



RCS - 49 / 2025 - UGR

Plan de estudios Licenciatura en Diseño Gráfico

Expte. N° 1341/2025 UGR.-

VISTO: el Expte. N° 1341/2025 UGR iniciado en fecha 18 de septiembre de 2025 por la Dirección de Innovación y Desarrollo Curricular, con las respectivas actuaciones de Subsecretaría de Docencia, Secretaría de Gestión Académica y Dirección del Espacio de Diseño; y elevado por el Director del mencionado Espacio en carácter de Consejero para el tratamiento ante el Consejo Superior;

CONSIDERANDO:

Que la Universidad del Gran Rosario (UGR) es una institución de educación superior universitaria dedicada a la formación de ciudadanos/as y profesionales en todos los niveles y en diversos campos disciplinares;

Que el mencionado expediente refiere a la propuesta de Plan de estudios de Licenciatura en Diseño Gráfico;

Que dicha propuesta surge como una respuesta estratégica ante los profundos cambios que han redefinido el campo disciplinar del Diseño Gráfico en los últimos años, a la vez que expresa la voluntad institucional de consolidar una oferta educativa innovadora, pertinente y comprometida con las demandas profesionales del presente y del futuro;

Que la iniciativa plantea entre sus objetivos formar profesionales altamente capacitados en Diseño de Comunicación Visual, con competencias sólidas que les permitan diagnosticar, planificar, producir y gestionar comunicaciones visuales efectivas, relevantes e innovadoras en contextos diversos, desde una perspectiva ética y socialmente comprometida del diseño, que les permita evaluar el impacto cultural, económico y ambiental de sus intervenciones profesionales, orientando sus acciones hacia la sustentabilidad;

Que la Secretaría del Consejo Superior ha tomado la intervención que le corresponde y se expide de conformidad;

Las atribuciones que le son propias;



**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º: Aprobar el Plan de estudios de Licenciatura en Diseño Gráfico, conforme las características que obran en el Anexo Único que forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2º: Crear, en el ámbito del Espacio de Diseño, la carrera Licenciatura en Diseño Gráfico.

ARTÍCULO 3º: Elevar la presente Resolución a la Secretaría de Educación, Ministerio de Capital Humano de la Nación, a los efectos de obtener reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional del título de Licenciado/a en Diseño Gráfico y Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico en cumplimiento con lo establecido por la Ley 24.521.

ARTÍCULO 4º: Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese.

RESOLUCIÓN C.S. N° 49/2025 UGR

ANEXO ÚNICO DE LA RESOLUCIÓN C.S. N° 49/2025 UGR

Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico

1. Fundamentación

La creación de la Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad del Gran Rosario responde a un doble imperativo: disciplinar e institucional. Por un lado, surge como una respuesta estratégica ante los profundos cambios que han redefinido el campo disciplinar del Diseño Gráfico en los últimos años. Por otro lado, expresa la voluntad institucional de consolidar una oferta educativa innovadora, pertinente y comprometida con las demandas profesionales del presente y del futuro.

El Diseño Gráfico tradicionalmente asociado a la producción visual ha evolucionado hacia una concepción ampliada del diseño como disciplina estratégica, crítica y multidimensional. La irrupción de la digitalización, la integración de nuevas tecnologías emergentes –interfaces digitales, inteligencia artificial, narrativas transmedia– y la convergencia de múltiples lenguajes visuales han transformado no solo los soportes, sino también los modos de concebir, producir y gestionar mensajes visuales. Estos cambios han ampliado significativamente el alcance y la



responsabilidad profesional del diseñador, exigiendo competencias más sofisticadas y habilidades para liderar procesos de comunicación visual de alta complejidad.

En este escenario, existe una clara área de vacancia: la necesidad de profesionales que trasciendan el dominio técnico y sean capaces de actuar de manera estratégica, reflexiva e innovadora. Esta Licenciatura propone saldar esa vacancia mediante una estructura curricular flexible, que articula formación técnica robusta –expresada en el título intermedio de Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico al finalizar el tercer año– con una formación especializada orientada a la gestión estratégica e integral del diseño en el cuarto año para obtener el título de Licenciado/a en Diseño Gráfico.

La perspectiva institucional que sostiene esta carrera considera al diseño como un agente transformador del entorno social, cultural y económico. Bajo esta premisa, la propuesta curricular se organiza en áreas disciplinares específicas enriquecidas con ejes transversales como la innovación y la sustentabilidad. La innovación, particularmente, no se reduce a un aspecto tecnológico, sino que se presenta como una actitud proyectual y metodológica transversal, que habilita al estudiante a adaptarse, anticiparse y resolver creativamente desafíos complejos.

Finalmente, la Licenciatura asume un enfoque pedagógico centrado en el estudiante, promoviendo un aprendizaje activo, personalizado y situado, que prepara a los futuros diseñadores para desempeñarse exitosamente en un campo profesional dinámico, globalizado y en constante redefinición. Se trata, en suma, de una apuesta estratégica para formar líderes capaces de abordar, desde el diseño de comunicación visual, los desafíos del presente con una visión crítica, creativa y comprometida con el desarrollo sustentable de la sociedad.

2. Objetivo

- Formar profesionales altamente capacitados en Diseño de Comunicación Visual, con competencias sólidas que les permitan diagnosticar, planificar, producir y gestionar comunicaciones visuales efectivas, relevantes e innovadoras en contextos diversos.
- Promover un perfil profesional orientado al liderazgo y la gestión estratégica del diseño, capaz de dirigir proyectos complejos y coordinar equipos multidisciplinarios para resolver desafíos comunicacionales con creatividad y eficacia.
- Impulsar una formación curricular flexible e integral que articule competencias técnicas especializadas con enfoques críticos, conceptuales y estratégicos, asegurando la pertinencia y actualización permanente de la propuesta educativa.
- Favorecer el desarrollo de una actitud proactiva hacia la innovación, entendida como capacidad para anticiparse, adaptarse y aportar soluciones visuales creativas a problemas emergentes del entorno social, cultural y tecnológico.



- Consolidar en los egresados una perspectiva ética y socialmente comprometida del diseño, que les permita evaluar el impacto cultural, económico y ambiental de sus intervenciones profesionales, orientando sus acciones hacia la sustentabilidad.

3. Denominación: Licenciatura en Diseño Gráfico

4. Modalidades de dictado: Presencial y A Distancia

Modalidad Presencial

Porcentaje de espacios curriculares a distancia	30%
Porcentaje de espacios curriculares presenciales	70%

Modalidad A Distancia

Porcentaje de espacios curriculares a distancia	100%
Porcentaje de espacios curriculares presenciales	0%

5. Unidad académica: Espacio de Diseño

6. CPRES al que pertenece la institución: Centro

7. Duración de la carrera:

Licenciatura: 4 años - 6000 horas

Título Intermedio: 3 años - 4475 horas

8. Título intermedio: Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico

9. Título que otorga: Licenciado/a en Diseño Gráfico

10. Perfil del título:

El Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico es un graduado que:

- Posee una formación sólida en los fundamentos proyectuales, técnicos y visuales del Diseño Gráfico.

- Comprende el lenguaje visual y tipográfico, y es capaz de aplicarlo con precisión en situaciones de diseño definidas.

- Maneja herramientas digitales, tecnologías gráficas y procesos productivos, con criterio técnico y estético.



- Se desempeña con solvencia en entornos colaborativos, integrando equipos de trabajo multidisciplinares.
- Aborda desafíos comunicacionales específicos con iniciativa, responsabilidad y orientación a la resolución operativa.

El Licenciado/a en Diseño Gráfico es un graduado que:

- Integra saberes proyectuales, teóricos, técnicos y estratégicos para abordar la comunicación visual como práctica crítica, contextual e innovadora.
- Domina múltiples lenguajes visuales y posee una visión compleja de los procesos comunicacionales, culturales y tecnológicos.
- Se posiciona como un profesional autónomo, con pensamiento reflexivo, capacidad argumentativa y fundamentos teóricos que sustentan sus decisiones proyectuales.
- Lidera procesos de diseño, coordina equipos de trabajo y gestiona proyectos en diversos contextos profesionales, institucionales y sociales.
- Evalúa el impacto de sus intervenciones con perspectiva ética, sensibilidad cultural y compromiso con la sostenibilidad.

11. Alcances del título

El Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico es un profesional competente para:

- Diseñar piezas de comunicación visual de mediana complejidad en soportes impresos y digitales, aplicando criterios funcionales, compositivos y estéticos.
- Utilizar recursos gráficos y tipográficos —imagen, color, forma, tipografía, composición— para la producción de mensajes visuales eficaces, ajustados a los propósitos comunicacionales y a las características del medio y del público.
- Emplear herramientas digitales y tecnologías específicas en la creación, edición y producción de contenidos gráficos y digitales.
- Construir mensajes visuales eficaces, reflexivos y estratégicos, mediante el uso intencionado de códigos, recursos retóricos y estructuras discursivas adaptadas a distintos públicos y medios.
- Intervenir en las distintas áreas del diseño de comunicación visual —editorial, identitario, multimedial, tridimensional, audiovisual, interactivo— proyectando soluciones visuales pertinentes, coherentes y contextualizadas.
- Integrarse a equipos de trabajo colaborativos en el ámbito del diseño gráfico, asumiendo tareas de desarrollo técnico y proyectual.



El Licenciado/a en Diseño Gráfico, además tiene capacidad para:

- Planificar y desarrollar sistemas integrales de comunicación visual de alta complejidad, que articulen múltiples lenguajes, soportes y plataformas en función de objetivos comunicacionales diversos.
- Elaborar fundamentaciones teóricas, metodológicas y argumentativas que respalden decisiones proyectuales en el campo del diseño gráfico, integrando marcos conceptuales, análisis críticos y criterios de pertinencia.
- Planificar, supervisar y ejecutar procesos de producción gráfica impresa, digital y multimedial, seleccionando tecnologías, medios y soportes adecuados, y aplicando criterios de calidad técnica, viabilidad productiva, narrativa visual, eficiencia operativa y sostenibilidad.
- Interpretar y responder a los condicionamientos culturales, sociales, económicos y territoriales de cada situación de diseño, promoviendo prácticas sensibles, éticas y situadas.
- Liderar y gestionar proyectos y emprendimientos de comunicación visual en diversos contextos, coordinando recursos, equipos y tiempos, con una mirada estratégica, innovadora y orientada al desarrollo profesional continuo.

12. Requisitos de ingreso

Serán condiciones de ingreso para la carrera:

- Que los interesados se adecuen a lo estipulado en el Artículo 7° de la ley de Educación Superior N° 24.521: "Todas las personas que aprueben la educación secundaria pueden ingresar de manera libre e irrestricta a la enseñanza de grado en el nivel de educación superior. Excepcionalmente, los mayores de veinticinco (25) años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de las evaluaciones que las provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o las universidades en su caso establezcan, que tienen preparación o experiencia laboral acorde con los estudios que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente. Este ingreso debe ser complementado mediante los procesos de nivelación y orientación profesional y vocacional que cada institución de educación superior debe constituir, pero que en ningún caso debe tener un carácter selectivo excluyente o discriminador."
- Los alumnos extranjeros que manifiesten intención de inscribirse a la presente formación deberán cumplir con los requisitos establecidos precedentemente y, a su vez, cumplir con los requisitos establecidos por la legislación nacional vigente referente a Educación Superior.
- Cumplimentar los requisitos de inscripción establecidos oportunamente por la Universidad.



13. Régimen de egreso

- Para la aprobación de la Licenciatura en Diseño Gráfico los estudiantes deberán aprobar todos los espacios curriculares contemplados en el plan de estudios.
- Para obtener el título de Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico, los estudiantes deberán aprobar los espacios curriculares de los tres primeros años del plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico.

14. Áreas del conocimiento

Áreas del conocimiento	Asignatura
PROYECTUAL	Introducción al Diseño de Comunicación Visual Diseño de Comunicación Visual I Diseño de Comunicación Visual II Diseño de Comunicación Visual III Diseño de Comunicación Visual IV Diseño de Comunicación Visual V Tipografía I Tipografía II Lenguajes Visuales I Lenguajes Visuales II Diseño Tridimensional Diseño y Producción Audiovisual Diseño Editorial I Diseño Editorial II Estrategias y Práctica Profesional Diseño y Marketing Digital



	Taller de Trabajo Final I Taller de Trabajo Final II Diseño de Interfaces I Diseño de Interfaces II Gestión Estratégica del Diseño
TECNOLÓGICA	Laboratorio de Gráfica Vectorial Representación y Visualización Laboratorio de Creación y Edición de Imágenes Laboratorio de Estructuras y Maquetación Laboratorio de Narrativas Audiovisuales Laboratorio de Gráfica en Movimiento Laboratorio de Convergencia de Medios Tecnologías de la Producción
CULTURA Y SOCIEDAD	Historia de la Cultura y el Diseño Pensamiento Creativo Semiótica Visual Fotografía Comunicación en el Diseño Taller de Escritura Académica I Taller de Escritura Académica II
INTEGRACIÓN INTERDISCIPLINARIA	Seminario de Actualización I Seminario de Actualización II Optativa I



Optativa II

Espacio de Libre Configuración

15. Estructura curricular

Cód.	Espacio curricular	Régimen	Horas de interacción pedagógica				Horas de trabajo autónomo	Horas totales	CRE
			Sem	Teóricas	Prácticas	Total			
PRIMER AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE									
1.1.1	Introducción al Diseño de Comunicación Visual	cuatrimestral	5	16	64	80	120	200	8
1.2.1	Lenguajes Visuales I	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
1.3.1	Historia de la Cultura y el Diseño	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
1.4.1	Laboratorio de Gráfica Vectorial	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
1.5.1	Pensamiento Creativo	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
PRIMER AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE									
1.6.2	Diseño de Comunicación Visual I	cuatrimestral	5	16	64	80	120	200	8
1.7.2	Lenguajes Visuales II	cuatrimestral	3	16	32	48	77	125	5
1.8.2	Semiótica Visual	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
1.9.2	Tecnologías de la Producción	cuatrimestral	4	16	48	64	61	125	5
1.10.2	Representación y Visualización	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
1.11.2	Laboratorio de	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4



	Creación y Edición de Imágenes								
SEGUNDO AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE									
2.12.1	Diseño de Comunicación Visual II	cuatrimestral	5	16	64	80	145	225	9
2.13.1	Tipografía I	cuatrimestral	4	32	32	64	111	175	7
2.14.1	Fotografía	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
2.15.1	Laboratorio de Estructuras y Maquetación	cuatrimestral	3	16	32	48	77	125	5
2.16.1	Comunicación en el Diseño	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
SEGUNDO AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE									
2.17.2	Diseño de Comunicación Visual III	cuatrimestral	5	16	64	80	145	225	9
2.18.2	Tipografía II	cuatrimestral	4	16	48	64	111	175	7
2.19.2	Diseño Tridimensional	cuatrimestral	3	16	32	48	77	125	5
2.20.2	Diseño y Producción Audiovisual	cuatrimestral	3	16	32	48	102	150	6
2.21.2	Laboratorio de Narrativas Audiovisuales	cuatrimestral	3	16	32	48	77	125	5
TERCER AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE									
3.22.1	Diseño de Comunicación Visual IV	cuatrimestral	5	16	64	80	170	250	10
3.23.1	Diseño Editorial I	cuatrimestral	4	16	48	64	136	200	8
3.24.1	Laboratorio de Gráfica en Movimiento	cuatrimestral	3	16	32	48	77	125	5



3.25.1	Seminario de Actualización I	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
3.26.1	Estrategias y Práctica Profesional	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4

TERCER AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE

3.27.2	Diseño de Comunicación Visual V	cuatrimestral	5	16	64	80	170	250	10
3.28.2	Diseño Editorial II	cuatrimestral	4	16	48	64	161	225	9
3.29.2	Laboratorio de Convergencia de Medios	cuatrimestral	3	16	32	48	77	125	5
3.30.2	Diseño y Marketing Digital	cuatrimestral	3	32	16	48	77	125	5
3.31.2	Espacio de Libre Configuración	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4

CUARTO AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE

4.32.1	Taller de Trabajo Final I	cuatrimestral	5	16	64	80	195	275	11
4.33.1	Taller de Escritura Académica I	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
4.34.1	Diseño de Interfaces I	cuatrimestral	4	16	48	64	86	150	6
4.35.1	Seminario de Actualización II	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
4.36.1	Optativa I	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4

CUARTO AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE

4.37.2	Taller de Trabajo Final II	cuatrimestral	5	16	64	80	195	275	11
4.38.2	Taller de Escritura	cuatrimestral	3	16	32	48	102	150	6



	Académica II								
4.39.2	Diseño de Interfaces II	cuatrimestral	4	16	48	64	86	150	6
4.40.2	Gestión Estratégica del Diseño	cuatrimestral	3	32	16	48	77	125	5
4.41.2	Optativa II	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
TOTAL						2336	3664	6000	240

Título intermedio: Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico

Duración en años	3 años
Duración en horas reloj	4475 horas reloj
Duración en horas reloj - interacción pedagógica	1760 horas reloj
Duración en horas reloj - trabajo autónomo	2715 horas reloj

Título que otorga: Licenciado/a en Diseño Gráfico

Duración en años	4 años
Duración en horas reloj	6000 horas reloj
Duración en horas reloj - interacción pedagógica	2336 horas reloj
Duración en horas reloj - trabajo autónomo	3664 horas reloj

16. Contenidos mínimos

1.1.1 - Introducción al Diseño de Comunicación Visual

Introducción al Diseño de Comunicación Visual como disciplina proyectual. Funciones, áreas de actuación y responsabilidad social del diseñador. Pensamiento proyectual y metodologías. Soportes visuales simples.

1.2.1 - Lenguajes Visuales I

Comunicación y lenguajes visuales. Comunicación visual y diseño. Introducción a los recursos y lenguajes visuales. Elementos del lenguaje visual: signos, sistemas, imagen y texto. La forma y sus elementos básicos: punto, línea, plano y volumen. Formas, texturas, color. Relaciones entre los elementos. Composición y organización visual: unidad, equilibrio, jerarquía, contraste y simetría. Percepción y configuración formal: leyes de la Gestalt. Sintaxis visual, geometrización, representación y abstracción.



1.3.1 - Historia de la Cultura y el Diseño

Evolución histórica del diseño en diálogo con los procesos culturales, sociales y tecnológicos, desde la Antigüedad hasta la contemporaneidad. Impacto de los movimientos artísticos y culturales —Renacimiento, Vanguardias, Modernidad, Posmodernidad y globalización— en el desarrollo del diseño gráfico, de modas y de interiores. Revolución Industrial, Bauhaus, el racionalismo y el funcionalismo en el siglo XX; tendencias actuales vinculadas a sostenibilidad, diversidad e innovación social.

1.4.1 - Laboratorio de Gráfica Vectorial

Lenguajes gráficos escalables. Construcción de formas de diversa complejidad articulables con las asignaturas del cuatrimestre.

1.5.1 - Pensamiento Creativo

Fundamentos del Pensamiento Creativo. Definiciones y características de la creatividad. Fundamentos teóricos del pensamiento creativo. Tipos de pensamiento: convergente, divergente, lateral y asociativo. Proceso creativo: fases y metodologías. Modelos de creatividad. Métodos y Técnicas para la Generación de Ideas. Técnicas de estimulación creativa. Identificación y aplicación de insights en creatividad. La creatividad en la resolución de problemas de diseño. Aplicación del Pensamiento Creativo. Co-creación y dinámicas grupales en el diseño. Evaluación y Materialización de Ideas.

1.6.2 - Diseño de Comunicación Visual I

Introducción a la identidad visual y sistemas de marca. Elementos básicos de la identidad. Marca gráfica como identificador visual. Elementos constitutivos verbal y visual. Principios de calidad de las marcas gráficas. Clasificación de marcas. Sistemas visuales e identidad. Manuales normativos. Aplicaciones de la identidad visual. Estrategias para la construcción de marca. Identificación y análisis de la demanda. Herramientas para la investigación.

1.7.2 - Lenguajes Visuales II

Métodos de composición. Sistemas compositivos modulares, reticulares y orgánicos. Criterios compositivos avanzados (tensión, dinamismo, estatismo). Jerarquías visuales complejas. Series y sistemas visuales. Secuencia, ritmo en composiciones seriadas. Tipos de sistemas. Teorías del color avanzadas: Sistemas de color. Color y percepción. Paletas. Psicología del color. Materialidad, texturas y expresividad.

1.8.2 - Semiótica Visual

Teorías de la comunicación. Modelos de comunicación. Enunciación. Comunicación visual y diseño. El signo visual como abstracción y como representación. La cualidad simbólica. La imagen como signo. Clasificación de signos. Semiótica visual. Comunicación visual como



discurso. Los mensajes visuales. Denotación, connotación y semiosis en la construcción del mensaje visual. La retórica visual (figuras retóricas). Códigos de los mensajes visuales. La construcción de mensajes visuales. La imagen como texto. El texto como imagen.

1.9.2 - Tecnologías de la Producción

Tecnologías y su incidencia en el proceso proyectual del diseño gráfico. Atributos de la imagen digital: tamaño físico, color, resolución, compresión y optimización. Preimpresión: digitalización, gestión del color y preparación de originales. Producción: sistemas de impresión analógica y digital, técnicas en relieve, profundidad, superficie y permeo. Postimpresión: tratamientos superficiales, cortes y dobleces. Tipologías y formatos de soportes. Estandarización y sustentabilidad en procesos gráficos.

1.10.2 -Representación y Visualización

Fundamentos de la representación gráfica aplicada al diseño. Sistemas de proyección, geometría descriptiva y normas básicas del dibujo técnico en dos dimensiones. Croquis, planos, cortes y perspectivas. Representación tridimensional. Maquetado, perspectiva axonométrica, herramientas digitales para modelado 3D. Articulación entre recursos manuales y tecnológicos, comprensión espacial, visualización de volúmenes.

1.11.2 - Laboratorio de Creación y Edición de Imágenes

Generación, manipulación y montaje de imágenes pixelares. Construcción de imágenes de diversa complejidad articulables con las asignaturas del cuatrimestre.

2.12.1 - Diseño de Comunicación Visual II

Sistemas gráficos de mediana complejidad. sistemas y subsistemas visuales. Multi-tipologías y multiplataforma. Estrategias para la selección de medios. Comunicación persuasiva. Mensajes visuales persuasivos, audiencias, objetivos y contextos. Recursos expresivos en el relato persuasivo.

2.13.1 - Tipografía I

Origen de la escritura y la tipografía. Anatomía y morfología del signo tipográfico. Clasificación tipográfica, estilos, familias, variables. Principios de legibilidad. La tipografía y sus usos, grillas, puesta en página. Tipografía como recurso semántico.

2.14.1 - Fotografía

Introducción a la fotografía. Fenómenos de percepción de la luz y formación de imágenes. Tipos de cámaras y sistemas ópticos. Fotografía digital. Principios técnicos: exposición, obturación, diafragma, profundidad de campo, balance de blancos, iluminación y uso del flash. Principios básicos de composición, encuadre y ángulos. Producción fotográfica: etapas de pre, producción y posproducción. Fotografía, géneros y narrativas visuales en contextos comunicativos.



2.15.1 - Laboratorio de Estructuras y Maquetación

Fundamentos de la maquetación. Aplicación a piezas editoriales. Construcción de imágenes de diversa complejidad articulables con las asignaturas del cuatrimestre.

2.16.1 - Comunicación en el Diseño

Fundamentos de la comunicación en el diseño. El diseño como lenguaje. Sistemas de signos y códigos específicos de cada disciplina. Comunicar a través del diseño. Códigos culturales y disciplinares. Significación de los objetos diseñados. Comunicación del proceso proyectual: El brief como herramienta. Recolección de datos. Toma de decisiones. Argumentación y fundamentación del diseño a partir de teorías. Coherencia discursiva entre concepto y materialización. Construcción de memoria descriptiva/argumentativa: estructura y componentes, redacción académica y profesional. Presentación y defensa de proyectos. Comunicación profesional del diseño: Prestación de propuestas, tipos y formatos.

2.17.2 - Diseño de Comunicación Visual III

Diseño de información. Fundamentos y arquitectura. Esquemática. Representación y abstracción. Infografía y visualización de datos. Estructuración de mensajes visuales. Programas visuales. Sistemas y subsistemas informativos. Sistemas señaléticos. Normas de estandarización. Normas constructivas.

2.18.2 - Tipografía II

Tipografía aplicada al diseño de comunicación visual. Composición de textos en piezas gráficas y digitales. Macro y microtipografía: estructuración del campo visual, grillas, retículas y maquetación. Configuración de sistemas textuales de mediana complejidad. Relación entre lo textual y lo visual: funciones, estilos y variables. Tipologías, medios y objetivos comunicativos.

2.19.2 - Diseño Tridimensional

Diseño Tridimensional. Diseño de objetos tridimensionales. Diseño de comunicación visual para el espacio tridimensional. Los signos en el espacio interior y en espacio urbano. Sistemas señaléticos espaciales: sistemas, zonificación, recorridos. Estrategias visuales en entornos tridimensionales y espacios de exhibición. Arquigrafía. Envases. Componentes visuales del envase, morfología, funciones, materiales, sustentabilidad. Relación identidad/producto.

2.20.2 - Diseño y Producción Audiovisual

El relato audiovisual. La retórica en el relato audiovisual. Etapas del proceso de realización (preproducción, producción y post producción). Soportes audiovisuales. Formatos. Tomas, encuadres y puntos de vista. Medios y estructuras narrativas. Edición de imagen y sonido.



2.21.2 - Laboratorio de Narrativas Audiovisuales

Fundamentos del lenguaje secuencial y la sincronía entre imagen y audio. Construcción de imágenes de diversa complejidad articulables con las asignaturas del cuatrimestre.

3.22.1 - Diseño de Comunicación Visual IV

Diseño multimedial. Fundamentos. Integración de imagen, texto, sonido, video y animación. Narrativas multimediales. Proceso de diseño multimedial. Tecnologías para la producción multimedial. Accesibilidad y adaptabilidad en productos multimediales. Producción de piezas multimediales para distintos medios y soportes.

3.23.1 - Diseño Editorial I

Introducción al diseño editorial. Elementos y principios básicos. Tipologías y géneros editoriales simples. Diagramación y organización interna. Materialidad, soportes, tecnologías de producción y experiencias de lectura.

3.24.1 - Laboratorio de Gráfica en Movimiento

Fundamentos de la gráfica en movimiento. Producción de animaciones de diversa complejidad articulables con las asignaturas del cuatrimestre.

3.25.1 - Seminario de Actualización I

El Seminario de Actualización I se desarrollará de acuerdo a los lineamientos y mecanismos que establezca la Dirección de la Carrera, considerando que la multiplicidad de propuestas se ajuste a necesidades disciplinares específicas.

3.26.1 - Estrategias y Práctica Profesional

Modos de inserción laboral. Desarrollo Profesional y Posicionamiento en el Mercado Laboral. El profesional independiente. Estructura y componentes de un Currículum Vitae. Construcción y curaduría de un portafolio profesional. Gestión Estratégica y Administración de un Estudio de Diseño. Metodologías y procesos de gestión de proyectos para Clientes. Construcción de marca personal. El profesional y la empleabilidad. Métodos de búsqueda y acceso a oportunidades laborales. Estrategias de posicionamiento en plataformas digitales. Emprendimientos. Modelos de negocio en diseño. Principios de planificación. Ética y responsabilidad profesional.

3.27.2 - Diseño de Comunicación Visual V

Diseño transmedia. Fundamentos definición, características y diferencias con multimedia. Estrategias de expansión narrativa y construcción de universos transmedia. Ecología de medios: interacción, coexistencia y transformación de medios. Convergencia mediática: integración de plataformas y formatos. Planificación y desarrollo de proyectos transmedia: nodos narrativos,



puntos de contacto, experiencias participativas. Adaptación de mensajes y formatos a las especificidades de cada medio.

3.28.2 - Diseño Editorial II

Sistemas editoriales complejos. Estrategias avanzadas de diagramación. Experimentación de formatos y soportes. Productos editoriales interactivos.

3.29.2 - Laboratorio de Convergencia de Medios

Exploración de la convergencia de medios. Tecnologías y narrativas transmedia, estrategias de articulación y adaptación de contenidos. Producción de narrativas transmedia de diversa complejidad articulables con las asignaturas del cuatrimestre.

3.30.2 - Diseño y Marketing digital

Fundamentos y estrategias del marketing digital en relación con el diseño como disciplina proyectual y comunicacional. Entornos digitales, comportamiento de usuarios y audiencias, branding, comunicación en redes sociales, publicidad en línea y analítica digital. Herramientas, plataformas y tendencias vinculadas a la producción de contenidos gráficos y multimediales.

3.31.2 - Espacio de Libre Configuración

El espacio de libre configuración es un trayecto formativo elegido por cada estudiante, en función de sus intereses, proyección profesional o trayectorias previas. Puede acreditarse mediante asignaturas cursadas en otras carreras de la institución o en otras universidades, prácticas académicas reconocidas, actividades de extensión, investigación o formación complementaria, en acuerdo con el equipo de gestión del Espacio de Diseño.

4.32.1 - Taller de Trabajo Final I

El trabajo final de carrera tendrá un enfoque proyectual e integrador, recuperando y sintetizando las producciones desarrolladas durante todo el trayecto formativo, para evidenciar el alcance de las competencias del perfil del egresado. Este proceso se llevará a cabo durante el cuarto año en los espacios curriculares denominados Taller de Trabajo Final I y Taller de Trabajo Final II, articulados con el área destinada a escritura académica. La creación y realización del proyecto podrá desarrollarse de manera individual o grupal, según la complejidad y características específicas de la propuesta. Los pasos para la elaboración del proyecto de intervención contemplan: selección del contexto específico de intervención, aplicación del diseño situado, elaboración del diagnóstico, definición clara de la problemática y objetivos concretos, finalmente, la planificación estratégica del proyecto, y la producción del mismo. En Taller de Trabajo Final I, se trabajará en la primera etapa: Diagnóstico y Planificación.

4.33.1 - Taller de Escritura Académica I



Introducción a la escritura académica. Tipos de texto. Métodos y medios de búsqueda de fuentes de información. Procesamiento y análisis de información. Escritura de proyectos.

4.34.1 - Diseño de Interfaces I

Interfaces y diseño interactivo. Fundamentos. Arquitectura de la información en entornos digitales. Fundamentos de diseño centrados en el usuario. Usabilidad y experiencia de usuario (UX). Diseño interactivo, recorridos y control del usuario. Diseño interfaces (UI): layout, grillas, iconografía, color, tipografía y microinteracciones. Prototipado básico para diseño de interfaces adaptativas y responsivas. Evaluación de usabilidad en proyectos digitales.

4.35.1 - Seminario de Actualización II

El Seminario de Actualización II se desarrollará de acuerdo a los lineamientos y mecanismos que establezca la Dirección de la Carrera, considerando que la multiplicidad de propuestas se ajuste a necesidades disciplinares específicas.

4.36.1 - Optativa I

Las experiencias formativas optativas constituyen actividades académicas obligatorias. La elección de las mismas será realizada por cada estudiante, según sus intereses y motivaciones, a partir de un repertorio ofrecido por el Espacio de Diseño. La participación y aprobación de estas asignaturas serán de cumplimiento necesario para obtener el título correspondiente.

4.37.2 - Taller de Trabajo Final II

El trabajo final de carrera tendrá un enfoque proyectual e integrador, recuperando y sintetizando las producciones desarrolladas durante todo el trayecto formativo, para evidenciar el alcance de las competencias del perfil del egresado. Este proceso se llevará a cabo durante el cuarto año en los espacios curriculares denominados Taller de Trabajo Final I y Taller de Trabajo Final II, articulados con el área destinada a escritura académica. La creación y realización del proyecto podrá desarrollarse de manera individual o grupal, según la complejidad y características específicas de la propuesta. Los pasos para la elaboración del proyecto de intervención contemplan: selección del contexto específico de intervención, aplicación del diseño situado, elaboración del diagnóstico, definición clara de la problemática y objetivos concretos, finalmente, la planificación estratégica del proyecto, y la producción del mismo. En Taller de Trabajo Final II, se trabajará en la segunda etapa: producción.

4.38.2 - Taller de Escritura Académica II

Texto argumentativo. Citas y referencias bibliográficas. Escritura del trabajo final.

4.39.2 - Diseño de Interfaces II

Diseño de interacción avanzado: flujos de usuario, patrones de interacción y navegación avanzada. Integración de componentes multimedia e interactividad avanzada. Diseño para



aplicaciones móviles, web apps y sistemas complejos. Sitios web autoadministrables. Accesibilidad avanzada y diseño inclusivo. Prototipado avanzado y herramientas para pruebas de interfaces en distintos dispositivos.

4.40.2 - Gestión Estratégica del Diseño

Gestión del diseño. Rol estratégico del diseñador en organizaciones, empresas y sector público. Innovación y creatividad aplicada. Metodologías para la innovación. Sostenibilidad y responsabilidad social en diseño. Estrategias para el diseño sostenible: triple impacto (social, ambiental y económico).

4.41.2 - Optativa II

Las experiencias formativas optativas constituyen actividades académicas obligatorias. La elección de las mismas será realizada por cada estudiante, según sus intereses y motivaciones, a partir de un repertorio ofrecido por el Espacio de Diseño. La participación y aprobación de estas asignaturas serán de cumplimiento necesario para obtener el título correspondiente.

17. Cuadro de congruencias

Alcances	Asignaturas (Códigos)
Diseñar piezas de comunicación visual de mediana complejidad en soportes impresos y digitales, aplicando criterios funcionales, compositivos y estéticos.	1.1.1 Introducción al Diseño de Comunicación Visual 1.6.2 Diseño de Comunicación Visual I 2.12.1 Diseño de Comunicación Visual II 2.17.2 Diseño de Comunicación Visual III
Utilizar recursos gráficos y tipográficos —imagen, color, forma, tipografía, composición— para la producción de mensajes visuales eficaces, ajustados a los propósitos comunicacionales y a las características del medio y del público.	1.2.1 Lenguajes Visuales I 1.7.2 Lenguajes Visuales II 1.10.2 Representación y Visualización 2.13.1 Tipografía I 2.18.2 Tipografía II 2.14.1 Fotografía
Emplear herramientas digitales y tecnologías específicas en la creación, edición y producción de contenidos gráficos y digitales.	1.9.2 Tecnologías de la Producción 1.4.1 Laboratorio de Gráfica Vectorial



	1.11.2 Laboratorio de Creación y Edición de Imágenes 2.15.2 Laboratorio de Estructuras y Maquetación 2.21.2 Laboratorio de Narrativas Audiovisuales 3.24.1 Laboratorio de Gráfica en Movimiento
Construir mensajes visuales eficaces, reflexivos y estratégicos, mediante el uso intencionado de códigos, recursos retóricos y estructuras discursivas adaptadas a distintos públicos y medios.	1.5.1 Pensamiento Creativo 1.8.2 Semiótica Visual 2.16.1 Comunicación en el Diseño
Intervenir en las distintas áreas del diseño de comunicación visual —editorial, identitario, multimedial, tridimensional, audiovisual, interactivo— proyectando soluciones visuales pertinentes, coherentes y contextualizadas.	2.19.2 Diseño Tridimensional 2.20.2 Diseño y Producción Audiovisual 3.23.1 Diseño Editorial I 3.28.2 Diseño Editorial II
Integrarse a equipos de trabajo colaborativos en el ámbito del diseño gráfico, asumiendo tareas de desarrollo técnico y proyectual.	3.26.1 Estrategias y Práctica Profesional 3.31.2 Espacio de Libre Configuración
Planificar y desarrollar sistemas integrales de comunicación visual de alta complejidad, que articulen múltiples lenguajes, soportes y plataformas en función de objetivos comunicacionales diversos.	3.22.1 Diseño de Comunicación Visual IV 3.27.2 Diseño de Comunicación Visual V 3.30.2 Diseño y Marketing Digital 4.32.1 Taller de Trabajo Final I 4.37.2 Taller de Trabajo Final II
Elaborar fundamentaciones teóricas, metodológicas y argumentativas que respalden decisiones proyectuales en el campo del diseño gráfico, integrando marcos conceptuales, análisis críticos y criterios de pertinencia.	4.33.1 Taller de Escritura Académica I 4.38.2 Taller de Escritura Académica II



Planificar, supervisar y ejecutar procesos de producción gráfica impresa, digital y multimedial, seleccionando tecnologías, medios y soportes adecuados, y aplicando criterios de calidad técnica, viabilidad productiva, narrativa visual, eficiencia operativa y sostenibilidad.	3.29.2 Laboratorio de Convergencia de Medios 4.34.1 Diseño de Interfaces I 4.36.1 Optativa I 4.41.2 Optativa II 4.39.2 Diseño de Interfaces II
Interpretar y responder a los condicionamientos culturales, sociales, económicos y territoriales de cada situación de diseño, promoviendo prácticas sensibles, éticas y situadas.	1.3.1 Historia de la Cultura y el Diseño 4.40.2 Gestión Estratégica del Diseño 4.32.1 Taller de Trabajo Final I 4.37.2 Taller de Trabajo Final II
Liderar y gestionar proyectos y emprendimientos de comunicación visual en diversos contextos, coordinando recursos, equipos y tiempos, con una mirada estratégica, innovadora y orientada al desarrollo profesional continuo.	3.26.1 Estrategias y Práctica Profesional 4.40.2 Gestión Estratégica del Diseño 3.25.1 Seminario de Actualización I 4.35.1 Seminario de Actualización II

18. Sistema de Educación a Distancia UGR Virtual

En las últimas dos décadas, la incorporación masiva de las TIC en las distintas esferas de la sociedad han generado nuevas formas de socialización, eliminando las distancias. En el campo educativo, se cuenta con tecnologías que permiten crear escenarios de interacción para desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje con una fuerte impronta grupal y colaborativa entre profesores y estudiantes, donde el conocimiento es concebido como construcción fluida entre quienes participan del ámbito educativo. Se interpela así la relación docente-estudiante desde una perspectiva amplia y descentralizada.

En este marco, la Universidad del Gran Rosario, creó por Resolución Rectoral N°075/2019 el Sistema UGR Virtual, que constituye el conjunto de normativas, procesos, equipamientos, recursos humanos y didácticos, que permiten el desarrollo de las propuestas a implementar mediante la modalidad a distancia. El mismo fue validado mediante RESOL-2019-230-APN-SECPU#MECCYT el mes de septiembre de 2019. El Sistema UGR Virtual ha establecido en su normativa los lineamientos pedagógicos que rigen para el desarrollo de propuestas educativas que lo utilicen.



Estos se enmarcan en un modelo educomunicacional y son de corte predominantemente constructivista. Desde este paradigma se concibe el aprendizaje como un proceso dinámico, participativo, interactivo y dialógico, a través del cual los/las estudiantes constituyen nuevas ideas y conceptos tomando como punto de partida sus conocimientos anteriores y trabajando colaborativamente con otros/as. Asimismo, el Sistema UGR Virtual también ha regulado una serie de lineamientos comunicacionales para abordar el proceso de enseñanza aprendizaje. Los mismos tienden al diálogo, la construcción de conocimiento de modo crítico y reflexivo y la consolidación de la comunidad educativa y participativa.