

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**  
**PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y**  
**COMUNICACIÓN VISUAL**

Comentario [MLM1]:

**Programas de Asignatura**

**Semestre V**  
**ORIENTACIÓN EN SIMBOLOGÍA Y DISEÑO EN SOPORTES**  
**TRIDIMENSIONALES**

**ARTE DEL SIGLO XIX AL XX**

Semestre: quinto

Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones

Créditos: 6

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas teóricas: 3

Tipo de asignatura: teórica

**OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:**

Iniciar al alumno al estudio de las corrientes artísticas básicas de los periodos neoclásico y romántico, así como a las vanguardias de principios del siglo XX.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:**

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá los orígenes y contexto del arte neoclásico y romántico.
- b) Conocerá y valorará la cultura del periodo neoclásico y romántico.
- c) Reconocerá los principales elementos constitutivos de los estilos artísticos correspondientes a cada una de las épocas estudiadas.
- d) Identificará las posibles influencias entre ellos.

**CONTENIDO TEMÁTICO**

**No. de Horas**

**Unidad I: Neoclásico**

**8**

- 1.1. La aristocracia ilustrada y las excavaciones arqueológicas
- 1.2. Lessing, Winckelmann y la revaloración de lo clásico en las artes plásticas
- 1.3. Pintura
  - 1.3.1. Luis David
  - 1.3.2. Ingres
- 1.4. Arquitectura y escultura
  - 1.4.1. Antonio Canova

**Unidad II: Romanticismo**

**10**

- 2.1. Goethe, Victor Hugo y las ideas del movimiento romántico
- 2.2. El romanticismo en las artes plásticas
  - 2.2.1. Inglaterra (Turner, Constable, Blake)
  - 2.2.2. Alemania (Friederich)
  - 2.2.3. Francia (Ingres, Gericault, Delacroix, Daumier, Millet)
  - 2.2.4. España (Goya)

<b>Unidad III: Realismo e impresionismo</b>	<b>10</b>
3.1. Contexto social	
3.2. El realismo en las artes plásticas	
3.2.1. Daumier	
3.2.2. Courbet	
3.2.3. Rodin	
3.3. Impresionismo y posimpresionismo	
3.3.1. Manet	
3.3.2. Degas	
3.3.3. Cézanne	
3.3.4. Monet	
3.3.5. Renoir	
3.3.6. Gauguin	
3.3.7. Seurat	
3.3.8. Lautrec	
<b>Unidad IV: Vanguardias a principios del siglo XX</b>	<b>10</b>
4.1. Modernismo	
4.2. Abstraccionismo	
<b>Unidad V: Arte mexicano</b>	<b>10</b>
5.1. Romanticismo	
5.2. Realismo	

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición teórica con apoyo de material audiovisual.

**Método de evaluación sugerido:** Examen. Trabajos parciales de investigación, reportes escritos de visitas a museos y exposiciones.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Fleming, William:** Arte, música e ideas  
Interamericana. México 1971

**Honour, Hugh:** El romanticismo  
Alianza (Alianza forma N. 20) Madrid 1992

**Rewald, John:** El impresionismo  
Alianza. Madrid

**Rewald, John:** El postimpresionismo. De Van Gogh a Gauguin  
Alianza (Alianza Forma N. 31), Madrid 1990

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Bock, Manfred et al:** De Stijl, 1917-1931  
Alianza (Alianza Forma VI), Madrid 1991

**De Micheli, Mario:** Las vanguardias artísticas del siglo XX  
Alianza (Alianza Forma N. 7) Madrid 1994

<p><b>DISEÑO V</b></p> <p>Semestre: quinto</p> <p>Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones profesionales.</p> <p>Créditos: 9</p> <p>Horas por semana: 6</p> <p>Horas por semestre: 96</p> <p>Horas teóricas: 3</p> <p>Horas prácticas: 3</p> <p>Tipo de asignatura: teórico-práctica</p> <p><b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b></p> <p>Proporcionar al alumno los conocimientos y habilidades para el estudio y producción de los vehículos de comunicación visual en el área de la simbología y los soportes tridimensionales.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <p>Al finalizar el curso, el alumno:</p> <p>a) Identificará los principios del método particular del diseño aplicado a la simbología y los soportes tridimensionales.</p> <p>b) Conocerá los principales modelos proyectuales del método particular del diseño aplicado a la simbología y los soportes tridimensionales.</p> <p>c) Aplicará el marco metodológico para el diseño aplicado a medios impresos.</p>
--

<b>CONTENIDO TEMATICO</b>	<b>Hrs. por unidad</b>
<b>Unidad I: Método particular del diseño aplicado a la simbología y los soportes tridimensionales</b>	<b>32</b>
1.1. Proceso de identificación	
1.1.1. Marco referencial	
1.1.2. Planteamiento del problema	
1.2. Proceso de investigación	
1.2.1. Gráfica	
1.2.2. Conceptual	
1.2.3. Análisis de datos	
1.2.4. Tabla de pertinencias	
1.3. Proceso de proyectación	
1.3.1. Marco operativo de creación	
1.3.1.1. Proceso intuitivo	
1.3.1.2. Proceso deductivo	
1.3.1.3. Proceso inductivo	
1.3.2. Fases de concretación	
1.3.2.1. Primeras ideas	
1.3.2.2. Bocetación	
1.3.2.3. Dummies	
1.4. Proceso de evaluación	
1.4.1. Funcionalidad	
1.4.2. Producción	
1.4.3. Distribución	
<b>Unidad II: Modelos proyectuales del método particular</b>	<b>32</b>
2.1. Modelos de comunicación	
2.1.1. Estructuralista	
2.1.2. Funcionalista	

- 2.2. Modelo proyectual semiótico
  - 2.2.1. Categorías del signo
    - 2.2.1.1. Ícono
    - 2.2.1.2. Índice
    - 2.2.1.3. Símbolo
  - 2.2.2. Códigos gráficos
    - 2.2.2.1. Diátricos
    - 2.2.2.2. Taxonómicos
    - 2.2.2.3. Lexicales
  - 2.2.3. Funciones del signo
    - 2.2.3.1. Referencial
    - 2.2.3.2. Emotiva
    - 2.2.3.3. Connotativa
    - 2.2.3.4. Fática
    - 2.2.3.5. Metalingüística
    - 2.2.3.6. Estética
  - 2.2.4. El signo tipográfico
    - 2.2.4.1. Estructura
    - 2.2.4.2. Orientación
    - 2.2.4.3. Valor
    - 2.2.4.4. Caja
  - 2.2.5. Normatividad de aplicación
- 2.3. Modelo proyectual funcional
  - 2.3.1. Soporte cualitativo
    - 2.3.1.1. Conceptualización
    - 2.3.1.2. Significación
      - 2.3.1.2.1. Emisor
      - 2.3.1.2.2. Diseñador (codificador)
      - 2.3.1.2.3. Receptor
    - 2.3.1.3. Percepción
  - 2.3.2. Soporte cuantitativo
    - 2.3.2.1. Constructividad
    - 2.3.2.2. Composición
    - 2.3.2.3. Representación
    - 2.3.2.4. Normatividad de aplicación
- 2.4. Modelo proyectual sinérgico
  - 2.4.1. Identificador
    - 2.4.1.1. Signo
    - 2.4.1.2. Tipográfica
    - 2.4.1.3. Color
  - 2.4.2. Codificación
    - 2.4.2.1. Icónico
    - 2.4.2.2. Lingüístico
    - 2.4.2.3. Cromático
  - 2.4.3. Factores de interpretación
    - 2.4.3.1. Temporal
    - 2.4.3.2. Espacial
    - 2.4.3.3. Psicológica
  - 2.4.4. Programa de aplicación

### **Unidad III: Medios impresos**

32

- 3.1. Antecedentes del diseño aplicado a los medios impresos
  - 3.1.1. Definición
  - 3.1.2. Función social
  - 3.1.3. Aplicaciones en la comunicación visual
- 3.2. Clasificación del diseño aplicado a los medios impresos
  - 3.2.1. Por su función comunicativa
    - 3.2.1.1. Presentación
      - 3.2.1.1.1. Instruccionales
      - 3.2.1.1.2. Didácticos
      - 3.2.1.1.3. Documentales
    - 3.2.1.2. Interpretación
      - 3.2.1.2.1. Decorativos
      - 3.2.1.2.2. Comerciales
      - 3.2.1.2.3. Culturales
      - 3.2.1.2.4. Ideológicos
  - 3.2.2. Por su aplicación
    - 3.2.2.1. Medios directos
      - 3.2.2.1.1. Volante
      - 3.2.2.1.2. Folletería
      - 3.2.2.1.3. Cartel
      - 3.2.2.1.3. Espectaculares
    - 3.2.2.2. Medios de complemento
      - 3.2.2.2.1. Anuncio de prensa
        - 3.2.2.2.1.1. Diarios
        - 3.2.2.2.1.2. Revistas
      - 3.2.2.2.2. Promocionales
        - 3.2.2.2.2.1. De temporada
        - 3.2.2.2.2.2. Permanentes
        - 3.2.2.2.2.3. De campaña
      - 3.2.2.2.3. De inserción
        - 3.2.2.2.3.1. En objetos
        - 3.2.2.2.3.2. En documentación
- 3.4. Método específico del diseño aplicado a los medios impresos
  - 3.4.1. Proceso de identificación
  - 3.4.2. Proceso de investigación
  - 3.4.3. Proceso de proyectación
  - 3.4.4. Proceso de evaluación

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento en el pizarrón del ejercicio a resolver. Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos. Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase: maquetas, prototipos y/o originales mecánicos; elaboración de trabajos escritos de análisis e investigación del marco conceptual. Delimitación de las características de un proyecto a realizar por tema, mutuo acuerdo alumno-profesor; presentación y análisis de los trabajos, por parte de grupo. Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual. Implementación de dinámicas grupales (repentinas, mesas de discusión, investigaciones). Pláticas con expositores, especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia.

**Método de evaluación sugerido:** Por unidad temática: realización y presentación de proyectos de diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales (*conceptualización, factibilidad, funcionalidad, originalidad, técnica y presentación*). Marco teórico (*justificación del ejercicio, investigación de la temática del proyecto y bitácora de realización*). Final: promedio de las calificaciones de los proyectos realizados en el curso, examen final teórico, realización de un proyecto integral al final del semestre, participación en clase.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Germani-Fabris:** Fundamentos del proyecto gráfico

Ed. Ediciones Don Bosco, Nuevas fronteras gráficas, Barcelona, 1973

**Jones, John:** Métodos de diseño

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1987

**Müller-Brockman, Josef:** Sistemas de retículas

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1979

**Munari, Bruno:** Diseño y comunicación visual

Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1980

**Paoli, J. Antonio:** La comunicación

Ed. Edicol. México, 1977

**Prieto, Luis:** Estudio de lingüística y semiología generales

Ed. Nueva imagen. México, 1984

**Selle, Gert:** Ideología y utopía del diseño

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988

**Rodríguez Morales, Luis:** Para una teoría del diseño

Ed. Tilde Azcapotzalco, UAM. México, 1989

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Olea, Oscar:** Análisis y diseño lógico

Ed. Trillas. México, 1977

**Satue, Enric:** El diseño gráfico desde sus orígenes a nuestros días

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988

**Acha, Juan:** Introducción a la teoría de los diseños

Ed. Trillas. México, 1988

<b>DISEÑO DIGITAL I</b>
Semestre: quinto
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones
Créditos: 8
Horas por semana: 6
Horas por semestre: 96
Horas teóricas: 2
Horas prácticas: 4
Tipo de asignatura: teórico-práctica
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>
Introducir al alumno en los conceptos, técnicas y aplicaciones particulares de los sistemas de cómputo en el método particular del diseño y la simbología.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Conocerá la terminología utilizada en los programas de formación editorial.
b) Diferenciará entre elementos básicos y periféricos para los programas de formación editorial.
c) Conocerá los medios para introducir y/o obtener información (a la / de la) computadora para los programas de formación editorial.
d) Reconocerá los principales formatos de utilización en los programas de formación editorial.
e) Vinculará la computadora como herramienta en sus conceptos generales.
f) Aplicará en la producción dentro del laboratorio de cómputo, los conocimientos obtenidos en su formación académica de acuerdo a los conceptos generales del diseño digital.

## **CONTENIDO TEMÁTICO**

**Hrs. por unidad**

### **Unidad I: Conceptos generales del diseño digital**

**48**

#### 1.1. Marco conceptual

##### 1.1.1. El diseño análogo

###### 1.1.1.1. Definición

###### 1.1.1.2. Funciones

##### 1.1.2. El diseño digital

###### 1.1.2.1. Definición

###### 1.1.2.2. Funciones

##### 1.1.3. El diseño integral

###### 1.1.3.1. Vinculación analógica-digital

###### 1.1.3.2. Definición

###### 1.1.3.3. Funciones

#### 1.2. Aplicaciones de los sistemas de cómputo en el diseño aplicado

##### 1.2.1. Proyección

##### 1.2.2. Representación

##### 1.2.3. Presentación

##### 1.2.4. Prerensa

##### 1.2.5. Producción

**Unidad II: Programas de formación editorial**

**48**

2.1. Análisis de los diversos comandos de trabajo en la formación editorial digital

2.1.2. Menús

2.1.3. Comandos

2.1.4. Cuadros de diálogo

2.1.5. Administradores de archivos

2.1.5.1. Directorios

2.1.5.2. Archivos

2.2. Manipulación

2.2.1. Formatos de página

2.2.2. Tipografía

2.2.3. Compaginación

2.2.4. Inserción de objetos

2.2.5. Editar estilos

2.2.6. Vínculos internos

2.2.7. Captura de datos

2.2.8. Administrador de impresión

2.3. Objetos informáticos

2.3.1. Análisis y aplicación de los diferentes formatos

2.3.1.1. Particulares

2.3.1.2. Estándares

2.3.1.3. Filtros

2.3.2. Uso y manejo de las diferentes extensiones

2.3.2.1. Particulares

2.3.2.2. Estándares

2.3.2.3. Filtros

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición teórica, trabajos de investigación y dinámicas de grupo en salón teórico. Ejercicios prácticos en laboratorio de cómputo.

**Método de evaluación sugerido:** Ejercicios parciales, trabajos de investigación por escrito y exámen.



#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Breton, Philipe:** Historia y crítica de la informática

Ed. Cátedra. Col. Teorema. Madrid 1989

**Freedman, Alan:** Glosario de computación

Ed. McGraw Hill. México 1984 (376 pp)

**Gates, Bill:** Camino al futuro

Mc graw Hill. México 1995

**Negroponte, Nicholas:** Ser digital

Ed. Océano-Atlántida. México 1996

**Goldstein, Larry Joel:** IBM PC y compatibles

Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. México 1992

**Hamilton, Edward:** Graphic design for the computer age: visual communication for all media

Van Nostrand Reinhold Co.

**Hearn, Donald y Baker, Pauline:** Gráficas por computadora

Ed. Prentice Hall, Mexico 1994 (686 pp)

**Lewell, John:** Computer Graphics. A survey of current techniques and applications

Orbis Publishing Limited, London 1985. ISBN 0-85613-594-1

**Lussato, Bruno:** El desafío informático

Ed. Planeta. Barcelona 1982

**Pfaffenbeger, Bryan, et al:** Diccionario para usuarios de computadoras

Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. México 1993

**Rodwell, Peter:** Libro básico del ordenador personal

Ed. Orbis. Barcelona 1986 (Tomo I 154 pp)

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**White, Jan:** Graphic Design for the electronic age

Ed. Watson Guptill Publications Inc. New York 1988

**Galloudec, F. y Lemoine, Philipe:** La informatización: riesgos culturales

Ed. Mitre. Barcelona 1986

**Roszak, Theodore:** El culto a la información: el folklore de los ordenadores y le verdadero arte de pensar

Ed. Grijalbo. México 1986

<b>ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y MERCADOTECNIA I</b>	
Semestre: quinto	
Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones	
Créditos: 4	
Horas por semana: 2	
Horas por semestre: 32	
Horas teóricas: 2	
Tipo de asignatura: teórica	
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>	
Introducir al alumno en el conocimiento de las propuestas teóricas de la Economía para la comprensión de las relaciones entre los sectores productivos y de servicios.	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Establecerá la función y utilidad económica del diseño y la comunicación visual en los sectores productivos y de servicios.	
b) Adquirirá conocimientos básicos del área de la administración en lo general y en específico sobre su aplicación en la comunicación visual.	

<b>CONTENIDO TEMÁTICO</b>	<b>Hrs. por unidad</b>
<b>Unidad I: La ciencia económica y su relación con el diseño y la comunicación visual</b>	<b>8</b>
<b>Unidad II: Conceptos fundamentales de las teorías económicas</b>	<b>8</b>
2.1. Necesidades, bienes y servicios	
2.2. Producción, precio y mercado	
2.3. Trabajo y salario	
2.4. Capital, industria y empresa	
2.5. Valor y ganancia	
<b>Unidad III: El desarrollo económico</b>	<b>8</b>
3.1. Países desarrollados y en vías de desarrollo	
3.2. Dependencia económica	
3.3. Economía de mercado	
3.4. Economía social	
3.5. Transferencia tecnológica	
3.6. Transferencia de capitales	
<b>Unidad IV: Administración</b>	<b>8</b>
4.1. Antecedentes	
4.2. Los procesos administrativos generales para la comunicación visual.	

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición de temas, trabajos de análisis e investigación, y reportes por escrito de visitas.

**Método de evaluación sugerido:** Trabajos de aplicación y examen.

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Ferrer Pérez, Luis:** Guía práctica para el desarrollo organizacional

Ed. Trillas México 1979. (199 pp)

**Hernández y Rodríguez, Sergio:** Fundamentos de Administración.

Nueva Editorial Interamericana. México. 1982. (421 pp.)

**Kotler, Phillip:** Dirección de mercadotecnia; análisis, planeación y control

Ed. Diana. México. 1985. (867 pp.)

**Rios Szalay, Jorge:** Relaciones públicas. su administración en las organizaciones

Ed. Trillas. México. 1978 (134 pp.)

**Rheault, Jean Paul:** Introducción a la teoría de las decisiones con aplicaciones a la administración

Ed, Limusa. México. (233 pp)

**Villanueva, P:** Manual de la pequeña empresa

Ed. TE. Barcelona. 1984 (164 pp.)

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA**

**Barcelo Matutano, Gabriel:** El oficio de mandar

Limusa. México. 1980 (233 p.)

**Christopher, Elizabeth:** Juegos para líderes

Selector. México 1989. (228 pp.)

<b>ENVASE Y EMBALAJE I</b>
Semestre: quinto
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones profesionales.
Créditos: 4
Horas por semana: 4
Horas por semestre: 64
Horas prácticas: 4
Tipo de asignatura: práctica
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>
Proporcionar al alumno los conocimientos y habilidades para el estudio y producción de los vehículos de comunicación visual en el área del diseño aplicado al envase y embalaje.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Conocerá los antecedentes generales del envase y el embalaje.
b) Identificará la participación del comunicador visual en el proceso de la generación del envase y el embalaje.
c) Vinculará los conocimientos adquiridos en su formación académica, con la generación de propuestas de diseño aplicado a la etiqueta.

<b>CONTENIDO TEMÁTICO</b>	<b>Hrs por unidad</b>
<b>Unidad I: Antecedentes</b>	<b>16</b>
1.1. Históricos	
1.1.1. Generales	
1.1.2. En México	
1.2. Características de denominación	
1.2.1. Envase	
1.2.2. Embalaje	
1.3. El envase y la interdisciplinariedad	
1.3.1. Diseño industrial	
1.3.2. Diseño gráfico	
1.3.3. Ingeniería de envase	
1.3.4. Mercadotecnia	
<b>Unidad II: Definiciones généricas</b>	<b>16</b>
2.1. Etiqueta	
2.2. Envase	
2.3. Clasificación genérica del envase	
2.3.1. Por estructura	
2.3.1.1. Plegadizos	
2.3.1.2. Flexibles	
2.3.1.3. Rígidos	
2.3.2. Por función	
2.3.2.1. Primario	
2.3.2.2. Secundario	

### 2.3.3. Materiales

#### 2.3.3.1. Vidrio

- 2.3.3.1.1. Características
- 2.3.3.1.2. Clasificación
- 2.3.3.1.3. Particularidades de uso
- 2.3.3.1.4. Fabricación
- 2.3.3.1.5. Etiquetado e impresión

#### 2.3.3.2. Metal

- 2.3.3.2.1. Características
- 2.3.3.2.2. Clasificación
- 2.3.3.2.3. Particularidades de uso
- 2.3.3.2.4. Fabricación
- 2.3.3.2.5. Etiquetado e impresión

#### 2.3.3.3. Plásticos

- 2.3.3.3.1. Características
- 2.3.3.3.2. Clasificación
- 2.3.3.3.3. Particularidades de uso
- 2.3.3.3.4. Fabricación
- 2.3.3.3.5. Impresión

#### 2.3.3.4. Envase compuesto

- 2.3.3.4.1. Características
- 2.3.3.4.2. Clasificación
- 2.3.3.4.3. Particularidades de uso
- 2.3.3.4.4. Fabricación
- 2.3.3.4.5. Impresión

#### 2.3.3.5. Cartón y papel

- 2.3.3.5.1. Características
- 2.3.3.5.2. Clasificación
- 2.3.3.5.3. Particularidades de uso
- 2.3.3.5.4. Fabricación
- 2.3.3.5.5. Impresión

### **Unidad III: La etiqueta**

16

#### 3.1. Definición

#### 3.2. Clasificación genérica

- 3.2.1. Papel liso y cola húmeda
- 3.2.2. Engomadas
- 3.2.3. Autoadhesivo
- 3.2.4. Bobina aplicada por calor
- 3.2.5. Retractiladas
- 3.2.6. En molde
- 3.2.7. De transferencia
- 3.2.8. Bandas encogibles
- 3.2.9. Textiles

#### 3.3. Características y propiedades de la etiqueta

- 3.3.1. Resistencia a la rotura
- 3.3.2. Resistencia a la fricción
- 3.3.3. Grado de satinado
- 3.3.4. Resistencia al agua
- 3.3.5. Cualidades de impresión
- 3.3.6. Impermeabilidad a las grasas

- 3.3.7. Aspectos técnicos
  - 3.3.7.1. Identificación de hilo
  - 3.3.7.2. Gramaje
  - 3.3.7.3. Medidas
  - 3.3.7.4. Peso
  - 3.3.7.5. Puntaje
- 3.4. Particularidades de uso de la etiqueta
- 3.5. Legislación de la etiqueta
  - 3.5.1. Normatividad
  - 3.5.2. Código de barras
  - 3.5.3. Codificación
  - 3.5.4. Impresión
  - 3.5.5. Ubicación
- 3.6. Fabricación de la etiqueta
- 3.7. Materiales de la etiqueta
- 3.8. Aplicaciones de la etiqueta

**Unidad IV: Método específico del diseño aplicado al envase**

16

- 4.1. Proceso de identificación
- 4.2. Proceso de investigación
- 4.3. Proceso de proyectación
- 4.4. Proceso de evaluación

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento en el pizarrón del ejercicio a resolver. Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos. Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase: maquetas, prototipos y/o originales mecánicos; elaboración de trabajos escritos de análisis e investigación del marco conceptual. Delimitación de las características de un proyecto a realizar por tema, mutuo acuerdo alumno-profesor; presentación y análisis de los trabajos, por parte de grupo. Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual. Implementación de dinámicas grupales (repentinas, mesas de discusión, investigaciones). Pláticas con expositores, especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia.

**Método de evaluación sugerido:** Por unidad temática: realización y presentación de proyectos de diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales (*conceptualización, factibilidad, funcionalidad, originalidad, técnica y presentación*). Marco teórico (*justificación del ejercicio, investigación de la temática del proyecto y bitácora de realización*). Final: promedio de las calificaciones de los proyectos realizados en el curso, examen final teórico, realización de un proyecto integral al final del semestre, participación en clase.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Duran, Alfonso:** Psicología de la publicidad y de la venta

Ed. Ediciones CEAC, España, 1989.

El diseño Industrial. Biblioteca Salvat, Grandes Temas. Barcelona. 1973

**Favre, Jean Paul:** Color and und et communication

Ed. ABC edition. Zurich. 1979

**Fornary, Tulio.** Diseño y Producción

Colec. CyAD. UAM-A. México. 1993

**Kühne, Günther:** Envase y embalajes de plástico

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1976

**Robertson, Gordon L.:** Food Packaging Principles and Practices

Ed. Marcel Dekker Inc. 1993

**Sonsino, Steven:** Packaging

Ed. Gustavo Gili . Barcelona 1990

**Folleto de Asociación Mexicana del Código del Producto**

El código de barras en la exportaciones

Guía de colores

El papel del código EAN en la industria

Por qué un código de barras

Guía para la impresión del código de barras.

**Rodríguez T, José Antonio:** Introducción a la ingeniería de empaques

Ed. Particular. 1991

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Abad Sánchez, Antonio:** Manual del Diseñador

Ed. Porrúa/UAM A. México. 1993

**Glenn, Davis:** Packaging Machinery Operation Vol. III

Ed. Packaging Machinery Manufacturers Institute. USA. 1981

<b>MORFOLOGÍA PARA EL DISEÑO I</b>	
Semestre: quinto	
Carácter de la asignatura: obligatoria para las orientaciones en Diseño editorial y en Simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones profesionales.	
Créditos: 4	
Horas por semana: 3	
Horas por semestre: 48	
Horas teóricas: 1	
Horas prácticas: 2	
Tipo de asignatura: teórico-práctica	
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>	
Introducir al alumno al estudio de la morfología como herramienta de construcción en el diseño aplicado a los vehículos de comunicación visual	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Analizará los elementos constituyentes y/o características de la forma y la	
b) Aplicará elementos de la teoría de la simetría para la generación de sistemas	

<b>CONTENIDO TEMÁTICO</b>	<b>Hrs. por unidad</b>
<b>Unidad I: La forma como sistema</b>	<b>12</b>
1.1 Forma, figura e imagen	
1.2 Propiedades inherentes	
1.2.1. Organización de la forma-organización de la figura.	
1.2.2. Extensión-tamaño	
1.2.3. Cromatismo-color	
1.2.4. Textura	
1.3 Estructura, aspecto-apariencia y contexto	
1.4 Origen y clasificación de la forma	
1.4.1 La forma geométrica	
<b>Unidad II: Síntesis formal- La composición plástica.</b>	<b>12</b>
2.1 La armonía. El gusto, la belleza y el valor estético	
2.2 El análisis objetivo-racional de la composición plástica	
2.2.1 Coherencia y congruencia-sinergia	
2.2.2 Teorías de la dimetría y de la composición (introducción)	
<b>Unidad III: Teoría de la simetría</b>	<b>12</b>
3.1 Los sistemas simétricos-taxonomía de los sistemas formales.	
3.1.1 Isometría	
3.1.2 Homeometría	
3.1.3 Singenometría	
3.1.4 Catametría	
3.1.5 Heterometría	
3.1.6 Ametría	
<b>Unidad IV: Operaciones de yuxtaposición simétrica</b>	<b>12</b>
4.1 Identidad	
4.2 Traslación	
4.3 Reflexión	
4.4 Rotación	
4.5 Extensión	
4.6 Combinatoria	

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición y demostración; ejercicios en clase y su aplicación al diseño.

**Método de evaluación:** Examen, record de ejercicios en clase y concurso de las aplicaciones.



**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Bonsieppe, Gui.** Teoría y práctica del Diseño Industrial

Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1986

**Matila Ghyka.** Estética de las proporciones en la naturaleza y las Artes.

Ed. Poseidón. México, 1988

**Wolf y KuHn.** Forma y Simetría.

Ed. Eudebe. Buenos Aires, 1985

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Olea, Oscar:** Análisis y diseño lógico

Ed. Trillas. México, 1977

**Satue, Enric:** El diseño gráfico desde sus orígenes a nuestros días

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988

**Acha, Juan:** Introducción a la teoría de los diseños

Ed. Trillas. México, 1988

<b>SISTEMAS DE IMPRESIÓN EN SOPORTES TRIDIMENSIONALES I</b>
Semestre: quinto
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones
Créditos: 6
Horas por semana: 6
Horas por semestre: 96
Horas prácticas: 6
Tipo de asignatura: práctica
<b>OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:</b>
Introducir al alumno en el conocimiento de las particularidades y posibilidades de la impresión en el área del envase y embalaje, que le permita planearla, dirigirla y llevarla a cabo en soportes bi y tridimensionales.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:</b>
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Conocerá los principales materiales para la reproducción impresa.
b) Identificará los diferentes procesos que integran el trabajo de reproducción impresa.
c) Vinculará los conocimientos obtenidos en esta asignatura con el método particular del diseño aplicado a la simbología y los soportes tridimensionales.

<b>CONTENIDO TEMÁTICO</b>	<b>Hrs. por unidad</b>
<b>Unidad I: Materiales para la reproducción impresa</b>	<b>48</b>
1.1. Sustratos	
1.1.1. Cartón-papel	
1.1.2. Vidrio	
1.1.3. Metales	
1.1.4. Plásticos	
1.2. Tintas	
1.2.1. En cartón-papel	
1.2.2. En vidrio	
1.2.3. En metales	
1.2.4. En plásticos	
<b>Unidad II: Planeación</b>	<b>48</b>
2.1. Recopilación y evaluación (material fotográfico)	
2.2. Recopilación y evaluación (material de texto)	
2.3. Propuesta gráfica	
2.4. Proceso de impresión	
2.4.1. Materiales	
2.5. Proceso de acabado	

**Método de enseñanza sugerido:** Exposición teórica y práctica. Ejercicios prácticos. Visitas a talleres de impresión.

**Método de evaluación sugerido:** Ejercicios parciales. Trabajos de investigación y reportes por escrito de visitas. Exámenes.

#### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

**Bann, David:** Corrección de pruebas de color

Ed. Gustavo Gili, México 1992

**Bann, David:** Introducción a la reproducción en industria gráfica

Ed. Tellus, Barcelona 1988

**Martín, Eunaciano y L. Tapiz:** Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas

Ed. Don Bosco, Barcelona 1981

**Sander, Norman:** Manual de producción del diseñador gráfico

Ed. Gustavo Gili, México 1992

**Vidales, Dolores:** El mundo del envase

Ed. Gustavo Gili, México 1995

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**Duran, Alfonso:** Psicología de la publicidad y de la venta

Ed. Ediciones CEAC, España, 1989.

El diseño Industrial. Biblioteca Salvat, Grandes Temas. Barcelona. 1973

**Favre, Jean Paul:** Color and und et communication

Ed. ABC edition. Zurich. 1979

**Fornary, Tulio.** Diseño y Producción

Colec. CyAD. UAM-A. México. 1993