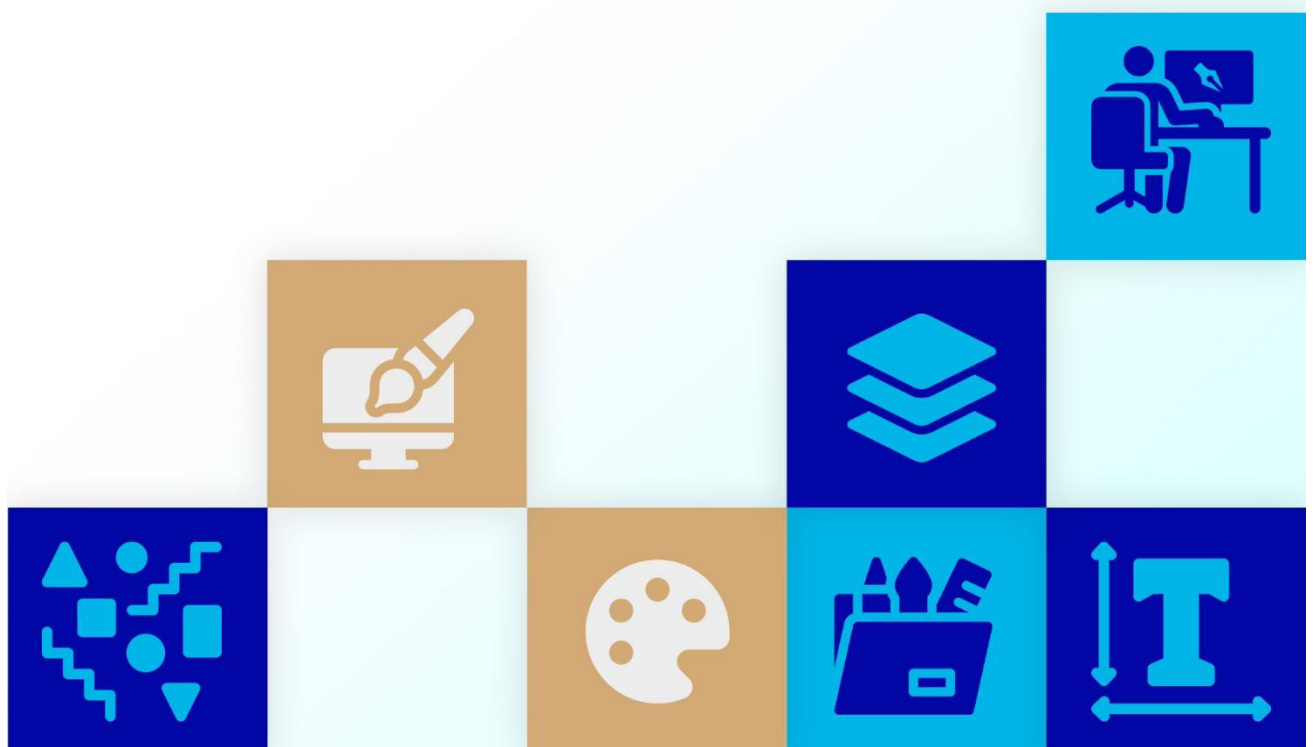


TECNICATURA SUPERIOR EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA Y DIGITAL

2027



ANEXO

Tecnicatura Superior en

Diseño de Comunicación Gráfica y Digital

I. IDENTIFICACIÓN DE LA CERTIFICACIÓN

1. **SECTOR/ES DE ACTIVIDAD SOCIO PRODUCTIVA:** Comunicación.
2. **DENOMINACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL:** Técnico/a Superior en Diseño de Comunicación Gráfica y Digital.
3. **FAMILIA PROFESIONAL:** Diseño.
4. **DENOMINACIÓN DEL TÍTULO DE REFERENCIA:** Técnico/a Superior en Diseño de Comunicación Gráfica y Digital.
5. **NIVEL Y ÁMBITO DE LA TRAYECTORIA FORMATIVA:** Educación Técnico Profesional de Nivel Superior Inicial.

II. ESPECIFICACIÓN DE LA CARRERA

- **Carga horaria:** 2445 horas cátedras – 1630 horas reloj.
- **Modalidad:** Presencial.
- **Formato de la Carrera:** Disciplinar.
- **Duración:** 2 años y medio.
- **Condiciones de ingreso:** Al momento de iniciar el cursado, se deberá haber completado el Nivel Secundario acreditado a través de certificaciones oficiales del Sistema Educativo Nacional b. Ser mayor de 25 años según lo establecido en el Art. 7 de la Ley de Educación Superior N° 24.521, mediante la cual acredita experiencia en el campo disciplinar y cumplimentar lo establecido en la normativa provincial vigente. Haber aprobado el “Dispositivo de Ingreso a la Educación Superior” (Resolución 4708-DGE-25).

III. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Las transformaciones sociales, culturales, tecnológicas y productivas contemporáneas han modificado profundamente las formas en que las organizaciones, instituciones, emprendimientos y comunidades producen, organizan y comunican información. La expansión de los medios digitales, la multiplicación de soportes y dispositivos, el desarrollo de nuevos modos de interacción y la incorporación de tecnologías emergentes han ampliado y complejizado el campo de la comunicación visual.

En este escenario, el diseño de comunicación gráfica y digital constituye un campo profesional estratégico para el desarrollo de identidades, productos, servicios y experiencias comunicacionales destinadas a públicos diversos. Su intervención comprende tanto medios impresos y espacios físicos como plataformas digitales, interfaces, redes sociales, sitios web y otros entornos de comunicación, requiriendo profesionales capaces de articular criterios conceptuales, visuales, tecnológicos y productivos.

El diseño se concibe como una disciplina proyectual orientada a la resolución de problemas de comunicación. En consecuencia, la práctica profesional no se reduce a la elaboración de piezas gráficas, sino que implica comprender contextos y necesidades, relevar información, interpretar requerimientos, formular problemas, desarrollar conceptos, generar alternativas, diseñar sistemas y productos, producir y adaptar soluciones a diferentes soportes, verificar su implementación y evaluar sus resultados.

Esta concepción del diseño requiere profesionales capaces de integrar pensamiento proyectual, conocimientos disciplinares, dominio tecnológico y capacidades de gestión. El Técnico Superior en Diseño de Comunicación Gráfica y Digital debe poder transformar necesidades comunicacionales en propuestas concretas, fundamentar sus decisiones, trabajar con diferentes lenguajes y tecnologías y participar de procesos profesionales en los que intervienen clientes, organizaciones, especialistas y otros actores. En este escenario, el valor profesional no reside únicamente en la capacidad de ejecución, sino también en la capacidad de interpretar situaciones, establecer criterios, tomar decisiones fundamentadas y orientar procesos de diseño de acuerdo con objetivos, contextos, públicos y condiciones concretas de producción.

La transformación tecnológica constituye una dimensión central del campo profesional. Las herramientas digitales de diseño, producción, publicación y colaboración han modificado los procesos de trabajo, mientras que la inteligencia artificial generativa, la automatización y otras tecnologías emergentes introducen nuevas posibilidades para

investigar, idear, producir, adaptar y optimizar soluciones. La formación, por lo tanto, no se orienta a la apropiación de herramientas específicas como un fin en sí mismo, sino al desarrollo de criterios para decidir cuándo, cómo y para qué incorporarlas en los procesos de diseño, seleccionaras, integrarlas, evaluar críticamente sus resultados y reconocer sus limitaciones. En particular, la inteligencia artificial se aborda como una mediación tecnológica que amplía las posibilidades de exploración, producción y adaptación, pero cuya utilización requiere sostener decisiones profesionales fundamentadas, responsabilidad sobre los resultados y una mirada propia, humana y contextual sobre las soluciones desarrolladas.

La expansión de los entornos digitales también ha ampliado las demandas profesionales hacia la arquitectura de la información, el diseño de interfaces, la experiencia de usuario, la accesibilidad y la adaptación de sistemas visuales a diferentes dispositivos y contextos de interacción. Estos desarrollos no constituyen campos aislados de la comunicación gráfica, sino nuevas dimensiones de un campo profesional en el que la organización visual de la información y la construcción de experiencias comunicacionales adquieren creciente relevancia.

En este contexto, la formación debe superar una enseñanza centrada exclusivamente en la producción de piezas y promover el desarrollo de capacidades para abordar proyectos de complejidad creciente. El estudiante debe aprender a investigar, conceptualizar, diseñar, prototipar, producir, implementar y evaluar soluciones de comunicación visual, integrando conocimientos de identidad, tipografía, composición, imagen, producción gráfica, medios digitales, interfaces y tecnologías. Este proceso puede organizarse progresivamente en torno a cuatro grandes momentos —INVESTIGAR, IDEAR, CONSTRUIR y EVALUAR— entendidos como una columna vertebral del proceso proyectual. Cada espacio curricular aporta conocimientos, métodos y herramientas que enriquecen estos momentos, permitiendo que su integración y complejidad aumenten a lo largo de la trayectoria formativa.

La provincia de Mendoza presenta un entramado socioproductivo diversificado, integrado por pequeñas y medianas empresas, industrias, emprendimientos, organismos públicos, instituciones educativas y culturales, organizaciones sociales y sectores vinculados con la vitivinicultura, el turismo, la agroindustria, el comercio, las industrias creativas y los servicios tecnológicos. Estos ámbitos requieren desarrollar identidades, comunicar productos y servicios, organizar información, producir contenidos y fortalecer su presencia en medios físicos y digitales.

Asimismo, la expansión del trabajo independiente, los estudios y agencias de diseño, los servicios profesionales y los emprendimientos vinculados con las industrias creativas amplían las posibilidades de inserción laboral. Esta realidad demanda técnicos capaces no

solo de resolver problemas de diseño, sino también de comprender requerimientos, presupuestar servicios, organizar proyectos, gestionar recursos, presentar propuestas y desenvolverse en equipos interdisciplinarios.

La Tecnicatura Superior en Diseño de Comunicación Gráfica y Digital se propone responder a estas demandas mediante una formación de carácter profesionalizante, que articula fundamentos disciplinares, capacidades proyectuales, conocimientos tecnológicos, gestión profesional y prácticas en contextos reales o simulados de trabajo. La propuesta procura formar un técnico capaz de desempeñarse con autonomía en las distintas etapas de proyectos de comunicación visual, así como de integrarse responsablemente a equipos y procesos interdisciplinarios, tomando decisiones fundamentadas y asumiendo responsabilidad sobre las soluciones desarrolladas.

Fundamentación disciplinar

El Diseño de Comunicación Gráfica y Digital constituye una disciplina proyectual cuyo campo de intervención comprende la planificación, conceptualización, diseño, producción, implementación y evaluación de sistemas y productos de comunicación visual.

Su objeto de intervención incluye identidades visuales, piezas gráficas, publicaciones, sistemas editoriales, envases, señalética, contenidos digitales, interfaces y otros productos comunicacionales desarrollados para diferentes soportes, medios y contextos de uso.

El campo se sustenta en la articulación de saberes provenientes del diseño, la comunicación, la semiótica, las ciencias sociales, la tecnología, la producción gráfica y las artes visuales. Esta integración permite abordar los problemas de diseño considerando simultáneamente dimensiones comunicacionales, funcionales, estéticas, tecnológicas, productivas, económicas, culturales y sociales.

El proceso proyectual constituye el eje estructurante de la práctica profesional. Comprende instancias de investigación y relevamiento, análisis e interpretación de información, formulación del problema, conceptualización, ideación, desarrollo de alternativas, prototipado, producción, implementación y evaluación. Estas instancias se articulan en un proceso que puede sintetizarse en cuatro grandes momentos: INVESTIGAR, IDEAR, CONSTRUIR y EVALUAR. No se trata de etapas rígidas ni necesariamente lineales, sino de dimensiones recurrentes del trabajo proyectual que permiten organizar y hacer visible el desarrollo de las capacidades profesionales a lo largo de la carrera. Las decisiones de diseño requieren ser fundamentadas en relación con los objetivos comunicacionales, los públicos, los contextos de uso, los soportes y las condiciones técnicas de producción.

La formación contempla tanto los medios gráficos tradicionales como los entornos digitales contemporáneos, promoviendo la capacidad de adaptar sistemas y soluciones visuales a diferentes soportes y condiciones de circulación. En este marco adquieren relevancia la accesibilidad, la usabilidad, la organización de la información y la experiencia de las personas destinatarias.

Las tecnologías digitales y emergentes son comprendidas como medios que amplían las posibilidades del proceso proyectual y productivo. La formación busca desarrollar capacidades transferibles que permitan al egresado actualizar sus herramientas y procedimientos frente a la evolución permanente del campo profesional. Esto supone no solo conocer y utilizar tecnologías, sino también desarrollar criterio para decidir cuándo y cómo incorporarlas, evaluar críticamente sus resultados y mantener el control conceptual y profesional sobre los procesos y las soluciones desarrolladas.

Fundamentación pedagógica

La propuesta pedagógica concibe el aprendizaje profesional como un proceso activo, contextualizado, progresivo y reflexivo, en el que los conocimientos se construyen mediante la resolución de problemas, la investigación, la experimentación, la producción y el análisis de situaciones vinculadas con el ejercicio profesional.

En coherencia con la naturaleza proyectual del diseño, la enseñanza articula teoría y práctica mediante proyectos de complejidad creciente. Las actividades formativas integran observación, análisis, conceptualización, representación, diseño, producción, prototipado, implementación y evaluación, evitando la fragmentación entre saberes conceptuales y procedimentales. La secuencia INVESTIGAR → IDEAR → CONSTRUIR → EVALUAR permite organizar esta progresión y hacer visible cómo los distintos espacios curriculares aportan herramientas y saberes que se integran progresivamente en proyectos de mayor complejidad.

El estudiante asume un papel activo en la toma de decisiones proyectuales y en la construcción de su trayectoria profesional. El docente interviene como orientador y mediador, promoviendo la reflexión sobre los procesos, la fundamentación de las decisiones y la revisión crítica de las producciones. En este rol adquiere especial relevancia el acompañamiento de la exploración y utilización de tecnologías emergentes e inteligencia artificial, favoreciendo que los estudiantes construyan criterios para decidir cuándo, cómo y para qué incorporarlas en sus procesos de diseño, evaluar sus resultados y reconocer sus limitaciones. Esto requiere, asimismo, docentes capaces de experimentar, actualizar sus conocimientos y

revisar sus propias prácticas en diálogo con las transformaciones permanentes del campo profesional.

El Primer Año Común (PAC), compartido con la Tecnicatura Superior en Diseño de Producción Multimedial, constituye una base formativa común orientada a construir una identidad disciplinar compartida del diseño. Más allá de las particularidades de cada especialidad, esta formación busca desarrollar modos de observar, investigar, formular problemas, idear, proyectar, representar, experimentar y evaluar propios de la práctica del diseño, junto con lenguajes, metodologías y herramientas compartidas por sus diferentes campos. Esta base común permite que, a partir del segundo año, cada trayectoria profundice sus capacidades específicas sin perder una mirada proyectual e interdisciplinaria.

Las estrategias de enseñanza incluyen aprendizaje basado en proyectos, estudio de casos, resolución de problemas, talleres, laboratorios, investigación aplicada, análisis de producciones profesionales y prácticas profesionalizantes. Estas estrategias favorecen la integración de saberes y permiten aproximar progresivamente al estudiante a las condiciones reales del trabajo profesional.

La evaluación se concibe como un proceso continuo, formativo e integrador. Se utilizan proyectos, producciones, prototipos, presentaciones, portfolios, documentación de procesos y situaciones de resolución de problemas que permitan valorar tanto los resultados como las decisiones adoptadas durante el proceso proyectual.

El uso de tecnologías digitales e inteligencia artificial se incorpora de manera transversal, promoviendo su utilización crítica, ética y responsable. El propósito no se limita a aprender a utilizar estas tecnologías, sino a desarrollar la capacidad profesional de dirigir procesos de diseño mediados por ellas: decidir cuándo, cómo y para qué incorporarlas, formular criterios de utilización, evaluar sus resultados, reconocer sus limitaciones y fundamentar las decisiones profesionales. De este modo, frente a la creciente capacidad tecnológica para producir soluciones, la formación jerarquiza especialmente el criterio, la capacidad de decisión y la responsabilidad profesional del diseñador.

Organización de la propuesta formativa

La carrera se estructura en dos años y medio y comprende 2.445 horas cátedra, distribuidas en los campos de Formación General, Formación de Fundamento, Formación Específica y Prácticas Profesionalizantes.

El Primer Año Común constituye la base compartida con otras propuestas formativas del campo del diseño. Su finalidad es construir una identidad disciplinar común y desarrollar

los modos de pensar, observar, investigar, formular problemas, idear, proyectar, representar, experimentar y evaluar que atraviesan las distintas especialidades del diseño. A partir del segundo año se desarrolla una trayectoria específica orientada al diseño de comunicación gráfica y digital, profundizando las capacidades vinculadas con la conceptualización, producción, adaptación, implementación y evaluación de soluciones de comunicación visual.

La organización curricular responde a una lógica de complejidad creciente. Los saberes se recuperan y profundizan progresivamente, articulándose en proyectos que integran diferentes dimensiones del ejercicio profesional. La secuencia INVESTIGAR → IDEAR → CONSTRUIR → EVALUAR funciona como referencia articuladora del proceso formativo, permitiendo que los conocimientos, procedimientos y criterios desarrollados en los distintos espacios curriculares se movilicen progresivamente en situaciones de mayor complejidad.

Las prácticas profesionalizantes atraviesan la trayectoria formativa y permiten contrastar y movilizar los saberes construidos en situaciones reales o simuladas de trabajo. Estas experiencias favorecen el conocimiento de los procesos profesionales, las relaciones con organizaciones y clientes, el trabajo en equipo, la gestión de proyectos y la elaboración de producciones con requerimientos concretos.

La propuesta promueve asimismo la integración interdisciplinaria, particularmente en aquellos proyectos que requieren articular comunicación gráfica, medios digitales, producción audiovisual, tecnología y otros campos profesionales.

Pertinencia socioproductiva

La propuesta responde a un campo profesional en expansión, caracterizado por la convergencia entre comunicación gráfica, tecnologías digitales y nuevos modos de producción y circulación de contenidos.

En Mendoza, la diversidad del entramado socioproductivo genera demandas de diseño vinculadas con la construcción de identidad, la comunicación institucional, la promoción de productos y servicios, la organización de información, el desarrollo de contenidos y la presencia de organizaciones en medios digitales.

La carrera atiende también las transformaciones en las modalidades de inserción laboral, que incluyen estudios y agencias, departamentos de comunicación, organizaciones públicas y privadas, emprendimientos, consultorías y trabajo independiente.

En este marco, la formación busca favorecer una inserción profesional flexible y sostenible, basada en capacidades transferibles y en la posibilidad de actualizar herramientas y procedimientos a lo largo de la vida profesional. En un contexto en el que las tecnologías pueden automatizar o acelerar determinadas tareas de producción, adquieren especial importancia las capacidades vinculadas con interpretar problemas, establecer criterios, tomar decisiones, fundamentar propuestas, gestionar procesos y evaluar resultados.

Principios formativos

La propuesta se sustenta en los siguientes principios:

- **Diseño como práctica proyectual:** abordaje sistemático de problemas de comunicación visual.
- **Integración teoría-práctica:** articulación permanente entre conocimientos conceptuales y resolución de situaciones profesionales.
- **Desarrollo de capacidades profesionales:** integración de conocimientos, procedimientos, actitudes y criterios de actuación.
- **Complejidad creciente:** progresión desde los fundamentos comunes hacia situaciones profesionales específicas.
- **Centralidad del proyecto:** integración de saberes mediante proyectos y problemas de diseño.
- **Proceso proyectual común:** articulación progresiva de los momentos de **INVESTIGAR, IDEAR, CONSTRUIR y EVALUAR** como referencia transversal de la formación.
- **Convergencia gráfica y digital:** capacidad para desarrollar soluciones coherentes en diferentes soportes, medios y dispositivos.
- **Criterio y toma de decisiones:** desarrollo de capacidades para interpretar problemas, seleccionar alternativas, fundamentar decisiones y asumir responsabilidad sobre las soluciones.
- **Innovación tecnológica:** incorporación crítica, ética y responsable de tecnologías digitales e inteligencia artificial, comprendidas como medios al servicio del proceso proyectual.
- **Accesibilidad y responsabilidad social:** consideración de la diversidad de públicos, contextos y condiciones de acceso.
- **Vinculación socioproductiva:** articulación con organizaciones y escenarios reales de trabajo.
- **Gestión profesional:** desarrollo de capacidades para organizar proyectos, recursos, tiempos, costos y relaciones profesionales.

- **Autonomía y aprendizaje permanente:** desarrollo de capacidades para actualizar conocimientos, herramientas y estrategias frente a la transformación del campo profesional.

En conjunto, la Tecnicatura Superior en Diseño de Comunicación Gráfica y Digital propone una formación profesionalizante orientada a que el egresado pueda comprender problemas de comunicación, investigar y formular necesidades, desarrollar conceptos y soluciones visuales, producirlas e implementarlas en diferentes soportes y contextos, y participar en la gestión y evaluación de proyectos. La articulación entre pensamiento proyectual, dominio disciplinar, criterio profesional, toma de decisiones, tecnologías digitales, inteligencia artificial, gestión profesional y prácticas en contextos de trabajo configura una propuesta capaz de responder a las demandas actuales y prospectivas del sector socioproductivo.

La formación procura, de este modo, que el futuro técnico no sea definido únicamente por las herramientas que conoce o por las piezas que puede producir, sino por su capacidad para **comprender, decidir, proyectar, construir y evaluar** soluciones de comunicación visual pertinentes, fundamentadas y contextualizadas frente a escenarios profesionales en permanente transformación.

IV. ÁREAS SOCIO OCUPACIONALES

El/la Técnico/a Superior en Diseño de Comunicación Gráfica y Digital es un/a profesional formado/a para analizar necesidades y problemas de comunicación, conceptualizar, diseñar, desarrollar, producir, implementar y evaluar sistemas y productos de comunicación visual en soportes gráficos y digitales.

Su desempeño integra saberes de diseño, comunicación visual, tecnología y producción, aplicados a proyectos de identidad, comunicación institucional y comercial, publicaciones, piezas gráficas, contenidos digitales, interfaces y otros sistemas de comunicación visual.

Puede desarrollar proyectos de manera autónoma dentro de su campo de actuación o integrarse a equipos interdisciplinarios, articulando su trabajo con profesionales y actores vinculados con la comunicación, el marketing, la tecnología, la producción audiovisual, el desarrollo web y otras áreas relacionadas.

El/la Técnico/a Superior está capacitado/a para interpretar requerimientos, relevar información, formular problemas de diseño, desarrollar conceptos y alternativas, producir

soluciones, adaptar sistemas a diferentes soportes, verificar condiciones técnicas, documentar procesos y evaluar resultados.

Asimismo, posee capacidades para organizar y gestionar proyectos, estimar tiempos y recursos, elaborar presupuestos y propuestas de servicios, presentar y fundamentar decisiones de diseño, gestionar archivos y entregables y establecer relaciones profesionales con clientes y organizaciones.

Su actuación se desarrolla con criterios de responsabilidad ética y profesional, accesibilidad, inclusión, sostenibilidad, protección de derechos y uso crítico y responsable de tecnologías digitales e inteligencia artificial.

Alcance profesional

El/la Técnico/a Superior en Diseño de Comunicación Gráfica y Digital podrá desempeñarse en:

- estudios y agencias de diseño y comunicación;
- agencias de publicidad y áreas de comunicación institucional;
- empresas y organizaciones públicas, privadas y del tercer sector;
- editoriales y emprendimientos de producción gráfica;
- empresas y equipos vinculados con productos y servicios digitales;
- instituciones educativas y culturales;
- emprendimientos de las industrias creativas;
- proyectos vinculados con turismo, producción regional, comercio y servicios;
- consultorías y servicios profesionales independientes;
- equipos interdisciplinarios de comunicación, tecnología y producción de contenidos.

V. PERFIL Y ALCANCE PROFESIONAL:

En el marco de su perfil profesional, podrá:

1. Analizar necesidades y problemas de comunicación visual.

- Relevar requerimientos de organizaciones, instituciones, emprendimientos y proyectos.
- Analizar públicos, contextos, soportes y condiciones de comunicación.
- Organizar y sistematizar información relevante para el proyecto.
- Formular problemas y oportunidades de intervención desde el diseño.
- Interpretar briefs y requerimientos técnicos y comunicacionales.

2. Conceptualizar y proyectar soluciones de comunicación gráfica y digital.

- Formular conceptos y estrategias visuales en función de objetivos comunicacionales.
- Desarrollar alternativas de diseño y fundamentar decisiones proyectuales.
- Construir sistemas visuales coherentes y adaptables.
- Seleccionar recursos gráficos, tipográficos, fotográficos, audiovisuales y digitales pertinentes.
- Prototipar y revisar soluciones antes de su implementación.

3. Diseñar sistemas y productos de comunicación visual.

- Diseñar sistemas de identidad visual para organizaciones, productos, servicios y proyectos.
- Diseñar piezas gráficas institucionales, promocionales, editoriales y publicitarias.
- Desarrollar publicaciones y sistemas editoriales para medios impresos y digitales.
- Diseñar envases, piezas de comunicación para espacios y otros productos gráficos según los requerimientos del proyecto.
- Diseñar contenidos y recursos visuales para medios y plataformas digitales.

4. Diseñar soluciones para entornos digitales.

- Organizar información para sitios web, plataformas y otros entornos digitales.
- Diseñar interfaces visuales considerando criterios de usabilidad, accesibilidad y experiencia de usuario.
- Desarrollar prototipos y sistemas visuales para productos digitales.
- Adaptar soluciones de comunicación a diferentes dispositivos, formatos y condiciones de interacción.
- Integrar contenidos gráficos y visuales en proyectos digitales e interactivos.

5. Producir, adaptar e implementar soluciones de diseño.

- Preparar originales y archivos para procesos de impresión y publicación digital.
- Aplicar especificaciones técnicas correspondientes a diferentes medios y sistemas de reproducción.
- Adaptar sistemas visuales a diferentes formatos y soportes preservando su coherencia.
- Organizar y gestionar recursos gráficos y archivos de producción.
- Verificar la correspondencia entre las soluciones diseñadas y los productos implementados.

6. Evaluar y optimizar soluciones de comunicación visual.

- Verificar el cumplimiento de objetivos comunicacionales y requerimientos establecidos.
- Evaluar aspectos visuales, funcionales, técnicos y de accesibilidad.

- Realizar pruebas y obtener información de usuarios o destinatarios cuando corresponda.
- Identificar problemas y oportunidades de mejora.
- Documentar resultados y formular ajustes para optimizar las soluciones.

7. Gestionar proyectos y servicios profesionales de diseño.

- Planificar etapas, actividades, tiempos y recursos de proyectos.
- Estimar costos y elaborar presupuestos y propuestas de servicios.
- Organizar documentación, archivos, versiones y entregables.
- Presentar proyectos y fundamentar decisiones frente a clientes y equipos.
- Gestionar procesos de trabajo respetando compromisos, plazos y condiciones acordadas.

8. Integrarse y desempeñarse en equipos interdisciplinarios.

- Reconocer roles y responsabilidades dentro de equipos de trabajo.
- Comunicar decisiones y requerimientos utilizando lenguajes profesionales adecuados.
- Coordinar procesos con especialistas de comunicación, tecnología, producción audiovisual, desarrollo web y otras áreas.
- Participar en procesos de trabajo colaborativo y resolución de problemas.
- Documentar y transferir información necesaria para la continuidad de los proyectos.

9. Desarrollar servicios y emprendimientos profesionales.

- Identificar oportunidades de inserción y desarrollo profesional.
- Definir servicios y propuestas de valor vinculados con el diseño de comunicación.
- Gestionar relaciones profesionales con clientes y organizaciones.
- Organizar procesos de prestación de servicios.
- Evaluar la viabilidad y sostenibilidad de proyectos y emprendimientos.

10. Incorporar tecnologías emergentes al ejercicio profesional.

- Identificar tecnologías pertinentes para las distintas etapas del proceso de diseño.
- Seleccionar herramientas de acuerdo con los requerimientos del proyecto.
- Utilizar inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes de manera crítica, ética y responsable.
- Evaluar resultados producidos mediante herramientas tecnológicas.
- Actualizar procedimientos y recursos profesionales de acuerdo con la evolución del campo.

Desarrollo por Funciones

Función 1:

Diseñar soluciones de comunicación visual para responder a necesidades comunicacionales de organizaciones, instituciones, emprendimientos y proyectos, considerando los objetivos, destinatarios, contextos y requerimientos del proyecto.

ACTIVIDADES	CRITERIOS DE REALIZACIÓN
Relevar necesidades comunicacionales para identificar requerimientos de diseño y comunicación visual.	• Se identifican los objetivos comunicacionales considerando las características, necesidades y propósitos de la organización, institución, emprendimiento o proyecto demandante. • Se analizan las características y necesidades de los públicos destinatarios de acuerdo con el contexto de intervención. • Se recopila información pertinente mediante técnicas adecuadas de relevamiento y consulta de fuentes. • Se organiza y sistematiza la información obtenida conforme a criterios de pertinencia, relevancia y utilidad para el proyecto. • Se determinan los requerimientos comunicacionales, funcionales y técnicos que orientan el desarrollo del proyecto de diseño.
Elaborar propuestas conceptuales de comunicación visual para responder a necesidades específicas de comunicación.	• Se definen conceptos visuales acordes con los objetivos comunicacionales, los destinatarios y las características del contexto. • Se seleccionan referencias gráficas, visuales y culturales pertinentes en función de la problemática y del público destinatario. • Se formulan alternativas de solución visual coherentes con la identidad y los requerimientos comunicacionales establecidos. • Se fundamentan las decisiones proyectuales mediante criterios comunicacionales, conceptuales, estéticos y funcionales. • Se presentan alternativas de diseño considerando los requerimientos funcionales, técnicos, productivos y de aplicación previstos.

Diseñar sistemas de identidad visual para fortalecer la imagen y el posicionamiento de organizaciones, productos y servicios.	• Se definen atributos identitarios de acuerdo con las características, valores, objetivos y posicionamiento de la organización, producto o servicio. • Se seleccionan recursos visuales compatibles con la estrategia de comunicación y el concepto definido para el proyecto. • Se organizan los elementos gráficos respetando principios de coherencia, reconocimiento, jerarquización y legibilidad. • Se desarrollan sistemas visuales susceptibles de adaptación a diferentes soportes, formatos y situaciones de aplicación. • Se verifica la consistencia del sistema gráfico y de sus aplicaciones conforme a los conceptos y lineamientos establecidos.
Desarrollar soluciones gráficas para comunicar mensajes de manera efectiva a públicos específicos.	• Se interpretan los requerimientos comunicacionales de acuerdo con el encargo, los objetivos y las condiciones del proyecto. • Se seleccionan recursos gráficos adecuados al mensaje, los destinatarios y el contexto de comunicación. • Se organiza la información visual respetando criterios de jerarquización, claridad, legibilidad y comprensión. • Se aplican principios de diseño que favorecen la eficacia comunicacional y la adecuación de la solución a los destinatarios. • Se ajustan las propuestas a las especificaciones técnicas, funcionales y productivas previstas para su aplicación.
Evaluar soluciones de comunicación visual para optimizar su eficacia comunicacional.	• Se verifica el cumplimiento de los objetivos comunicacionales definidos para la propuesta. • Se analiza la adecuación de las soluciones desarrolladas a las características, necesidades y condiciones de los públicos destinatarios. • Se identifican fortalezas, dificultades y aspectos susceptibles de mejora considerando criterios comunicacionales, funcionales, estéticos y técnicos. • Se formulan recomendaciones orientadas a mejorar la eficacia y calidad de las producciones. • Se documentan los resultados de la evaluación para fundamentar ajustes y orientar futuras intervenciones profesionales.

Función 2:

Desarrollar productos gráficos y editoriales para comunicar y organizar contenidos en soportes impresos y digitales, considerando criterios de composición, tipografía, legibilidad, producción y adaptación a diferentes medios.

ACTIVIDADES	CRITERIOS DE REALIZACIÓN
Diseñar piezas gráficas institucionales, promocionales y publicitarias para comunicar información en diversos contextos.	• Se interpretan las necesidades comunicacionales de acuerdo con los objetivos y requerimientos planteados. • Se seleccionan recursos visuales pertinentes al contenido, contexto y público destinatario. • Se organizan los elementos gráficos respetando principios de composición, estructura y organización visual. • Se aplican criterios de legibilidad, jerarquización y claridad de la información. • Se verifica la adecuación técnica de las piezas de acuerdo con las condiciones previstas para su reproducción, circulación o publicación.
Desarrollar publicaciones editoriales impresas y digitales para organizar y presentar contenidos de manera efectiva.	• Se estructuran los contenidos conforme a criterios editoriales, comunicacionales y a las características de la publicación. • Se diseñan sistemas de diagramación adecuados al tipo de publicación, formato, soporte y destinatarios. • Se seleccionan recursos tipográficos compatibles con los objetivos comunicacionales, las características del contenido y las condiciones de lectura. • Se integran imágenes y elementos gráficos respetando criterios de coherencia, jerarquización y unidad visual. • Se controla la calidad gráfica y técnica de los originales antes de su publicación, reproducción o circulación.
Preparar originales gráficos para garantizar procesos adecuados de impresión y reproducción digital.	• Se configuran los archivos de acuerdo con las especificaciones técnicas requeridas por el sistema de producción seleccionado. • Se verifica la resolución, formato y calidad de las imágenes conforme a los requerimientos de reproducción. • Se controlan los perfiles y modos de color de acuerdo con el sistema de impresión o reproducción previsto. • Se organizan los recursos digitales respetando criterios y normas de producción gráfica. • Se generan archivos finales compatibles con los procesos de impresión, reproducción o publicación correspondientes.
Adaptar productos gráficos a diferentes soportes y formatos para ampliar su alcance comunicacional.	• Se analizan las características técnicas, funcionales y comunicacionales de cada soporte de aplicación. • Se ajustan dimensiones, proporciones y formatos preservando la integridad conceptual y visual de la propuesta. • Se conserva la coherencia gráfica del sistema durante los procesos de adaptación. • Se optimizan los recursos visuales de acuerdo con las condiciones de reproducción y circulación previstas. • Se verifica la funcionalidad, legibilidad y calidad de las piezas en cada medio o soporte de aplicación.

Controlar la calidad técnica y visual de los productos gráficos para asegurar su correcta implementación.	• Se verifica la correspondencia entre la propuesta aprobada y el producto gráfico final. • Se controlan los aspectos técnicos vinculados con los procesos de impresión, reproducción o publicación digital. • Se detectan errores de producción que puedan afectar la calidad visual, técnica o funcional del producto. • Se proponen y verifican correcciones orientadas a resolver los problemas identificados. • Se valida el producto final conforme a los requerimientos proyectuales, técnicos, comunicacionales y de producción establecidos.
---	---

Función 3:

Diseñar y gestionar contenidos de comunicación visual para medios digitales, considerando las características de las plataformas, dispositivos y públicos destinatarios, así como criterios de accesibilidad, usabilidad y coherencia comunicacional.

ACTIVIDADES	CRITERIOS DE REALIZACIÓN
Diseñar contenidos visuales para plataformas digitales con el fin de fortalecer la comunicación de organizaciones, productos y servicios.	• Se identifican los objetivos comunicacionales de acuerdo con la estrategia y los requerimientos del entorno digital. • Se seleccionan recursos visuales adecuados a las características, formatos y posibilidades de cada plataforma. • Se organizan los contenidos respetando criterios de jerarquía visual, claridad y legibilidad. • Se aplican lineamientos gráficos coherentes con la identidad visual de la organización, producto o servicio. • Se verifica la adecuación técnica de las piezas de acuerdo con los requerimientos de publicación y circulación digital.
Desarrollar recursos gráficos para redes sociales con el propósito de favorecer la interacción con distintos públicos.	• Se diseñan piezas visuales acordes con los formatos, características y requerimientos de cada plataforma social. • Se adaptan los mensajes gráficos considerando las características de los públicos destinatarios y el contexto de comunicación. • Se integran recursos visuales que favorecen la comprensión, atención e interacción con los contenidos. • Se organizan los contenidos considerando criterios de accesibilidad y condiciones de lectura propias de los entornos digitales. • Se controla la calidad visual y técnica de las piezas antes de su publicación.

Adaptar contenidos gráficos a diferentes dispositivos y entornos digitales para optimizar su visualización.	• Se analizan las especificaciones técnicas y condiciones de visualización de los dispositivos y entornos de destino. • Se ajustan formatos, dimensiones y proporciones respetando la integridad conceptual y visual de las piezas. • Se optimizan imágenes y recursos gráficos de acuerdo con las condiciones de carga y rendimiento del entorno digital. • Se conserva la coherencia visual durante los procesos de adaptación. • Se verifica la correcta visualización, legibilidad y funcionamiento de los contenidos en diferentes dispositivos y entornos digitales.
Aplicar criterios de experiencia de usuario para mejorar la accesibilidad y usabilidad de los contenidos digitales.	• Se organiza la información considerando principios de orientación, navegación, comprensión y facilidad de uso. • Se aplican criterios de accesibilidad de acuerdo con estándares y buenas prácticas vigentes. • Se diseñan interfaces y componentes visuales que facilitan la interacción de los usuarios con los contenidos y servicios digitales. • Se seleccionan recursos gráficos, tipográficos y de organización visual que favorecen la comprensión y utilización de los contenidos. • Se evalúa la experiencia de uso mediante procedimientos adecuados de observación, prueba y validación.
Gestionar contenidos visuales digitales para mantener la coherencia comunicacional de las organizaciones.	• Se organizan los recursos digitales de acuerdo con criterios de clasificación, identificación, actualización y recuperación. • Se verifica la correspondencia entre los contenidos publicados y los lineamientos comunicacionales e institucionales establecidos. • Se actualizan las piezas y recursos visuales conforme a las necesidades comunicacionales identificadas. • Se controla la calidad gráfica, técnica y comunicacional de los contenidos antes y durante su difusión. • Se registran las modificaciones realizadas para asegurar la trazabilidad y actualización de los procesos.

Función 4:

Participar en proyectos integrales de comunicación visual y multimedia, integrando recursos gráficos, audiovisuales y digitales de acuerdo con los objetivos, requerimientos y condiciones de producción de cada proyecto.

ACTIVIDADES	CRITERIOS DE REALIZACIÓN
Planificar acciones de comunicación visual y multimedia para responder a objetivos institucionales, culturales, comerciales o sociales.	• Se identifican los requerimientos del proyecto considerando los objetivos comunicacionales planteados. • Se definen las acciones y etapas necesarias para el desarrollo de la propuesta. • Se organizan los recursos técnicos, humanos y materiales requeridos para su ejecución. • Se establecen tiempos y condiciones de producción de acuerdo con las características del proyecto. • Se verifica la viabilidad técnica y operativa de las acciones previstas.
Integrar recursos gráficos, digitales y audiovisuales para desarrollar soluciones de comunicación visual en diferentes medios y soportes.	• Se seleccionan recursos expresivos adecuados a los objetivos, destinatarios y características del proyecto. • Se articulan diferentes lenguajes comunicacionales respetando criterios de coherencia conceptual, visual y narrativa. • Se organizan los componentes gráficos, audiovisuales e interactivos de manera integrada y funcional. • Se aplican recursos tecnológicos compatibles con los requerimientos y condiciones de producción. • Se controla la calidad técnica y comunicacional de los diferentes componentes integrados.
Adaptar y preparar recursos gráficos, digitales y audiovisuales para su incorporación en diferentes soportes y medios de comunicación.	• Se analizan las características técnicas de los medios y soportes de destino. • Se ajustan formatos, dimensiones, resoluciones y demás características técnicas de los recursos según los requerimientos de aplicación. • Se preserva la coherencia visual y comunicacional durante los procesos de adaptación. • Se optimizan los recursos considerando las condiciones de reproducción, publicación y circulación previstas. • Se verifica la correcta integración y visualización de los recursos en los diferentes medios y soportes.
Coordinar acciones de diseño y producción con otros perfiles profesionales involucrados en proyectos integrales de comunicación.	• Se identifican las responsabilidades propias y las correspondientes a los diferentes perfiles profesionales que intervienen en el proyecto. • Se comunican requerimientos, criterios y especificaciones de diseño de manera clara y pertinente. • Se articulan las decisiones de diseño con las condiciones técnicas y productivas de las distintas áreas involucradas. • Se realiza el seguimiento de las acciones y entregables vinculados al desarrollo de la propuesta. • Se documentan acuerdos, ajustes y decisiones relevantes para asegurar la continuidad y coherencia del proyecto.

Evaluar soluciones integrales de comunicación visual para verificar su coherencia, funcionamiento y adecuación a los objetivos planteados.	• Se analizan los resultados obtenidos considerando los objetivos comunicacionales definidos. • Se verifica la coherencia entre los diferentes recursos, piezas, medios y soportes que integran la propuesta. • Se evalúa la adecuación de las soluciones desarrolladas a las características y necesidades de los públicos destinatarios. • Se identifican aspectos susceptibles de mejora en las dimensiones visual, comunicacional, técnica y funcional. • Se formulan recomendaciones y se documentan los resultados para optimizar futuras intervenciones profesionales.
---	---

Función 5:

Gestionar servicios, recursos y emprendimientos de diseño y comunicación visual, considerando los requerimientos técnicos, económicos y profesionales de los proyectos y las condiciones del contexto de trabajo.

ACTIVIDADES	CRITERIOS DE REALIZACIÓN
Administrar recursos técnicos y tecnológicos para garantizar el desarrollo eficiente de proyectos de diseño.	• Se organizan los recursos disponibles de acuerdo con las necesidades, etapas y características de cada proyecto. • Se verifica el estado operativo de los equipos, herramientas y recursos tecnológicos utilizados. • Se gestionan los recursos tecnológicos respetando criterios de eficiencia, disponibilidad, funcionalidad y seguridad. • Se controla la disponibilidad de insumos necesarios para las diferentes etapas de producción. • Se registra el uso y disponibilidad de los recursos conforme a procedimientos establecidos.
Elaborar presupuestos y propuestas de servicios para responder a demandas profesionales de diseño y comunicación visual.	• Se identifican los requerimientos técnicos, productivos y operativos de cada proyecto o servicio solicitado. • Se calculan costos considerando recursos, tiempos, procesos, servicios y condiciones de producción involucrados. • Se formulan propuestas económicas acordes con las características, alcance y condiciones del trabajo solicitado. • Se presentan presupuestos utilizando formatos profesionales claros, completos y adecuados. • Se verifica la correspondencia entre los costos estimados, los alcances, los entregables y las condiciones del proyecto.

Gestionar documentación técnica y archivos digitales para asegurar la organización de la información profesional.	• Se clasifica la documentación conforme a criterios de organización definidos para cada proyecto. • Se resguardan los archivos digitales utilizando procedimientos adecuados de almacenamiento, recuperación y seguridad. • Se actualiza la información técnica de acuerdo con los cambios producidos durante el desarrollo de los proyectos. • Se verifica la disponibilidad, integridad y accesibilidad de la documentación requerida. • Se mantienen registros actualizados que facilitan el seguimiento y la trazabilidad de los procesos profesionales.
Incorporar tecnologías emergentes para optimizar los procesos de diseño y comunicación visual.	• Se identifican herramientas y tecnologías emergentes relevantes para el desarrollo de los procesos profesionales. • Se evalúa la pertinencia de nuevas tecnologías de acuerdo con los requerimientos, objetivos y condiciones del proyecto. • Se aplican recursos digitales innovadores respetando criterios de responsabilidad, ética profesional y uso crítico de la tecnología. • Se integran herramientas tecnológicas que contribuyen a mejorar la eficiencia, productividad y calidad de los procesos. • Se actualizan las prácticas profesionales de acuerdo con los avances, transformaciones y demandas del sector.
Desarrollar emprendimientos y servicios profesionales para ofrecer soluciones de diseño y comunicación visual a diversos sectores.	• Se identifican oportunidades de inserción laboral, prestación de servicios y desarrollo profesional en diferentes sectores de actividad. • Se diseñan propuestas de servicios acordes con las demandas y características de organizaciones, emprendimientos y otros actores. • Se gestionan relaciones con clientes y organizaciones respetando criterios de profesionalismo, comunicación, responsabilidad y calidad de servicio. • Se organizan procesos de trabajo que favorecen el cumplimiento de los compromisos asumidos y las condiciones acordadas. • Se evalúa la sostenibilidad técnica, económica y profesional de los servicios y emprendimientos desarrollados.

VI. COMPONENTES CURRICULARES:

6.1 Organización curricular por campos de formación

CAMPO DE FORMACIÓN	ESPACIO CURRICULAR	HS C TOT.	HS RELOJ TOT.	PRÁCT. FORM.
General	6. Inglés Técnico	90	60	45

Porcentaje 7,36%	7. Comunicación y Alfabetización Académica y Digital	45	30	20
	27. Ética, Ciudadanía y Responsabilidad Profesional	45	30	15
SUBTOTAL		180	120	80
Fundamento Porcentaje 19,63%	1. Introducción al Diseño	120	80	45
	4. Historia, Cultura y Sociología de la Imagen y el Diseño	75	50	30
	5. Psicología de la Percepción y Semiótica Visual	90	60	20
	9. Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad	45	30	15
	17. Geometría y Matemática Aplicadas al Diseño Gráfico y Digital	45	30	15
	20. Dirección de Arte y Conceptualización Visual	60	40	15
	28. Mercadotecnia para PYMES: Emprendedorismo, Gestión de Proyectos y Microemprendimientos	45	30	15
SUBTOTAL		480	320	155
Específica Porcentaje 50,92%	2. Herramientas Digitales	120	80	45
	3. Técnicas de Representación	90	60	45
	8. Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías	45	30	15
	10. Tecnología Básica	45	30	15
	11. Tipografía Básica	60	40	20
	13. Diseño Gráfico y Digital I	150	100	45
	14. Herramientas Digitales para el Diseño I	120	80	60
	15. Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I	120	80	60
	16. Fotografía para Diseño Gráfico y Digital	45	30	15
	18. Tecnología para Gráfica	45	30	15
	19. Técnicas de Materialización y Prototipado	45	30	15
	21. Diseño aplicado a Producciones Regionales	45	30	15
	22. Tipografía Avanzada: Arquitectura de la Información Visual	60	40	15
	24. Diseño Gráfico y Digital II	75	50	45
	25. Herramientas Digitales para el Diseño II	75	50	45
	26. Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital II	60	40	20
	29. Producción WEB	45	30	15
SUBTOTAL		1245	830	505
Práctica Profesionalizante Porcentaje 22,09%	12. Práctica Profesionalizante I	180	120	
	23. Práctica Profesionalizante II	210	160	

	30. Práctica Profesionalizante III	150	100	
SUBTOTAL		510	340	
TOTAL HORAS DE LA CARRERA		2445	1630	740

De acuerdo con lo establecido en la Resolución CFE N.º 295/16, las prácticas formativas deben representar, como mínimo, el **33%** de la carga horaria correspondiente a los campos de **Formación General**, de **Fundamento** y de **Formación Específica**.

En la presente propuesta, estos campos alcanzan un total de **1.905 horas cátedra**, de las cuales **740 horas cátedra** corresponden a prácticas formativas, representando el **38,85%** de dicha carga horaria y dando cumplimiento al porcentaje mínimo establecido por la normativa.

6.2 Distribución de espacios curriculares por año

PRIMER AÑO COMUNICACIÓN GRÁFICA Y DIGITAL									
PRIMER CUATRIMESTRE					SEGUNDO CUATRIMESTRE				
	ESPACIO CURRICULAR	FORMATO	HC SEM.	HC TOT.		ESPACIO CURRICULAR	FORMATO	HC SEM.	HC TOT.
1	Introducción al Diseño	Taller	4		1	Introducción al Diseño	Taller	4	120
2	Herramientas Digitales	Taller	4		2	Herramientas Digitales	Taller	4	120
3	Técnicas de Representación	Taller	3		3	Técnicas de Representación	Taller	3	90
4	Historia, Cultura y Sociología de la Imagen y el Diseño	Asignatura	5	75	9	Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad	Taller	3	45
5	Psicología de la Percepción y Semiótica Visual	Asignatura	3		5	Psicología de la Percepción y Semiótica Visual	Asignatura	3	90
6	Inglés Técnico	Taller	3		6	Inglés Técnico	Taller	3	90
7	Comunicación y Alfabetización Académica y Digital	Taller	3	45	10	Tecnología Básica	Taller	3	45
8	Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías	Asignatura	3	45	11	Tipografía Básica	Taller	4	60
12	Práctica Profesionalizante I	Práctica	6		12	Prácticas Profesionalizante I	Práctica	6	180
	Subtotal 1º Cuat.		34	165		Subtotal 2º Cuat.		33	840
TOTAL HORAS CÁTEDRAS 1º AÑO									1005
TOTAL HORAS RELOJ 1º AÑO									670

SEGUNDO AÑO COMUNICACIÓN GRÁFICA Y DIGITAL									
PRIMER CUATRIMESTRE					SEGUNDO CUATRIMESTRE				
	ESPACIO CURRICULAR	FORMATO	HC SEM.	HC TOT.		ESPACIO CURRICULAR	FORMATO	HC SEM.	HC TOT.
13	Diseño Gráfico y Digital I	Taller	5		13	Diseño Gráfico y Digital I	Taller	5	150
14	Herramientas Digitales para el Diseño I	Taller	4		14	Herramientas Digitales para el Diseño I	Taller	4	120
15	Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I	Taller	4		15	Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I	Taller	4	120
16	Fotografía para Diseño Gráfico y Digital	Taller	3	45	20	Dirección de Arte y Conceptualización Visual	Taller	4	60
17	Geometría y Matemática aplicadas al Diseño Gráfico y Digital	Asignatura	3	45	21	Diseño aplicado a Producciones Regionales	Seminario	3	45
18	Tecnología para Gráfica	Asignatura	3	45	22	Tipografía Avanzada: Arquitectura de la Información Visual	Taller	4	60
19	Técnicas de Materialización y Prototipado	Taller	3	45					
23	Práctica Profesionalizante II	Práctica	7		23	Práctica Profesionalizante II	Práctica	7	210
	Subtotal 1° Cuat.		32	180		Subtotal 2° Cuat.		31	765
TOTAL HORAS CÁTEDRAS 2° AÑO									945
TOTAL HORAS RELOJ 2° AÑO									630

TERCER AÑO COMUNICACIÓN GRÁFICA Y DIGITAL				
PRIMER CUATRIMESTRE				
	ESPACIO CURRICULAR	FORMATO	HC SEM.	HC TOT.
24	Diseño Gráfico y Digital II	Taller	5	75
25	Herramientas Digitales para el Diseño II	Taller	5	75
26	Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital II	Taller	4	60
27	Ética, Ciudadanía y Responsabilidad Profesional	Seminario	3	45
28	Mercadotecnia para PYMES: Emprendedorismo, Gestión de Proyectos y Microemprendimientos	Asignatura	3	45
29	Producción WEB	Taller	3	45
30	Práctica Profesionalizante III	Práctica	10	150
	Subtotal 2º Cuat.		33	495
TOTAL HORAS CÁTEDRAS 3º AÑO				495
TOTAL HORAS RELOJ 3º AÑO				330
TOTAL HORAS CÁTEDRA DE LA CARRERA				2445
TOTAL HORAS RELOJ DE LA CARRERA				1630

6.3 Descriptores por espacio curricular

PRIMER AÑO

1. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO

El diseño como disciplina proyectual, campo de intervención y práctica de comunicación visual. El Diseño de Comunicación Gráfica y Digital como campo de producción de soluciones visuales y comunicacionales en relación con necesidades, destinatarios, contextos, soportes y situaciones de uso. Observación y análisis del entorno como punto de

partida para comprender problemas de diseño. Pensamiento visual y construcción de conceptos como herramientas para interpretar, organizar y comunicar ideas. Elementos del lenguaje visual: punto, línea, plano, forma, figura y fondo, textura, escala, proporción, ritmo, equilibrio, contraste, dirección y movimiento. Relaciones entre elementos y organización de composiciones. Módulo, repetición, simetría y operaciones compositivas. Principios de jerarquía, estructura y organización visual. Composición en diferentes formatos y soportes. Relación entre forma, función, contenido y contexto de comunicación. Color como componente del lenguaje visual: dimensiones físicas, perceptuales, culturales y comunicacionales. Variables cromáticas, armonías y contrastes. Valor, saturación, temperatura y relaciones cromáticas. Incidencia del color en la percepción y construcción de sentido. Relación entre imagen, color, texto y significado. Legibilidad y organización de la información visual. Introducción a retículas y sistemas básicos de organización gráfica. Particularidades de la comunicación gráfica y digital. Reconocimiento de diferentes soportes, formatos y condiciones de reproducción y visualización. Relación entre piezas gráficas, sistemas visuales y contenidos digitales. Observación y análisis de producciones de diseño gráfico, comunicación visual y medios digitales. Identificación de decisiones formales, comunicacionales, funcionales y productivas. Exploración de alternativas mediante bocetos, esquemas y representaciones preliminares. Experimentación con recursos analógicos y digitales. Aproximación al proceso proyectual: observación, relevamiento, definición del problema, conceptualización, ideación, exploración, selección y desarrollo de alternativas. Introducción a la argumentación y documentación de decisiones de diseño. Aproximación al diseño responsable. Reconocimiento de diversidad de destinatarios, condiciones de acceso, contextos culturales y responsabilidades asociadas a la comunicación visual y digital. Criterios iniciales de accesibilidad, inclusión, legibilidad y adecuación contextual. Relación entre diseño, tecnología, cultura y sociedad. Reconocimiento del carácter interdisciplinario del campo profesional y de las posibilidades de intervención del técnico en el desarrollo de piezas, sistemas y soluciones de comunicación gráfica y digital.

2. HERRAMIENTAS DIGITALES

Entorno de trabajo digital aplicado a la producción gráfica y visual. Características generales de las herramientas digitales utilizadas en procesos de diseño. Organización de proyectos, archivos fuente, versiones y recursos. Criterios de nomenclatura, clasificación, almacenamiento y respaldo. Organización de carpetas y bibliotecas de recursos. Buenas prácticas para conservar, transferir y recuperar información durante el desarrollo de producciones digitales. Gráfica vectorial: formas geométricas y orgánicas, trazados, nodos, operaciones booleanas, transformación, alineación y distribución. Construcción y modificación de formas. Composición mediante objetos y grupos. Relaciones entre elementos

gráficos y utilización de recursos de repetición, simetría y transformación. Aplicación de color, rellenos, contornos, degradados, transparencias y efectos. Imagen de mapa de bits: píxeles, dimensiones, resolución, densidad y profundidad de color. Características de captura, reproducción y edición. Selección, recorte, transformación, máscaras, capas y ajustes. Retoque y composición mediante procedimientos no destructivos. Integración de imágenes de mapa de bits y gráficos vectoriales en una misma producción. Color digital y condiciones de reproducción. Modos y espacios de color: RGB, CMYK y escala de grises. Relación entre resolución, dimensiones, peso y destino de una pieza. Preparación de imágenes y gráficos para diferentes soportes. Diferencias entre recursos destinados a impresión, pantalla y distribución digital. Formatos de archivo de uso habitual: SVG, PNG, JPEG, WebP y otros formatos vinculados con la producción gráfica. Compresión con y sin pérdida. Peso y calidad de los archivos. Exportación y optimización de recursos según su finalidad. Preparación de paquetes de trabajo y organización de recursos para facilitar su utilización posterior en diferentes procesos de producción. Utilización de bibliotecas, recursos, componentes gráficos y materiales reutilizables. Gestión de fuentes tipográficas, imágenes y otros activos digitales. Criterios básicos para preservar la integridad de los archivos y mantener versiones editables. Preparación de materiales para su articulación con procesos posteriores de producción audiovisual, animación, diseño digital y desarrollo tecnológico. Uso responsable de herramientas digitales y de inteligencia artificial generativa como apoyo a la exploración y transformación de recursos gráficos. Reconocimiento de cuestiones de autoría, licencias, trazabilidad y procedencia de los materiales utilizados. Documentación básica de recursos y procedimientos empleados en la producción digital.

3. TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN

El dibujo y la representación visual como herramientas para observar, explorar, registrar y comunicar ideas en el campo del diseño. Percepción y registro de formas, objetos, espacios, personas y situaciones. Línea, trazo, punto y mancha como recursos estructurales y expresivos. Formas geométricas y orgánicas. Construcción de figuras y volúmenes a partir de estructuras simples. Proporción, escala y relaciones espaciales. Perspectiva lineal y volumétrica: línea de horizonte, puntos de fuga, profundidad y representación del espacio. Construcción de objetos y escenarios. Luz y sombra. Volumen, textura, materialidad y características superficiales. Técnicas de representación analógica y digital aplicadas a la exploración visual. Utilización de diferentes instrumentos y procedimientos según las características de la representación. Color aplicado a la representación. Relaciones entre temperatura, contraste, valor y saturación. Mezcla y organización cromática. Aplicación de recursos de iluminación y sombreado. Exploración de diferentes modos de representación de superficies, materiales y ambientes. Bocetado rápido como recurso para registrar ideas y

explorar alternativas. Síntesis y abstracción de formas. Transformación morfológica de objetos y elementos visuales. Construcción y modificación de estructuras gráficas. Desarrollo de recursos para representar acciones, recorridos, secuencias y situaciones. Representación de personajes, objetos, escenarios y ambientes. Relaciones espaciales y composición de escenas. Organización de secuencias visuales mediante storyboards y otros recursos gráficos. Introducción a la representación de situaciones narrativas y comunicacionales. Integración de dibujo, fotografía y recursos digitales en procesos de exploración y producción. Selección de técnicas y niveles de síntesis de acuerdo con el propósito de la representación. Comparación de diferentes procedimientos y recursos gráficos. Exploración de estilos y posibilidades expresivas. Utilización de la representación como medio para visualizar conceptos y comunicar propuestas. Desarrollo progresivo de un lenguaje gráfico propio. Registro, selección y organización de producciones. Reconocimiento de la representación como herramienta transversal para el desarrollo de proyectos de diseño gráfico, comunicación visual, medios digitales y experiencias interactivas.

4. HISTORIA, CULTURA Y SOCIOLOGÍA DE LA IMAGEN Y EL DISEÑO

La imagen como construcción histórica, cultural y social. Representación, símbolo, lenguaje e imaginario social. Relaciones entre imagen, comunicación y sociedad en las primeras culturas y civilizaciones antiguas. Transformaciones de los sistemas de representación visual en diferentes contextos históricos. Cultura visual medieval y relaciones entre imagen, conocimiento, poder y religión. Renacimiento, perspectiva, humanismo y nuevas formas de representación. Relaciones entre arte, conocimiento y producción de imágenes. Imprenta y reproducción técnica: circulación del conocimiento, transformación de las prácticas comunicacionales y ampliación de los públicos. Barroco e Ilustración. Construcción de imaginarios sociales y transformaciones de la cultura visual. Revolución Industrial, producción seriada y aparición de nuevas formas de comunicación visual. Publicidad, consumo y cultura de masas. Fotografía y cine como transformaciones de los modos de representación y reproducción de imágenes. Diseño moderno y relaciones entre arte, industria, tecnología y sociedad. Arts and Crafts, Art Nouveau, Bauhaus y principales vanguardias. Transformaciones de los lenguajes visuales durante la modernidad y la posmodernidad. Diseño, identidad y construcción de imaginarios sociales. Relaciones entre producción cultural, medios de comunicación y prácticas sociales. Cambios en las formas de producir, distribuir y consumir imágenes. Cultura digital y transformaciones contemporáneas de la imagen. Internet, redes sociales y plataformas. Digitalización, circulación y apropiación de contenidos. Nuevas formas de producción visual y participación de los públicos. Interfaces, videojuegos, narrativas transmedia y medios inmersivos como expresiones de la cultura contemporánea. Diversidad y representación en las producciones visuales y culturales.

Inclusión, accesibilidad y construcción de identidades. Relaciones entre cultura, tecnología y producción de sentido. Reconocimiento de diferentes perspectivas y contextos culturales en la producción y circulación de imágenes. Algoritmos e inteligencia artificial generativa como fenómenos contemporáneos de transformación de la producción y circulación de imágenes. Derechos de autor, apropiación cultural, representación y responsabilidad. Análisis de las relaciones entre diseño, imagen, tecnología, cultura y sociedad en diferentes momentos históricos y en los escenarios contemporáneos.

5. PSICOLOGÍA DE LA PERCEPCIÓN Y SEMIÓTICA VISUAL

Procesos psicológicos y fisiológicos implicados en la percepción visual. Relación entre estímulos, atención, reconocimiento, memoria e interpretación. Factores objetivos y subjetivos que intervienen en la experiencia perceptual. Percepción de formas, relaciones espaciales, contrastes, movimientos y configuraciones visuales. Organización perceptual y principios de la Gestalt: figura y fondo, proximidad, semejanza, continuidad, cierre, pregnancia y organización de configuraciones. Relaciones entre partes y totalidad. Ilusiones ópticas y efectos producidos por la organización de los estímulos. Incidencia de la percepción en la lectura y comprensión de composiciones visuales. Color como fenómeno perceptual. Relaciones entre tono, valor, saturación, temperatura y contraste. Interacción de los colores y efectos perceptuales derivados de su combinación. Incidencia de las condiciones de observación y reproducción. Relaciones entre percepción cromática, organización visual y comunicación. Semiótica y construcción del significado. Conceptos de signo, significante, significado, código y sistema de significación. Denotación y connotación. Relaciones entre signos, contexto y producción de sentido. Forma, color, textura, imagen y otros recursos visuales como elementos significantes. Lenguaje visual y organización de mensajes. Sintaxis y semántica visual. Relaciones entre elementos, estructuras compositivas y significados. Lectura e interpretación de imágenes. Relaciones entre imagen, texto, contexto y discurso. Reconocimiento de convenciones y códigos presentes en diferentes producciones visuales y culturales. Retórica visual y construcción de mensajes. Recursos de asociación, sustitución, repetición, contraste y transformación. Análisis de producciones gráficas, fotográficas, audiovisuales y digitales desde perspectivas perceptuales y semióticas. Reconocimiento de diferentes niveles de lectura y de las relaciones entre intención comunicativa y recepción. Aplicación de principios perceptuales y semióticos al análisis de producciones de diseño. Consideración de condiciones de legibilidad, diferenciación y comprensión de mensajes. Reconocimiento de la diversidad de experiencias perceptuales y culturales en la interpretación de imágenes. Relación entre percepción, significación y comunicación visual.

6. INGLÉS TÉCNICO

A1: Comprensión y producción de expresiones y textos breves relacionados con situaciones cotidianas y profesionales. Vocabulario básico vinculado con diseño, comunicación visual, tecnología y producción digital. Reconocimiento de herramientas, objetos, acciones, medidas, unidades, archivos y recursos tecnológicos. Comprensión de instrucciones simples, comandos, menús, botones, configuraciones y mensajes frecuentes en aplicaciones y plataformas. A2: Comprensión de textos técnicos, académicos y profesionales breves. Identificación de ideas principales, información específica, secuencias, instrucciones, definiciones y relaciones entre conceptos. Aplicación de estrategias de lectura como *skimming* y *scanning*. Reconocimiento y uso contextualizado de presente, pasado y futuro, imperativos, verbos modales, estructuras comparativas y formas pasivas frecuentes. Interpretación de abreviaturas, siglas, especificaciones y convenciones habituales del campo tecnológico y del diseño. A2+: Comprensión de documentación técnica, tutoriales y materiales audiovisuales breves vinculados con el diseño y las tecnologías digitales. Localización y verificación de información relevante en fuentes digitales internacionales. Uso de diccionarios, glosarios y recursos digitales para resolver vocabulario en contexto y elaboración de glosarios técnicos. Reconocimiento de expresiones utilizadas en demostraciones, instrucciones y explicaciones profesionales. Desarrollo de estrategias de autonomía para acceder a documentación y recursos profesionales en lengua inglesa.

7. COMUNICACIÓN Y ALFABETIZACIÓN ACADÉMICA Y DIGITAL

Comunicación oral, escrita, visual y multimodal en contextos académicos y profesionales. Lectura comprensiva, interpretación y síntesis de información. Estrategias para identificar ideas, establecer relaciones y organizar contenidos. Adecuación de los mensajes a destinatarios, propósitos, medios y situaciones comunicativas. Búsqueda, selección y organización de información. Reconocimiento de diferentes tipos de fuentes. Criterios de pertinencia, confiabilidad, actualidad y relevancia. Comparación y sistematización de información procedente de fuentes académicas, técnicas, profesionales y digitales. Organización de referencias y registros de consulta. Coherencia, cohesión, claridad y precisión en la producción escrita. Organización de párrafos y secuencias discursivas. Producción de textos expositivos, descriptivos, argumentativos e instructivos. Elaboración de resúmenes, síntesis, fichas, informes y registros. Adecuación del vocabulario y del nivel de formalidad según el contexto. Escritura vinculada con situaciones académicas y profesionales del campo del diseño. Elaboración de descripciones, informes de actividades, fundamentaciones, registros de procesos y comunicaciones profesionales. Integración de texto e imagen en diferentes producciones comunicativas. Organización de información para facilitar su comprensión. Comunicación oral y exposición de trabajos. Organización del

discurso, selección de información y construcción de argumentos. Uso de recursos verbales y no verbales. Presentación de ideas, procesos y resultados ante diferentes interlocutores. Participación en intercambios, debates y situaciones de comunicación profesional. Herramientas digitales para producir, organizar, editar, compartir y presentar información. Plataformas colaborativas, documentos compartidos y sistemas de comunicación digital. Organización de archivos y registros. Criterios básicos para el trabajo colaborativo y la circulación responsable de información. Alfabetización informacional y digital. Autoría, citación, referencias y derechos de uso. Reconocimiento de fuentes y trazabilidad de la información. Uso crítico y responsable de herramientas de inteligencia artificial para consultar, producir, revisar y organizar contenidos. Reconocimiento de limitaciones, posibles errores y necesidad de verificar información generada mediante herramientas automatizadas.

8. COMUNICACIÓN, MEDIOS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

La comunicación como proceso social y cultural. Modelos básicos de comunicación y elementos que intervienen en la producción, circulación y recepción de mensajes. Transformaciones producidas por la incorporación de tecnologías. Relaciones entre comunicación, medios, dispositivos y contextos sociales. Medios gráficos, radio, televisión, cine, internet y medios digitales. Características generales, posibilidades y transformaciones de cada medio. Continuidades y rupturas entre medios tradicionales y digitales. Convergencia mediática y cambios producidos por la digitalización de contenidos. Comunicación en red, hipertexto e interactividad. Internet como infraestructura tecnológica y espacio de comunicación. Plataformas digitales, redes sociales y comunidades en línea. Nuevas modalidades de participación y circulación de contenidos. Transformaciones en las relaciones entre productores, mediadores, usuarios y audiencias. Dispositivos y soportes de comunicación. Relación entre formatos, tecnologías y condiciones de recepción. Comunicación interpersonal, grupal, masiva y mediada por plataformas. Transformaciones de las audiencias y de las prácticas de consumo y participación. Producción y circulación de contenidos en diferentes ecosistemas mediáticos. Narrativas digitales y convergencia de contenidos. Relaciones entre diferentes medios y plataformas. Contenidos generados por usuarios, comunidades digitales y nuevas formas de participación. Aproximación a los fenómenos de circulación, apropiación, remix y reutilización de contenidos. Algoritmos, personalización y criterios generales de distribución y visibilidad de contenidos. Datos y métricas básicas como indicadores de circulación, alcance e interacción. Transformaciones producidas por dispositivos móviles, plataformas digitales, automatización e inteligencia artificial. Tecnologías emergentes y nuevas formas de comunicación. Implicancias sociales, culturales y éticas de la transformación tecnológica. Diversidad, participación e inclusión en los medios contemporáneos. Análisis de las relaciones entre tecnología, comunicación,

cultura y sociedad, reconociendo sus efectos sobre las prácticas profesionales y los modos de interacción.

9. METODOLOGÍA DEL DISEÑO Y TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

El diseño como proceso proyectual orientado a la comprensión y resolución de problemas. Diferenciación entre problema, necesidad, demanda, oportunidad, objetivo, destinatario, contexto y condicionante. Características generales del proceso de diseño y relaciones entre sus diferentes momentos. Diseño como práctica de análisis, toma de decisiones, exploración y evaluación. Etapas generales del proceso proyectual: investigación, análisis, definición, conceptualización, ideación, exploración, desarrollo y evaluación. Relación entre información, decisiones y resultados. Organización temporal de procesos de diseño. Identificación de momentos de revisión y reformulación. Métodos generales de aproximación a situaciones de diseño. Observación, entrevistas, cuestionarios, análisis documental y consulta de referentes. Organización y clasificación de información. Identificación de necesidades, oportunidades y condicionantes. Formulación de problemas, objetivos y requerimientos. Utilización de mapas conceptuales, esquemas, matrices y diagramas como recursos de análisis. Creatividad aplicada al diseño. Pensamiento divergente y convergente. Asociación, combinación, transformación, analogía, síntesis y reformulación. Técnicas de generación de ideas: lluvia de ideas, mapas mentales, analogías, SCAMPER, pensamiento lateral y provocación. Exploración de alternativas y ampliación de posibilidades antes de la selección. Criterios para analizar y seleccionar alternativas: pertinencia, funcionalidad, comunicación, coherencia, factibilidad, adecuación al contexto e innovación. Comparación de propuestas y fundamentación de decisiones. Trabajo individual y colaborativo. Técnicas de co-creación y participación en procesos de generación de alternativas. Experimentación y construcción de representaciones preliminares como medios para explorar y comunicar ideas. Bocetos, esquemas, modelos y prototipos entendidos como recursos generales del proceso de diseño. Iteración y reformulación a partir del análisis de resultados y devoluciones. Diferenciación entre exploración conceptual, desarrollo y evaluación. Registro y comunicación de las decisiones adoptadas durante el proceso proyectual. Uso de herramientas digitales como apoyo a la investigación, organización, exploración y producción. Incorporación crítica de herramientas de inteligencia artificial generativa en procesos creativos, considerando pertinencia, autoría, sesgos, trazabilidad y responsabilidad. Organización de evidencias del proceso para facilitar su análisis y comunicación posterior.

10. TECNOLOGÍA BÁSICA

Tecnología y producción en contextos contemporáneos. Conceptos básicos de sistemas digitales, hardware, software, datos y conectividad. Relación entre tecnologías de producción, reproducción, almacenamiento y distribución de contenidos. Dispositivos de entrada, procesamiento, almacenamiento y salida. Características generales de los equipos utilizados en ámbitos de diseño y comunicación digital. Digitalización y representación de información. Conceptos de dato, archivo y formato. Digitalización de imágenes y características de los gráficos vectoriales y mapas de bits. Resolución, dimensiones, profundidad de color y relación entre calidad y tamaño. Características generales de los principales formatos de imagen, audio y video. Compresión de información y criterios básicos de optimización. Diferencias entre compresión con y sin pérdida. Relación entre calidad, peso, almacenamiento y transmisión. Características generales de pantallas y dispositivos de visualización. Resolución, dimensiones, densidad de píxeles y condiciones de reproducción. Internet y tecnologías de comunicación digital. Conceptos básicos de redes, conectividad y transferencia de información. Navegadores, servidores, dominios y DNS. Modelo cliente-servidor. Introducción a los protocolos HTTP y HTTPS. Reconocimiento general de la estructura tecnológica que permite acceder y distribuir contenidos digitales. Introducción a las tecnologías web y a la estructuración de contenidos. Reconocimiento general del lenguaje HTML y de la organización semántica de información, sin abordar el desarrollo integral de interfaces ni la programación. Relación entre contenidos, dispositivos y tecnologías de acceso. Compatibilidad y adaptación general de recursos digitales. Metadatos, identificación y organización de archivos. Criterios básicos de conservación, almacenamiento, transferencia y actualización de recursos. Reconocimiento de estándares y buenas prácticas aplicables a la producción digital. Introducción a condiciones técnicas vinculadas con accesibilidad, interoperabilidad y disponibilidad de contenidos. Relación entre diseño y tecnología. Incidencia de la evolución tecnológica en las prácticas profesionales y en los medios de producción. Automatización, inteligencia artificial y tecnologías emergentes. Reconocimiento de posibilidades y limitaciones de las tecnologías utilizadas en el campo del diseño. Consideraciones básicas sobre seguridad, protección de información, autoría y uso responsable de recursos tecnológicos.

11. TIPOGRAFÍA BÁSICA

La tipografía como sistema de representación, comunicación y organización visual. Escritura y evolución de las formas tipográficas en relación con los soportes, las tecnologías de reproducción y las prácticas culturales. Principales características de las familias tipográficas. Clasificación general y reconocimiento de diferentes estilos y estructuras. Anatomía del tipo: partes, proporciones, terminología y características formales. Variables

tipográficas: familias, estilos, pesos, anchos y variantes. Relaciones entre estructura, forma y expresión. Características que diferencian distintos tipos y familias. Criterios generales para la selección tipográfica. Legibilidad y lectura. Factores que intervienen en la percepción de textos. Tamaño, proporción, contraste, espaciado y longitud de línea. Interletrado, interpalabra e interlineado. Organización de palabras, líneas, párrafos y bloques de texto. Relación entre características tipográficas y condiciones de lectura. Jerarquía tipográfica y organización de información. Diferenciación de niveles de contenido mediante tamaño, peso, posición, contraste y otras variables. Construcción de estructuras visuales para facilitar la identificación y comprensión de información. Relaciones entre tipografía, imagen, color, espacio y composición. Selección y combinación de familias tipográficas. Criterios de pertinencia, coherencia y función comunicacional. Relaciones entre tipografía y diferentes contextos culturales y comunicativos. Uso de recursos tipográficos en piezas gráficas y primeras aproximaciones a soportes digitales. Tipografía en medios digitales. Características generales de la lectura en pantalla. Adaptación de tamaños, espaciados y estructuras tipográficas a diferentes condiciones de visualización. Reconocimiento de criterios básicos de legibilidad y accesibilidad tipográfica. Diferencias entre recursos destinados a impresión y aquellos utilizados en medios digitales. Utilización de herramientas digitales para composición y tratamiento tipográfico. Organización y preparación de recursos. Exportación y conservación de producciones. Aplicación de criterios tipográficos en composiciones visuales y comunicacionales, articulando forma, contenido, jerarquía y condiciones de lectura.

12. PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE I

Aproximación al campo profesional del Diseño de Comunicación Gráfica y Digital. Reconocimiento de ámbitos de inserción vinculados con estudios y agencias de diseño, áreas de comunicación, empresas, organizaciones, instituciones, emprendimientos, editoriales, imprentas y servicios profesionales independientes. Reconocimiento de perfiles, roles y funciones vinculados con el diseño gráfico, la comunicación visual, la producción gráfica y los medios digitales. Identificación de relaciones de trabajo entre profesionales de diferentes especialidades y del carácter interdisciplinario del campo. Observación de modalidades de organización del trabajo y de etapas generales de un proyecto: recepción de requerimientos, interpretación de briefs, relevamiento, conceptualización, desarrollo, producción, implementación y entrega. Reconocimiento de responsabilidades, formas de comunicación, documentación, circuitos de producción, reproducción y circulación de piezas gráficas y digitales. Aproximación a herramientas, tecnologías, materiales y recursos presentes en diferentes contextos laborales. Relaciones profesionales con clientes, comitentes, proveedores y equipos de trabajo. Pautas de comunicación profesional, presentación de propuestas y organización del trabajo presencial, remoto e híbrido. Responsabilidad

profesional, derechos de autor, propiedad intelectual y uso responsable de recursos digitales. Relevamiento del campo profesional mediante observación, entrevistas, consulta de fuentes y análisis de casos. Elaboración de registros y bitácoras para sistematizar información. Identificación de características, demandas, oportunidades y problemáticas de diferentes ámbitos de inserción. Análisis de piezas y producciones gráficas y digitales: destinatarios, propósitos, soportes, lenguajes, recursos y condiciones generales de producción. Reconocimiento de decisiones de diseño y de criterios generales de calidad, pertinencia y adecuación al contexto. Aproximación a situaciones reales o simuladas de trabajo mediante ejercicios de observación, análisis y resolución inicial de situaciones de diseño. Integración de saberes del primer año para interpretar requerimientos y comunicar observaciones mediante recursos gráficos, escritos y orales. Elaboración de primeras propuestas exploratorias, sin desarrollar procesos especializados propios de espacios posteriores. Organización y documentación de la experiencia profesionalizante. Presentación de observaciones y conclusiones. Reflexión sobre el campo laboral y las propias capacidades. Identificación de necesidades de formación y áreas de interés. Sistematización de producciones y experiencias como antecedente para el desarrollo progresivo del portafolio profesional. Reconocimiento de ámbitos de inserción profesional vinculados con el diseño y la comunicación gráfica y digital. Identificación de roles, modalidades de trabajo y oportunidades de participación profesional acordes con el nivel de formación alcanzado. Organización inicial de producciones y evidencias del proceso formativo como antecedentes para la construcción progresiva del portafolio.

SEGUNDO AÑO

13. DISEÑO GRÁFICO Y DIGITAL I

El signo gráfico como recurso de identificación y comunicación. Relaciones entre forma, significado, reconocimiento y contexto de uso. Síntesis formal y conceptual aplicada a la construcción de signos. Marca y principales tipologías marcarias: logotipo, isotipo, imagotipo e isologo. Identidad visual e institucional y componentes básicos de un sistema de identidad. Desarrollo de aplicaciones en diferentes piezas y soportes. Pictogramas, símbolos, códigos gráficos y señalización. Construcción de sistemas para orientar, informar y facilitar la identificación de espacios, servicios y recorridos, considerando legibilidad, accesibilidad, diseño universal e inclusión. El afiche, la folletería y otras piezas promocionales e institucionales. Jerarquización de información, composición y síntesis. Integración de tipografía, imagen, color y recursos gráficos según objetivos, destinatarios, formatos y condiciones de circulación. Principios de organización editorial: estructura, contenido, formato y soporte. Tapas, páginas, secuencias, niveles de información y criterios iniciales de diagramación y continuidad visual. El envase como sistema de comunicación e identidad.

Packaging y relaciones entre producto, marca, usuario y contexto. Condiciones generales de materialización y reproducción. Interpretación de requerimientos, análisis de destinatarios y contexto, relevamiento de referentes, definición del problema y criterios de diseño. Generación, comparación y selección de alternativas. Fundamentación de decisiones y presentación de soluciones considerando pertinencia, coherencia, legibilidad, accesibilidad y factibilidad técnica.

14. HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EL DISEÑO I

Herramientas digitales aplicadas a la edición, diagramación y maquetación de publicaciones. Organización de documentos multipágina, páginas maestras, estilos y recursos vinculados. Gestión de textos, imágenes y elementos gráficos para publicaciones impresas y digitales. Aplicación de retículas, columnas, módulos y márgenes para estructurar contenidos. Construcción de jerarquías visuales, secuencias de lectura y continuidad entre páginas. Integración de tipografía, fotografía, ilustración y elementos gráficos según criterios de unidad y organización de la información. Diseño y producción de folletos, catálogos, revistas, libros, diarios y otras piezas editoriales. Organización de contenidos extensos y adaptación a diferentes formatos y soportes. Gestión del color, resolución, formatos y características técnicas de imágenes. Sangrías, márgenes, trapping, sobreimpresión y demás condiciones de preparación de originales. Configuración y exportación de archivos según sistemas de impresión y distribución digital. Integración entre aplicaciones de maquetación, ilustración y edición de imágenes. Organización de archivos, vínculos, fuentes, recursos y versiones. Verificación de errores y condiciones técnicas, generación de archivos finales y optimización según los requerimientos del medio de destino.

15. TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN PARA DISEÑO GRÁFICO Y DIGITAL I

Características y posibilidades de los principales sistemas de impresión: offset, flexografía, serigrafía, huecograbado, tampografía e impresión digital. Diferencias según procesos, escalas de producción, soportes, tiradas y requerimientos técnicos. Selección del sistema de impresión según proyecto, cantidad, soporte, terminaciones y condiciones productivas. Formas impresoras y etapas generales de preimpresión. Preparación técnica de archivos y verificación de formatos, resolución, color, tipografías, imágenes, sangrías y registros. Relación entre archivo digital, prueba y resultado impreso. Papeles, clasificación, formatos y gramajes. Plásticos, films, telas, metales, maderas y otros sustratos. Compatibilidad entre materiales, sistemas de impresión, tintas y terminaciones. Cortes, plegados, encuadernación, barnizados, relieves, stamping, laminados y otros acabados. Incidencia de las terminaciones en funcionalidad, apariencia, resistencia y costo. Parámetros de calidad y procedimientos básicos de control. Detección de errores de impresión, registro,

color, corte, plegado y terminación. Verificación de correspondencia entre especificaciones proyectuales y producto final. Criterios técnicos, funcionales, económicos y ambientales para seleccionar materiales, tecnologías y procesos. Optimización de recursos, reciclabilidad, reducción de desperdicios y economía circular. Códigos de barras y sistemas de identificación aplicados a productos y envases. Requisitos técnicos y legales vinculados con la rotulación e identificación.

16. FOTOGRAFÍA PARA DISEÑO GRÁFICO Y DIGITAL

Fundamentos de la fotografía: Evolución de la fotografía y principales referentes. Funcionamiento básico de la cámara fotográfica. Exposición, enfoque, profundidad de campo, balance de blancos y composición. Captura digital y criterios de calidad de imagen. Lenguaje fotográfico: Encuadre, punto de vista, escala, perspectiva, iluminación, color y composición. Construcción de sentido mediante recursos fotográficos. Producción fotográfica aplicada al diseño: Fotografía de producto, publicitaria e institucional. Fotografía para packaging, catálogos, publicaciones y medios digitales. Planificación de producciones fotográficas según objetivos comunicacionales. Iluminación: Fuentes y características de la luz. Iluminación básica en estudio y exteriores. Control de sombras, contraste y temperatura de color. Edición y optimización: Selección, organización y edición básica de imágenes. Correcciones de exposición, color, encuadre y resolución. Preparación de archivos para impresión y medios digitales. Integración de imágenes fotográficas en piezas y sistemas de comunicación visual. Producción responsable: Uso responsable de recursos, reutilización de materiales y comunicación de atributos vinculados con sostenibilidad.

17. GEOMETRÍA Y MATEMÁTICA APLICADAS AL DISEÑO GRÁFICO Y DIGITAL

Geometría aplicada al diseño: Geometría plana y espacial. Construcciones geométricas fundamentales. Polígonos, circunferencias y cuerpos geométricos. Relaciones geométricas aplicadas a la representación y composición. Proporción y escala: Relaciones métricas y proporcionales. Escalas de representación. Sistemas de medida y conversiones. Cálculo de dimensiones y proporciones aplicadas a piezas gráficas y estructuras de diseño. Organización geométrica: Simetría, modularidad, repetición y transformaciones geométricas. Construcción de tramas y estructuras modulares. Relaciones entre formas, superficies y espacios. Representación espacial: Sistemas de representación y desarrollo geométrico de cuerpos. Análisis de formas bidimensionales y tridimensionales. Resolución de problemas proyectuales: Aplicación de procedimientos geométricos y matemáticos a situaciones de diseño. Cálculo, medición, proporcionalidad y optimización de recursos en la representación y planificación de proyectos.

18. TECNOLOGÍA PARA GRÁFICA

Procesos de impresión y preimpresión: Sistemas de impresión offset, flexografía, serigrafía, huecograbado, tampografía e impresión digital. Características, posibilidades y limitaciones de cada sistema. Selección del sistema de impresión según las características del proyecto. Formas impresoras y procesos de preimpresión. Preparación técnica de archivos para producción gráfica. Materiales y soportes: Papeles, clasificación, formatos, gramajes y criterios de selección. Plásticos, films, telas, metales, maderas y otros sustratos. Compatibilidad entre soportes, sistemas de impresión y requerimientos del proyecto. Terminaciones y postimpresión: Cortes, plegados, encuadernación, barnizados, relieves, stamping, laminados y otros acabados. Control de producción: Parámetros de calidad y control en procesos de impresión y postimpresión. Detección de errores y correspondencia entre archivo, prueba y producto final. Normativas aplicadas a la producción gráfica. Selección tecnológica y producción responsable: Criterios técnicos, funcionales, económicos y ambientales para la selección de materiales, tecnologías y procesos. Optimización de recursos, aprovechamiento de pliegos, reciclabilidad, sostenibilidad y economía circular. Códigos de identificación y rotulación: códigos de barras y otros sistemas de identificación aplicados a productos, envases y piezas gráficas, considerando normas y requisitos técnicos y legales de rotulación.

19. TÉCNICAS DE MATERIALIZACIÓN Y PROTOTIPADO

Relación entre la solución proyectada y su concreción material. Selección y experimentación con soportes, materiales y procedimientos según propiedades físicas, funcionales y expresivas. Evaluación de alternativas considerando uso, estructura, apariencia, resistencia, producción y criterios de sostenibilidad, ecodiseño y optimización de recursos. Maquetas y prototipos como herramientas de exploración, comprobación y comunicación. Construcción de modelos bidimensionales y tridimensionales aplicados especialmente a envases primarios, secundarios y terciarios. Desarrollo de estructuras, plegados, armado y ensamblaje. Técnicas de corte, plegado, perforado, unión y montaje. Utilización de prototipos para comprobar proporciones, funcionamiento, estructura y condiciones de materialización. Identificación de problemas, formulación de ajustes, comparación de alternativas y registro de modificaciones. Procedimientos artesanales y semiindustriales de impresión y terminación: serigrafía, sublimación, plotter de corte, relieves, cuño seco y estampados. Experimentación con materiales, soportes y acabados. Selección de técnicas según requerimientos funcionales, estéticos, productivos y económicos. Evaluación de factibilidad y control de calidad de prototipos, verificando medidas,

ensamblajes, terminaciones y funcionamiento. Documentación de procedimientos y resultados.

20. DIRECCIÓN DE ARTE Y CONCEPTUALIZACIÓN VISUAL

Construcción de conceptos creativos y visuales a partir de problemas y objetivos de comunicación. Relación entre requerimientos, estrategia, concepto y solución gráfica. Investigación de referentes, tendencias, contextos y lenguajes visuales. Construcción de territorios visuales y selección de recursos para orientar decisiones de diseño. Funciones y alcances de la dirección de arte en proyectos de comunicación gráfica. Definición de criterios visuales, atmósferas, estilos y recursos expresivos. Relaciones entre concepto, imagen, tipografía, color, composición, fotografía e ilustración. Construcción de lineamientos visuales para orientar piezas y producciones. Moodboards, tableros conceptuales, referencias y herramientas de exploración. Generación, comparación, selección y evolución de alternativas. Experimentación con recursos gráficos, fotográficos, tipográficos e ilustrativos. Desarrollo de líneas visuales para campañas y proyectos de comunicación. Adaptación de una propuesta a diferentes piezas, formatos y soportes manteniendo identidad, continuidad y consistencia. Definición de criterios para orientar producciones fotográficas, ilustraciones e imágenes. Comunicación de indicaciones y especificaciones a participantes del proceso productivo. Desarrollo y documentación de propuestas de dirección de arte. Fundamentación conceptual y visual de decisiones. Presentación ante comitentes y equipos de trabajo, considerando objetivos, destinatarios, contexto y condiciones de implementación.

21. DISEÑO APLICADO A PRODUCCIONES REGIONALES

Diseño, territorio y producción regional: Producciones regionales, identidad territorial y comunicación visual. Características culturales, productivas, turísticas y comerciales del contexto regional. Diseño sostenible, economía circular y uso responsable de recursos. Identidad regional: Patrimonio cultural, identidad territorial y construcción de significados mediante el diseño. Representación de valores culturales y productivos del territorio. Diseño como herramienta de valorización y posicionamiento de productos, servicios y emprendimientos. Diseño aplicado a la producción vitivinícola: Identidad visual de bodegas y emprendimientos. Diseño de etiquetas, packaging y sistemas de comunicación para productos derivados de la vid. Comunicación visual aplicada al enoturismo y experiencias de marca. Comunicación de producciones regionales: Diseño de piezas gráficas para difusión, promoción e información. Comunicación aplicada al turismo, la gastronomía, las industrias culturales y emprendimientos locales. Campañas institucionales y educativas. Otras producciones regionales: Olivicultura, alimentos, artesanías, agroindustria e industrias creativas. Identificación de oportunidades de intervención del diseño. Desarrollo de

propuestas considerando particularidades culturales, económicas, productivas y ambientales del territorio.

22. TIPOGRAFÍA AVANZADA: ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN VISUAL

La tipografía como sistema estructurante de proyectos editoriales y de comunicación compleja. Organización de contenidos extensos mediante estructuras tipográficas, reticulares y espaciales. Construcción de sistemas jerárquicos para organizar grandes volúmenes de información y establecer relaciones entre contenidos y recorridos de lectura. Diseño y aplicación de retículas complejas: columnas, módulos, zonas, márgenes y áreas de información. Articulación de retículas con imágenes, gráficos y recursos visuales. Desarrollo de sistemas consistentes para series de piezas y publicaciones, considerando continuidad y variación. Organización tipográfica de textos extensos y publicaciones de múltiples páginas. Estructuración de capítulos, secciones, títulos, subtítulos, referencias, destacados e índices. Construcción de secuencias y sistemas de navegación mediante recursos tipográficos, gráficos y espaciales. Aplicación en libros, revistas, catálogos, informes y documentos complejos. Arquitectura de la información visual: organización, clasificación, agrupamiento y jerarquización de contenidos para facilitar su identificación, comprensión y recorrido. Articulación de contenidos verbales, datos, imágenes y gráficos en estructuras comunicacionales complejas. Desarrollo de sistemas editoriales aplicados a diferentes soportes y formatos, preservando continuidad y estructura informativa. Adaptación de estructuras editoriales entre soportes impresos y digitales. Resolución de problemas de composición, organización y navegación de información mediante decisiones tipográficas, reticulares y espaciales. Aplicación de criterios de accesibilidad, comprensión y orientación para diferentes públicos y situaciones de uso. Fundamentación de las decisiones en función de los contenidos, destinatarios, contexto y propósito comunicacional.

23. PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE II

Observación y análisis de organizaciones, instituciones, emprendimientos, estudios, agencias, imprentas y otros ámbitos vinculados con el diseño de comunicación gráfica y digital. Reconocimiento de modalidades de organización del trabajo, roles, circuitos de producción y relaciones con clientes, comitentes, proveedores y equipos. Aplicación de técnicas de observación, registro, entrevista y recopilación de información. Identificación de necesidades, demandas y condiciones de comunicación. Análisis de públicos, soportes, piezas, sistemas y procesos. Reconocimiento de problemas y oportunidades de intervención y organización de información para formular requerimientos de diseño. Definición de criterios de intervención y formulación de alternativas. Desarrollo de propuestas gráficas y visuales de

complejidad intermedia, articulando saberes de diseño, tipografía, representación, herramientas digitales, fotografía, tecnología y producción gráfica. Elaboración de bocetos, piezas, prototipos y documentación preliminar. Organización del proceso de trabajo y registro de decisiones. Preparación de recursos gráficos, tipográficos, fotográficos y materiales. Integración de procedimientos de producción y materialización. Organización de archivos, versiones, especificaciones y entregables. Participación en situaciones reales o simuladas de trabajo y reconocimiento de responsabilidades y condiciones del ejercicio profesional. Comunicación con clientes, usuarios, proveedores y otros actores. Presentación de propuestas y recepción de devoluciones. Elaboración de informes y presentaciones profesionales. Fundamentación de decisiones mediante criterios comunicacionales, visuales, funcionales y técnicos. Evaluación de resultados, identificación de dificultades y aspectos de mejora, y sistematización de la experiencia como antecedente para proyectos de mayor complejidad e inserción profesional. Organización y actualización progresiva del portfolio como herramienta de presentación profesional. Selección y contextualización de proyectos y evidencias de acuerdo con distintos ámbitos, destinatarios y oportunidades de inserción. Reconocimiento de modalidades de vinculación profesional, prestación de servicios y generación de redes de contacto vinculadas con el campo del diseño y la comunicación.

TERCER AÑO

24. DISEÑO GRÁFICO Y DIGITAL II

Investigación y estrategia proyectual aplicada a proyectos de comunicación gráfica y digital. Análisis de antecedentes, contextos, públicos, necesidades y requerimientos. Definición de objetivos, estrategias, conceptos y criterios de comunicación. Formulación, desarrollo y evaluación de alternativas. Desarrollo de sistemas integrales de identidad para organizaciones, productos, servicios y proyectos. Arquitectura de marca, sistemas marcarios, identidad institucional, posicionamiento y actualización de sistemas existentes. Organización de manuales, normas de aplicación y documentación técnica. Integración de identidad, editorial, packaging, señalética, piezas promocionales y recursos digitales en sistemas de comunicación articulados. Adaptación de soluciones a diferentes soportes, formatos y puntos de contacto, preservando unidad y reconocimiento. Desarrollo de campañas a partir de conceptos creativos, ejes visuales y estrategias de comunicación. Articulación de piezas y medios en función de objetivos y públicos. Evaluación de propuestas considerando pertinencia comunicacional, funcionalidad, factibilidad técnica, condiciones de producción, costos y sostenibilidad. Presentación, fundamentación y documentación de sistemas y soluciones para su implementación.

25. HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EL DISEÑO II

Integración avanzada de gráficos vectoriales, imágenes de mapa de bits, tipografía y documentos de producción. Gestión del color, resolución, formatos y optimización de recursos según soportes de salida. Integración de aplicaciones de diseño, edición de imágenes, ilustración y maquetación dentro de flujos de producción profesionales. Organización de archivos fuente, vínculos, bibliotecas, versiones y recursos compartidos. Criterios para el trabajo colaborativo, control de versiones e intercambio de archivos. Preparación y adaptación de piezas para medios digitales, redes sociales, presentaciones y diferentes formatos de publicación. Producción de documentos digitales, recursos animados y piezas de motion graphics. Principios de secuencia, ritmo, transición y movimiento aplicados a la comunicación visual. Integración de texto, imagen, sonido y movimiento. Automatización de procesos de producción y adaptación mediante herramientas digitales e inteligencia artificial. Uso crítico de sistemas generativos para producir, transformar y optimizar recursos visuales, considerando control de resultados, autoría, trazabilidad y uso responsable. Organización, revisión, exportación y entrega de archivos según especificaciones técnicas y requerimientos del medio.

26. TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN PARA DISEÑO GRÁFICO Y DIGITAL II

Exploración de lenguajes gráficos contemporáneos y desarrollo de recursos de representación aplicados a proyectos de comunicación visual. Experimentación con técnicas mixtas, collage, intervención gráfica, composición abstracta y procedimientos de transformación de la imagen. Producción de recursos visuales conceptuales y expresivos a partir de objetivos comunicacionales. Desarrollo de ilustraciones conceptuales, narrativas, publicitarias y tipográficas. Construcción de personajes, escenarios y recursos gráficos integrados con fotografía, tipografía y otros lenguajes visuales. Organización de secuencias y relatos mediante recursos de encuadre, ritmo, continuidad y transición. Utilización de storyboard y guion gráfico para comunicar propuestas gráficas y audiovisuales. Integración de procedimientos manuales y digitales en función de las características del proyecto. Desarrollo de láminas, presentaciones y recursos de visualización para comunicar conceptos, procesos y soluciones. Selección de lenguajes y recursos de representación según destinatarios, objetivos y contextos de presentación. Construcción de criterios expresivos propios y fundamentación de las decisiones visuales adoptadas.

27. ÉTICA, CIUDADANÍA Y RESPONSABILIDAD PROFESIONAL

Ética, moral y responsabilidad en el ejercicio profesional del diseño y la comunicación visual. Derechos, deberes, propiedad intelectual, derechos de autor, licencias y condiciones de uso de contenidos. Responsabilidad comunicacional frente a clientes, organizaciones, usuarios y sociedad. Diseño como práctica social y cultural y su relación con diversidad, accesibilidad, inclusión y respeto por los derechos de las personas. Análisis de situaciones y dilemas profesionales y construcción de criterios para la toma de decisiones fundamentadas. Confidencialidad, protección y uso responsable de información y recursos. Impacto de las tecnologías digitales y la inteligencia artificial en el ejercicio profesional. Autoría, generación y transformación de contenidos, sesgos, riesgos, límites y criterios de transparencia. Uso responsable de tecnologías y recursos digitales. Responsabilidad ambiental y social en los procesos de diseño. Ecodiseño, economía circular y consumo responsable. Comunicación de atributos ambientales y sociales y criterios para prevenir prácticas engañosas o greenwashing.

28. MERCADOTECNIA PARA PYMES: EMPRENDEDORISMO, GESTIÓN DE PROYECTOS Y MICROEMPREDIMIENTOS

Conceptos y funciones del marketing y su relación con organizaciones, consumidores y mercados. Características del entorno competitivo y tendencias de consumo aplicadas a PYMES, servicios y emprendimientos vinculados con el diseño. Comportamiento del consumidor, segmentación, definición de públicos, posicionamiento y diferenciación. Productos, servicios y propuesta de valor. Construcción de propuestas para servicios profesionales de diseño y relación entre branding, comunicación y comercialización. Publicidad, promoción, canales de distribución, marketing directo y estrategias de comunicación digital. Indicadores básicos y análisis de resultados. Fundamentos de gestión de proyectos: alcance, objetivos, actividades, tiempos, recursos y entregables. Organización y seguimiento mediante herramientas digitales. Relaciones profesionales con clientes, proveedores y colaboradores. Características de PYMES, microemprendimientos y servicios profesionales independientes. Modelos de negocio y modelo Canvas. Modalidades freelance y por proyecto. Costos, presupuestos, fijación de precios, punto de equilibrio y nociones de financiamiento. Evaluación básica de viabilidad y sostenibilidad económica de propuestas y servicios de diseño.

29. PRODUCCIÓN WEB

Características y funcionamiento de sitios y productos web como medios de comunicación visual. Estructura básica de páginas y recursos web. Introducción a HTML y CSS aplicada a la organización y presentación de contenidos. Arquitectura de la información: jerarquización de contenidos, sistemas de navegación, mapas de sitio, flujos y wireframes. Diseño de interfaces a partir de principios de jerarquía, consistencia, legibilidad y sistemas de componentes. Relación entre diseño visual, experiencia de usuario, usabilidad, accesibilidad y criterios de diseño centrado en las personas. Diseño responsive y adaptación de contenidos a diferentes dispositivos, resoluciones y condiciones de uso. Grillas, puntos de quiebre y componentes adaptables. Desarrollo de prototipos de baja y media fidelidad y su evolución hacia soluciones web básicas. Integración de identidad visual, tipografía, color, imágenes y recursos gráficos. Incorporación y optimización de recursos multimedia para entornos web. Formularios, enlaces y componentes interactivos básicos. Pruebas de navegación, accesibilidad, legibilidad y funcionamiento. Identificación de problemas y ajustes. Publicación y presentación de proyectos web considerando requerimientos técnicos, comunicacionales y condiciones de uso.

30. PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE III

Desarrollo autónomo de un proyecto profesional integrador orientado a resolver una necesidad o problemática concreta de una organización, emprendimiento, institución o comitente real o simulado. Interpretación y ajuste de requerimientos, destinatarios, contexto, alcance y resultados esperados. Análisis de antecedentes y referentes para fundamentar la propuesta y delimitar oportunidades de intervención. Selección de estrategias, metodologías y recursos desarrollados durante la trayectoria formativa. Planificación del proyecto considerando etapas, prioridades, recursos, tiempos y condiciones de producción. Desarrollo de una solución de comunicación gráfica y digital de complejidad acorde con el perfil profesional, integrando identidad visual, sistemas gráficos, tipografía, editorial, ilustración, fotografía, packaging, señalética, producción gráfica y recursos digitales según las características del proyecto. Articulación de piezas, soportes, formatos y medios, preservando coherencia y continuidad visual. Aplicación de criterios de pertinencia comunicacional, legibilidad, accesibilidad, calidad técnica, factibilidad y adecuación al contexto. Utilización de herramientas y tecnologías abordadas durante la carrera, sin profundización en competencias propias de perfiles especializados. Validación de las propuestas mediante procedimientos adecuados al proyecto. Análisis de resultados, identificación de problemas y oportunidades de mejora, y ajuste de las soluciones. Documentación del proceso y sistematización de decisiones, versiones, pruebas, resultados y aprendizajes. Consideración de aspectos económicos y productivos: estimación de recursos, tiempos y costos, presupuesto y

condiciones de implementación. Aplicación de criterios de propiedad intelectual, derechos de autor, licencias y uso responsable de contenidos y tecnologías de inteligencia artificial. Preparación de la presentación profesional y documentación del proyecto para portfolio. Organización y actualización progresiva del portfolio mediante la selección y contextualización de proyectos y evidencias relevantes. Comunicación del perfil profesional, capacidades y servicios desarrollados, considerando distintos destinatarios y oportunidades de inserción. Reconocimiento de modalidades de vinculación profesional, prestación de servicios y generación de redes de contacto vinculadas con el campo del diseño y la comunicación. Comunicación y defensa de la propuesta ante docentes, comitentes y/o profesionales, fundamentando las decisiones adoptadas. Evaluación integral del proyecto, sus resultados, aprendizajes y posibilidades de implementación, evolución o continuidad.

VII. RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES:

PARA CURSAR	DEBE TENER REGULARIZADA	PARA RENDIR EL MISMO ESPACIO DEBE TENER ACREDITADO
Introducción al Diseño	—	—
Herramientas Digitales	—	—
Técnicas de Representación	—	—
Historia, Cultura y Sociología de la Imagen y el Diseño	—	—
Psicología de la Percepción y Semiótica Visual	—	—
Inglés Técnico	—	—
Comunicación y Alfabetización Académica y Digital	—	—
Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías	—	—
Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad	Introducción al Diseño	Introducción al Diseño
Tecnología Básica	Herramientas Digitales	Herramientas Digitales
Tipografía Básica	Introducción al Diseño	Introducción al Diseño
Práctica Profesionalizante I	Introducción al Diseño Herramientas Digitales Técnicas de Representación	Introducción al Diseño Herramientas Digitales Técnicas de Representación

	Comunicación y Alfabetización Académica y Digital Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad	Comunicación y Alfabetización Académica y Digital Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad
Diseño Gráfico y Digital I	Introducción al Diseño	Introducción al Diseño
Herramientas Digitales para el Diseño I	Herramientas Digitales	Herramientas Digitales
Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I	Técnicas de Representación	Técnicas de Representación
Fotografía para Diseño Gráfico y Digital	—	—
Geometría y Matemática Aplicadas al Diseño Gráfico y Digital	—	—
Tecnología para Gráfica	Tecnología Básica	Tecnología Básica
Técnicas de Materialización y Prototipado	Introducción al Diseño Geometría y Matemática aplicadas al Diseño Gráfico Tecnología Básica	Introducción al Diseño Geometría y Matemática aplicadas al Diseño Gráfico Tecnología Básica
Dirección de Arte y Conceptualización Visual	Introducción al Diseño Diseño Gráfico y Digital I Tipografía Básica Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I	Introducción al Diseño Diseño Gráfico y Digital I Tipografía Básica Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I
Diseño aplicado a Producciones Regionales	Introducción al Diseño Geometría y Matemática aplicadas al Diseño Gráfico y Digital Tecnología Básica Fotografía para Diseño Gráfico y Digital	Introducción al Diseño Geometría y Matemática aplicadas al Diseño Gráfico y Digital Tecnología Básica Fotografía para Diseño Gráfico y Digital
Tipografía Avanzada: Arquitectura de la Información Visual	Tipografía Básica	Tipografía Básica
Práctica Profesionalizante II	Introducción al Diseño Tecnología Básica Tipografía Básica Práctica Profesionalizante I	Introducción al Diseño Tecnología Básica Tipografía Básica Práctica Profesionalizante I
Diseño Gráfico y Digital II	Diseño Gráfico y Digital I Tipografía Avanzada: Arquitectura de la Información Visual Fotografía para Diseño Gráfico y Digital Diseño aplicado a Producciones Regionales	Diseño Gráfico y Digital I Tipografía Avanzada: Arquitectura de la Información Visual Fotografía para Diseño Gráfico y Digital Diseño aplicado a Producciones Regionales

Herramientas Digitales para el Diseño II	Herramientas Digitales para el Diseño I	Herramientas Digitales para el Diseño I
Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital II	Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I	Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I
Ética, Ciudadanía y Responsabilidad Profesional	—	—
Mercadotecnia para PYMES: Emprendedorismo, Gestión de Proyectos y Microemprendimientos	Introducción al Diseño Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad	Introducción al Diseño Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad
Producción WEB	Herramientas Digitales para el Diseño I Diseño Gráfico y Digital I	Herramientas Digitales para el Diseño I Diseño Gráfico y Digital I
Práctica Profesionalizante III	Práctica Profesionalizante II Diseño Gráfico y Digital I Tipografía Avanzada: Arquitectura de la Información Visual Tecnología para Gráfica Fotografía para Diseño Gráfico y Digital Diseño aplicado a Producciones Regionales Historia, Cultura y Sociología de la Imagen y el Diseño	Todos los espacios curriculares

7.1. Régimen de asistencia

Las condiciones de cursado, asistencia, regularidad, evaluación, acreditación, promoción y reconocimiento de saberes y trayectorias formativas se regirán por lo establecido en el Régimen Académico Marco (RAM), aprobado por Resolución N.º 1286-DGE-2024, y por el Régimen de Equivalencias establecido por Resolución N.º 3971-DGE-2024, así como por la normativa jurisdiccional e institucional vigente. Estas condiciones se ajustarán a las disposiciones específicas que correspondan a la modalidad, los campos de formación y los distintos formatos de las unidades curriculares, y a toda normativa que modifique, complemente o sustituya las mencionadas resoluciones al momento de la implementación y desarrollo de la carrera.

VIII. IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA

8.1 Entorno formativo en el lugar donde se dictará la propuesta formativa

8.1.1. Condiciones edilicias

La infraestructura edilicia destinada al dictado de la carrera cuenta con espacios adecuados para el desarrollo de actividades teóricas, prácticas, proyectuales, de producción y materialización, compartidos con otras propuestas formativas de la institución. Comprende:

- Aulas destinadas al desarrollo de clases teóricas y prácticas.
- Espacios de taller para actividades proyectuales, experimentales, de representación, materialización y producción.
- Laboratorios de informática equipados para el desarrollo de actividades vinculadas con diseño gráfico, comunicación visual, producción y edición digital.
- Espacios destinados a prácticas de producción gráfica, fotográfica, audiovisual y digital, según los requerimientos de los espacios curriculares.
- Espacios y condiciones adecuados para actividades de impresión, prototipado, materialización y preparación de piezas gráficas.
- Condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.
- Condiciones de seguridad e higiene adecuadas.
- Iluminación y ventilación apropiadas.
- Sistemas de climatización.
- Sanitarios.
- Circulaciones y espacios de uso común.
- Señalización y condiciones de accesibilidad y evacuación.

8.1.2. Equipamiento

La institución dispone de equipamiento tecnológico y técnico destinado al desarrollo de las actividades formativas, cuya disponibilidad y actualización deberá adecuarse a las características de la carrera y a la evolución de las tecnologías propias del campo profesional. Comprende:

- Equipamiento informático adecuado para diseño, edición, maquetación, producción y procesamiento de contenidos gráficos y digitales.

- Monitores y dispositivos de visualización adecuados para actividades de diseño, edición y presentación de proyectos.
- Tabletas digitalizadoras y dispositivos de interacción para dibujo, ilustración y producción gráfica.
- Dispositivos de captura fotográfica y audiovisual para las actividades previstas en el plan de estudios.
- Equipamiento básico de iluminación para producción y registro fotográfico y audiovisual.
- Impresoras y dispositivos para la producción, prueba y materialización de piezas gráficas.
- Equipamiento de proyección y presentación audiovisual.
- Herramientas y elementos de taller para actividades de experimentación, materialización, prototipado, encuadernación y producción.
- Equipamiento y recursos para preparación y verificación de archivos destinados a impresión y publicación digital.
- Conectividad y recursos de red necesarios para el desarrollo de actividades digitales, colaborativas y de intercambio de archivos.
- Software y aplicaciones específicas para diseño gráfico, edición y tratamiento de imágenes, ilustración, maquetación editorial, producción de contenidos digitales, presentación y publicación.
- Recursos tecnológicos para la organización, almacenamiento, respaldo, presentación, evaluación y socialización de producciones y proyectos.
- Recursos y dispositivos necesarios para el acceso, utilización y actualización de tecnologías digitales y herramientas de inteligencia artificial vinculadas con las prácticas de diseño, producción y comunicación, de acuerdo con criterios de uso responsable.

Equipamiento tecnológico sugerido: sin constituir una condición excluyente para la implementación de la carrera, se recomienda incorporar progresivamente, de acuerdo con las posibilidades institucionales y la evolución del campo profesional, computadoras y periféricos adecuados para diseño y producción digital, tabletas digitalizadoras, dispositivos de captura fotográfica y audiovisual, equipamiento básico de iluminación y sonido, dispositivos y recursos para impresión, materialización y prototipado, y tecnologías destinadas a la producción, visualización y presentación de piezas y contenidos de comunicación gráfica y digital.

La incorporación, actualización y renovación del equipamiento se realizará de manera progresiva, atendiendo a las necesidades formativas, la disponibilidad institucional y las transformaciones tecnológicas del campo profesional. Los recursos podrán ser propios, compartidos o gestionados mediante acuerdos institucionales, siempre que se garantice el

acceso efectivo de los estudiantes a las experiencias formativas previstas en el plan de estudios.

8.2 Perfiles docentes necesarios para cubrir los espacios curriculares

El perfil profesional docente establecido para cada espacio curricular debe ser considerado prioritario al momento de asignar las horas del mismo. Se priorizará a los postulantes con formación docente acreditable, con conocimiento, posgrado, antecedentes y/o experiencia en el campo (Decreto 530-DGE-2018). En los espacios curriculares de práctica profesionalizante, la experiencia laboral en el campo de formación es excluyente. Los espacios con sus perfiles docentes correspondientes son los siguientes:

Espacio curricular	Perfil estrictamente concurrente	Perfil supletoriamente concurrente
Introducción al Diseño	- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Diseñador Industrial con formación pedagógica.- Diseñador Multimedial con formación pedagógica.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Herramientas Digitales	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Diseñador Multimedial con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador Industrial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Técnicas de Representación	- Profesor de Artes Visuales con formación específica en representación.- Profesorado de Grado Universitario en Artes Visuales.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Diseñador Industrial con formación pedagógica.	- Licenciado en Artes Visuales.- Profesor de Artes Plásticas.- Licenciado en Artes Plásticas.- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Técnico Superior en Artes Visuales.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.- Licenciado en Diseño.
Historia, Cultura y Sociología de la Imagen y el Diseño	- Profesor Universitario en Historia del Arte.- Profesor de Artes Visuales y/o Plásticas.- Profesor de Sociología.- Profesor de Filosofía.	- Licenciado en Historia del Arte.- Licenciado en Historia.- Licenciado en Artes Visuales y/o Plásticas.- Licenciado en Sociología.- Licenciado en Filosofía.- Diseñador Gráfico con

		formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Licenciado en Diseño.
Psicología de la Percepción y Semiótica Visual	- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño con formación específica en percepción/semiología.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica y formación específica en percepción/semiología.- Profesor de Psicología.- Profesor de Lengua/Letras con formación específica en semiótica.	- Licenciado en Psicología.- Licenciado en Letras.- Licenciado en Comunicación Social.- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Licenciado en Diseño.
Inglés Técnico	- Profesor de Inglés.- Licenciado en Inglés con formación pedagógica.	- Técnico Superior en Inglés.- Traductor Público de Inglés.- Profesor Universitario en Lengua Inglesa.
Comunicación y Alfabetización Académica y Digital	- Profesor de Lengua y Literatura.- Profesor de Letras.- Profesor de Comunicación Social.- Licenciado en Letras con formación pedagógica.	- Licenciado en Letras.- Licenciado en Lengua y Literatura.- Licenciado en Comunicación Social.- Licenciado en Ciencias de la Comunicación.- Profesor de Filosofía.- Licenciado en Filosofía.
Comunicación, Medios y Nuevas Tecnologías	- Profesor de Comunicación Social.- Licenciado en Comunicación Social con formación pedagógica.- Profesor Universitario en Comunicación.	- Licenciado en Comunicación Social.- Licenciado en Comunicación Digital.- Licenciado en Publicidad.- Licenciado en Marketing.
Metodología del Diseño y Técnicas de Creatividad	- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Diseñador Industrial con formación pedagógica.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Tecnología Básica	- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador Industrial con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Tipografía Básica	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador Industrial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Práctica Profesionalizante I	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica y experiencia profesional.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica y experiencia profesional.- Profesor Universitario de	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.

	Grado Universitario de Diseño con experiencia profesional.	
Diseño Gráfico y Digital I	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador Industrial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Herramientas Digitales para el Diseño I	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador Multimedial con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador Multimedial.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital I	- Profesor de Artes Visuales.- Profesorado de Grado Universitario en Artes Visuales.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.	- Licenciado en Artes Visuales.- Profesor de Artes Plásticas.- Licenciado en Artes Plásticas.- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Técnico Superior en Artes Visuales.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.- Licenciado en Diseño.
Fotografía para Diseño Gráfico y Digital	- Profesor de Fotografía con formación pedagógica.- Técnico Superior en Fotografía Creativa y Diseño con formación pedagógica.- Técnico Superior en Fotografía Profesional con formación pedagógica.	- Técnico Superior en Fotografía Creativa y Diseño.- Técnico Superior en Fotografía Profesional.- Técnico/a Superior en Cine, Video y Televisión.- Diseñador Gráfico con formación específica en fotografía.
Geometría y Matemática Aplicadas al Diseño Gráfico y Digital	- Profesor de Matemática.- Profesor de Matemática y Física.- Arquitecto con formación pedagógica.	- Licenciado en Matemática.- Arquitecto.- Ingeniero Industrial.- Ingeniero Civil.- Diseñador Industrial.- Licenciado en Diseño Industrial.
Tecnología para Gráfica	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Diseñador Industrial con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Técnicas de Materialización y Prototipado	- Diseñador Industrial con formación pedagógica.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.

Dirección de Arte y Conceptualización Visual	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Diseño aplicado a Producciones Regionales	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica y experiencia profesional.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica y experiencia profesional.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Tipografía Avanzada: Arquitectura de la Información Visual	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Práctica Profesionalizante II	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica y experiencia profesional.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica y experiencia profesional.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño con experiencia profesional.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.
Diseño Gráfico y Digital II	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.
Herramientas Digitales para el Diseño II	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador Multimedial con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador Multimedial.- Diseñador en Comunicación Visual.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.
Técnicas de Representación para Diseño Gráfico y Digital II	- Profesor de Artes Visuales.- Profesorado de Grado Universitario en Artes Visuales.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica.	- Licenciado en Artes Visuales.- Profesor de Artes Plásticas.- Licenciado en Artes Plásticas.- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Industrial.- Diseñador Industrial con orientación en Gráfica.- Técnico Superior en Artes Visuales.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.- Licenciado en Diseño.
Ética, Ciudadanía y Responsabilidad Profesional	- Profesor de Filosofía.- Licenciado en Filosofía con formación pedagógica.- Profesor de Ciencias de la Educación.	- Licenciado en Filosofía.- Licenciado en Ética Aplicada.- Abogado.- Licenciado en Sociología.- Licenciado

		en Ciencia Política.- Licenciado en Ciencias de la Educación.
Mercadotecnia para PYMES: Emprendedorismo, Gestión de Proyectos y Microemprendimientos	- Licenciado en Administración con formación pedagógica.- Licenciado en Marketing/Comercialización con formación pedagógica.- Profesor Universitario en Administración/Marketing.	- Licenciado en Marketing.- Licenciado en Comercialización.- Licenciado en Administración.- Contador Público.- Licenciado en Economía.
Producción WEB	- Diseñador Multimedial con formación pedagógica.- Diseñador Gráfico con formación pedagógica y formación específica en diseño web.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica y formación específica en diseño web.- Profesor Universitario de Diseño con formación específica en medios digitales.	- Diseñador Multimedial.- Diseñador Gráfico con formación específica en diseño web.- Diseñador en Comunicación Visual con formación específica en diseño web.- Técnico Universitario en Producción Audiovisual.- Técnico Universitario en Realización Audiovisual.- Licenciado en Diseño con formación específica en medios digitales.
Práctica Profesionalizante III	- Diseñador Gráfico con formación pedagógica y experiencia profesional.- Diseñador en Comunicación Visual con formación pedagógica y experiencia profesional.- Profesor Universitario de Grado Universitario de Diseño con experiencia profesional.	- Diseñador Gráfico.- Diseñador en Comunicación Visual.- Diseñador Multimedial.- Licenciado en Diseño.- Técnico Superior en Diseño Gráfico.

IX. OTRAS CONSIDERACIONES

9.1 Curso de ingreso

El ingreso a la carrera se registrará por el Régimen Académico Marco, la normativa jurisdiccional vigente y las disposiciones institucionales correspondientes. Los aspirantes deberán acreditar los requisitos establecidos para el ingreso a carreras de nivel superior, incluyendo la acreditación del nivel secundario, la inscripción en los plazos y medios establecidos y el cumplimiento de las condiciones administrativas, documentales y de aptitud psicofísica que correspondan.

Asimismo, la jurisdicción podrá establecer dispositivos de ingreso, nivelación y evaluación de competencias generales y específicas, orientados a favorecer la articulación con el nivel secundario y acompañar el ingreso a la formación superior. Estos podrán

contemplar instancias de comprensión y producción de textos, razonamiento lógico y resolución de problemas, así como otros saberes vinculados con la especificidad de la carrera.

Para las personas mayores de 25 años que no hayan acreditado el nivel secundario, se aplicarán las instancias y procedimientos establecidos por la normativa nacional y jurisdiccional vigente. En el caso de estudios secundarios realizados en el extranjero, deberá cumplirse con los procedimientos de reconocimiento, convalidación o revalidación correspondientes.

Como referencia, al momento de elaboración de este diseño curricular se encuentra vigente la RESOL-2025-4708-E-GDEMZA-DGE, sin perjuicio de las modificaciones, actualizaciones o nuevos dispositivos jurisdiccionales que pudieran establecerse para las cohortes posteriores.

9.2 Convenios para la realización de prácticas profesionalizantes

La implementación y sustentabilidad de la Tecnicatura Superior en Diseño en Comunicación Gráfica y Digital requiere, además de las condiciones institucionales del Instituto de Educación Superior, una articulación con organizaciones, empresas, estudios, agencias, instituciones, emprendimientos y otros actores vinculados con el diseño, la comunicación visual, la producción gráfica y digital y la generación de contenidos para diferentes medios y soportes.

En este marco, se promoverán convenios que permitan disponer de diversos entornos formativos, acordes con el perfil profesional y con los propósitos de las Prácticas Profesionalizantes, incluyendo organizaciones vinculadas con el diseño y la comunicación, estudios y agencias de diseño, áreas de comunicación institucional y comercial, empresas de producción gráfica y editorial, medios de comunicación, emprendimientos, instituciones culturales y otros ámbitos pertinentes.

Las Prácticas Profesionalizantes favorecerán la integración progresiva entre los aprendizajes desarrollados en el Instituto y situaciones profesionales reales o simuladas, posibilitando la participación en procesos de análisis, conceptualización, diseño, producción, materialización, adaptación, implementación, evaluación y documentación de proyectos de comunicación gráfica y digital, de acuerdo con el nivel de formación alcanzado.

Los acuerdos deberán contemplar condiciones de acompañamiento y supervisión institucional y profesional, así como pautas relativas a confidencialidad, protección de datos cuando corresponda, derechos de autor, licencias, propiedad intelectual y uso responsable de recursos, contenidos y tecnologías digitales. Las actividades serán planificadas y evaluadas en articulación con la institución formadora, garantizando su pertinencia respecto del plan de estudios y de las competencias previstas para cada instancia de práctica.

La articulación con el sector socioproductivo permitirá actualizar las experiencias formativas en función de las transformaciones de las prácticas de diseño, comunicación y producción gráfica y digital, preservando la responsabilidad pedagógica y evaluativa del Instituto de Educación Superior.

9.3 Evaluación de la carrera

El seguimiento y evaluación de la carrera se desarrollará mediante procesos sistemáticos de relevamiento y análisis de información, orientados a valorar el desarrollo de la propuesta formativa, las trayectorias estudiantiles y el logro de los aprendizajes y competencias profesionales previstos. Los Institutos de Educación Superior podrán seleccionar las metodologías e instrumentos que consideren pertinentes, de acuerdo con las características de la carrera y de la institución, en el marco de la normativa jurisdiccional vigente.

9.3.1. En cuanto al ingreso a la carrera:

- Cantidad de aspirantes e ingresantes efectivamente matriculados.
- Resultados de las estrategias y dispositivos de ingreso, ambientación y nivelación implementados.
- Principales aprendizajes logrados y saberes que requieran fortalecimiento durante el primer año.
- Acciones institucionales destinadas al acompañamiento y seguimiento de las trayectorias de los estudiantes ingresantes.

9.3.2. En cuanto a la población estudiantil:

- Cantidad de estudiantes que efectivamente iniciaron el cursado.
- Cantidad de estudiantes que regularizaron y acreditaron las unidades curriculares correspondientes.

- Avance de los estudiantes en relación con la organización curricular y el régimen de correlatividades.
- Indicadores de permanencia, regularidad, avance y egreso de las trayectorias formativas.
- Acciones institucionales implementadas para acompañar las trayectorias y favorecer la permanencia y el egreso.

9.3.3. En cuanto al desarrollo de la propuesta formativa:

- Grado de cumplimiento de la organización curricular, distribución de las unidades curriculares, cargas horarias y prácticas previstas en el Diseño Curricular.
- Valoración de la articulación entre los campos de formación y de la progresión de los aprendizajes y competencias profesionales.
- Identificación de fortalezas, dificultades y aspectos susceptibles de mejora en el desarrollo de la propuesta formativa.
- Valoración de la articulación entre los saberes teóricos, prácticos y profesionales.
- Acciones institucionales implementadas para fortalecer el desarrollo de la propuesta formativa.

9.3.4. En cuanto a las Prácticas Profesionalizantes:

- Cantidad de estudiantes que desarrollaron las Prácticas Profesionalizantes previstas.
- Disponibilidad, pertinencia y adecuación de los entornos formativos para el desarrollo de las prácticas.
- Cantidad y características de las instituciones, organizaciones y ámbitos con los que se establecieron acuerdos para su desarrollo.
- Valoración de las experiencias de práctica por parte de estudiantes, docentes, tutores e instituciones u organizaciones receptoras.
- Grado de progresión en el desarrollo de las capacidades y competencias profesionales previstas.
- Identificación de fortalezas y aspectos a mejorar en los dispositivos de práctica y en su articulación con los ámbitos profesionales.

9.3.5. En cuanto a la evaluación y mejora de la propuesta:

- Resultados de los procesos de evaluación de los aprendizajes y del desarrollo de las competencias profesionales.

- Identificación de dificultades recurrentes en los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- Valoración de la pertinencia y actualización de la formación en relación con las características y requerimientos del campo profesional.
- Acciones institucionales implementadas para fortalecer la calidad y pertinencia de la propuesta formativa.
- Propuestas de mejora y ajustes derivados de los procesos de seguimiento y evaluación.