



Plan de Estudios

Diseño en Comunicación Visual

Octubre de 2023



Rector

Hugo O. ANDRADE

Vicerrector

Alejandro L. ROBBA

Consejo Superior

Autoridades

Hugo O. ANDRADE (presidente)

Alejandro L. ROBBA

M. Liliana TARAMASSO

Marcelo A. MONZÓN

J. Martín ETCHEVERRY

Consejeros

Claustro docente:

M. Beatriz ARIAS

Pablo A. TAVILLA

M. Patricia JORGE

Esteban SÁNCHEZ (s)

Claustro estudiantil:

Camilo N. MARTÍNEZ

Patricia M. ROMANO (s)

Claustro nodocente:

Vanesa A. CATTANEO

Secretaria Consejo Superior:

Manuela V. PENELA

Directora-Decana del Departamento de Ciencias Aplicadas y Tecnología

M. Liliana TARAMASSO

Coordinador-Vicedecano Área Diseño

H. Roberto DE ROSE a/c

Colaboraron en la formulación del plan de estudios de Carrera de Diseño en Comunicación Visual:

Lic. Roxana S. CARELLI

Lic. Milena CEVALLOS

D.I. H. Roberto DE ROSE

D.I. Mirela FELIPPE

Dr. Manuel L. GÓMEZ

Lic. M. Florencia GOSPARINI

Mg. N. Marianela JAUREGUI

D.C. V Alejandro S. MAITINI

Lic. Adriana M. del H. SÁNCHEZ

Arq. M. Liliana TARAMASSO



DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL (t.o. 2023)¹

Identificación de la Carrera Diseño en Comunicación Visual

Título que otorga: Diseñador/a en Comunicación Visual

Título intermedio: Técnico/a Universitario/a en Desarrollo de Imagen e Identidad Corporativa²

Nivel: Grado

Unidad Académica: Departamento de Ciencias Aplicadas y Tecnología.

Modalidad: Presencial

Duración: 3.096 (tres mil noventa y seis) horas de formación en la Universidad distribuidos en 5 (cinco) años.

Localización: Sede de la Universidad Nacional de Moreno

Alcances del Título³ Conforme el perfil definido precedentemente, el egresado con el título de *Diseñador/a en Comunicación Visual* de la UNM, será capaz de:

- a) Idear, generar, analizar, proponer, asesorar, evaluar y diseñar procesos, productos de diseño y comunicación visual.
- b) Dirigir, ejecutar, controlar o supervisar y/o participar en proyectos y estrategias de comunicación visual en sus diferentes fases proyectuales y productivas, tanto del sector público como privado.
- c) Coordinar y/o participar en grupos de trabajo interdisciplinarios dedicados a la creación y producción de proyectos y estrategias de comunicación visual.
- d) Estudiar, investigar, proyectar y elaborar piezas de comunicación visual en sus diferentes soportes y modalidades de expresión, incluidos los sistemas de identificación y señalización de toda índole.
- e) Operar y manejar las tecnologías y equipos de producción de comunicación visual propios de las industrias info-comunicacionales.
- f) Desarrollar y participar en equipos interdisciplinarios para llevar a cabo proyectos de investigación en materia de comunicación visual, como así también sobre estrategias y tendencias en materia de comunicación visual.

Alcances del Título de Técnico/a Universitario/a en Desarrollo de Imagen e Identidad Corporativa: De acuerdo con la formación que se propone y el perfil definido precedentemente, el conjunto de conocimientos y saberes a adquirir por los que accedan al título intermedio de *Técnico/a Universitario/a en Desarrollo de Imagen e Identidad Corporativa*, les otorgará competencias para:

- a) Resolver problemas de comunicación, a través del diseño gráfico, en diferentes ámbitos y

¹ Plan de Estudios aprobado por Resolución UNM-CS N° 954/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.044/23 (t.o. 2023). Texto Ordenado conforme lo previsto en la Resolución UNM-CS N° 930/22. Reconocimiento oficial y validez nacional del título otorgado por Resolución APN-ME N° 2.833/22.

² Reconocimiento oficial y validez nacional del título intermedio otorgado por Resolución APN-ME N° 2.833/22.

³ Sustituido por artículo 1° de la Resolución UNM-CS N° 1.044/23.



Universidad Nacional de Moreno

entornos público, privado e independiente.

- b) Participar en equipos interdisciplinarios orientados al desarrollo de productos y estrategias de comunicación visual.
- c) Asesorar a los encargados de desarrollar productos o sistemas de comunicación visual, inclusive dentro de las industrias info-comunicacionales.
- d) Integrar equipos de investigación, extensión y transferencia, destinados a la producción de conocimiento disciplinar y/o transferencia de saberes.

Requisitos de ingreso Poseer título de nivel medio o polimodal y haber aprobado el Curso de Orientación y Preparación Universitaria (COPRUN) en cualquiera de sus modalidades, o las instancias de ingreso que en el futuro establezca la Universidad.



Organización curricular y régimen de correlatividades

Año	Cuat.	Código	Asignatura-Actividad	Correlat. Debil (regularizada)	Correlat. Fuerte (aprobada)	Horas Semanales Universidad	Horas Totales Universidad	Créditos
1	1	240010	Taller de Diseño I			6	96	6
1	1	240011	Tecnología I			4	64	4
1	1	240012	Dibujo			4	64	4
1	1	240013	Matemática			3	48	3
1	1	240014	Física			3	48	3
1	2	240015	Taller de Diseño II		240010	6	96	6
1	2	240016	Tecnología II	240011		4	64	4
1	2	240017	Morfología	240012		3	48	3
1	2	240018	Problemas Socioeconómicos Argentinos			6	96	6
Ciclo Común Introductorio: Diploma de Estudios Introductorios en Diseño							624	39
2	1	240220	Taller de Diseño Orientado I (Comunicación Visual-Multimedial)		240010-240015	6	96	6
2	1	240221	Tecnología Diseño Orientado I (Comunicación Visual-Multimedial)	240013-240014-240016	240011	4	64	4
2	1	240222	Sistemas de Representación Orientado I (Com. Visual-Multimedial)	240012		4	64	4
2	1	240023	Química			3	48	3
2	1	240024	Panorama Histórico y Social del Diseño	240018		3	48	3
2	2	240225	Taller de Diseño Orientado II (Comunicación Visual-Multimedial)		240015-240220	6	96	6
2	2	240226	Tecnología de Diseño Orientado II (Comunicación Visual-Multimedial)	240221	240016	4	64	4
2	2	240227	Sistemas de Representación Orientado II (Com. Visual-Multimedial)	240222		4	64	4
2	2	240528	Dibujo Asistido por PC para Diseño en Comunicación Visual	240012-240017		3	48	3
2	2	240500	Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual	(****)		3	48	3
3	1	240530	Taller de Diseño en Comunicación Visual I		240220-240225	6	96	6
3	1	240531	Tecnología de Diseño en Comunicación Visual I	240013-240014-240023-240226	240221	4	64	4
3	1	240532	Sistemas de Representación para Diseño en Comunicación Visual I	240227	240222	4	64	4
3	1	240033	Semiótica Aplicada al Diseño I			3	48	3
3	1	240500	Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual	(****)		3	48	3
3	2	240534	Taller de Diseño en Comunicación Visual II		240225-240530	6	96	6
3	2	240535	Tecnología de Diseño en Comunicación Visual II	240531	240226	4	64	4
3	2	240536	Sistemas de Representación para Diseño en Comunicación Visual II	240532	240227	4	64	4
3	2	240037	Semiótica Aplicada al Diseño II	240033		3	48	3
3	2	240500	Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual	(****)		3	48	3
Ciclo de Formación Inicial:							1280	80
Título Intermedio: Técnico/a Universitario/a en Desarrollo de Imagen e Identidad Corporativa (**)							1904	119
4	1	240540	Taller de Diseño en Comunicación Visual III		240530-240534	6	96	6
4	1	240541	Tecnología de Diseño en Comunicación Visual III	240535	240531	4	64	4
4	1	240042	Diseño Estratégico, Innovación y Emprendimiento I	240024		4	64	4
4	1	240043	Ciencia, Tecnología y Proyecto de País	240024		3	48	3
4	1	240501/240000	Asig. Electiva Diseño en Com. Visual/Asig. Electiva Área Diseño (***)	(****)		3	48	3
4	2	240544	Taller de Diseño en Comunicación Visual IV		240534-240540	6	96	6
4	2	240545	Tecnología de Diseño en Comunicación Visual IV	240541	240535	4	64	4
4	2	240046	Diseño Estratégico, Innovación y Emprendimiento II	240042		3	48	3
4	2	240047	Innovación y Desarrollo Industrial	240043		3	48	3
4	2	240501/240000	Asig. Electiva Diseño en Com. Visual/Asig. Electiva Área Diseño (***)	(****)		3	48	3
5	1	240550	Taller de Proyecto de Diseño en Comunicación Visual	240545	240540-240541-240544	6	96	6
5	1	240051	Metodología Científica Aplicada al Diseño			4	64	4
5	1	240052	Formulación, Evaluación de Proyectos y Financiamiento			3	48	3
5	1	240501/240000	Asig. Electiva Diseño en Com. Visual/Asig. Electiva Área Diseño (***)	(****)		3	48	3
5	2	240053	Comunicación del Proyecto			3	48	3
5	2	240553	Proyecto Final de Diseño en Comunicación Visual		240544-240545-240550	6	96	6
5	2	240054	Legislación y Práctica Profesional			3	48	3
5	2	240501/240000	Asig. Electiva Diseño en Com. Visual/Asig. Electiva Área Diseño (***)	(****)		3	48	3
Ciclo de Formación Profesional							1120	70
		240060	Requisito de Idioma Oportivo			4,5	72	5
Actividades Complementarias (*****)							72	4,5
Título Diseñador/a en Comunicación Visual							3096	193,5

(***) La elección de obligaciones curriculares compartidas del Área Diseño o de otras carreras que se habiliten en el futuro solo será admisible en dos opciones de las cuatro previstas

(****) A elección del estudiante una vez concluido el Ciclo Común Introductorio

(*****) A elección del estudiante una vez concluido el Ciclo Común Introductorio y el Ciclo de Formación Inicial

(*****) A elección del estudiante durante el desarrollo de los Ciclos de Formación Inicial y Profesional



Asignaturas Electivas de Diseño en Comunicación Visual								
Año	Cuat.	Código	Asignatura-Actividad	Correlat. Débil (regularizada)	Correlat. Fuerte (aprobada)	Horas Semanales Universidad	Horas Totales Universidad	Créditos
		240500A	Técnicas de Maquetación para Estructuras Visuales	(****)		3	48	3
		240500B	Laboratorio de Imagen Corporativa	(****)		3	48	3
		240500C	Composición de Plataformas Digitales para la Comercialización	(****)		3	48	3
		240500D	Composición y Diseño para Espacios Comerciales	(****)		3	48	3
		240500E	Diseño de Campañas Publicitarias	(****)		3	48	3
		240501A	Seminario sobre Estrategias de Identidad de Marca	(****)		3	48	3
		240501B	Gestión y Admin. de Negocios para la Ind. de contenidos Audiovisuales	(****)		3	48	3
		240501C	Gestión de la Comunicación Corporativa	(****)		3	48	3
Asignaturas Electivas del Área Diseño (**)								
Año	Cuat.	Código	Asignatura-Actividad	Correlat. Débil (regularizada)	Correlat. Fuerte (aprobada)	Horas Semanales Universidad	Horas Totales Universidad	Créditos
		240000A	Técnicas de Composición Fotográfica	(****)		3	48	3
		240000B	Taller de Presentación Profesional (Expresión Oral y Escrita)	(****)		3	48	3
		240000C	Taller de Creatividad	(****)		3	48	3
		240000D	Marketing y Estrategia Comercial	(****)		3	48	3
		240000E	Seminario de Incubación de Proyectos y Emprendimientos	(****)		3	48	3
		240000F	Taller de Innovación Social	(****)		3	48	3
		240000G	Seminario sobre Práctica Profesional e Inserción Laboral	(****)		3	48	3
		240000H	Diseño y Género	(****)		3	48	3
		240000I	Responsabilidad Socioambiental en Diseño	(****)		3	48	3
		240000J	Estudios Basados en la Experiencia de Usuarios (UX/UI)	(****)		3	48	3
		240000K	Estrategias de Monitoreo de Negocios	(****)		3	48	3

(****) A elección del estudiante una vez concluido el Ciclo Común Introductorio

(*****) A elección del estudiante una vez concluido el Ciclo Común Introductorio y el Ciclo de Formación Inicial



Ciclo Común de Estudios Introductorios

Año 1 – Cuatrimestre 1

• **Taller de Diseño I (240010)**

Objetivos de aprendizaje:

- Consolidar cualidades y prácticas para el análisis reflexivo.
- Capacitar para identificar problemáticas y desarrollar soluciones a las mismas.
- Reconocer e implementar los métodos de desarrollos proyectuales.

Contenidos mínimos:

Estudio y comprensión del proceso proyectual para la resolución de problemáticas elementales de los productos de diseño. Comprender el campo de incidencia del diseño en los procesos productivos. Interpretación y aplicación de requerimientos, necesidades, forma, función y tecnologías como componentes del proceso proyectual.

• **Tecnología I (240011)**

Objetivos de aprendizaje:

- Introducir las nociones básicas de la tecnología, sus comienzos y alcances.
- Abordar estudios sobre la construcción social de la tecnología, la innovación y el diseño para lograr una comprensión de los hechos más significativos de los avances tecnológicos.
- Identificar los principales alcances tecnológicos vinculados a las diferentes titulaciones.

Contenidos mínimos:

Definición de la tecnología. Abordaje de la tecnología en los países desarrollados y en nuestro contexto (nacional y continental), interrelación y dominación. Construcción social de la tecnología, sociología de la tecnología, estudios sobre innovación e innovación tecnológica. La concepción tecnológica del diseño.

• **Dibujo (240012)**

Objetivos de aprendizaje:

- Introducir en el uso y función de la representación gráfica.
- Conocer e interpretar los códigos de representación y su aplicación.
- Ejercitar en la aplicación de los procedimientos gráficos de la representación y los sistemas de proyección.

Contenidos mínimos:

Dibujo de aproximación sensible. Percepción y representación. Dibujo y lenguaje. El lenguaje gráfico y sus diferentes técnicas. La figura humana. Dibujo de aproximación sistemática. El control de la forma: trazado y proporción. Los sistemas de representación geométrica. Proyecciones, el sistema de representación diédrica. Coquización. El sistema de proyección acotada. Proyecciones cilíndricas y cónicas, operatividad, justificación y sentido.



• **Matemática (240013)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar los conocimientos matemáticos intrínsecos a la disciplina proyectual.
- Adquirir nociones de cálculo y geometría.
- Contextualizar en la tridimensionalidad para generar las redes conceptuales necesarias para el desarrollo académico y profesional.

Contenidos mínimos:

Nociones de Cálculo. Entes geométricos: geometría plana y espacial. Trigonometría. Polígonos. Razón y Proporción. Funciones.

• **Física (240014)**

Objetivos de aprendizaje:

- Promover la capacidad de observación del mundo físico.
- Comprender los conceptos que definen la naturaleza material y el equilibrio estructural.
- Introducir las nociones básicas para la comprensión de fenómenos físicos para proyectos de diseño

Contenidos mínimos:

Conceptos generales. Materia y energía. Propiedades de la materia. Medición. Estática. La materia en equilibrio. Fuerzas. Introducción a la acústica arquitectónica. Los fenómenos térmicos en la construcción. Temperatura y calor. Propagación del calor. Energía solar. Humedad. Confort. La luz y la iluminación artificial. Naturaleza de la luz. Propiedades ópticas de la materia. Los fluidos en la construcción. Propiedades de los fluidos. Conceptos de hidrostática e hidrodinámica. La energía eléctrica en la vivienda. Fundamentos del electromagnetismo. Sistemas de generación. Suministro y distribución de la energía eléctrica.

Año 1 – Cuatrimestre 2

• **II (240015)**

Objetivos de aprendizaje:

- Comprender el perfil profesional del diseñador inserto en una realidad histórico-social.
- Identificar las particularidades de cada uno de los tipos de diseño y su área de trabajo.
- Introducir a los estudiantes en el estudio de las distintas fases de la metodología proyectual.

Contenidos mínimos:

Estudio sobre teoría y metodología, ideación y concepción del proyecto. Métodos de investigación y experimentación propios de los procesos de diseño. Resolución de problemáticas específicas de cada diseño de modo transversal. Análisis de contextos, usuarios y necesidades.

• **Tecnología II (240016)**

Objetivos de aprendizaje:

- Indagar sobre las tecnologías pertinentes a cada uno de los diseños.
- Determinar las características y aplicaciones de cada una de ellas.
- Ejercitar la práctica tecnológica de cada uno de los diseños y profundizar en las diversas



Contenidos mínimos:

Estudios preliminares sobre los diferentes tipos de materialidades y procesos básicos, sus propiedades. Introducción a los principales procesos de transformación tecnológica, prestando principal atención a los vinculados a las de la titulación intermedia.

- **Morfología (240017)**

Objetivos de aprendizaje:

- Capacitar en la comprensión y operación del espacio tridimensional y en la aprehensión, comprensión e interpretación de la forma.
- Capacitar en el uso y selección de los sistemas gráficos.
- Reconocer y manejar las cualidades de la forma.

Contenidos mínimos:

Noción de forma y espacio. Clasificaciones y ordenamientos de la forma. Relación entre forma, representación y proyecto. Procesos perceptivos e intuitivos. Procesos lógicos y racionales en la configuración del espacio. Atributos morfológicos, color, textura y consistencia. Estructuras formales y estructuras relacionales, multiplicidad y dinámicas de relación de los elementos constitutivos. Leyes y normativas formales.

- **Problemas Socioeconómicos Argentinos (240018)**

Objetivos de aprendizaje:

- Reconocer los problemas económicos, sociales y políticos actuales como producto de un proceso histórico e interdependientes entre sí.
- Comprender las etapas del desarrollo argentino y su conexión con el contexto internacional.
- Conocer los cambios producidos en el mundo del trabajo y en las condiciones de vida de los trabajadores en cada etapa.

Contenidos mínimos:

La historia económica argentina y su impacto en la estructura social. La estructura social en el período conservador y el modelo agroexportador. El periodo entre guerras: la crisis del 30, los conflictos sociales, los cambios políticos, la sustitución de importaciones y el proceso de urbanización. El peronismo, el modelo de sustitución de importaciones y la transformación de la estructura social. El modelo desarrollista, la inestabilidad política y los ciclos "stop-go". La dictadura militar, la "apertura económica", la concentración, la deuda externa y sus consecuencias en la estructura social. La recuperación de la democracia en los "80. Alta inflación. Ineficiencia del aparato estatal y la concentración económica. El neoliberalismo de los "90, la convertibilidad de la moneda, la flexibilización laboral, las privatizaciones y la deuda externa. El desempleo y la pobreza. El fin de la convertibilidad. Crisis de la deuda y perspectivas económicas actuales. La reindustrialización reciente, el papel del Estado y el régimen de acumulación y de inserción internacional. Las consecuencias ambientales de los estilos de desarrollo seguidos por la Argentina. Crecimiento, desarrollo y sustentabilidad ambiental. Los diferentes sistemas económicos y la continuidad de los problemas económicos centrales.



Año 2 - Cuatrimestre 1

• **Taller de Diseño Orientado I (Comunicación Visual-Multimedial) (240220)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar y profundizar en la metodología de diseño para la resolución de problemáticas, con el fin de brindar óptimas soluciones.
- Introducir conocimientos para la construcción, composición y transmisión de ideas como elementos del proceso proyectual.
- Comprender la necesidad de la variedad formal para arribar a soluciones justificadas en relación al usuario y el contexto determinado.

Contenidos mínimos:

Resolución de productos de diseño de media complejidad. Reconocimiento de necesidades, sistematización del proceso de resolución. Elaboración y ponderación de alternativas formales y tecnológicas. Introducir al alumno en la justificación de la propuesta. Analizar el objeto y el contacto con los seres humanos.

• **Tecnología de Diseño Orientado I (Comunicación Visual-Multimedial) (240221)**

Objetivos de aprendizaje:

- Brindar conocimientos de digitalización de imágenes y textos, además de su correcta selección, para una eficiente comunicación del mensaje hacia los correspondientes usuarios.
- Introducir nociones indispensables de la impresión. Problemáticas frecuentes y óptimas demostraciones del proyecto.
- Aportar las herramientas necesarias para una eficiente supervisión en los controles de calidad de las producciones.

Contenidos mínimos:

Digitalización de imágenes y textos. Administración de fuentes. Generación, revisión y edición de archivos digitales. Control de calidad. Fundamentos de la pre -impresión. Fundamentos del color. Gráficos vectoriales y mapa de bits. Pruebas color. Sistemas mecánicos y digitales. Principales softwares para el desarrollo de procesos digitales.

• **Sistemas de Representación Orientado I (Comunicación Visual-Multimedial) (240222)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar nociones elementales del dibujo, recursos expresivos de la representación y la comunicación.
- Profundizar sobre las técnicas instrumentales de la estructura, expresión y representación bidimensional y tridimensional.
- Comprender la construcción, composición y transmisión de ideas, pensamientos e información a través del dibujo en el proyecto.

Contenidos mínimos:

Introducción al dibujo. Definición del concepto. Posibilidades técnicas. La importancia del dibujo



Universidad Nacional de Moreno

analógico. El dibujo a lo largo de la historia. Técnicas secas. Papeles adecuados. Carboncillo. Sanguina y conté. Grafito. Lápices de colores. Rotuladores y bolígrafos. Pastel. Técnicas húmedas. Papeles adecuados. Témperas. Tinta china. Acuarela. Elementos del dibujo. Nociones de medidas. Geometría. Proporciones. Bidimensión. Tridimensión. Representación con técnicas rápidas. El dibujo a mano alzada. La forma y el espacio. Concepto de organización formal espacial. El boceto. Métodos y técnicas de representación a color y blanco y negro. Diagramación gráfica en diversos soportes.

- **Química (240023)**

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer los fundamentos básicos de la química.
- Adquirir capacidad para individualizar y acotar un fenómeno químico.
- Advertir los cambios ambientales por su uso indebido.

Contenidos mínimos:

Técnicas y tecnologías para la separación física, química y mecánica de los materiales. Teoría atómica. Tabla Periódica de los Elementos. Uniones químicas. Fórmulas químicas. Reacciones químicas y estequiometría. Las sustancias en estado gaseoso. Las sustancias en estado líquido y sólido. Soluciones. Termodinámica química. Cinética y equilibrio químico. Equilibrio iónico. Redox y electroquímica. Conformación de pigmentos. Terminaciones superficiales. Oxidación.

- **Panorama Histórico y Social del Diseño (240024)**

Objetivos de aprendizaje:

- Dotar al alumno de las herramientas adecuadas para encontrar elementos del arte del pasado que continúan vigentes en la actualidad.
- Vincular conceptos de historia del arte en el campo profesional del diseño.
- Reflexionar sobre la interacción entre la producción artística y su contexto, reconociendo, analizando y estudiando el significado del arte, la historia de las artes y el diseño y la moda.

Contenidos mínimos:

Antecedentes históricos de la profesión. La revolución industrial. Relación entre diseño, producción, sistemas económicos, sociedad y cultura a través de la historia. Bases del desarrollo histórico y su impronta en el diseño desde sus inicios hasta la actualidad. La evolución del diseño en EEUU, Europa y Rusia, los aspectos más significativos y sus efectos en relación a los contextos, los movimientos artísticos, culturales, las grandes escuelas, sus creadores y los productos.

Año 2 - Cuatrimestre 2

- **Taller de Diseño Orientado II (Comunicación Visual-Multimedial) (240225)**

Objetivos de aprendizaje:

- Introducir los contenidos básicos de la problemática de la comunicación visual para que sean capaces de comprender las herramientas técnicas y conceptuales en un esquema progresivo.
- Adquirir habilidad de la detección de problemáticas para poder brindar soluciones con un abordaje preciso y en concordancia con las limitaciones productivas.



- Internalizar la metodología de trabajo del diseñador mediante el programa de diseño.

Contenidos mínimos:

Resolución de productos sistémicos de mediana complejidad. Reconocimientos de necesidades, descripción de limitantes tecnológicos y productivos. Ponderación de las variables económicas intervinientes. Elaboración del programa de diseño. Construcción y valoración de alternativas en función de los requerimientos del programa. La relación del objeto-usuario-entorno.

- **Tecnología de Diseño Orientado II (Comunicación Visual-Multimedial) (240226)**

Objetivos de aprendizaje:

- Comprender las diferentes situaciones interior-exteriores.
- Indagar en reforzar los mensajes a través de las variantes tecnológicas.
- Instruir sobre los navegadores de internet y la programación.

Contenidos mínimos:

Entorno interior y exterior. La importancia del material en la comunicación visual y multimedial. Conceptos fundamentales: las clases, los objetos, los mensajes, los métodos, composición, sobrecarga y polimorfismo. Interacción en navegadores de internet mediante HTML dinámico, el modelo de objetos para documento (DOM) y programación orientado a objetos.

- **Sistemas de Representación Orientado II (Comunicación Visual-Multimedial) (240227)**

Objetivos de aprendizaje:

- Comprender las diferencias y cualidades de las representaciones bidimensionales y tridimensionales.
- Desarrollar la capacidad de llevar adelante claras representaciones en el campo de la comunicación visual y multimedial, mediante elementos compositivos.
- Manejar herramientas y técnicas de normalización para la presentación de los proyectos.

Contenidos mínimos:

Objetos bidimensionales y tridimensionales. Objetos con abordaje 360°. Perspectivas. Vistas. Acotación. Realización de documentación técnica. Visualización integral del proyecto para instancias de presentación y producción. Métodos y técnicas de renderizado. Metodologías de representación y diagramación gráfica en diferentes tipos de soportes. La comunicación del proyecto.

- **Dibujo Asistido por PC para Diseño en Comunicación Visual (240528)**

Objetivos de aprendizaje:

- Brindar las principales categorías de programas de diseño gráfico con las que se podrán encontrar en el ámbito profesional para una mejor inserción laboral.
- Comprender aspectos relacionados al Diseño Gráfico, como la composición, maquetación y formatos adecuados para reproducción masiva y aplicaciones en cualquier campo de comunicación visual.
- Aportar los conocimientos informáticos necesarios que permitan el óptimo desarrollo de proyectos, desde programas gráficos vectoriales, edición de fotos, diseño editorial, hasta aquellos correspondientes a diseño de interfaces.



Contenidos mínimos:

Manejo y uso funcional de programas de 2D y 3D. Generación de códigos visuales en sistemas de información. Maquetación. Maquetación editorial. Master Pages y plantillas. Vectores. Importación de archivos. Vinculación y compatibilidad entre programas. La tipografía. Jerarquización. Edición de imágenes vinculadas. Diapositivas y presentaciones. Tipos de formatos y extensiones para la construcción de modelos reales. Programas: Adobe Photoshop CC, InDesign, Adobe Illustrator, CorelDraw, Vectr, Krita, Affinity Designer, Sketch y Adobe Lightroom.

- **Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual (240500)**

Ver detalle en apartado específico

Año 3 - Cuatrimestre 1

- **Taller de Diseño en Comunicación Visual I (240530)**

Objetivos de aprendizaje:

- Desarrollar habilidades para concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, además del análisis crítico de la comunicación visual de la identidad y el desarrollo de proyectos de carácter sistémico, aplicados a empresas, instituciones y productos.
- Profundizar la capacidad para el análisis crítico, adquiriendo habilidades para producir piezas de diseño que respondan al proyecto planteado y a las funciones comunicativas que éstas deban asumir.
- Propiciar el aprendizaje de conceptos claves e incorporar terminología disciplinar y Profundizar en la especificidad del conocimiento proyectual.

Contenidos mínimos:

El discurso de identidad. Diseño e identidades. Concepto de identidad e imagen. Sistemas de identidad. El nombre. Logotipo. Isotipo. Signo lingüístico y signo icónico. Articulación del lenguaje visual/verbal. Organización de un sistema de identidad visual. Topología de las modalidades de marca. Niveles de síntesis. Nivel lingüístico e icónico de la tipografía.

- **Tecnología de Diseño en Comunicación Visual I (240531)**

Objetivos de aprendizaje:

- Entender el diseño como práctica técnico-cultural interdisciplinaria.
- Profundizar en el planteo tecnológico de los proyectos, mediante una mirada resolutoria adaptada a la correspondiente necesidad y los actuales procesos de producción.
- Apropiación del concepto de representación.
- Entrenar el reconocimiento y aprovechamiento integral de los instrumentos y materiales para el diseño.

Contenidos mínimos:

Tecnología, cultura y diseño. La reproducibilidad técnica. Modos de ver y leer. Tecnología y proyecto. Proceso de visualización del proyecto: idea, boceto, boceto acabado, original. Grilla tipográfica. La grilla en soportes digitales: web, blog, app, etc. Partes de la página impresa. Blancos tipográficos, márgenes y columnas. Concepto técnico del texto. Textos digitales/lingüísticos. Tipometría. Anatomía de las letras, sus partes, forma y contraforma. El



Universidad Nacional de Moreno

alfabeto. Familias tipográficas. Textos analógicos/visuales. Soportes celulósicos. Fabricación del papel. Formatos estandarizados. Serie A, B y C. Tipos de imágenes y clasificación. Impresión y definición. Peliculados. Concepto de visualización.

- **Sistemas de Representación para Diseño en Comunicación Visual I (240532)**

Objetivos de aprendizaje:

- Internalizar las diversas formas de realizar representaciones para la comunicación de los proyectos.
- Aportar herramientas para la concepción, diseño y producción de piezas comunicacionales, en distintas escalas y soportes.
- Dar a conocer las variables proyectuales existentes para las presentaciones.

Contenidos mínimos:

Sentido y necesidad de la representación gráfica. Aproximación al proceso general de la representación: observación, abstracción y representación. Objetos reales y objetos ideales en la representación. Valores métricos, formales y prácticos. La proyección como método matemático básico para la representación bidimensional. Proyecciones paralelas: ortogonales y oblicuas; proyecciones polares. Proyecciones por medios óptico-mecánicos. Los sistemas de representación como convenciones específicas y particulares.

- **Semiótica Aplicada al Diseño I (240033)**

Objetivos de aprendizaje:

- Abordar el desarrollo de los estudios del mensaje en la resolución de problemáticas de diseño.
- Comprender e identificar los elementos que intervienen en el mensaje de una problemática de diseño.
- Profundizar sobre diferentes teorías de los signos como parte de la construcción del lenguaje de un producto de diseño.

Contenidos mínimos:

Definición de semiótica, elementos y funciones. La comunicación como objeto de estudio. Génesis de la capacidad humana para comunicar: distintos enfoques y líneas teóricas. Comunicación y significación: los distintos modelos teóricos de la comunicación. Factores y funciones de la comunicación. Teoría de los signos. El signo, el ícono, el índice, el símbolo, códigos no lingüísticos. La comunicación y la cultura en el mundo globalizado. El sistema de los objetos y el sistema de la moda. El rol de la imagen. Las técnicas de la información y de la persuasión. Leyes de la Gestalt.

- **Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual (240500)**

Ver detalle en apartado específico

Año 3 - Cuatrimestre 2

- **Taller de Diseño en Comunicación Visual II (240534)**

Objetivos de aprendizaje:



Universidad Nacional de Moreno

- Internalizar los conocimientos pertinentes de identidad.
- Comprensión y desarrollo del manejo estético y funcional de la información y sus componentes.
- Diseño de proyectos editoriales en distintos formatos para medios impresos y digitales.

Contenidos mínimos:

Implementación de un programa de identidad. Identidad institucional. Inscripción de la imagen en el contexto socio cultural e histórico, en el contexto comunicacional y en el contexto de la competencia. Identidad de productos comerciales: packaging y campaña. Programa de identidad global. Concepto de subsistema y sistema. Normalización y manualización. Editorial y factores intervinientes en dicha pieza.

- **Tecnología de Diseño en Comunicación Visual II (240535)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar conocimientos del texto y la imagen, sus variables y posibles recursos de aplicación.
- Entender lo que comprende el mundo comercial, su identidad y alcances.
- Promover una actitud crítica para la observación, el análisis y la toma de decisiones ante los problemas tecnológicos que se presentan en la resolución de los diferentes proyectos.

Contenidos mínimos:

La imagen. Procesamiento de imágenes digitales: producción y reproducción. Texto. Procesamiento de textos en documentos digitales. Entorno comercial. Identidad corporativa: papelería institucional, gráfica en locales y vehicular. Entorno digital: campañas y redes sociales. Packaging y envases. Editorial.

- **Sistemas de Representación para Diseño en Comunicación Visual II (240536)**

Objetivos de aprendizaje:

- Internalizar las diferentes formas de representaciones de los proyectos visuales a través de distintos recursos gráficos propios del dibujo.
- Comprender los acabados y terminaciones existentes para distintas instancias de presentación.
- Visibilizar la variedad de soportes existentes para realizar presentaciones que impliquen documentación a clientes.

Contenidos mínimos:

El sistema de proyecciones diédricas. Proyecciones acotadas. Los sistemas de proyecciones paralelas: caballera y axonométrica. Determinación de sombras. El sistema de perspectiva polar. Puntos de vista reales; aéreos. Sombras. Límites de cada sistema. Complementariedad. Aplicación de la representación integral a objetos geométricos simples y a objetos reales. Croquización, aplicación de sombras y color. Representación del natural. Aplicación a la representación de la figura humana. Proporciones, movimiento. Aplicación de la representación integral a temas de la vida social y urbana. Documentación necesaria y presentación.

- **Semiótica Aplicada al Diseño II (240037)**

Objetivos de aprendizaje:



Universidad Nacional de Moreno

- Reconocer a los objetos de diseño como emergentes culturales y, por lo tanto, portadores de un discurso y analizar las características formales que permiten identificar los diferentes discursos.
- Investigar, observar y analizar las producciones de diseño considerándolos como testimonio de un contexto/tiempo.
- Identificar y redefinir los valores estéticos e ideológicos que transforman a los productos de diseño en un testimonio social, capaz de describir las características económicas y culturales de una época.

Contenidos mínimos:

Teoría y análisis de los mensajes. Concepto de discurso. Semiosis social. Instancias de producción y reconocimiento. Teoría de la discursividad. Recursos al servicio de la significación. Estudios de los discursos implícitos en un objeto de diseño. Concepto de discurso predominante. Posproducción. Reutilización de aspectos formales/culturales, re-contextualización. Retórica y diseño. Elementos de la semiótica aplicada al diseño. Código y género. Materialidad e inmaterialidad.

- **Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual (240500)**

Ver detalle en apartado específico

Ciclo de Formación Profesional

Año 4 – Cuatrimestre 1

- **Taller de Diseño en Comunicación Visual III (240540)**

Objetivos de aprendizaje:

- Identificar las características y cualidades del sistema.
- Profundizar en el universo de los signos, su aplicación en el espacio público y en la interacción usuario-objeto con otros artefactos e interfaces inteligentes.
- Internalizar las distintas funciones que posee un artefacto.

Contenidos mínimos:

El programa de diseño. I + D. Relaciones ergonómicas. La complejidad tecnológica. Módulo y sistema. Sistema y entorno. Componentes mecánicos y electrónicos. Interfaces gráficas. La desmaterialización del objeto. Los discursos. Los signos. Señalización y señalética. Etimología. Cultura material del objeto. La función del objeto. Función práctica. Función simbólica.

- **Tecnología de Diseño en Comunicación Visual III (240541)**

Objetivos de aprendizaje:

- Desarrollar la capacidad de plantear metodologías analíticas y proyectuales alternativas en función de la temática a resolver como herramienta de obtención de determinantes proyectuales y medio de obtención de alta calidad visual y funcional.
- Desarrollar la comprensión de los distintos tipos de soportes, sus características, modos de uso y beneficios.
- Comprender cómo son conformados los materiales y cómo optimizar la utilización de cada uno de ellos.



Contenidos mínimos:

Imágenes impresas. Separación de colores. Trama convencional. Trama estocástica. Angulatura. Procedimientos o sistemas de impresión. Campos de aplicación. Sistemas convencionales. Tipografía. Flexografía. Litografía. Serigrafía. Offset. Rotograbado. Sistemas digitales: electrofotografía (impresión láser). Inkjet o chorro de tinta. Soportes. Fabricación. Tipos. Clasificación. Papel. Cartulina. Cartón. Tintas. Composición y secado de las tintas para los distintos sistemas de impresión. Colores pantone. Tintas especiales.

Aplicación de herramientas digitales en el cronograma de proyecto y la gestión del tiempo. Recursos para agilizar el proceso industrializado de diseño. Validación de procesos y herramientas de optimización de costos de producción.

- **Diseño Estratégico, Innovación y Emprendimiento I (240042)**

Objetivos de aprendizaje:

- Introducir nociones sobre conocimiento y planificación estratégica adaptada a diferentes tipos de empresas y unidades de negocio.
- Incorporar herramientas que determinen la acción adecuada en los procesos de análisis estratégico.
- Implementar herramientas que faciliten la proyección de propuestas estratégicas en diversas unidades productivas.

Contenidos mínimos:

Herramientas del diseño estratégico. Introducción al mundo de negocios: visión de negocios. Entorno y estrategia. Cadenas de valor. Proceso de planeamiento y ejecución estratégica. Design Thinking. La innovación como elemento del plan estratégico. Transformación y propuesta de valor en unidades productivas.

- **Ciencia, Tecnología y Proyecto de País (240043)**

Objetivos de aprendizaje:

- Generar una reflexión crítica sobre las perspectivas universalistas en materia de políticas de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) para países de la región, considerando los procesos de emulación de estas políticas en países desarrollados.
- Promover un análisis contextualizado, fundado en la perspectiva histórica, de las dinámicas políticas, institucionales y organizacionales del sector de CTI local entre el fin de la Segunda Guerra Mundial y el presente.
- Brindar herramientas para abordar el marco normativo del complejo de CTI nacional, así como las principales funciones de los organismos responsables de planificar, promover y ejecutar actividades de investigación, desarrollo e innovación (en adelante I+D+i).

Contenidos mínimos:

La transformación estructural de las ciencias durante el siglo XX. El desarrollo científico-tecnológico en clave de los modelos de acumulación. Planificación económica y política científica-tecnológica en la Argentina durante el Peronismo. Estructura productiva desequilibrada. La variable tecnológica en los procesos de industrialización tardía en Latinoamérica. La Escuela Latinoamericana de Pensamiento en Ciencia, Tecnología y Desarrollo. Dictadura cívico militar, apertura del ciclo neoliberal. Desindustrialización y reestructuración regresiva. El complejo



científico y tecnológico en el marco del retorno de la democracia. Marco normativo y reorganización de las instituciones. El impacto del neoliberalismo en los sectores estratégicos y en las políticas de CTI. Políticas de CTI en contexto de reindustrialización, desarrollo inclusivo y ampliación de derechos (2003-2015). La creación del MINCYT, las razones de su jerarquización y posterior retroceso. Breve retorno de la matriz neoliberal. La actualidad del SNCTI, los desafíos de articular y responder a las demandas sociales y productivas.

- **Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual/Asignatura Electiva Área Diseño (240501/24000)**

Ver detalle en apartado específico

Año 4 – Cuatrimestre 2

- **Taller de Diseño en Comunicación Visual IV (240544)**

Objetivos de aprendizaje:

- Ejercitar la capacidad resolutoria de productos con características complejas.
- Internalizar la importancia de pensar en cada uno de los momentos por lo que atraviesa un artefacto, para contemplar también en cómo puede impactar en nuestro medio ambiente.
- Reforzar, a partir del diseño, el interés por la problemática social y la política del contexto.

Contenidos mínimos:

Abordar la resolución de productos complejos que deban vincularse con otros productos preestablecidos o predeterminados. Objeto y Marca. Ciclo de vida del producto. Obsolescencia anticipada. Reciclado. Impacto ambiental. Los nuevos materiales.

- **Tecnología de Diseño en Comunicación Visual IV (240545)**

Objetivos de aprendizaje:

- Organizar y relacionar los conocimientos teórico-conceptuales del diseño en comunicación visual, para crear, proponer y producir en diversos soportes soluciones funcionales en este campo.
- Comprender que los productos se diseñan en su totalidad, también desde lo tecnológico, hasta el momento en que no siguen siendo utilizados.
- Capacitar para poder ofrecer soluciones integrales a problemas de comunicación visual, con actitud crítica, reflexiva, propositiva y ética, mediante la aplicación de metodologías y estrategias de producción ofreciendo soluciones pertinentes para los diferentes sectores de la sociedad.

Contenidos mínimos:

Terminación de impresos. Operaciones de terminación. Terminaciones superficiales. Envases: funciones y características generales. Definiciones y clasificaciones. Envases celulósicos. Laminaciones. Etiquetas. Bolsas. Cajas. Envases de vidrio. Producción industrial. Fabricación de envases. Impresión de envases de vidrio. Envases de hojalata y aluminio: fabricación e impresión. Envases colapsables. Envases plásticos, materiales plásticos: elastómeros, termoplásticos, termorrígidos. Impresión de envases plásticos.

Conceptos fundamentales sobre diseño, innovación y ecología. PLM (gestión del ciclo de vida del producto). Optimización del ciclo de vida del producto. Diseño de sistemas eco-eficientes.



Diseño para la equidad social.

- **Diseño Estratégico, Innovación y Emprendimiento II (240046)**

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer y promulgar enfoques vinculados a procesos y gestión de acciones estratégicas vinculadas a la innovación productiva.
- Estudiar las distintas herramientas de gestión estratégica de las en diversas unidades productivas.
- Incorporar nociones sobre emprendedurismo, planeamiento y gestión.

Contenidos mínimos:

Proceso de planeamiento y ejecución estratégica. Design Thinking. La innovación como elemento del plan estratégico. Transformación y propuesta de valor en unidades productivas. Mapa del proceso. Prioridades y acciones clave. Visión estratégica, visión de conjunto y atención al detalle. Soporte y seguimiento. Marketing Estratégico, conceptos fundamentales.

- **Innovación y Desarrollo Industrial (240047)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar los principales conceptos y definiciones vinculadas a la gestión de la tecnología y la innovación.
- Analizar casos emblemáticos de industrias nacionales que desarrollaron estrategias intensivas en conocimiento.
- Identificar instrumentos, herramientas y saberes relacionados a la planificación y ejecución de proyectos tecnológicos.

Contenidos mínimos:

Nuevos enfoques sobre innovación. La naturaleza de los procesos de innovación en perspectiva latinoamericana. La tecnología como un bien estratégico. La vinculación tecnológica en la Argentina. La actualidad del SNCTI: organismos, instrumentos de promoción y alcances de las políticas de innovación. Estudio de casos industriales emblemáticos durante la etapa de industrialización por sustitución de importaciones. La gestión del conocimiento en las empresas nacionales. Propiedad intelectual. Herramientas de vigilancia tecnológica. Escenarios prospectivos. Estudio de casos sobre estrategias intensivas en conocimiento implementadas en distintas empresas argentinas. Dinámicas socio técnicas, actividades de innovación, relaciones problema-solución, redes tecno económicas. Análisis de estudios sectoriales. La política industrial 4.0 en América Latina, alcances y desafíos.

- **Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual/Asignatura Electiva Área Diseño (240501/24000)**

Ver detalle en apartado específico

Año 5 – Cuatrimestre 1

- **Taller de Proyecto de Diseño en Comunicación Visual (240550)**



Objetivos de aprendizaje:

- Integrar los conocimientos proyectuales, instrumentales y teóricos, contruidos por los/as estudiantes a lo largo de la carrera de diseño en comunicación visual.
- Promover la resolución de problemas complejos que contengan aspectos de creatividad, innovación, búsqueda, solidez de lenguaje, fundamentación, reflexión, aportes académicos, disciplinares y profesionales.
- Planificar, dirigir, evaluar y efectivizar las producciones de diseño con problemáticas complejas.

Contenidos mínimos:

Técnica de metodología proyectual para la resolución de problemas complejos vinculados al diseño y a la comunicación visual. Construcción del abordaje situación-problema, abordaje analítico, análisis de datos y antecedentes relacionados. Matrices de posicionamiento para la construcción de situaciones - problemas.

- **Metodología Científica Aplicada al Diseño (240051)**

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer de modo sistemático las herramientas preponderantes para organizar y trabajar en el desarrollo de las investigaciones académicas y profesionales.
- Comprender los diferentes elementos de la metodología para seleccionar los procedimientos adecuados en pos de formular una acertada hipótesis a problemáticas específicas.
- Identificar y aplicar los diferentes métodos con el fin de fortalecer el razonamiento sistémico.

Contenidos mínimos:

Tipos de conocimientos. El proceso metodológico y sus fases. El problema de investigación y la formulación de hipótesis. Mecanismos de recolección de datos, clasificación y análisis. La experimentación. El diseño del proyecto de investigación. Revisión de antecedentes y formulación de objetivos. Presentación y divulgación científica, formatos y ámbitos.

- **Formulación, Evaluación de Proyectos y Financiamiento (240052)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar conocimientos básicos sobre metodologías de formulación de proyectos.
- Identificar las fuentes de financiamiento y conocer las formas de evaluación de los organismos oferentes.
- Realizar un ejercicio práctico de formulación de un proyecto.

Contenidos mínimos:

Formulación de proyectos, marco lógico y otros métodos internacionales. Proyectos de investigación ambientales. Financiamiento de proyectos ambientales, agencias y cooperación internacional. Evaluación de proyectos. Diagnóstico ambiental y Línea de Base. Emprendimientos productivos y obras de infraestructura: ciclo de Proyecto y EIA. Estudios de casos.

- **Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual/Asignatura Electiva Área Diseño (240501/24000)**

Ver detalle en apartado específico



Año 5 – Cuatrimestre 2

- **Comunicación del Proyecto (240053)**

Objetivos de aprendizaje:

- Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
- Manejar los lenguajes expresivos y los recursos de representación y comunicación.
- Comprender el comportamiento de todos los elementos involucrados en el proceso de comunicación.

Contenidos mínimos:

Adquisición de herramientas para presentar, tanto digitalmente como oralmente, todo el proceso de diseño. Aplicación de las técnicas narrativas para la presentación de un proyecto. Definición, síntesis y comunicación del proyecto de diseño, tanto hacia su comprensión como su aceptación. Herramientas tecnológicas para la presentación y la comunicación del proyecto.

- **Proyecto Final de Diseño en Comunicación Visual (240553)**

Objetivos de aprendizaje:

- Implementar diferentes herramientas creativas en la resolución de problemas de diseño en comunicación visual.
- Utilizar la metodología proyectual y la metodología científica para la resolución de problemas de variada complejidad.
- Planificar, dirigir, evaluar y efectivizar las producciones de diseño de problemáticas complejas.

Contenidos mínimos:

Metodología científica aplicada al diseño. Construcción de Briefing creativos adaptados a las situaciones - problemáticas complejas. Generación de propuestas integrando los elementos en un todo, ubicándolos de forma armónica con su contexto. Generación de propuestas y alternativas de diseño adaptadas al mercado regional. Materialización de propuestas.

- **Legislación y Práctica Profesional (240055)**

Objetivos de aprendizaje:

- Dotar a los estudiantes con herramientas legales del campo profesional.
- Introducir conceptos básicos del derecho laboral, competencias y contrataciones.
- Profundizar sobre las responsabilidades civiles, administrativas y penales del profesional del diseño.

Contenidos mínimos:

Derecho. Derecho público y privado. Constitución Nacional, poderes Nacional, provinciales y municipales. Leyes, decretos y ordenanzas. Sociedades. Contratos. Ejercicio profesional. Derechos y deberes legales de la profesión. Actividad pericial. Responsabilidad civil de las acciones profesionales: civil, administrativa y penal. Contrataciones. Sistemas de contrataciones. Contratos de trabajo. Legislación laboral. Seguridad e Higiene laboral. Seguro laboral. Riesgos y accidentes.



Universidad Nacional de Moreno

- **Asignatura Electiva Diseño en Comunicación Visual/Asignatura Electiva Área Diseño (240501/24000)**

Ver detalle en apartado específico

Actividades Complementarias

- **Requisito de Idioma Optativo (240060)**

Objetivos de aprendizaje:

- Fomentar las habilidades lingüísticas: comprensión lectora, comprensión auditiva, producción oral y producción escrita a partir de la experiencia con distintos tipos de textos y ejercitación acorde.
- Formar oraciones simples y complejas, utilizando verbos modales y vocabulario propio de su disciplina.
- Adquirir capacidad de lectura técnica del idioma.

Contenidos mínimos:

Se establecerán en cada caso para las siguientes opciones de idiomas: INGLÉS (240060I), PORTUGUÉS (240060P) y FRANCÉS (240060F) conforme se organice la actividad complementaria.

Propuesta de Asignaturas Electivas

De Diseño en Comunicación Visual

- **Técnicas de Maquetación para Estructuras Visuales (240500A)**

Objetivos de aprendizaje:

- Internalizar el concepto de maquetación como insumo pertinente, un boceto que permitirá visualizar y entender cómo será el proyecto gráfico.
- Comprender el abordaje necesario a implementar, para llevar adelante proyectos de maquetación tanto bidimensionales como tridimensionales.
- Tomar conocimiento acerca de los diversos materiales existentes con los que se pueden trabajar los proyectos de comunicación visual para la presentación y comunicación de proyectos.

Contenidos mínimos:

Relación entre diseño editorial y maquetación. Evolución en el proceso de maquetación. Factores del diseño: la proporción, el color, la tensión, el equilibrio y el movimiento. Diseño editorial en revistas. Tipos de diseños de revistas. Referencias. Las revistas digitales y su importancia actual. Elementos de publicación. Diseño editorial de periódicos. Los diarios, entre la información y la belleza gráfica. Los formatos de los diarios. Tendencias editoriales. Introducir publicidad en el proceso de maquetación. ¿Qué es la publicidad? Tipos. ¿Cómo introducir publicidad en medios impresos y medios digitales?. Tipografías editoriales. La importancia del tamaño. Tipografía en los medios impresos y en medios digitales. ¿Qué es la ortotipografía?. Microtipografía y macrotipografía. El ámbito de la maquetación en las redes sociales. ¿Qué es el redactor publicitario?. Cómo llevar adelante la maquetación de diferentes soportes e insumos gráficos, tanto en la bidimensión, como en la tridimensión. Materiales más utilizados para



maquetar, formas de trabajarlos y sus referencias comerciales.

- **Laboratorio de Imagen Corporativa (240500B)**

Objetivos de aprendizaje:

- Examinar la importancia de la imagen en las empresas a través de técnicas de investigación y técnicas cualitativas, a fin de poder diseñar identidades corporativas y poder diferenciarse entre la competencia.
- Comprender los tipos y las funciones de la cultura corporativa.
- Entender cómo proceder ante la comunicación de crisis.

Contenidos mínimos:

La importancia de la imagen en las empresas. ¿Qué es la imagen corporativa?. Diferencias entre identidad e imagen corporativa. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?. Situaciones de cambio de la imagen corporativa. ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?. Las técnicas de investigación en imagen corporativa. El estudio de la imagen de la empresa. Técnicas de investigación de la imagen corporativa. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen. Tipos de técnicas cuantitativas. Auditoría y estrategia de imagen. Qué es la auditoría de imagen. Pautas. Metodología de la auditoría. Planificación estratégica. Cultura corporativa. ¿Qué es la cultura corporativa?. Factores que intervienen en la cultura corporativa. Funciones de la cultura corporativa. Tipos de cultura corporativa. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa. RSC: concepto y aplicación de la empresa. Directrices para integrar la RSC en las empresas. La comunicación de la RSC. Reputación corporativa. La identidad visual corporativa y el nombramiento (Naming). Estrategias de identidad visual corporativa. Elementos y principios básicos. Elaboración del manual. El nombramiento. Imagen y posicionamiento de marcas. Los orígenes de las marcas. ¿Qué es una marca?. La necesidad de construir una marca. Imagen y posicionamiento de las marcas. El valor de las marcas. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis. Plan estratégico de comunicación. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa. El nuevo panorama del sector publicitario. La mercadotecnia promocional. Características. Peligros. Tipos y técnicas promocionales. La distribución y la imagen del punto de venta. Los principales protagonistas de la distribución comercial. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento. A través de su nombre y logotipo.

- **Composición de Plataformas Digitales para la Comercialización (240500C)**

Objetivos de aprendizaje:

- Identificar instrumentos competitivos para el desarrollo de imágenes en plataformas digitales.
- Comprender las estructuras digitales para realizar comercializaciones en plataformas virtuales.
- Incorporar instrumentos vinculados al marketing digital para la gestión de redes sociales.

Contenidos mínimos:

Nacimiento del usuario participativo: prosumidores. Identidad digital. Reputación online. Community Manager. Community Manager & Social Media Manager, funciones y características. La búsqueda de Insight. Manual de Estilo en las Redes Sociales. Objetivos y KPI en las Redes Sociales. Manejo de las Redes Sociales. Facebook: páginas de empresas, roles de acceso, configuración. Conociendo al público dentro de las redes sociales. Tipos de Contenidos,



Mensajes y Estadísticas. Marketing de Influencia y Gestión de Crisis. Introducción al manejo de plataforma web y móvil para gestionar redes sociales.

- **Composición y Diseño para Espacios Comerciales (240500D)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar técnicas de representación gráfica para la presentación de los productos en comercios y tiendas comerciales.
- Promover la incorporación de estrategias de marketing, resaltando la composición gráfica de los espacios de promoción y venta de productos.
- Aprender conceptos de espacio, dimensionalidad, estructuras y organización y distribución para intervenir de modo gráfico en los espacios comerciales.

Contenidos mínimos:

Conceptos y relación entre los elementos de promoción comercial y el consumidor. Visual merchandising. Análisis de clientes. Composición de la gráfica en función de la marca del producto a comercializar. Punto de venta. Ubicación gráfica. La circulación en el interior. Implantación. Normativas. Distribución de la superficie de venta. Introducción de la superficie de venta. Principios de la distribución. Optimización de espacio.

- **Diseño de Campañas Publicitarias (240500E)**

Objetivos de aprendizaje:

- Incorporar principios básicos sobre las tipologías publicitarias.
- Implementar herramientas para el desarrollo de campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación.
- Promover instrumentos para la diagramación y formulación de campañas publicitarias.

Contenidos mínimos:

Fundamentos y clarificación de la publicidad. Publicidad en medios digitales. Estrategias publicitarias. Herramientas publicitarias para promover un negocio en línea. Personalización de los mensajes y medición de resultados de una forma efectiva. Características de la publicidad gráfica y digital. Técnicas publicitarias para redes sociales y para el e-commerce. Formulación de planes estratégicos para publicitar productos en diferentes medios.

- **Seminario sobre Estrategias de Identidad de Marca (240501A)**

Objetivos de aprendizaje:

- Comprender los valores esenciales de las estructuras que componen las marcas comerciales.
- Componer y confeccionar argumentos metafóricos para la transmisión de mensajes direccionados por usuarios.
- Implementar y realizar ejercicios prácticos, sobre casos reales, para la personalización de mensajes comunicacionales de marcas.

Contenidos mínimos:

Esencia y valores de marca. Análisis y contextualización de atributos y valores culturales de una organización. Composición de estrategias convenientes para las marcas. Mensajes y metáforas de marca. Aplicación de argumentos para la transmisión de mensajes metafóricos para impulsar



Universidad Nacional de Moreno

una marca. Personalidad de marca. El discurso de la marca. Dimensiones narrativas de la marca. Nombre de la marca como primer discurso. Estrategia de expresión. Puntos de contacto y territorios sensoriales.

- **Gestión y Administración de Negocios para la Industria de Contenidos Audiovisuales (240501B)**

Objetivos de aprendizaje:

- Internalizar los requisitos y requerimientos del INCAA para trabajar de forma lineal y en concordancia.
- Conocer normativas pertinentes de la industria audiovisual, tanto nacionales como provinciales y municipales.
- Adquirir herramientas para la optimización de los recursos en las contrataciones de los equipos utilizados en el trabajo multimedial.

Contenidos mínimos:

Herramientas básicas para poder dar cumplimientos a los requisitos del INCAA acerca de la presentación de costos y de los avances técnicos de la obra. Normas tributarias nacionales, provinciales, municipales y marco jurídico. Organización administrativa financiera. ABC del eficiente control presupuestario y financiero. Locaciones precarias. Reconocimiento de costos propios. Prevención de riesgos. Interrelación. Importancia del cumplimiento de los CCT, SAT, SICA. Optimización de los recursos en las contrataciones de los equipos. Contratos y derechos autorales.

- **Gestión de la Comunicación Corporativa (240501C)**

Objetivos de aprendizaje:

- Comprender las diferentes estructuras contextuales y posibles campos de acción en el ámbito de la comunicación corporativa.
- Adquirir conocimientos específicos sobre responsabilidad social y ética empresarial.
- Implementar instrumentos para realizar planificaciones de comunicación referidos a contenidos informativos para ser implementados en empresas, grupos de precisión y organizaciones en general.

Contenidos mínimos:

La comunicación como parte de la estrategia de la empresa. La comunicación en el ámbito de la comercialización. Las agencias de comunicación. Verificar y controlar la calidad e incidencia informativa y publicitaria. Estrategias de comunicación. Briefing y contrabriefing. Estructura y desarrollo del plan. Frases y categorías. Presupuesto. Control y análisis de los resultados. Gestión de crisis y riesgo reputacional. Responsabilidad social corporativa y ética empresarial. Estrategias de comunicación responsable. Contribución al mejoramiento social, económico y ambiental. Lobbying: influenciar directa o indirectamente a las instituciones públicas.

- **Taller de Ilustración y Serigrafía (240501D)**

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer el proceso de producción de los distintos tipos de ilustración, desde su proyección a su realización.
- Internalizar conocimientos de la serigrafía para la correcta utilización de la técnica.



- Analizar el diálogo que se produce entre la imagen y el texto en los diferentes relatos para una óptima puesta en práctica a través de producciones visuales.

Contenidos mínimos:

Actividad del ilustrador. Evolución de la ilustración. Tipos y procesos de realización en la ilustración editorial y comercial. Diferentes ilustraciones: tapas, viñetas, relatos. Elementos del lenguaje visual: composición, forma. Distintos tipos de representación en la construcción del espacio. Clima y atmósfera de la imagen a través del color y del contraste. Aproximación a distintas disciplinas plásticas y su práctica en la ilustración. Dibujo, pintura, grabado, técnica mixta, etc. Técnicas y soportes (analógicos, digitales) en función de favorecer una imagen personal.

Elementos básicos de la serigrafía. Mallas serigráficas. Batidores y/o marcos. Clases y/o funciones. Mesas de trabajo. Grabado de shablon. Fotolitos o positivos. Tipos de emulsiones. Tensados en marcos. Endurecedor de emulsión. Recuperado y limpieza de shablon. Modo de impresión. Tiempos de planchado. Técnicas para materiales oscuros. Clases de tintas. Plastisol - acuosas - puff - glitters. Tiempos de fotograbado - Revelado. Pulpo o calesita - Mesas planas. Sublimación y materiales a utilizar. Técnicas de uso de planchas (tiempo y presión). Sublimación de remeras, gorras, tazas, barbijos, etc. Plotter de corte con precisión sobre distintos materiales. Técnicas principales del uso de plotter de corte. Vinilos textiles y autoadhesivos.

Del Área de Diseño

- **Técnicas de Composición Fotografía (240000A)**

Objetivos de aprendizaje:

- Aportar herramientas para conocer y preparar el equipo de trabajo.
- Profundizar en las reglas y técnicas necesarias para lograr mejores composiciones.
- Brindar herramientas que colaboren en la correcta trasmisión de las cualidades y aptitudes del objeto/servicio.

Contenidos mínimos:

Relación entre fotografía y luz. Tipos de cámaras y accesorios. Tipos de luz. Triángulo de la luz. Apertura. Profundidad de campo. Velocidad de obturación y efectos. Barridos de cámara y de sujeto. Larga exposición. Sensibilidad, efectos y ejercicios ISO. Mediciones de luz. Distancia focal. Lentes. Filtros. Enfoques. Configuración de la cámara: interfaz, sensor, rango dinámico y balance de blancos, estilo de imagen, RAW vs. JPEG y modos de disparo. Composición. Iluminación. Fotografía y publicidad. Ajustes básicos de edición.

- **Taller de Presentación Profesional (Expresión Oral y Escrita) (240000B)**

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer y reseñar los hábitos sociales de la lectura y la escritura.
- Comprender los diferentes géneros discursivos a partir de los cuales se encara la lectura, la escritura y la presentación profesional.
- Identificar las características de la expresión académica a partir de la lectura y la escritura de textos y de las herramientas pertinentes para una correcta presentación profesional.

Contenidos mínimos:

Breve historia de la lectura y de la escritura. La evolución de las prácticas sociales de la lectura y



Universidad Nacional de Moreno

la escritura. Los géneros discursivos. Género académico. El texto y el para texto. La organización textual. La bibliografía. El concepto de autor y sus derivados. Las diferentes voces en un texto. Explicar, exponer y argumentar. Texto expositivo y explicativo. Abordaje de la descripción personal. Perfil personal y objetivo profesional. Elaboración del Curriculum Vitae. Carta de presentación.

• **Taller de Creatividad (240000C)**

Objetivos de aprendizaje:

- Generar estímulos que favorezcan el entrenamiento creativo.
- Favorecer soluciones a determinados problemas a través del entrenamiento de la creatividad.
- Dominar técnicas de creatividad.

Contenidos mínimos:

Técnicas de creatividad: uso de analogías, los seis sombreros de Edward de Bono, lluvia de ideas (Brainstorming), mapas mentales, método 635, palabras aleatorias (problema-palabra/imagen/solución), 4x4x4, pensamiento metafórico y pensamiento divergente y convergente.

• **Marketing y Estrategia Comercial (240000D)**

Objetivos de aprendizaje:

- Instruir acerca de las herramientas necesarias para acceder a la venta de un objeto.
- Dominar los elementos básicos para el abordaje de la difusión y promoción de un objeto.
- Incorporar nociones sobre el perfil del consumidor y sobre los espacios de venta.

Contenidos mínimos:

Imagen, descripción y demostración del producto. Atributos del objeto. Usuario potencial. Determinación de costos para la venta. Promoción del producto. Redes sociales básicas. Colaboración en redes entre espacios productivos. Características del mercado local y sus espacios de comercialización. Competencias. Canales de distribución.

• **Seminario de Incubación de Proyectos y Emprendimientos (240000E)**

Objetivos de aprendizaje:

- Brindar las herramientas necesarias para la formulación de proyectos de emprendedurismo.
- Conocer las políticas y herramientas de promoción del emprendedurismo.
- Dominar herramientas para potenciar y asistir a los emprendimientos para su desarrollo.

Contenidos mínimos:

Conocimientos básicos para el abordaje en la formulación de proyectos. Convocatorias de distintos organismos. Actores y roles. Trabajo en equipo. Diferenciación de los distintos espacios productivos: empresas, pymes, cooperativas y emprendedores. Incubadoras: concepto y caracterización.



• **Taller de Innovación Social (240000F)**

Objetivos de aprendizaje:

- Generar un espacio de experimentación que contribuya con la construcción de ecosistemas de innovación, captura y ensayo de ideas, dinámicas y modelos para el desarrollo de soluciones útiles y sostenibles a problemas sociales.
- Internalizar la importancia del compromiso con el entorno para dar soluciones innovadoras a problemas sociales y ambientales a través de la disciplina.
- Aportar ideas/propuestas resolutorias a las principales problemáticas del entorno que se encuentren al servicio de la comunidad.

Contenidos mínimos:

Concepto de innovación e innovación social. Conocimiento del entorno/contexto vinculante al espacio de formación. Problema/necesidad. Actores intervinientes y sus correspondientes roles. Cambio sistémico.

• **Seminario sobre Práctica Profesional e Inserción laboral (240000G)**

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer los diferentes espacios y roles posibles para el ejercicio de la actividad profesional.
- Brindar herramientas pertinentes que ayuden a la inserción de los profesionales en el campo laboral.
- Informar acerca de los espacios productivos vinculantes al espacio formativo como un primer acercamiento a posibilidades laborales de inserción.

Contenidos mínimos:

Prácticas del diseño. Ejercicio profesional. Distinción de posibles campos de trabajo. Roles, funciones, ámbitos y tareas. Saberes, capacidades y habilidades. Caracterización del espacio contextual al ámbito de formación.

• **Diseño y Género (240000H)**

Objetivos de aprendizaje:

- Reflexionar acerca de cómo las proyecciones de género tienen impacto en los procesos de diseño, en los usos y las lecturas de los objetos y el espacio sociales.
- Integrar los principales lineamientos teóricos de los estudios de género en el desarrollo de proyectos de diseño interdisciplinarios.
- Generar nuevas miradas que contribuyan a la construcción de un pensamiento proyectual local más inclusivo y diverso.

Contenidos mínimos:

Identidad de género y diversidad. Violencias por razones de género. Producción de artefactos vs. Relaciones sociales. Mujeres, diseño y academia. Diseño: construcción del conocimiento. El diseño como constructor de patrones socioculturales. Conformación sociocultural de los estereotipos de género. Ley de identidad de género. Perspectiva de género.



• **Responsabilidad Socioambiental en Diseño (240000I)**

Objetivos de aprendizaje:

- Identificar dentro del ciclo de vida del producto los distintos factores que impactan de modo directo e indirecto en la cuestión socio-ambiental.
- Fomentar la importancia del compromiso medioambiental, encontrándose éste contemplado de forma indispensable en cualquier proyecto de negocio.
- Perfeccionar las prácticas para la optimización de los recursos.

Contenidos mínimos:

Deterioro ambiental. Ciclo de vida de los productos. Utilidad. Principios de sostenibilidad económica, social y ecológica. Diseño sostenible. Reciclaje. Optimización de recursos. Industrias de mayor y menor impacto ambiental. Espacios de reciclaje en relación a la materialidad y la región.

• **Estudios Basados en la Experiencia de Usuarios (UX/UI) (240000J)**

Objetivos de aprendizaje:

- Conocer conceptos teóricos y prácticos dentro del área de la experiencia del usuario, como también el desarrollo de las interacciones que forman parte del proceso.
- Analizar, diseñar y medir la experiencia de los usuarios mediante el uso de productos propios.
- Aplicar herramientas para comprender las experiencias basadas en los usuarios.

Contenidos mínimos:

Definiciones UX y CX. Usabilidad. Disciplinas UX. Principios de diseño y percepción visual. Modelos mentales. Diseño centrado en el usuario. Diseño de interacciones. Procesos de diseño. Design Thinking. Modelos de interacción. Principios del diseño de interacción. Leyes de interacción. Usabilidad y reglas heurísticas. Comparación e integración de reglas. Técnicas de investigación, procesos. Testeos de usuarios. Métricas. Definición de proto usuarios y personas. Mapa de empatía. Documentos de diseño. Herramientas complementarias.

• **Estrategias y Monitoreo de Negocios (240000K)**

Objetivos de aprendizaje:

- Instruir para el planteamiento de las metas y objetivos de cara a la estrategia de negocios, aquello que establece las prácticas para regir el funcionamiento.
- Brindar herramientas para la planificación sistémica de los procesos de la recolección, análisis y utilización de la información para facilitar la toma de decisiones estratégicas.
- Implementar metodologías de investigación y detección temprana de problemáticas para recomendar o desalentar la asignación de recursos.

Contenidos mínimos:

Inicio de una empresa. Metas y objetivos de corto, mediano y largo plazo. Estrategias de venta. Canales de comercialización. Posibles espacios de comercialización en relación al entorno productivo. Seguimiento del negocio.