



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Marketing Digital

MODALIDAD EN LÍNEA

SÍLABO

DISEÑO GRÁFICO

NIVEL

TERCERO

AMBATO - ECUADOR
2026

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
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.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito Desarrollar la práctica profesional del diseño gráfico con un enfoque estratégico en marketing, integrando el conocimiento científico de los principios del diseño, la psicología de la percepción visual y la teoría de la comunicación, con el pensamiento práctico y analítico requerido para la formulación de soluciones visuales orientadas a la resolución de problemas de marketing y comunicación de marcas. Este proceso formativo se ejecuta mediante el uso adecuado y sistemático del lenguaje oral y escrito, aplicado a la investigación, conceptualización, fundamentación y presentación de proyectos de identidad visual, materiales promocionales y sistemas de señalética, garantizando que las propuestas gráficas sean funcionales, persuasivas y coherentes, así como técnicamente viables y culturalmente pertinentes en diversos contextos socioculturales y entornos digitales.

Descripción de la asignatura La asignatura de Diseño Gráfico se estructura en cuatro unidades curriculares. La Unidad 1, Fundamentos del diseño básico, aborda la comprensión y aplicación de los principios elementales del diseño y la teoría del color como base para el desarrollo de proyectos de identidad visual efectivos y coherentes. La Unidad 2, Identidad e Imagen Corporativa, se orienta a la diferenciación y conceptualización de los elementos estratégicos de la identidad y los componentes visuales de la imagen de marca, estableciendo los fundamentos para la elaboración de un manual de aplicación. La Unidad 3, Señalética, se enfoca en la aplicación de los principios de la identidad visual al diseño de sistemas de señalización funcionales, coherentes con la marca y eficaces en la orientación espacial. Finalmente, la Unidad 4, Promocionales, integra los elementos de la identidad corporativa en el diseño de piezas gráficas promocionales, garantizando la coherencia de la marca en diversos formatos y medios. El proceso formativo se desarrolla mediante una metodología práctica e integradora que combina el estudio de casos, el Aprendizaje Basado en Problemas y el Aprendizaje Basado en Proyectos, junto con el uso de herramientas de analítica digital, la simulación de estrategias de comunicación y compra digital, y el análisis de tendencias y del comportamiento del consumidor. Como resultado del proceso de aprendizaje, el estudiante adquirirá las competencias necesarias para utilizar herramientas de diseño en la generación de imagen corporativa y el desarrollo de soluciones gráficas aplicadas al marketing digital.

Objetivo general de la asignatura Desarrollar en el estudiante las competencias esenciales del Diseño Gráfico aplicadas al Marketing Digital, mediante la integración de la creatividad y el pensamiento estratégico en el diseño de soluciones visuales orientadas a la identidad visual, la señalética y los materiales promocionales, con el fin de producir contenido gráfico efectivo, pertinente y coherente con los objetivos comunicacionales, garantizando una educación inclusiva y de calidad en concordancia con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4).

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Comprender y aplicar los principios elementales del diseño y la teoría del color como base para el desarrollo de proyectos de identidad visual efectivos y coherentes.
- 2.-Diferenciar y conceptualizar los elementos estratégicos (identidad) y visuales (imagen) que constituyen una marca, para sentar las bases de un manual de aplicación.
- 3.-Aplicar los principios de la identidad visual al diseño de sistemas de señalización que sean funcionales, coherentes con la marca y efectivos en la orientación espacial.
- 4.-Integrar todos los elementos de la identidad corporativa en piezas gráficas promocionales tangibles, asegurando la coherencia de la marca en distintos formatos y medios.

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	Comprender y aplicar los principios elementales del diseño y la teoría del color como base para el desarrollo de proyectos de identidad visual efectivos y coherentes.			
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.- Principios del Diseño	6	0	12	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Mapas Conceptuales Trabajos
1.2.- Teoría y Psicología del Color	6	8	4	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Crea composiciones visuales aplicando correctamente los principios del diseño y la psicología del color.

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

Estrategias educativas : Conferencias , Clases en línea en tiempo sincrónico, Resolución de problemas, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Tableta digital

Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, La empatía, Pensamiento crítico, Flexibilidad, La resolución de conflictos, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Diferenciar y conceptualizar los elementos estratégicos (identidad) y visuales (imagen) que constituyen una marca, para sentar las bases de un manual de aplicación.			
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.- Estrategia de Identidad Corporativa	6	0	12	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Mapas Conceptuales Trabajos
2.2.- Elementos de la Imagen Visual	6	8	4	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Diseña logotipos y sistemas gráficos coherentes con la identidad corporativa de una marca.

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

Estrategias educativas : Conferencias , Resolución de problemas, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Lápiz y tableta digital

Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, La empatía, Pensamiento crítico, La resolución de conflictos, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Aplicar los principios de la identidad visual al diseño de sistemas de señalización que sean funcionales, coherentes con la marca y efectivos en la orientación espacial.			
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.- Fundamentos de la Señalética	6	0	12	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
3.2.- Diseño y Aplicación de Señales	6	8	4	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Utiliza herramientas digitales para la creación de piezas gráficas que refuercen la identidad de marca.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Resolución de problemas, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Lápiz y tableta digital
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, La empatía, Pensamiento crítico, Flexibilidad, La resolución de conflictos, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Integrar todos los elementos de la identidad corporativa en piezas gráficas promocionales tangibles, asegurando la coherencia de la marca en distintos formatos y medios.			
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.- Materiales Impresos Corporativos	6	0	12	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Foro interactivo sobre derecho de familia Mapas Conceptuales Trabajos
4.2.- Aplicaciones	6	8	4	Inteligencia Artificial Evaluación del desempeño en escenarios reales o simulados Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Trabajos escritos Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	TOTAL HORAS: 36

Resultados de aprendizaje: Diseña sistemas de señalización y materiales promocionales.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso, Método expositivo

Estrategias educativas : Conferencias , Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Otros, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Lápiz y Tableta Digital

Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico, La resolución de conflictos, Responsabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

En la asignatura se implementará un entorno de aprendizaje virtual , mediante el uso de plataformas educativas digitales que faciliten el desarrollo integral del proceso de enseñanza-aprendizaje. Las actividades académicas se desarrollarán a través de clases sincrónicas y asincrónicas , conferencias virtuales, foros de discusión, recursos multimedia y materiales didácticos disponibles en el entorno virtual de aprendizaje. Las sesiones teóricas se realizarán mediante videoconferencias y presentaciones digitales , en las que el docente expondrá los contenidos fundamentales de la asignatura, promoviendo la interacción y participación activa de los estudiantes. De igual manera, el aprendizaje práctico se desarrollará mediante estudios de caso, ejercicios aplicados, actividades colaborativas y proyectos , que permitirán a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos en contextos simulados o problemáticas relacionadas con la disciplina. El uso de la plataforma virtual institucional facilitará la comunicación pedagógica entre docentes y estudiantes, el acceso a materiales de estudio, la entrega de tareas, la retroalimentación académica y el seguimiento del progreso formativo, promoviendo así un proceso educativo flexible, interactivo y centrado en el estudiante.

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.- Comprender y aplicar los principios elementales del diseño y la teoría del color como base para el desarrollo de proyectos de identidad visual efectivos y coherentes.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	REACTIVOS
2.- Diferenciar y conceptualizar los elementos estratégicos (identidad) y visuales (imagen) que constituyen una marca, para sentar las bases de un manual de aplicación.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	REACTIVOS
3.- Aplicar los principios de la identidad visual al diseño de sistemas de señalización que sean funcionales, coherentes con la marca y efectivos en la orientación espacial.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	REACTIVOS
4.- Integrar todos los elementos de la identidad corporativa en piezas gráficas promocionales tangibles, asegurando la coherencia de la marca en distintos formatos y medios.	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	REACTIVOS

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Bierut, Michael. Helfand, Jessica. Heller, Steven. Poynor, Rick.	2022	Fundamentos del Diseno Grafico.	1	Ediciones Infinito	Argentina Buenos Aires	1	334	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Trata sobre la tipografía utilizada en la actualidad con base al modernismo, direccionándose así al esbozo de la publicidad. (Bibliografía Contemporánea).								
URL: https://0x102s3yp-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/219430?as_all=Fundamentos_de_dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
García, Graciela. Labella, Viviana. Rey, Alejandra. Rodríguez Marengo, Verónica.	2024	Historia del Diseno Grafico Contemporaneo.	1	Nobuko	Argentina Buenos Aires	1	161	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Libro de Bibliografía Contemporánea que se enmarca dentro de la bibliografía contemporánea donde se aborda una línea histórica de diferentes movimientos y escuelas de diseño gráfico hasta la actualidad logrando con esto el entendimiento.								
URL: https://0x102s6ij-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/270375								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Mazzeo, Cecilia.	2021	El Perfume del Diseno: Estilo Grafico.	1	Ediciones Infinito.	Argentina Buenos Aires	1	112	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: La presente obra se levanta sobre la base de la Bibliografía Contemporánea abordando conceptos básicos del diseño (estilos e ideas) asemejándolos metafóricamente hacia lo olfativo (perfume).								
URL: https://0x102s40q-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/175987?as_all=El_perfume_del_dise%C3%B1o:_estilo_gr%C3%A1fico&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Corazón, Alberto.	2023	¿Para qué Sirve el Diseno?.	1	Los Libros de la Catarata	Espana Madrid	1	133	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	La presente obra consta dentro la Bibliografía Contemporánea y aborda la transversabilidad, ubicuidad y ante todo funcionalidad del diseño desde una mirada epistemológica con un corte argumentativo del proceder del Diseño a la hora de ofertar una solució							
URL:	https://0x102s41o-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/234804?as_all=%C2%BFPara_qu%C3%A9_sirve_el_dise%C3%B1o							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Costa, Joan		Cara a cara con el diseño:	1a edición			1	135 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07434							
Comentario:	Esta obra se enmarca dentro de la Bibliografía Contemporánea y aborda los diferentes enfoque que tiene la interdisciplina del diseño orientado hacia la dimensión de su compendio visual e imagen.							
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Chen, Mei-Hsin.	2019	Experiencia Estetica en el Diseno de Producto.	1	EUNSA	Espana Pamplona	1	208	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Se dice que la belleza está en el ojo del espectador. A menudo se considera la belleza o la experiencia estética como algo frívolo, un gasto innecesario o un privilegio completamente irrelevante para la mayoría de los clientes. (Bibliografía Contemporáne								
URL: https://0x104s3vg-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/experiencia-estetica-en-el-diseno-de-producto-1600958799?location=3								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Lupton, Ellen.	2024	Pensar con Tipos: Una Guía Clave para Estudiantes, Diseñadores, Editores y Escritores.	2	GG	Espana Barcelona	1	257	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Libro de Bibliografía Contemporáneo, pertenece a la cosmovisión de la bibliografía contemporánea abordando tópicos relacionados con el diseño tipográfico específicamente la anatomía de la letra y todos sus componentes gráficos y comunicaionales.								
URL: https://0x102s6ij-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/260504								

