



ANEP



UTU

DIRECCIÓN GENERAL
DE EDUCACIÓN
TÉCNICO PROFESIONAL



DTGA

DIRECCIÓN
TÉCNICA DE GESTIÓN
ACADÉMICA



UNIDAD CURRICULAR DISEÑO GRÁFICO PARA COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA: TECNICATURA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL
OPCIÓN: COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
Y RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 2

Modalidad: Presencial

Carga horaria semanal: 4 horas

Créditos educativos: 6



Departamento de Diseño y Desarrollo Curricular
Programa de Educación Terciaria



1. Propósito de la unidad curricular

El propósito de la unidad curricular Diseño Gráfico para Comunicación Social es que los estudiantes desarrollen competencias creativas aplicadas al diseño visual, utilizando tanto herramientas tradicionales como plataformas online gratuitas e inteligencia artificial (IA) para la creación de contenido gráfico. Este curso fomenta la creatividad en el diseño publicitario, enseñando a los estudiantes a combinar técnicas clásicas con las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías. La unidad curricular se enfoca en el desarrollo de propuestas visuales innovadoras y accesibles, que refuercen la identidad de marca en campañas publicitarias y otros proyectos de comunicación, promoviendo el trabajo en equipo y la colaboración multidisciplinaria.

2. Resultados de aprendizaje

1. Aplica principios creativos de diseño gráfico, para desarrollar propuestas visuales innovadoras, en proyectos publicitarios utilizando herramientas tradicionales y digitales.
2. Utiliza herramientas online y soluciones de inteligencia artificial, para crear y optimizar elementos gráficos en plataformas multicanal, en campañas publicitarias.
3. Colabora en la creación y gestión de proyectos gráficos, para desarrollar campañas visuales coherentes, en entornos creativos y multidisciplinarios.

3. Saberes estructurantes

- 1. PRINCIPIOS CREATIVOS DE DISEÑO GRÁFICO**
- 2. HERRAMIENTAS ONLINE Y SOLUCIONES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL**
- 3. CREACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS**

4. Desglose analítico de los saberes estructurantes

1. Principios creativos del diseño gráfico

1.1 Elementos fundamentales del diseño: color, tipografía, espacio, forma, equilibrio y jerarquía visual.

1.2 Psicología del color y su impacto en la percepción visual y la comunicación.

1.3 Innovación en la creación de identidad visual para campañas publicitarias.

1.4 Formas y tipografías no convencionales.

2. Herramientas online y soluciones de inteligencia artificial

2.1 Herramientas online: Canva, Figma y plataformas basadas en IA.

2.2 Soluciones de IA para generar y optimizar contenido visual (automatización en el diseño gráfico).

2.3 Optimización de recursos gráficos para redes sociales y otros soportes multicanal.

2.4 Proyectos gráficos usando herramientas basadas en IA para la automatización de procesos creativos.

2.5 Plataformas colaborativas en línea para la co-creación de contenido visual en tiempo real.

3. Creación y gestión de proyectos gráficos

3.1 Dinámicas de trabajo colaborativo en equipos creativos.

3.2 Coordinación de roles y responsabilidades en la producción visual de campañas.

3.3 Comunicación visual efectiva en la creación colectiva de materiales gráficos.

3.4 Resolución de conflictos creativos en equipos multidisciplinarios.

5. Orientaciones pedagógicas

Este curso adoptará un enfoque práctico, utilizando **talleres de diseño gráfico** basados en herramientas gratuitas online y soluciones de inteligencia artificial, combinando la creatividad con la tecnología. Los estudiantes realizarán ejercicios individuales y

colaborativos para crear propuestas visuales innovadoras, tanto en entornos tradicionales como digitales. El desarrollo de **portafolios creativos** permitirá a los estudiantes documentar y reflejar su evolución en la creación de proyectos gráficos durante todo el curso.

Propuestas metodológicas sugeridas:

Talleres de diseño gráfico: Prácticas creativas donde los estudiantes desarrollarán propuestas gráficas para campañas publicitarias, experimentando con nuevas tecnologías y técnicas tradicionales.

Portafolio digital: Los estudiantes documentarán sus proyectos, tanto individuales como colaborativos, utilizando herramientas en línea.

Trabajo en equipo: Fomentar la colaboración en equipos creativos utilizando plataformas online para la co-creación de materiales gráficos.

La evaluación se centrará en el desarrollo de **portafolios creativos** y proyectos gráficos en los que se aplique el uso de herramientas gratuitas online y soluciones de IA. Se utilizarán **rúbricas** para medir el desempeño en áreas clave como la creatividad, el trabajo en equipo y la innovación en el diseño gráfico.

A modo de sugerencia:

Criterio	Sí (10-12)	Sí, pero... (7-9)	No, pero... (4-6)	A revisión (1-3)
Creatividad y Originalidad	Alta creatividad y aplicación de ideas innovadoras en el diseño gráfico.	Buen uso de la creatividad, pero con margen de mejora en la innovación.	Creatividad limitada, pero con esfuerzo evidente.	No demuestra originalidad ni creatividad en las propuestas.

Uso de herramientas online y IA	Utiliza herramientas gratuitas e IA de manera eficiente y creativa.	Usa las herramientas adecuadamente, pero con margen de mejora en la optimización.	Muestra esfuerzo en el uso de herramientas, pero con dificultades técnicas.	No utiliza adecuadamente las herramientas online ni las soluciones de IA.
Colaboración en equipo	Colabora eficazmente en la creación de proyectos gráficos.	Buena colaboración, pero con áreas de mejora en la comunicación.	Participación limitada en el equipo.	No colabora adecuadamente con el equipo.
Reflexión Metacognitiva	Reflexión crítica y bien fundamentada sobre el proceso creativo y el uso de herramientas digitales.	Reflexión adecuada, pero con falta de profundidad en algunos aspectos.	Reflexión limitada, pero con áreas identificadas para mejorar.	No demuestra reflexión crítica sobre el proceso creativo ni el uso de tecnologías.

6. Bibliografía

Dabner, D., Stewart, S., Vickress, A. (2022). Diseño gráfico: Fundamentos y prácticas. Alemania: Blume.

Inglis, T. (2024). Diseño gráfico: La guía definitiva del diseño contemporáneo y su historia. España: Blume.

López Forniés, I. (2020). Taller de diseño. Creatividad y proceso creativo. España: Prensas Universitarias de Zaragoza.

López y López, A. M. (2014). Curso Diseño gráfico. Fundamentos y Técnicas. España: ANAYA MULTIMEDIA.

Rawsthorn, A. (2021). El diseño como actitud. España: Editorial GG.