

LICENCIATURA EN DISEÑO VISUAL

SEDE ALTO VALLE - VALLE MEDIO / GENERAL ROCA
Escuela de Arquitectura, Arte y Diseño

NORMATIVA
Res CSDEyVE N° 025/2022
RESOL-2023-743-APN-SECPU#ME

FICHA DE CARRERA

TITULO DE GRADO- Licenciada/o en Diseño Visual

DURACIÓN- 2.800 horas

PERFIL PROFESIONAL

La UNRN formará un/a Licenciado/a en Diseño Visual con un perfil profesional de una marcada impronta proyectual, consolidado por una necesaria apoyatura instrumental y teórica. Un perfil provisto de sólidas herramientas teóricas-conceptuales-técnicas en las distintas áreas epistemológicas que componen el campo de esta disciplina del diseño, que le posibilite desempeñarse tanto en organizaciones del ámbito público, privado y tercer sector, siendo capaz de resolver los problemas profesionales básicos, más generales y frecuentes en todas las esferas de su actuación y desempeñarse con idoneidad en todos los campos de su ejercicio como diseñadores, desde la perspectiva de la realidad local y regional, con inserción en el ámbito social en el que interviene, con espíritu crítico, innovador y propositivo, sobre la base de valores solidarios y humanistas.

Se pretende que el/la estudiante adquiera los siguientes conocimientos y habilidades:

- Comprender la cultura del diseño contemporáneo, analizar críticamente y buscar interpretaciones y metodologías proyectuales adecuadas para los problemas de diseño.
- Concebir al diseño visual como una disciplina que opera sobre la cultura y la sociedad, que apunta a la acción proyectual, cognoscitiva y persuasiva, que, con diversidad de enfoques su finalidad es producir interfaces para asegurar la transmisión de contenidos que estén en constante adecuación con la realidad.
- Actuar en el amplio campo del diseño visual, tanto en las organizaciones públicas o privadas tradicionales con o sin fines de lucro, como en las realidades alternativas, con habilidades tanto

para el diseño, organización, gestión, conducción, control y/o asesoramiento de las mismas, como para formular, producir y ejecutar políticas de diseño y comunicación que favorezcan su desarrollo.

- Adquirir capacidades para analizar y evaluar con rigor los procesos y la diversidad de ideas y pensamientos en el devenir histórico y su vinculación con la compleja realidad social, cultural y política de nuestros días, a fin de contribuir al diseño de modelos, productos y objetos tangibles e intangibles, analógicos y digitales que interpreten y expliquen el comportamiento e impacto de los fenómenos tecnológicos - informativos - comunicativos de los distintos agentes y contextos.
- Elaborar programas de gestión del diseño a través de estrategias y políticas de implementación apropiadas que contribuyan con el diseño universal accesible, inclusivo y sustentable.
- Asumir el compromiso ético de trabajar al servicio de la sociedad, respetando principios fundamentales de la libertad, igualdad, solidaridad, la forma republicana de gobierno, las instituciones democráticas, y responsabilidad por el bienestar de las generaciones futuras.
- Desarrollar actitudes que consideren los estudios de postgrado, a fin de especializarse en las diversas ramas e intereses de la disciplina, actualizarse y perfeccionarse permanentemente en sus conocimientos y habilidades, particularmente en el acceso a las diversas herramientas tecnológicas y la comprensión lectora de otras lenguas que aumente su potencial como profesional, docente o investigador/a.
- Adquirir habilidades para la planificación, gestión, administración y comercialización de servicios y proyectos que resulten de su actividad profesional.
- Desarrollar capacidad interdisciplinaria para adaptarse a los cambios de la disciplina y sus demandas profesionales, logrando una mayor especialización, tendencia muy acentuada en el diseño contemporáneo.
- Ser responsable y competente en el manejo de las identidades y de las realidades socioculturales y los efectos que se desencadenan en las sociedades actuales a partir del empleo de los recursos tecnológicos aplicados al acceso al conocimiento, el trabajo y el entretenimiento.
- Analizar críticamente las potencialidades de la revolución tecnológica en el campo del diseño, de las comunicaciones.

Áreas de desempeño profesional:

- Departamentos de diseño como diseñadores/as creativos/as, consultores/as, asesores/as de producción en: programas de identidad para instituciones, empresas y productos; gráfica aplicada; señalización; creación de lenguajes y códigos visuales; diseño de información complejo; campañas de interés social, cultural, político; diseño de stands y exposiciones; diseño de envases; diseño editorial, entre otros.
- Áreas de coordinación encargadas de supervisar la intervención de quienes realicen operaciones creativas y técnicas parciales en los equipos de producción dentro del proceso

proyectual en el área de diseño y medios, en agencias de publicidad, editoriales, departamentos de arte o empresas.

- Estudios de factibilidad, programación, gestación, creación, desarrollo, supervisión, control y realización de producciones de diseño en medios gráficos, audiovisuales, interactivos, de comunicación masiva, televisión, cinematografía y espacios virtuales, en sus aspectos de imagen y contenido.
- Áreas especialistas en recursos tecnológicos existentes en el mercado que pretendan agilizar, economizar y hacer más eficaces y eficientes los procesos productivos y lograr que el diseño tenga un enfoque centrado en el usuario siendo así universal, inclusivo y sustentable.
- Espacios de consultoría para instituciones públicas o privadas respecto de problemas de diseño gráfico y comunicación visual.
- Departamentos de auditorías, pericias, tasaciones y presupuestos de proyectos de diseño de producción analógica y/o digital virtual.
- Sectores relacionados a la planificación y diseño de normas y patrones de sistemas de comunicación pública o privada y cualquier otra tarea profesional emergente de las actividades que competen a la carrera de diseño gráfico/visual.
- Espacios de curaduría, donde se realicen actividades que afecten al diseño, al arte y exhibición de productos gráficos/visuales en todos sus soportes y modalidades.
- Instituciones educativas, como docentes universitarios/as y/o investigadores

El/la egresado/a de la carrera estará capacitado/a para realizar propuestas con creatividad sobre problemáticas de diseño gráfico/visual –en el sentido amplio del concepto disciplinar actual–, atendiendo a las necesidades de un contexto socio-tecnológico en permanente transformación. Desarrollará capacidades y habilidades para coordinar metodológica y sistemáticamente los conceptos, técnicas e instrumentos inherentes a la práctica proyectual, tanto en forma independiente como en equipos disciplinares e interdisciplinarios, y estará en condiciones de participar, contribuir y producir actividades de investigación, desarrollo y transferencia en el marco de su disciplina.

ALCANCES

Conforme la formación propuesta, que es resultante de un proceso proyectual que involucra aspectos culturales, formales, funcionales, tecnológicos y económicos y, de acuerdo con el conjunto de conocimientos y habilidades que enmarcan el perfil definido para la Licenciatura en Diseño Visual de la UNRN, el/la futuro/a profesional podrá desarrollar las siguientes actividades profesionales:

- Planificar, crear, producir, dirigir, evaluar y efectivizar las producciones de diseño gráfico/visual.
- Desarrollar a través de métodos, herramientas y conceptos las producciones y dispositivos del diseño gráfico/visual que circulan en la cultura mediática contemporánea.

- Realizar producción de diseño gráfico/visual, interpretando mensajes para las diferentes propuestas mediáticas en diversos códigos, tipologías, formatos y géneros comunicativos discursivos.
- Ejecutar las tareas especializadas a su profesión de acuerdo con las orientaciones disciplinares profesionales vigentes.
- Participar en tareas de consultoría, asesorar, diagnosticar, planificar, gestionar y evaluar en diseño estratégico, tanto en instituciones públicas, estatales, privadas y/o tercer sector.
- Producir diseño de productos y mensajes empleando el sentido estético y creativo para las diferentes propuestas mediáticas con los conocimientos que le proporcionan las disciplinas relativas al estudio del lenguaje visual, los discursos sociales y los modos de lectura.
- Diseñar productos y mensajes empleando el sentido estético y creativo para las diferentes propuestas mediáticas con los conocimientos que le proporcionan las disciplinas relativas al estudio del lenguaje visual, los discursos sociales y los modos de lectura
- Emplear los medios técnicos y las nuevas tecnologías para el mejoramiento de la calidad de los contenidos a editar y diseñar para informar y comunicar.
- Diseñar herramientas de análisis socio-cultural a partir de estudios cuali-cuantitativos para reconocer los mecanismos argumentativos narrativos que son más efectivos en las diferentes audiencias y núcleos de usuarios.
- Realizar estudios e investigaciones propias del campo del diseño, investigaciones aplicadas y ejecución de programas específicos de incorporación de diseño en ámbitos públicos y privados.
- Incorporar en las diferentes especializaciones disciplinares el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.
- Intervenir las cuestiones referidas a las normas éticas que ordenan el ejercicio profesional del Diseño Gráfico/Visual, a los efectos que ellas provocan y a la necesidad de tener una participación activa para mejorar a través de asociaciones y cámaras el estado y competitividad del sector.

ORGANIZACIÓN CURRICULAR

El Plan de Estudios estipula un sistema de correlativas que cada estudiante podrá visualizar en su perfil de ingreso al sistema SIU Guaraní

PLAN DE ESTUDIOS				
LICENCIATURA EN DISEÑO VISUAL				
CÓDIGO GUARANÍ	N° ORDEN	MATERIA	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
1° AÑO				
ANUALES				
R1562	1	Diseño Visual I	6	192
R1563	2	Tipografía I	4	128
R1564	3	Visualidad I	4	128
PRIMER CUATRIMESTRE				
R1565	4	Comunicación I	4	64
R1566	5	Técnicas Digitales I	4	64
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
R1567	6	Historia I	4	64
R1568	7	Tecnología I	4	64
2° AÑO				
ANUALES				
R1569	8	Diseño Visual II	6	192
R1570	9	Tipografía II	4	128
R1571	10	Visualidad II	4	128
PRIMER CUATRIMESTRE				
R1572	11	Historia II	4	64
R1573	12	Tecnología II	4	64
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
R1574	13	Comunicación II	4	64
R1575	14	Técnicas Digitales II	4	64
3° AÑO				
ANUAL				
R1576	15	Diseño Visual III	6	192
PRIMER CUATRIMESTRE				
R1577	16	Historia III	4	64
R1578	17	Laboratorio Audiovisual	4	64
R1579	18	Tecnología III	4	64
R1580	19	Marketing	4	64
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
R1581	20	Sociología	4	64
R1582	21	Laboratorio Interactivo Digital	4	64

L0001	22	Inglés - Comprensión Lectora	4	64
R1583	23	Gestión de proyectos	4	64
4º AÑO				
PRIMER CUATRIMESTRE				
R1584	24	Diseño Visual IV	5	80
R1585	25	Narrativas Transmedia	4	64
R1586	26	Optativa I	4	64
R1587	27	Optativa II	4	64
R1588	28	Optativa III	4	64
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
R1589	29	Gestión Profesional del Diseño y Políticas Públicas	4	64
R1590	30	Optativa IV	4	64
R1591	31	Optativa V	4	64
R1592	32	Proyecto Final de Carrera	6	96
REQUISITO DE EGRESO				
R1593	33	Programa de Trabajo Social	0	64
TITULO: LICENCIADO/A EN DISEÑO VISUAL				
CARGA HORARIA TOTAL: 2800 HORAS				

CONTENIDOS MÍNIMOS

Asignatura	Diseño Visual I
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Generar una visión introductoria de todos los perfiles y áreas de intervención del diseño y de los distintos soportes gráficos y digitales. - Desarrollar el aprendizaje teórico-práctico de saberes productivos e interpretativos acerca de los lenguajes de representación visual y constructivos de la imagen. - Comprender la construcción del signo visual y la vehiculización de sentido dentro del discurso del diseño.
Contenido s Mínimos	<p>La actividad proyectual. Áreas y funciones del Diseño. Inserción en el hábitat. Rol profesional del/de la diseñador/a. Responsabilidad social y cultural. El proyecto de diseño en perspectiva de género y de las diversidades. La construcción de los discursos dominantes en el campo del Diseño. El acto perceptivo. Relevo y recorte. El lenguaje de la imagen y la mirada cultural. Lenguajes de representación visual. Las imágenes en sus aspectos morfológicos, comunicacionales, históricos y tecnológicos; su interrelación con los productos de diseño vinculados al contexto socio-cultural. Elementos constructivos del discurso visual. Procedimientos para construcción de sentido en piezas gráficas. Organización del campo visual. Análisis denotativos y connotativos. Relaciones imagen-texto. Operaciones de anclaje y refuerzo semántico. La tipografía como imagen y como código de comunicación. Sistema gráfico de identidad de baja complejidad. Conceptos de atributos y valores de identidad. Introducción a las diferentes tipologías gráficas y sus relaciones sistémicas.</p>

Asignatura	Tipografía I
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar sobre las formas visuales de los signos de la escritura, sobre sus recorridos evolutivos, sobre sus dimensiones técnicas y sobre su conversión en los sistemas tipográficos. - Entender las maneras en que las tecnologías, los contextos culturales y los modos de consumo de los productos tipográficos afectan a las formas de la tipografía. - Aportar los conocimientos básicos acerca de la comunicación instrumentada por la tipografía en sus formas de expresión visual y como medio para la construcción del discurso y la información.
Contenido s Mínimos	<p>De las escrituras manuales a la tipografía. La tipografía en sus relaciones con el diseño y la cultura visual. Tecnologías, herramientas, soportes y procedimientos constructivos de las escrituras, los signos y el diseño tipográfico. El signo tipográfico como signo visual. Morfología y sintaxis de los signos tipográficos: forma y contraforma, proporciones, relaciones en el espacio, acciones visuales de las formas tipográficas. Clasificaciones, familias y variables. Micro y macro tipografía. Elementos de la composición tipográfica. Letras, palabras, líneas y textos. La tipografía como sistema visual de signos para la construcción del discurso. La tipografía como interfaz de comunicación. Jerarquías y niveles de lectura. Textos y paratextos. Organización en retículas estáticas y dinámicas. Posibilidad, contribución y límite de la grilla. Tipografía y tipologías de diseño: soportes analógicos y digitales.</p>

Asignatura	Visualidad I
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Introducir a los conocimientos conceptuales básicos para operar con las formas visuales: representación y composición. - Conocer los lenguajes visuales como elemento fundamental en la construcción del discurso visual del diseño. - Introducir a la generación de formas a partir de una estructura y sus consecuentes transformaciones ordenadas. - Desarrollar aptitudes teóricas y perceptivo-cognitivas en relación a la forma y su estructura como recursos del diseño.
Contenido s Mínimos	<p>Introducción al lenguaje visual. Modos de ver. El acto perceptivo. Las formas culturales. El lenguaje no verbal de las imágenes. Los aspectos persuasivos del lenguaje visual. Sistemas de representación. La imagen como forma de conocimiento y pensamiento visual. Modos y técnicas de representación. Materiales, soportes y métodos constructivos. Las formas básicas y el espacio bidimensional. Estructuras formales, semiformales e informales. Equilibrio: estructuras estáticas y estructuras dinámicas. Simetría y asimetría. Las dimensiones, proporciones y escala. Las tramas: módulo, submódulo y supermódulo. Las texturas y los planos. El color: percepción y expresividad. Teorías del color. El color en la construcción de la imagen. Configuración de la forma. Acciones visuales. Movimiento, equilibrio, tensión, peso. Yuxtaposición y superposición. Contraste: figura y fondo; forma y contraforma. Complejidad y simplicidad. El problema de la síntesis. Pregnancia y reversibilidad. La transformación y el movimiento.</p>

Asignatura	Comunicación I
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocer los mecanismos que involucran los procesos de comunicación y sus herramientas. - Conocer sobre las teorías de los signos, los lenguajes de las imágenes y los discursos visuales en los procesos comunicacionales. - Comprender las funciones sociales de la comunicación en el contexto del diseño visual y su relación con otras áreas sociales. - Reconocer las diferencias entre la comunicación analógica y digital para evaluar el impacto en las comunicaciones cotidianas contemporáneas.
Contenido s Mínimos	<p>La comunicación humana y sus componentes. Las funciones de la comunicación. Lengua y lenguaje. La lingüística, la semiología y la imagen. El surgimiento de la reflexión pragmática y la cuestión de los niveles de la significación. Polisemia de la imagen. Procesos connotativos y denotativos. Funciones de anclaje y relevo. Comunicación y retórica visual. Procesos de significación y sentido. Signo, señal, código, contexto. Sistemas de comunicación. El diseño como discurso. La comunicación con perspectiva de género y de las diversidades. Modelos de producción e interpretación dominantes y alternativos feministas. La comunicación interpersonal y la comunicación mediada. Lenguajes analógicos y digitales.</p>

Asignatura	Técnicas Digitales I
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Introducir al uso de las principales herramientas y técnicas digitales para la producción visual en proyectos de diseño. -Explorar y descubrir las posibilidades formales y técnicas que brindan las distintas aplicaciones informáticas para el diseño digital. -Comprender las capacidades y limitaciones de las técnicas y tecnologías digitales.
Contenido s Mínimos	<p>El proceso de diseño digital. Tensión analógico-digital. Herramientas informáticas (hardware y software) para la producción en diseño. Técnicas visuales y lenguaje digital. El proceso de digitalización. El trabajo con guías y capas. El dibujo y la metodología vectorial. Creación de formas geométricas básicas y orgánicas. Organización y distribución de elementos. Operaciones de rotación, repetición, reflejo, distorsión y escala. Color digital: uso, edición y modos de representación. Integración de imágenes: Transparencia, filtros, encuadres y máscaras. Gestión, edición y uso de fuentes tipográficas digitales. Imágenes en mapa de bits, aspectos técnicos: Resolución, tamaño, modos de color y formatos. Técnicas y herramientas de selección, recorte y montaje. Intervención, dibujo y pintura digital. El retoque fotográfico: capas de ajustes, filtros y efectos. Métodos para exportar distintos tipos de archivos, optimizados para imprimir o visualizar en pantalla. Principios de maquetación editorial. Formato, márgenes y columnas. Optimización de recursos. Armado de pliegos y empaquetado para imprenta. Originales en archivos nativos o pdfs. Optimización para diferentes medios analógicos y digitales.</p>

Asignatura	Historia I
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Comprender las principales problemáticas históricas de la Modernidad y cómo éstas afectan a la producción de los objetos de la cultura visual. -Analizar los objetos gráficos e impresos en su contexto histórico y en relación a los modos de producción, circulación y consumo. -Identificar los procesos tecnológicos y los actores sociales que intervienen en la producción de los objetos de la cultura visual e impresa, y sus efectos en las formas de las imágenes, los productos gráficos, tipográficos y editoriales.
Contenido s Mínimos	<p>Introducción general a la Historia del diseño. Comunicación visual, escritura e información. Evolución del alfabeto latino. Vista panorámica del manuscrito medieval. La invención de la imprenta. Libros incunables y libros modernos. El Renacimiento y el humanismo. La construcción del espacio y la representación visual modernos. La perspectiva lineal. Siglos XVI y XVII: imprenta y poder; arte y propaganda. Siglo XVIII: la imprenta en el siglo de la doble revolución. Los impresos y la participación política. Racionalismo científico, imagen e información. Siglo XIX: imprenta y sociedad industrial. Nuevas tecnologías de impresión y de reproducción de imágenes. La revolución tipográfica. El proceso de alfabetización masiva: nuevos públicos lectores: mujeres, niños y trabajadores. Nuevas necesidades de consumo, nuevas formas de impresos, nuevas visualidades. Las publicaciones periódicas masivas. Información, publicidad y entretenimiento en los productos impresos. El cartel moderno y la ciudad. Art Nouveau y estilos de fin de siglo. El debate arte-industria y las críticas a la imprenta industrial.</p>

Asignatura	Tecnología I
Objetivos	-Conocer los diversos sistemas de reproductibilidad técnica introduciendo los fundamentos de tecnología de impresión gráfica y su relación con el proyecto de diseño. -Comprender los sistemas de impresión gráfica: tipos y variedades de técnicas de impresión. -Entender las relaciones e interacciones entre las tecnologías analógicas y digitales como un proceso integral de producción.
Contenido s Mínimos	Tecnología, cultura impresa y diseño. La reproductibilidad técnica. Tecnología y proyecto. Relaciones e interacciones entre tecnologías analógicas y digitales. Procesos de producción de bocetos acabados, prototipos y confección de originales según los sistemas técnicos de impresión y producción gráfica. Las tecnologías de procesamiento de imágenes digitales. Texto: procesamiento de textos en documentos digitales. Sistemas de Impresión Gráfica: tipos y variedades de técnicas de impresión. Soportes de impresión: papeles y diversos materiales físicos en los que la adherencia de tinta es factible. Clasificación, usos y formatos de papel. Flujos de trabajo: de los procesos de preimpresión a la impresión. Sistemas de color. Colores especiales. Pruebas color. Etapas de los sistemas de encuadernación y de las terminaciones del producto gráfico.

Asignatura	Diseño Visual II
Objetivos	-Desarrollar conocimiento sobre las tipologías editoriales y los géneros discursivos. -Dotar de herramientas teóricas e instrumentales sobre la imagen en movimiento como parte del abordaje del diseño cinético gráfico. -Desarrollar capacidad teórico-práctica de todos los aspectos que conforman un sistema de identidad visual de diseño.
Contenido s Mínimos	Diseño editorial. Etapas y procesos de trabajo del diseño visual en relación a la edición. El trabajo interdisciplinario en la producción editorial. Tipologías editoriales y géneros discursivos. Perspectiva de género en la construcción de los discursos visuales editoriales. Relaciones entre contenidos, interfases, productos y lectores. Escala, formatos y estructura de la información. La problemática de la lectura y la accesibilidad inclusiva. Metodología de «lectura fácil». Diseño y discapacidad. El rol del diseño de información en el campo interdisciplinario del diseño visual. Estructuras y formas del intercambio informacional. Interacciones, visualización y esquemática. Enfoques, definiciones, perspectivas y modalidades de la disciplina. Interfaces y tipologías gráficas cinéticas. Imagen y tipografía en movimiento. La pantalla como un campo visual a ser diseñado. Componentes expresivos: relato, ritmo, cuadro, secuencia, tiempo y movimiento. El audio como valor expresivo y constructivo de los enunciados. Conceptos sobre la identidad y los sistemas. Programa de identidad visual en sistemas gráficos de complejidad media.

Asignatura	Tipografía II
Objetivos	<p>-Profundizar el conocimiento acerca de los roles de la tipografía en la construcción de interfaces comunicacionales analógicas, digitales e interactivas.</p> <p>-Desarrollar los conocimientos necesarios sobre el rol que la tipografía ejerce en la construcción del proceso cognitivo de la información.</p> <p>-Adquirir los conocimientos fundamentales para la operación con tipografía sobre interfaces visuales cinéticas.</p> <p>-Introducir competencias para la instrumentación del material tipográfico en sus relaciones con el espacio arquitectónico, ambiental y urbano.</p> <p>-Indagar sobre las capacidades de la tipografía en la construcción de identidad visual.</p>
Contenido s Mínimos	<p>La tipografía en la construcción de sistemas de diseño de mediana y alta complejidad. Actuación de la tipografía de acuerdo a los soportes, entornos tecnológicos, espacios y ambientes, y en relación a los contenidos, los contextos culturales y sociales, los usos y los usuarios. El campo tipográfico desde la perspectiva de género. Legibilidad y lecturabilidad en sus contextos sociales de producción, circulación y consumo. Instrumentación de la tipografía en interfaces digitales cinéticas e interactivas. Aprendizaje y observación crítica de la tipografía como recurso clave en la construcción de la información y el conocimiento. Roles de la tipografía en las estrategias de abordaje a los sistemas de identidad. Aproximación experimental al diseño de sistemas de signos tipográficos.</p>

Asignatura	Visualidad II
Objetivos	<p>-Desarrollar el aprendizaje teórico-práctico de saberes productivos e interpretativos acerca de los lenguajes de representación visual bi y tridimensional, como herramienta de construcción del signo y vehiculización de sentido dentro del discurso del diseño.</p> <p>-Comprender la problemática de la percepción visual y niveles comunicacionales de la forma: aspectos de la relación sintaxis/semántica.</p> <p>-Explorar la noción de serie y sistemas, sus funciones y aplicaciones.</p> <p>-Introducir al conocimiento de las capacidades retóricas de la imagen como herramientas que operan sobre la comunicación en sus dimensiones prácticas y emotivas.</p>
Contenido s Mínimos	<p>Visualidad en el contexto de la cultura visual contemporánea del arte y el diseño. La representación como fenómeno comunicacional: códigos y lenguajes. La forma y la imagen como sustituto. Antropología y signos visuales. Clasificación de los signos. Signo, símbolo, ícono e índice. Grados de iconicidad. Figuración y abstracción. Las visualidades como expresiones sociales. La forma construida desde la perspectiva de género y las diversidades. Construcción y deconstrucción del signo visual a partir de la exploración material y formal. Introducción a las formas tridimensionales. Diferentes tipologías. Las formas en el espacio bidimensional y tridimensional. Relaciones entre técnicas y lenguajes. Vinculación analógico-digital. La dimensión sintáctica y semántica de los lenguajes, materiales y colores. Formas y la luz. El rol del azar en el proceso constructivo de la imagen. Sistemas de signos para la comunicación visual. Noción de sistema. Módulos, retículas, patrones y diagramas. Introducción a la esquemática. Signos visuales concebidos desde el abordaje de la forma y el diseño de información. Percepción y retórica visual. La dimensión poética de la imagen como herramienta de comunicación persuasiva.</p>

Asignatura	Historia II
Objetivos	<p>-Desarrollar la capacidad crítica y analítica frente a los procesos históricos del siglo XX, con particular atención sobre los fenómenos de la gráfica, la cultura visual, la industria editorial, la comunicación y la identidad.</p> <p>-Comprender los planteos de los principales movimientos artísticos modernos y sus relaciones e influencias sobre el diseño del siglo XX.</p> <p>-Analizar la interacción entre escuelas de diseño y autores; sus debates, propuestas, producciones gráficas y tipográficas.</p>
Contenido s Mínimos	<p>El siglo XX en Europa y los Estados Unidos. De las artes gráficas a la consolidación del campo disciplinar del diseño. La problemática arte e industria. El caso de la Deutscher Werkbund. Vanguardias históricas y visualidad contemporánea. Cubismo, futurismo y dadaísmo. Vanguardia, gráfica y tipografía. Vanguardias constructivas. Primeras teorizaciones y escuelas de diseño: Constructivismo, Bauhaus, De Stijl, Nueva Tipografía. Experiencias profesionales en la gráfica de entreguerras. Gráfica fascista y antifascista. De la gran crisis a los «años dorados». Innovación tecnológica e industrial. La sociedad de consumo. La expansión de los medios masivos. Corrientes de diseño de posguerra: estilo italiano, diseño norteamericano, escuela suiza, escuela polaca. Formalización de la enseñanza del diseño y enfoques disciplinares. El modelo funcionalista de la HfG de Ulm y el estilo internacional. Nuevas vertientes del diseño en los años sesenta y setenta. Controversias sobre el diseño y lo moderno. Las problemáticas sociales y del medio ambiente. La perspectiva de género en el diseño y la publicidad. Rol de las mujeres en el diseño moderno. Feminismos en el diseño. Nuevas tecnologías y nuevos enfoques sobre el diseño en los años ochenta y noventa.</p>

Asignatura	Tecnología II
Objetivos	<p>-Introducir a los conocimientos tecnológicos de las materialidades tangibles y corpóreas.</p> <p>-Identificar los diferentes sistemas y procesos de producción de envases y contenedores.</p> <p>-Adquirir conocimientos sobre las materialidades y procesos técnicos gráficos del diseño visual ambiental integrado a los entornos urbanos, arquitectónicos y paisajísticos.</p>
Contenido s Mínimos	<p>Tecnologías, ambiente y diseño sustentable. Tecnologías de envases. Tipos y formas de envase. Sistemas de fabricación, impresión y etiquetado. Tecnologías para la intervención espacial. La gráfica como acción modificatoria del ambiente. La importancia del material en la comunicación visual ambiental. Materiales y sistemas: respuestas físicas, técnicas de maquinado, herramientas, resistencia al tiempo, lugar. Materialidades gráficas en su interrelación con los entornos arquitectónicos, urbanos y paisajísticos. Arquigrafía. Tecnologías para la accesibilidad inclusiva y el «diseño universal».</p>

Asignatura	Comunicación II
Objetivos	-Introducir a las teorías críticas de la cultura, de la comunicación social y de los géneros discursivos. -Conocer los fundamentos de las principales escuelas teóricas de la comunicación y sus desarrollos sobre las disciplinas del diseño. -Comprender los principios teóricos esenciales para el análisis de los medios de comunicación de masas del siglo XX y los modos de producción de las comunicaciones sociales contemporáneas.
Contenido s mínimos	Cultura y comunicación. Distintas acepciones del concepto de cultura. La cultura y la comunicación de masas. Los medios masivos de comunicación. La sociedad del espectáculo. Medios y espacio público. La internacionalización de las comunicaciones. El paradigma tecnológico y la teoría de los sistemas. Teorías críticas de la comunicación. Concepto de industria cultural. Estandarización cultural. La corriente de los estudios culturales. Conceptos de cultura ilustrada, cultura popular y cultura nacional; lo nacional e internacional en la cultura. Género y cultura. Consumos, prácticas y hábitos culturales. La comunicación y los estudios de género. Crítica feminista al concepto universal y el racionalismo del Diseño Moderno.

Asignatura	Técnicas Digitales II
Objetivos	- Introducir en el uso de las principales herramientas digitales aplicadas en proyectos de diseño cinético. - Aprender los recursos y fundamentos del diseño en movimiento. - Explorar y configurar formas de composición visual con base sonora y temporal.
Contenido s Mínimos	Técnicas del diseño visual en medios audiovisuales. El diseño cinético: el uso tipográfico, legibilidad y movimiento. La expresión del signo tipográfico en movimiento. Introducción al motion graphics. Composiciones multicapa. Línea de tiempo, fotograma clave (KeyFrames). Efectos y expresiones. El sonido en el discurso narrativo audiovisual, apoyo y contrapuntos. El tiempo y el ritmo como instrumentos de diseño. La sincronización. Técnicas de Animación: Stop motion, Pixilación, Rotoscopia, Cut-out. Armado de estructuras (Rigging) de personajes.

Asignatura	Diseño Visual III
Objetivos	<p>-Generar una visión crítica acerca de los nuevos procesos de mediación tecnológica sobre las distintas tipologías y géneros del diseño visual.</p> <p>-Dotar de herramientas teóricas y formales sobre identidad visual en sistemas gráficos de mediana complejidad.</p> <p>-Desarrollar capacidad teórico-práctica de todos los aspectos del diseño implicados en aplicaciones bidimensionales, tridimensionales y digitales.</p>
Contenido s Mínimos	<p>Sistemas gráficos cinéticos digitales. La evolución tecnológica y su incidencia en los medios masivos de comunicación. Nuevos procesos de mediación tecnológica en el diseño. Diseño de información en la transformación digital. Cartografías de los nuevos medios. El lenguaje de las interfaces culturales. Transmedialidad y multimedialidad. Interfaz y experiencia del usuario. Conceptos de accesibilidad y usabilidad en contextos digitales. Diseño y diversidad. Diseño «universal» centrado en los desafíos de la accesibilidad inclusiva. Accesibilidad como concepto interdisciplinario. Gráfica ambiental. La señalización y la señalética como acción modificatoria del hábitat. Sistemas de identidad de mediana complejidad. Nuevas tendencias en las estrategias de gestión de las marcas. Las marcas colectivas y sociales. La construcción de la identidad desde el reconocimiento de las diversidades de género. Programas visuales, sistemas y subsistemas de identidad. Elementos portadores de la imagen institucional. Las aplicaciones bidimensionales, tridimensionales y digitales. Introducción a los manuales de estilo.</p>

Asignatura	Historia III
Objetivos	<p>-Favorecer la construcción de saberes específicos sobre los procesos históricos que dieron lugar a la conformación y despliegue del campo del diseño visual en nuestro país.</p> <p>-Comprender cómo el desarrollo histórico de la gráfica y del diseño en la Argentina ha sido afectado por los procesos formativos de la cultura y la industria nacional en sus vínculos con el escenario internacional.</p> <p>-Brindar metodologías y herramientas conceptuales en perspectiva a la integración de equipos de trabajo multidisciplinarios en los campos de la investigación y desarrollo profesional y académico.</p>
Contenido s Mínimos	<p>Gráfica y diseño en Argentina. La relación de la historia del diseño gráfico con los procesos económicos, sociales, políticos y culturales en nuestro país. Antecedentes en la conformación del campo del diseño local. Las asociaciones tipográficas y sindicatos gráficos. La ampliación de los públicos lectores y los mercados gráficos, en una creciente cultura visual. Publicaciones periódicas en el siglo XIX y principios del siglo XX. Innovaciones técnicas y procesos de modernización. De las artes gráficas a la industria gráfica: profesionalización del sector. El Instituto Argentino de Artes Gráficas. La consolidación del mercado gráfico y editorial. Tensiones entre tradición y modernidad en las prácticas gráficas. Vanguardias locales: la vertiente del arte concreto y su red en la Argentina. Relaciones arte-arquitectura-diseño. Emergencia disciplinar, formación e institucionalización. Creación de las carreras de Diseño en las Universidades Públicas. El Estado como promotor del diseño: el CIDI. Casos de industria y diseño corporativo. Agencias de diseño y publicidad modernos. El diseño y el ambiente cultural de los años sesenta y setenta.</p>

Asignatura	Laboratorio Audiovisual
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar técnicas de construcción de los relatos audiovisuales en relación al diseño visual cinético. -Experimentar con todas las etapas de una producción audiovisual integral. -Introducir a las tecnologías de interacción aplicadas al diseño de experiencias inmersivas.
Contenido s Mínimos	<p>Introducción a las técnicas de construcción de los relatos audiovisuales. La noción de encuadre. La construcción del espacio. El punto de vista. Principios básicos de la organización temporal. Leyes de continuidad. El corte discontinuo. Prácticas de cámara y edición básica. El montaje y su función discursiva. Ritmo. Función estructural y expresiva del sonido. El guión: estructura narrativa, acción, conflicto. Las etapas de realización del guión: idea, story line, sinopsis, guión literario. Puesta en escena audiovisual: construcción (formal-estética) de la propuesta. Experiencias visuales: Mappings. Tecnologías de Interacción aplicadas al diseño de experiencias inmersivas.</p>

Asignatura	Tecnología III
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Profundizar sobre los procesos tecnológicos de convergencia y la multimedialidad en entornos digitales. -Investigar, analizar y poner en práctica las tecnologías para el diseño en entornos digitales interactivos. -Experimentar y conocer las tecnologías de la información en entornos Web y dispositivos móviles.
Contenido s Mínimos	<p>Tecnologías digitales para interfaces de información interactivas. Lenguajes de programación para el diseño multimedia, diseño interactivo y diseño Web. Especificidad de la naturaleza de los distintos soportes digitales: Información y medios audiovisuales en entornos digitales interactivos móviles. La evolución tecnológica y su incidencia en las comunicaciones contemporáneas y consumos culturales. Los nuevos procesos de mediación: del texto a la inteligencia artificial y los algoritmos. Smartphones, extensiones protésicas de la vida diaria. La naturaleza herramental de los dispositivos móviles en relación a los dispositivos adicionales a la comunicación usualmente telefónica. Las tecnologías digitales desde la perspectiva de los Estudios de Género. Las STS (Science and Technology Studies) desde una perspectiva de género. Experiencia de usuario, accesibilidad inclusiva y usabilidad. Abordaje desde el diseño de las transformaciones digitales en el paradigma de la IOT (Internet of Things). Frameworks y estándares de producción. Realidad virtual, inteligencia artificial, ficción interactiva, Open source, P2P, blogs, wiki, RSS, Web semántica, contenidos generados por usuarios, móviles, redes, algoritmos. Introducción al lenguaje de la web: HTML, CSS y JS</p>

Asignatura	Marketing
Objetivos	<p>-Introducir a los fundamentos y herramientas del marketing.</p> <p>-Comprender los procesos estratégicos de marketing vinculados al mercado, los consumidores y los entornos competitivos.</p> <p>-Identificar y caracterizar las funciones operativas del marketing.</p>
Contenido s mínimos	<p>Fundamentos del marketing: necesidad, deseo, demanda, productos, servicios, oferta, valor, intercambio y mercado. Evolución del marketing: hacia el marketing 5.0. Principales tendencias en el marketing. El proceso de planificación estratégica de marketing: análisis de situación, definición de estrategias y elaboración de programas de marketing. El proceso de decisión de compra. Influencias psicológicas, socioculturales, situacionales y de marketing. El recorrido de compra del consumidor. La experiencia del consumidor (CX). Comportamiento de compra de las organizaciones. La investigación de mercados: definición, método y técnicas. Pronóstico de ventas. Mercado y demanda. Segmentación: definición, proceso y criterios. Posicionamiento y ventaja competitiva. Producto: tipos de productos, cartera de productos. Innovación de productos. Los servicios y sus características. Precio: definiciones desde el punto de vista del oferente y del consumidor. Fijación de precio: orientación a la demanda, a los costos, a la utilidad y a la competencia. Precio de lista y ajustes a los precios. Distribución: definición de un canal de distribución. Tipos de intermediarios y funciones. Canales directos e indirectos, físicos y electrónicos. Tienda virtual. Marketing omnicanal. Comunicación: mezcla de comunicación tradicional (publicidad, relaciones públicas, promoción de venta, venta personal). El marketing de contenidos y redes sociales. Marketing en buscadores (SEM).</p>

Asignatura	Sociología
Objetivos	<p>-Adquirir conocimientos de carácter teóricos e históricos que permitan comprender la realidad social contemporánea, con especial énfasis en Argentina y América Latina.</p> <p>-Adentrarse en el análisis conceptual de los fenómenos políticos, y los procesos sociales vinculados al tema del poder y el Estado.</p> <p>-Conocer e identificar las tendencias sociales actuales más relevantes, los actores y movimientos sociales emergentes y discutir la vigencia de categorías para el análisis de los procesos sociales.</p>
Contenido s mínimos	<p>Historia de la sociología en América Latina y Argentina. Principales corrientes sociológicas. El estructuralismo latinoamericano. Teorías de la Modernización y la Dependencia. El problema de la relación centro-periferia. Corrientes de pensamiento y su vinculación con las actuales tendencias. Principales problemas en torno a la globalización, mundialización financiera, transnacionalización del capital y su impacto en la periferia. El rol del diseño en la globalización. Modernidad, modernización, modernismo. Crisis de la Modernidad. Debate Modernidad-Posmodernidad. Fetichismo y cosificación. Cultura, mercancía y consumo. Diversos abordajes al concepto de cultura. La cultura como trama de sentidos. El diseño como práctica cultural. Dominación e imaginario social. La problemática de la estética en la cultura material.</p>

Asignatura	Laboratorio Interactivo Digital
Objetivos	<p>-Experimentar con las interfaces interactivas a través del uso de las herramientas, metodologías y técnicas para el diseño de interfaces digitales.</p> <p>-Adquirir habilidades prácticas para el diseño de los distintos elementos que conforman las interfaces interactivas.</p> <p>-Introducir al uso de las herramientas para el diseño de prototipos de productos digitales, como sitios web y aplicaciones.</p>
Contenido s Mínimos	<p>El diseño de interacción y las interfaces de usuario. Interfaz como metáfora. Modos de lectura y navegación en pantalla. Del diseño estático al diseño interactivo. Las variables interactivas: tiempo, narrativa, secuencia, ritmo y acciones. Diseño de interfaces en el contexto de las nuevas tecnologías. Interfaces accesibles inclusivas. La accesibilidad integral: concepto y ámbito sectorial. Conceptos de accesibilidad, usabilidad, productividad, amigabilidad y navegabilidad. Diseño de experiencia UX. Elementos y tipos de experiencias. Abordaje desde el diseño de las transformaciones digitales en el paradigma de la IOT (Internet of Things). Recursos técnicos para el diseño de interfaces de usuario (UI). Elementos del UI. Prototipos en baja y alta fidelidad. Flujos de trabajo. Herramientas colaborativas. Modelos metodológicos. Selección del método de acuerdo al proyecto y al perfil de diseño-diseñador/a. Procesos de toma de decisiones proyectuales. Conformación del equipo de trabajo. Creación de prototipos y testeos.</p>

Asignatura	Inglés - Comprensión Lectora
Objetivos	<p>Promover las estrategias de lectura que involucran los distintos géneros propios del campo disciplinar, propiciando la comprensión de los recursos léxico-gramaticales más frecuentes en el registro académico.</p>
Contenido s Mínimos	<p>Aproximación a distintos géneros académicos propios de la disciplina. Funciones y propósitos discursivos. La organización de la información textual. Cohesión y coherencia. Recursos léxico-gramaticales propios de cada género. Palabras léxicas y funcionales: elementos de enlace entre oraciones. Palabras de origen latino: cognados y falsos cognados. Colocaciones léxicas. Palabras clave. Nominalizaciones. Estrategias de lectura rápida (skimming y scanning). El resumen, el texto expositivo / explicativo (entrada de diccionario, entrada de enciclopedia, parte de manual, etc.), la reseña académica.</p>

Asignatura	Gestión de Proyectos
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Introducir en la planificación estratégica y la gestión de proyectos de diseño. -Desarrollar habilidades para la formulación de proyectos vinculados al diseño visual -Estimular el pensamiento estratégico y la planificación de la acción.
Contenido s Mínimos	<p>Gestión y Proyecto como sistema de producción. Características de los proyectos y la planificación estratégica. Ciclo de vida y los condicionantes de un proyecto. Factores de éxito de la gestión. El pensamiento de diseño (Design thinking) y su contribución a la gestión de proyectos. Tecnologías ágiles para el trabajo en equipo. Formulación del proyecto. Origen de idea/problema y fundamentación del proyecto. Técnicas y dinámicas para la identificación de los problemas: el árbol del problema y herramienta 5W2H. El marco institucional y la planificación estratégica de la organización. La teoría de los stakeholders e identificación de actores afectados por el proyecto. Metodologías cualitativas y cuantitativas para investigar el entorno de las organizaciones. Matriz PEST. El análisis situacional de la organización. Matriz FODA y Canvas. Formulación de objetivos del proyecto. Planificación de la acción: definición de actividades y tareas, secuencia y calendarización, métodos para la programación de actividades, recursos de seguimiento y evaluación. Presupuesto y fuentes de financiamiento. Agencias y organismos internacionales, nacionales y regionales promotores de emprendimientos productivos o de desarrollo nacional y/o regional.</p>

Asignatura	Diseño Visual IV
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar capacidad teórico-práctica de todos los aspectos del diseño implicados en aplicaciones bidimensionales y digitales interactivas. -Identificar los principales aspectos a considerar en el diseño de interfaces y multimedia. -Adquirir los conocimientos técnicos y expresivos del lenguaje multimedial. -Comprender y conocer el entorno de trabajo que permite desarrollar interfaces de usuario.
Contenido s Mínimos	<p>El diseño, la evolución tecnológica y su incidencia en las tipologías de información y comunicación. Las competencias comunicativas en contextos mediáticos tradicionales y digitales. Experimentación en nuevas variables de estructuración de mensajes y su incidencia en el contexto social. Diseño de interfaces. Diseño de información en el paradigma de la transformación digital. La dimensión cognoscitiva del diseño de interfaces. Elementos para el diseño multimedia e interactivo. Metodología de diseño de entornos digitales para la información, la educación, la investigación y el entretenimiento. El rol del Diseño de Información en el campo interdisciplinario del Diseño Gráfico/ Visual. El lenguaje de la esquemática, sus derivaciones, sus aplicaciones, y su consolidación como forma visual de pensamiento. El diseño activista: de los feminismos a la protección del medio ambiente. Diseño centrado en los desafíos de la accesibilidad inclusiva. Fundamentos del marco normativo y conceptual del acceso a la cultura como derecho. Conceptos de accesibilidad y usabilidad en contextos digitales. El diseño y el modelo social de la discapacidad. La evaluación de los proyectos de diseño a través de indicadores de accesibilidad inclusiva y sustentabilidad.</p>

Asignatura	Narrativas Transmedia
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Experimentar en el ámbito de las narrativas a partir de la expansión que facilitan los medios digitales. -Reconocer las posibilidades que brinda la interactividad aplicadas a la narración. -Adquirir habilidades que permitan incorporar el diseño de interfaces como una dimensión de las narrativas que contribuye a la producción de sentido.
Contenido s Mínimos	<p>Narrativas transmedia. Mediatización e hipermediatización. Interfaces: affordance y restricciones. Modos de lectura y navegación en pantalla. Intertextualidad. Convergencia. Interacción y navegación. Audiencias, espectadores y usuarios. Estructuras interactivas. Tipos y grados de participación. Inmersión. Textualidad interactiva. Apropiación. Multimodalidad. Micronarrativas para dispositivos móviles.</p>

Asignatura	Gestión Profesional del Diseño y Políticas Públicas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Incorporar conceptos y metodologías para gestión profesional del diseño. -Comprender la inserción del Diseño en la estructura de sectores económicos, productivos y estatales y las Políticas Públicas de Gestión y promoción del Diseño. -Aprender a formular proyectos con financiamiento público y/o de entes de fomento y desarrollo -Profundizar sobre las políticas científico tecnológicas y el diseño
Contenido s Mínimos	<p>Formas de desarrollo y gestión del trabajo profesional. Encuadre y requisitos normativos del desarrollo de la actividad del diseñador en el mercado. Ética y el ejercicio profesional. Los tipos de contratación para servicios profesionales. La responsabilidad civil por la actividad desarrollada. Propiedad intelectual y Patentes. Modelos de organización profesional en América Latina. Del profesional liberal al profesional asociativo cooperativo. Organizaciones colegiadas. Construcción de un plan de negocio para el diseñador independiente y/o una PYME de Diseño. Gestión Pública y Políticas de Gestión en Diseño. Políticas públicas, rol y funciones para la industria y el desarrollo económico. Análisis de casos de promoción pública de diseño, referentes internacionales con especial foco en Latinoamérica. Los sistemas públicos. El Diseño en el organigrama de la administración pública. Planes y programas de desarrollo que impactan sobre la actividad del diseño. Presentación de proyectos: resumen, impactos, objetivos, fechas de implantación previstas y formas jurídicas. Gestor público y gestor de proyectos del tercer sector. El «ecosistema emprendedor». Transpolación a la lógica de la economía social y a los proyectos gubernamentales. El diseño en la política científico tecnológica. El Diseño en el MINCYT. Laboratorios de innovación de gobierno.</p>

Asignatura	Proyecto Final de Carrera
Objetivos	<p>-Generar un aprendizaje sobre los procesos de gestión integral de diseño sobre una problemática y comitente real sobre las distintas tipologías y géneros del diseño gráfico/visual.</p> <p>-Experimentar el desarrollo de un proyecto real sobre identidad visual y comunicación global en sistemas gráficos de alta complejidad.</p> <p>-Desarrollar capacidad teórico- práctica en todas las etapas del proyecto pudiendo tener metodologías afines a las organizaciones comitentes.</p>
Contenidos Mínimos	<p>Metodología Projectual en la implementación de proyectos de diseño. Tendencias en el desarrollo disciplinar contemporáneo. El proyecto gráfico y su vinculación interdisciplinaria hacia el marketing, la sociología, la psicología, la antropología social, la semiótica, los estudios culturales y de género y la economía. El diseño y la economía social. El diseño como valor de desarrollo local. Las políticas del diseño hacia los activismos de género y diversidades, medio ambientales y de accesibilidad inclusiva. La estrategia de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente en los proyectos estratégicos de diseño. Gestión de programas de comunicación visual. Noción de pensamiento estratégico y su aplicación en las organizaciones. Relación entre estrategia política, estrategia comercial y estrategia comunicacional. Particularidades de los sectores público y privado. Diferencias entre los sistemas de identidad para instituciones estatales, empresas y organismos del tercer sector. Discurso de identidad y construcción de imagen pública. Elementos técnicos para la interacción entre servicios de diseño, publicidad, arquitectura, multimedia. Sistemas de identidad en la era de la información. Nuevas tendencias en las estrategias de gestión de las marcas. La construcción de la imagen y la gestión de intangibles. La gestión de marcas colectivas dentro del encuadre de la economía cooperativa y solidaria. Metodologías de análisis, de administración estratégica, de implementación operativa y de evaluación de la imagen global. La planificación estratégica de la imagen institucional y corporativa. Programa de Identidad visual global en sistemas gráficos de alta complejidad.</p>

Asignatura	Optativa I, II, III, IV y V
Objetivos	<p>-Desarrollar capacidad interdisciplinaria para adaptarse a los cambios de la disciplina y sus demandas profesionales a través de la inclusión de la oferta de materias optativas</p> <p>-Posibilitar una mejor dinámica y renovación de los contenidos, y además una mayor especialización y perfilamientos, lo que es una tendencia muy acentuada en el diseño contemporáneo.</p>
Contenidos Mínimos	<p>Los contenidos mínimos de las asignaturas optativas, deberán cumplir con los objetivos de aprendizaje y permitir que la LDV se mantenga actualizada en sus enfoques disciplinares. Se plantea la búsqueda de apertura de especialización y profundización de manera interdisciplinaria. Los enfoques disciplinares serán resueltos por la Dirección de la LDV-UNRN anualmente para permitir que el/la futuro/a egresado/a tenga un último año de cursada articulado con las materias obligatorias.</p> <p>Se trabajará principalmente, con los siguientes problemas eje</p> <ul style="list-style-type: none"> > Producción, distribución y consumo > Ciencia, tecnología y sociedad > Arte, cultura e imagen > Innovación, adecuación y sustentabilidad > Planificación, gestión y práctica del diseño

Asignatura	Programa de Trabajo Social
Objetivos	El Programa de Trabajo Social (PTS) es una práctica formativa obligatoria cuyo objetivo fundamental es que el/la estudiante universitario/a asuma un compromiso social con el entorno. El propósito establecido es acompañar la resolución de problemas de la comunidad, en particular de los sectores más vulnerables, compartiendo y transmitiendo conocimientos, habilidades y destrezas vinculados a la vida cotidiana y al ejercicio pleno de sus derechos y del desarrollo de la ciudadanía.
Contenidos Mínimos	El Programa de Trabajo Social (PTS) propone una experiencia de intercambio de saberes con integrantes de la comunidad en relación a problemáticas sociales.