



Universidad Veracruzana
Dirección General de Desarrollo Académico e Innovación Educativa
Dirección de Innovación Educativa / Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de experiencia educativa
Área de Formación de Elección Libre

1. Área Académica

Todas las áreas académicas

2. Programa Educativo

Todos los programas educativos

3. Entidad(es) Académica(s)	4. Región(es)
Talleres Libres de Artes	<ul style="list-style-type: none">• Xalapa;• Veracruz-Boca del Río;• Poza Rica-Tuxpan;• Coatzacoalcos-Minatitlán;• Orizaba-Córdoba

5. Código	6. Nombre de la Experiencia Educativa
TLAR 80009	Identidad Visual

7. Área de Formación del Modelo Educativo Institucional	8. Carácter
Área de Formación de Elección Libre	N/A

9. Agrupación curricular distintiva
<ul style="list-style-type: none">• Manifestaciones artísticas y culturales

10. Valores

Horas Teóricas	Horas Prácticas	Horas Otras	Total de horas	Créditos	Equivalencia (s)
0	6	No Aplica	90	6	No Aplica

11. Modalidad y ambiente de aprendizaje

12. Espacio

13. Relación disciplinaria

14. Oportunidades de evaluación

M: Curso - taller	<ul style="list-style-type: none">• Presencial.• Virtual.• En Línea• Híbrido/mixto	Institucional	Interdisciplinaria	Ordinario
-------------------	---	---------------	--------------------	-----------

15. EE prerequisito(s)

No Aplica

16. Organización de los estudiantes en el proceso de aprendizaje

Máximo	Mínimo
15	5

17. Justificación

Siendo los Talleres Libres de Artes-Xalapa, un escaparate de experiencias artísticas a todo aquel que se interese en el Arte. Ahora con el EI MEIF se realiza un enlace importante a los estudiantes universitarios de carreras ajenas al arte para que tengan la oportunidad de integrarse a actividades artísticas. La materia de Identidad Visual contribuye a que el estudiante conozca la importancia de saber manejar los conceptos básicos del diseño y la mercadotecnia como complemento en su formación profesional. Además de poder crear una identidad visual propia para su uso práctico en su vida profesional.

Las horas destinadas a dicha materia están divididas en introducciones teóricas de Historia del diseño gráfico, Mercadotecnia conceptos básicos, Imagen Pública conceptos básicos, y bibliografía además de ejercicios prácticos que ayudarán al estudiante a comprender mejor el sustento teórico, reforzado todo lo anterior con material de apoyo, como libros, revistas, internet, películas.

18. Unidad de competencia (UC)

Por medio de los principios fundamentales del diseño gráfico y la mercadotecnia el/la estudiante obtiene y crea las herramientas necesarias de una identidad visual propia. Desarrollará una identidad que le permita construir una imagen pública de acuerdo a su perfil profesional.

19. Saberes:

Heurísticos	Teóricos	Axiológicos
<ul style="list-style-type: none">Analiza e investiga conceptos primarios del diseño gráfico.Analiza e investiga conceptos primarios de la mercadotecnia.Analiza e investiga conceptos primarios de Imagen Pública.Explora el panorama del campo laboral del profesionista, detectando las oportunidades que permitan construir su imagen.Analiza y detecta características que permitan enriquecer la construcción de su imagen.Aplica los conceptos básicos del diseño gráfico y de mercadotecnia en relación de su Identidad Visual.	<ul style="list-style-type: none">Principios del diseño gráfico.Principios de la mercadotecnia.Principios de la Imagen Pública.Perfil del profesionista.Importancia del diseño de portafolio y currículo.Elaboración de Identidad Visual.	<ul style="list-style-type: none">Disposición por el trabajo.Interés.Participación.Compromiso.Investigación.Reflexión.Crítica constructiva.Autocrítica.Participación en equipo.Creatividad.

20. Estrategias generales para el abordaje de los saberes y la generación de experiencia

Señale las actividades necesarias, puede indicar más de una.	(x) Actividad presencial	(x) Actividad virtual/ (x)En línea
De aprendizaje	Participación activa en clase. Uso de los elementos básicos en el desarrollo. Exposición y discusión de ejercicios prácticos e investigaciones.	Participación activa en foros Investigación en diversas fuentes
De enseñanza	Exposición frente al grupo, ejemplos: Intercambio de opinión entre alumno y maestro. Autocrítica en la realización de ejercicios. Coordinación de actividades.	Exposición frente al grupo, ejemplos: Intercambio de opinión entre alumno y maestro. Autocrítica en la realización de ejercicios. Coordinación de actividades

21. Apoyos educativos.

Espacio adecuado, restiradores para dibujo, equipo de proyección, equipo de cómputo, pizarrón, libros, fotocopias, revistas, plataforma, recursos digitales

22. Evaluación integral del aprendizaje.

Evidencias de desempeño por productos	Indicadores generales de desempeño	Procedimiento de evaluación	Porcentaje
Carpeta de evidencias de desempeño de clases	Puntualidad Calidad Congruencia Pulcritud	Técnica: Evidencia integradora Instrumento: escala de actitudes	30%
Proyecto personal de identidad visual	Calidad Autenticidad Originalidad Creatividad Factibilidad Pulcritud	Técnica: Evidencia integradora Instrumento:Rúbrica	30%

Evidencias de desempeño por demostración	Indicadores generales de desempeño	Procedimiento de evaluación	Porcentaje
Presentación de portafolio mediante exposición oral	Puntualidad Creatividad Autenticidad Consición Claridad	Técnica: Observación directa Instrumento: Rúbrica	40%
		Porcentaje total:	100%

23. Acreditación de la EE

Para acreditar, el/la estudiante deberá cumplir con el 80% de asistencia al curso, y con al menos el 60% en las evidencias de desempeño, de acuerdo con el Estatuto de Alumnos 2008.

24. Perfil académico del docente

Formación académica: Licenciado en Artes visuales, plásticas, en diseño, historia del arte o afín

Experiencia docente en el nivel superior en IES públicas o privadas, mínimo 2 años.

Experiencia profesional vinculada a la EE.: con experiencia en diseño gráfico, publicidad y mercadotecnia. Con conocimientos en Imagen Pública, Con experiencia profesional y pedagógica en el proceso de Enseñanza-Aprendizaje y capacidad para el manejo de grupos.

25. Fuentes de información

- **Ambrose-Harris,(2005)** Fundamentos de la Tipografía, Parramón
- **Al Ries y Laura Ries,(2000)** Las 22 leyes inmutables de la marca, México: McGraw-Hill.
- **Cubeiro Carlos (2023) Manual de Fundamentos del Diseño gráfico. Edit Berenice**
- Chavez Norberto (2010) La Imagen Corporativa, Edit Gustavo Gili
- Costa Joan (2004) La imagen de marca un fenómeno social. Paidos. México
- **Felipe Ehrenberg,(2000)** El arte de vivir del arte, Biombo Negro.
- **Itten Johanes (2020) El Arte del Color. Edit. Gustavo Gili**
- **Juan Mateo, Jorge Valdano, Liderazgo, (1999)El País, Aguilar.**
- **Lamarre G. (2019) Storytelling como una estrategia de comunicación. Edit. Gustavo Gili. España**
- **Pintado Blanco (Coord) (2024) Imagen Corporativa ESCIC, España**
- **Wucius Wong, (2008) Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional, Gustavo Gili.**
- **Víctor Gordoa, (2007)El poder de la imagen pública, Grijalbo.**
- **Víctor Gordoa, (2008) Imagen Vendedora, Grijalbo**

26. Formalización de la EE

Fecha de elaboración	Fecha de modificación	Cuerpo colegiado de aprobación
24/01/2010	11/11/2024	Órgano Equivalente a Consejo Técnico de Talleres Libres de Arte

27. Nombre de los académicos que elaboraron/modificaron

Gerardo Patiño Castro, Tonantzin Eréndira Galindo Cabrera