UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE: Diseño Gráfico

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

BOCETAJE PARA EL DISEÑO

NIVEL

SEGUNDO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la asignatura BOCETAJE PARA EL DISEÑO **Carrera** Diseño Gráfico		
Código UTA-FDAA-DG-MP-UB-02-01	**PRERREQUISITOS**	
Modalidad PRESENCIAL	**Asignatura**	**Código**
	EXPRESION GRAFICA	UTA-FDAA-DG-MP-UB-01-04
Unidad organizacional curricular BÁSICA		
Créditos/Horas 2 **Nivel** SEGUNDO	**CORREQUISITOS**	
	Asignatura	**Código**
	DISEÑO BI Y TRIDIMENSIONAL	UTA-FDAA-DG-MP-UB-02-04
CARGA HORARIA		
Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana 2	**Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico** 32	**Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo** 64
Horas de tutoría académica semanales 1	**Horas de tutoría presenciales por ciclo académico** 16	**Horas de tutorías virtuales por ciclo académico** 0

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito

El presente módulo pretende ser una importante herramienta, entre la conceptualización y la ejecución, de gran ayuda para hacer tangible la solución buscada, mediante la enseñanzas fundamentales sobre composición, proporciones, luz y sombra, perspectivas, definición de conceptos para diferentes contextos que son aplicables al ejercicio del diseño.

Descripción de la asignatura

El bocetaje es una actividad orientada a la solución de problemas de comunicación visual y como tal implica un proceso de análisis y síntesis. En este proceso se toma en consideración elementos, perspectivas, claroscuro, apariencia, definición de conceptos, selección de materiales, comparación de alternativas estéticas, funcionalidad y prototipos del producto final, no sólo en la etapa de generación de ideas sino también en la definición de la forma. La asignatura provee al estudiante la capacidad de conceptualizar ideas y plasmarlas en bosquejos que son el punto de partida de los procesos de diseño.

El entorno de trabajo de este módulo se basará en el desarrollo de las clases a partir del estudio de casos reales, un aprendizaje colaborativo y prácticas con objetos reales. El aprendizaje será teórico/práctico sin perder la importancia de la aplicación del conocimiento en cada unos de los elementos a realizar.

La asignatura de Bocetaje para el Diseño se estructura en 4 unidades curriculares básicas. En la primera unidad el estudiante adquiere el conocimiento del espacio tridimensional a partir de proyecciones y perspectivas para concluir con la representación de packaging, en la segunda unidad el estudiante adquiere la habilidad de representación del cuerpo humano y su interacción con el producto, en la tercera unidad se centra en la conceptualización para comunicar a través de productos o empresas, finalmente la última unidad está dedicada a la representación de productos en diferentes soportes.

Objetivo general de la asignatura

Reconocer los elementos básicos necesarios para el dibujo de bocetos, que le permitan ubicar y asociar el espacio físico, el formato y los principios de composición para la transformación de ideas y conceptos gráficos.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Representar objetos en el espacio tridimensional mediante técnicas de dibujo para la aplicación en soportes publicitarios.

2.-Estudiar la anatomía básica mediante el dibujo de partes del cuerpo humano, extremidades y gestos para representar una mayor interacción de la persona con el producto.

3.-Identificar los signos de identidad y el uso correcto de elementos para conceptualizar las ideas a comunicarse de productos o empresa.

4.-Aplicar las nociones de espacio, proporción y dimensión para adaptar diseños en diferentes soportes visuales y comerciales.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Representar objetos en el espacio tridimensional mediante técnicas de dibujo para la aplicación en soportes publicitarios.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Tipos de boceto	2	3	1	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
1.2.- Sentido del espacio bi y tridimensional	2	3	1	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
1.3.- Boceto de packaging	2	3	1	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
1.4.- Boceto editorial	2	3	1	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	8	12	4	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Aplicar técnicas de representación de objetos en el espacio tridimensional mediante perspectivas con una, dos y tres puntos de fuga para la representación de productos sobre un soporte publicitario.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos

Estrategias educativas : Demostraciones

Recursos didácticos : Otros: Bocetero, Herramientas y materiales de dibujo

Habilidades Blandas : Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Estudiar la anatomía básica mediante el dibujo de partes del cuerpo humano, extremidades y gestos para representar una mayor interacción de la persona con el producto.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- La figura humana, dos y tres dimensiones	4	6	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
2.2.- El factor humano en el producto	4	6	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	8	12	4	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Aplica conceptos y métodos para el dibujo de la figura humana y el movimiento a través de la técnica del acting para representar la interacción de la persona y productos de consumo para comunicar mensajes creativos.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo
Estrategias educativas : Demostraciones, Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Resolución de problemas, Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Audiovisuales, Internet: Bocetero, Herramientas de dibujo
Habilidades Blandas :

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Identificar los signos de identidad y el uso correcto de elementos para conceptualizar las ideas a comunicarse de productos o empresa.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Boceto de imagen corporativa	2	3	1	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
3.2.- Boceto de mascota	4	6	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
3.3.- Representación del concepto	6	9	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	12	18	6	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Desarrolla propuestas creativas de signos de identidad para productos o empresas mediante la construcción geométrica y conceptualización de ideas para aplicarlos en diferentes contexto del espacio comercial o en la organización.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo

Estrategias educativas : Demostraciones, Talleres, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Internet: Bocetero, Herramientas e dibujo

Habilidades Blandas :

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Aplicar las nociones de espacio, proporción y dimensión para adaptar diseños en diferentes soportes visuales y comerciales.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Boceto de producto	4	6	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas
SUBTOTAL HORAS	4	6	2	**TOTAL HORAS:** 12

Resultados de aprendizaje: Diseña propuestas de comunicación visual y comercial sobre productos o servicios, proyectando propuestas que se adapten a diferentes soportes, formatos y estructuras tridimensionales para generar una imagen de unidad de estilo gráfico.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Método expositivo
Estrategias educativas : Demostraciones, Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet: Bocetero, Herramientas de dibujo
Habilidades Blandas :

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

En la asignatura se utilizarán tres tipos de ambientes de aprendizaje: áulico, real y virtual. Áulico ya que las actividades del proceso de enseñanza-aprendizaje (demostraciones) se realizarán en el aula; Real a través del desarrollo de clases prácticas en un ambiente más práctico donde se puede constatar la aplicación de los conocimientos adquiridos, a través del uso de técnicas de dibujo; y Virtual, mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación como base para el desarrollo de ejercicios.

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Representar objetos en el espacio tridimensional mediante técnicas de dibujo para la aplicación en soportes publicitarios.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Lámina fin de unidad
2.- Estudiar la anatomía básica mediante el dibujo de partes del cuerpo humano, extremidades y gestos para representar una mayor interacción de la persona con el producto.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Lamina fin de unidad
3.- Identificar los signos de identidad y el uso correcto de elementos para conceptualizar las ideas a comunicarse de productos o empresa.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Lamina fin de unidad
4.- Aplicar las nociones de espacio, proporción y dimensión para adaptar diseños en diferentes soportes visuales y comerciales.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Lamina fin de unidad

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Galán, S. J., Muñoz, T. A., & Díaz, G. D.	2016	Guía de dibujo y presentación de diseños de productos	1	Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions	España	1	143	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Conceptualización de determinados trabajos resulta indisoluble del boceto o dibujo como herramienta preliminar. Capítulo 1, pág. 20. Capítulo 2, pág. 39. Capítulo 5, pág. 126							
URL:	https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/51692							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Torres, Alvaro	2016	Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos: UF1456	1	IC	España Malaga	1	397	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Dibujar esbozos de productos gráficos a mano alzada aplicando las técnicas más apropiadas considerando las características de un producto dado. Capítulo 4, pág. 227. Capítulo 5, pág. 307.							
URL:	https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/44096/							

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Galán, S. J., Muñoz, T. A., & Pesudo, M. D. C.	2013	Cuaderno de prácticas de dibujo para la presentación de diseños de producto	1	Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions	España	1	181	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Colección de ejercicios para aprender a manejar las diferentes técnicas gráficas como medio de expresión para representar el objeto. Capítulo 2, pág. 33. Capítulo 3, pág. 61. Capítulo 5, pág. 148.							
URL:	https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/51755/							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Cámara; Sergi	2008	El dibujo publicitario	1a edición	Parramón	Barcelona	1	191 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BDA00287							
Comentario:	En este libro se muestra cómo realizar y presentar dibujos, basándose en los distintos medios y estrategias con los que la publicidad cuenta actualmente para lanzar sus campañas. Capítulo 3, pág. 50. Capítulo 4, pág. 82. Capítulo 5, pág. 156.							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Equipo Parramón Paidoribo	2009	El dibujo humorístico	1	Parramón Paidotribo S.L.	España	1	390	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	En este libro se encuentra los fundamentos del dibujo sintetizados y explicados desde la idea hasta el acabado de arte final. Capítulo 1, pág. 8. Capítulo 3, pág. 76. Capítulo 5, pág. 124.							
URL:	https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/ereader/uta/119227/							