

PERFIL DE INGRESO

Con certificado total o Título de las Licenciaturas en Diseño Gráfico, Diseño Publicitario, Publicidad, Comunicación Gráfica, Comunicación Visual, Comunicación, Informática, Pintura, Artes Plásticas, así como áreas afines y profesionales que ejerzan y apliquen el diseño en su ámbito laboral.



MAESTRÍA EN DISEÑO GRÁFICO DIGITAL

OBJETIVOS GENERALES

Formar profesionales en Diseño Gráfico Digital con programas reconocidos y personal académico calificado, a través de sólidos conocimientos en diseño de imagen, semiótica publicitaria, manejo de diseño web, diseño editorial y manejo de software de diseño gráfico especializado, con el objeto de innovar métodos y estrategias de composición en el campo de la comunicación gráfica y solucionar problemas de comunicación visual y del diseño publicitario en las organizaciones productivas y de servicios, e iniciarlos en el desarrollo de investigaciones propias del área.

Fomentar en los Maestros en Diseño Gráfico principios y valores éticos, con un alto sentido de responsabilidad social y calidad humana, a través de la operacionalización de la Filosofía de la Institución, que permitan a los Diseñadores Gráficos desarrollar su creatividad, espíritu emprendedor, espíritu de servicio y calidad profesional.

PERFIL DEL EGRESADO

I. LOS CONOCIMIENTOS

- Publicidad y sus mecanismos de aplicación al Diseño Gráfico.
- Principios generales de la Mercadotecnia aplicada al Diseño gráfico y Publicitario.
- Elementos de forma, color y técnicas de reproducción más comunes en el ámbito del diseño publicitario para proponer alternativas novedosas y funcionales.
- Metodologías cuantitativas y cualitativas que le permitan planear y desarrollar un estudio de mercado del cual se deriven propuestas efectivas de diseño publicitario.
- Habilidad y creatividad para la composición gráfica.
- Aspectos fundamentales de producción de la publicidad que siguen las empresas de comunicación visual.

II. LAS HABILIDADES

- Aptitud para referenciar el diseño gráfico a sus componentes mercadológico, publicitario y monetario.
- Capacidad de observación para definir los elementos de orden semiótico y publicitario en las propuestas de comunicación visual que analice.
- Habilidad para manejar con economía de esfuerzos los medios publicitarios.
- Capacidad para relacionar y evaluar los aspectos socioeconómicos y de estética en diseño que influyen en las normas de consumo de productos
- Capacidad para investigar y analizar información para concebir ideas, interpretarlas y representarlas por medio de mensajes gráficos veraces.

III. LAS ACTITUDES

- Búsqueda de soluciones no únicas a los problemas que plantee el diseño de la publicidad.
- De servicio y respeto a los clientes que demanden sus servicios como diseñador publicitario.
- Disposición para el análisis, la síntesis y la reflexión referente a problemas de mercado o de estética propios del diseño gráfico aplicado.
- Actitud crítica a la vez que propositiva en sus decisiones para resolver problemas de comunicación visual.
- De ética para ajustar su conducta, diagnósticos, propuestas y decisiones en congruencia con la satisfacción de las necesidades de sus clientes.
- Claridad y precisión en la expresión gráfica y escrita para expresar sus juicios profesionales tanto en forma positiva como en forma crítica.
- Sentido del orden y de la sistematización tanto para organizar sus trabajos gráficos como para construir sus ideas en el planteamiento de la estrategia publicitaria.
- Discernimiento entre lo primordial y lo secundario en lo referente a los criterios de composición de imágenes.
- Capacidad de persuasión y convencimiento respecto a sus planteamientos gráficos publicitarios.
- Audacia para interpretar, proponer innovaciones y soluciones creativas a las tareas inherentes al diseñador gráfico publicitario.



CURRÍCULA

Primer Módulo

Diseño y Producción en la Dirección de Arte

Segundo Módulo

Usabilidad en la Información Visual

Tercer Módulo

Imagen Pública y Corporativa

Cuarto Módulo

Técnicas y Medios Publicitarios

Quinto Módulo

Animación Publicitaria

Sexto Módulo

Publicidad para Audiencias

Séptimo Módulo

Teoría Social de la Producción Publicitaria

Octavo Módulo

Metodologías Cuantitativas y Cualitativas

Noveno Módulo

Elementos Semióticos y Publicitarios

Décimo Módulo

Estética Digital

Décimo Primer Módulo

Diseño Web

Décimo Segundo Módulo

Derechos de Autor

Décimo Tercer Módulo

Diseño Multimedia

Décimo Cuarto Módulo

Nuevos Medios para el Diseño Digital

Décimo Quinto Módulo

Marketing On Line

Décimo Sexto Módulo

Taller de Diseño Estratégico e Innovación

25
años

DE PASIÓN POR LA EDUCACIÓN
CON CALIDAD Y EXCELENCIA

1 año
4 meses
Doble
Grado