>Realizar una propuesta gráfica impresa.</p>	<p>Asumir Integridad ética en la toma de decisiones responsables y conscientes en cuanto a la creación de contenido publicitario.</p> <p>Desarrollar la habilidad de ser flexible en la ejecución de proyectos de diseño aplicado a los negocios, demostrando adaptabilidad a los cambios del cliente y del mercado para lograr resultados innovadores y satisfactorios.</p> <p>Aplicar la curiosidad en la creación de proyectos publicitarios.</p>

ELABORÓ:	DGUTyP	REVISÓ:	DGUTyP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

			<p>Ser una persona innovadora capaz de generar ideas y con apertura para aceptar nuevas ideas en el desarrollo de propuestas publicitarias</p> <p>Tener capacidad de comunicación en los procesos creativos para lograr los objetivos y metas programadas.</p>
--	--	--	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	
Prácticas en laboratorio Estudio de casos Equipos colaborativos	Pintarrón Proyector Equipo de Cómputo Internet Cámara Fotográfica / Celular con cámara Software especializado de diseño y fotografía Plataformas Aplicaciones móviles	Laboratorio / Taller	x
		Empresa	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes realizan propuestas gráficas en formatos digitales e impresos con el uso de programas vectoriales, plataformas y aplicaciones.	A partir de un caso práctico elabora una carpeta que contenga catálogo fotográfico de producto, presente las aplicaciones corporativas impresas y digitales.	Proyectos grupales y/o individuales Guías de observación

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	III. Multimedia: Producción y creación de contenido					
Propósito esperado	El estudiante aplicará los elementos del diseño multimedia para crear contenido interactivo y atractivo, adaptado a diferentes plataformas y audiencias.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	12	Horas del Saber Hacer	18	Horas Totales	30

Temas	Saber	Saber Hacer	Ser y Convivir
	Dimensión Conceptual	Dimensión Actuacional	Dimensión Socioafectiva
Elementos multimedia	Identificar los elementos multimedia, audio, video, animación, textos.  Identificar la aplicación de los elementos multimedia en los medios ATL y BTL.	Elaborar un cuadro sinóptico identificando los elementos multimedia.  Diseñar anuncios publicitarios en medios ATL y BTL.	Asumir <b>Integridad ética</b> en la toma de decisiones responsables y conscientes en cuanto a la creación de contenido publicitario.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

<p>Preproducción: storyboard y guion técnico.</p>	<p>Identificar los elementos de un spot publicitario, introducción, gancho, desarrollo, así como el uso de figuras retóricas en el contenido.</p> <p>Distinguir los tipos de un spot publicitario, mención, cuña, podcast, infomerciales, cintillos.</p> <p>Distinguir las herramientas en el proceso de preproducción de multimedia, guión literario, guión técnico (dos y tres columnas), escaleta y storyboard.</p>	<p>Elaborar un guión técnico de spot de radio.</p> <p>Elaborar un spot de radio.</p>	<p>Mostrar persistencia en los trabajos y diseños a desarrollar.</p> <p>Tener capacidad de comunicación en los procesos creativos para lograr los objetivos y metas programadas.</p> <p>Asumir el compromiso de trabajo en equipo para resolver problemáticas en su espacio de trabajo.</p>
<p>Producción multimedia: software y técnicas de video y audio.</p>	<p>Enlistar los componentes de la producción, locación, equipo técnico, iluminación, maquillaje de producto, grabación.</p> <p>Enlistar elementos técnicos de producción, manejo de cámara, movimientos de cámara, planos, perspectiva.</p> <p>Distinguir los tipos de micrófonos, unidireccionales, omnidireccionales, capacitores, dinámicos, ambientales, solapa.</p>	<p>Elaborar un storyboard.</p> <p>Realizar la grabación de un spot publicitario en video, considerando los elementos de producción.</p>	<p>Desarrollar la habilidad de ser flexible en la ejecución de proyectos de diseño aplicado a los negocios, demostrando adaptabilidad a los cambios del cliente y del mercado para lograr resultados innovadores y satisfactorios.</p> <p>Ser una persona innovadora capaz de generar ideas y con apertura para aceptar</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	Identificar los tipos de software para producción de audio y video, así como sus características		nuevas ideas en el desarrollo de propuestas publicitarias
Postproducción: Edición de audio y video.	<p>Identificar los conceptos y herramientas de la edición de audio y video (frame, keyframe, clip, composición, línea de tiempo).</p> <p>Clasificar los tipos de transiciones, efectos y animación.</p> <p>Identificar los conceptos de fase, bit, profundidad de bit, ecualización, modulación, volumen, paneo, mono oral, estéreo, soundround.</p> <p>Explicar los conceptos de entrada y salida (importar y exportar) de archivos de audio y video.</p>	Elaborar un breve tutorial en video que muestre el proceso de postproducción que se utilizó	
Aplicación del Diseño multimedia: Spot publicitario, video y audio promocional.	<p>Identificar el uso y aplicación del diseño multimedia.</p> <p>Identificar las características de las aplicaciones multimedia y sus requerimientos</p>	Presentar y justificar la propuesta final de video y audio alineadas al concepto de la marca.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	
Prácticas en laboratorio Estudio de casos Equipos colaborativos	Pintarrón Proyector Equipo de Cómputo Internet Software especializado de audio y video Micrófonos Cámara de video Aros de luz Aplicaciones móviles Audífonos Tripie / Estabilizador	Laboratorio / Taller	x
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes elaboran proyectos multimedia publicitarios considerando los elementos y las etapas de la producción audiovisual.	A partir de un caso práctico presentar un portafolio multimedia que contenga guión técnico, spot radiofónico, storyboard y video publicitario.	Guías de observación
		Proyectos grupales y/o individuales

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

<p>Preferentemente con maestría en comunicación, mercadotecnia, publicidad.</p> <p>Preferente que cuente con licenciatura en áreas de diseño gráfico, mercadotecnia, sistemas, comunicación, publicidad o área afín.</p>	<p>Recomendable que cuente con cursos de modelo educativo basado en competencias, curso de técnicas de enseñanza, cursos de evaluación del aprendizaje, herramientas digitales para la enseñanza-aprendizaje.</p>	<p>Experiencia en proyectos de diseño gráfico, trayectoria en agencias de publicidad y mercadotecnia, diseño de imagen corporativa, experiencia en casas productoras, diseño editorial, diseño de empaque y etiquetas, muestre conocimiento mediante cursos o certificaciones en manejo de software de diseño, cursos de especialidad en comunicación, publicidad y mercadotecnia.</p>
--	---	--

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Lisa Salomon	2021	La práctica del color un manual de acuarela	España	Editorial GG	ISBN 978842523330
Martí Sans	2019	Aprende a fotografiar productos como un profesional	España	Editorial GG	ISBN 9788425231339
Jorge Manuel Mutis Durán	2018	Introducción a la producción audiovisual	Bogotá, Colombia,	UMB	ISBN: 978-958-5467-16-3
Marion Charreau,	2019	Piensa y comunica tus ideas con The Storyboard Method	España	Penguin Random House Grupo Editorial; Digital y Físico	ISBN: 9788416883561
Zhang, Krystele	2019	Acabados de Impresión para Diseñadores	España	Hoaki	ISBN: 9788419220431

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

		gráficos. Introducción, aplicaciones e inspiración ed. 2023			
Ernesto Martínez	2023	Guía práctica de ADOBE Ilustrador: Desde los conceptos básicos hasta las técnicas avanzadas de diseño gráfico e ilustración	Adobe, México	Editorial EMA,	ISBN 979-8863780863
Wicius Wong,	2014,	Fundamentos del Diseño	Barcelona, España	Gustavo Gili	ISBN/EAN: 9788425227417
Donis A. Dondis	2017	Sintaxis de la imagen	Barcelona, España	Gustavo Gili	ISBN: 978-84-252-2929-9
Bruno Munari	2016	Diseño y Comunicación visual	Barcelona, España	Gustavo Gili	ISBN: 978-84-252-2785-1

Referencias digitales				
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo	
Adobe	04 de mayo de 2024	Empieza a practicar con colores básicos	<a href="https://creativecloud.adobe.com/cc/learn/illustrator/in-app/begin-practicing-color-basics?locale=es">https://creativecloud.adobe.com/cc/learn/illustrator/in-app/begin-practicing-color-basics?locale=es</a>	
Canva	03 de mayo de 2024	Canva for Education case studies	<a href="https://www.canva.com/education/case-studies/">https://www.canva.com/education/case-studies/</a>	
Corel	03 de mayo de 2024	CorelDRAW Tutorials	<a href="https://www.coreldraw.com/en/learn/tutorials/">https://www.coreldraw.com/en/learn/tutorials/</a>	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTyP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	