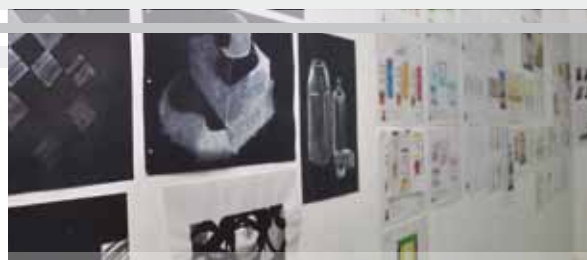


> DISEÑO CURRICULAR



Tecnicatura en

Diseño de Marcas y Envases

Título: Técnico en Diseño de Marcas y Envases

> DISEÑO CURRICULAR

2.1 IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

TECNICATURA EN DISEÑO DE MARCAS Y ENVASES – Expediente ME N° 10532/2010.

2.2 NIVEL DE LA CARRERA

Carrera de PREGRADO

2.3 OBJETIVOS DE LA CARRERA

La Tecnicatura se concentra en la problemática de marcas y envases con una fuerte formación en diseño como instrumento estratégico de desarrollo. El objetivo es formar profesionales con recorrido académico específico para que comprendan el medio productivo y el entorno cultural -en el que las prácticas profesionales se dan lugar- como un conjunto integrado, interpretando los requerimientos de la industria y elaborando propuestas innovadoras sustentables.

2.4 PERFIL DEL TÍTULO

Adquisición de una sólida formación teórica y práctica en el área de la diseño de marcas y envases. En virtud de este objetivo, la formación de los Técnicos en Marcas y Envases se orienta sobre los siguientes ejes:

Conocimientos

- Desarrollo de conocimiento proyectual específico de la disciplina y construcción de un pensamiento proyectual propio que le permita proyectar formas en el tiempo y el espacio.
- Conocimiento del manejo de los sistemas de representación.
- Conocimientos del manejo y desarrollo de nuevas tecnologías de procesos y materiales de la industria y la habilidad para analizar y sintetizar sus potencialidades, limitaciones y riesgos de uso
- Conocimientos de informática y sus aplicaciones en el campo del diseño y habilidad para buscar, procesar, generar formas y estructuras y usar la información en la construcción del conocimiento proyectual.
- Conocimiento de los principios y fundamentos de la producción y generación de las formas, así también como de los fenómenos vinculados a los procesos perceptivos y otras teorías aplicadas al diseño y la morfología.
- Conocimiento de las tecnologías de tipografía y sus aplicaciones al diseño de marcas y envases.
- Conocimientos básicos de ergonomía, que permitan desarrollar habilidades para favorecer las relaciones entre los objetos y los sujetos destinatarios de los mismos.
- Conocimientos de economía y su relación con el desarrollo sustentable y la reconversión industrial.
- Conocimientos de física y química aplicada, así como también de ingeniería de los alimentos aplicado al uso de materiales y tecnologías de envasado.
- Conocimiento sobre heurística como forma de pensamiento, estudio de modelos y herramientas cognitivas para el planteo de nuevos problemas de diseño.
- Conocimiento de comunicación y sociología de las marcas.

- Conocimientos de historia del diseño.
- Conocimientos de gestión estratégica de diseño y de tecnologías para la innovación.

Habilidades y capacidades

- Habilidad para el manejo y aplicación de herramientas técnicas.
- Habilidad para operar creativamente equipo y programas de diseño.
- Habilidad para desempeñar roles, en los distintos momentos del proceso de diseño.
- Habilidad en la producción y realización de proyectos, y la evaluación de problemas y ventajas en las cadenas productivas.
- Habilidad en la detección de nichos de potenciales necesidades de productos y acciones de diseño en el hábitat donde se inscriben sus prácticas.
- Habilidad para investigar sobre las necesidades y demandas del mercado en cada desarrollo de diseño.
- Habilidad para conectarse con la comunidad en general, y con los posibles usuarios en particular.
- Valores y actitudes
- Actitud ética en la práctica profesional, responsabilidad social en cualquier nivel de actuación de sus intervenciones.
- Predisposición a participar activamente en colegios profesionales, consejos, y /o asociaciones de profesionales afines en pos del beneficio de sus integrantes.
- Atención y valoración de las costumbres y prácticas sociales
- Actitud pro activa, considerando a los diferentes agentes sociales como actores de su propio desarrollo.
- Actitud de respeto por los recursos naturales y por su conservación, en un marco de planificación de estrategias de uso sustentable desde el punto de vista ecológico, económico y productivo en el diseño de marcas y envases.
- Actitud para la experimentación, innovación e investigación en ciencia y tecnología de diseño y desarrollo sustentable en la industria de los envases.
- Actitud de análisis crítico como agente cultural transformador de su entorno.
- Actitud de compromiso de actualización permante e incorporación de nuevos conocimientos manteniendo prácticas de aprendizaje.

2.5 ALCANCE DEL TÍTULO

Las actividades profesionales reservadas al título de Técnico en Diseño de Marcas y Envases son:

1. Participar conjuntamente con profesionales de la ingeniería Industrial en la conceptualización, diseño y producción de objetos y prácticas de diseños tendientes a insertarse en el campo productivo.
2. Integrar equipos profesionales que presten servicios
 - 2.1 Atendiendo líneas de producción, laboratorios de control e investigación.

En procesos de gestión cultural y productiva, atendiendo al área específica de diseño en relación a la industrial.

3. Colaborar con profesionales de Ingeniería Industrial:

3.1 en el análisis, investigación, asesoría, planificación, evaluación y difusión de programas de diseños vinculados al campo productivo.

3.2 en la realización de estudios de factibilidad, dirección, implementación, y operación de procesos de producción de bienes industrializados y la administración de los recursos destinados a la producción de dichos bienes

4. Desempeñarse como docente y/o investigador.

5. Proponer acciones de extensión y transferencia de los conocimientos relacionados con el diseño.

2.6 REQUISITO DE INGRESO A LAS CARRERAS

Los requisitos que deben reunir los aspirantes a ingresar a la carrera son los establecidos en los art. 113 Y 117 del Estatuto de la Universidad, es decir:

“... haber aprobado el nivel medio de enseñanza, y/o cumplir con las condiciones de admisibilidad que establezca el Consejo Superior, en concordancia con lo dispuesto por el artículo 7 de la Ley de Educación Superior N° 24.521.” (art. 113) y aquellos que “...sin reunir los requisitos del artículo 113 del presente Estatuto, sean mayores de veinticinco (25) años y posean a criterio de la Institución los conocimientos, capacidades, preparación o experiencia laboral suficientes para cursar los estudios satisfactoriamente, de acuerdo a las previsiones que al efecto establezca el Consejo Superior” (art.117).

2.7 ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

La presente propuesta de plan de estudios se organiza en función de una secuencia articulada de conocimientos y se estructura como una currícula semiflexible.

Se pretende satisfacer, por un lado los requerimientos de formación para la Tecnicatura de Diseño de Marcas y Envases a través de una oferta académica que garantice los contenidos básicos disciplinarios. Por otro, se pretende que el plan mantenga una flexibilidad de apertura a la profundización e inclusión de nuevos conocimientos. Para acceder al título de Técnico en Marcas y Envases, el estudiante deberá realizar un Trabajo Final de carrera, llevado a cabo de alguna de las áreas de la Universidad Nacional de Avellaneda.

ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIO

La propuesta tiene un cuerpo compuesto por asignaturas obligatorias y un cuerpo de asignaturas electivas organizadas por orientaciones temáticas.

Las áreas del conocimiento que integran esta tecnicatura son:

- Pensamiento proyectual
- Física y química
- Pensamiento crítico y humanidades
- Tecnologías y herramientas para la producción e innovación

Se prevé una carga horaria de 1936 horas en asignaturas.

Distribución de la carga horaria

	N° Cod.	ASIGNATURA	Total Semanas	Semanas	Total
1er. AÑO	1	Pensamiento Proyectual I	4	16	64
	2	Sistemas de Representación I	4	16	64
	3	Tipografía I	3	16	48
	4	Historia del Diseño	3	16	48
	5	Física y Química aplicada	3	16	48
		Taller de informática	2	16	32
	TOTAL HORAS 1er. CUATRIMESTRE				304
	6	Comunicación	2	16	32
	7	Pensamiento Proyectual II	4	16	64
	8	Sistemas de Representación II	4	16	64
	9	Tipografía II	3	16	48
	10	Morfología I	4	16	64
		Idioma nivel 1	2	16	32
		Trabajo Social Comunitario			32
	TOTAL HORAS 2do. CUATRIMESTRE				336
	TOTAL DE HORAS ANUALES				640
2do. AÑO	11	Diseño de marcas y envases I	4	16	64
	12	Morfología II	4	16	64
	13	Economía	2	16	32
	14	Ingeniería de los Materiales	4	16	64
	15	Ingeniería de productos a envasar	2	16	64
		Idioma nivel 2	2	16	32
	TOTAL HORAS 1er. CUATRIMESTRE				320
	16	Sistemas de Representación III	3	16	48
	17	Sociología de la cultura	2	16	32
	18	Diseño de marcas y envases II	4	16	64
	19	Morfología III	4	16	48
	20	Técnicas de Producción I	3	16	48
	21	Tecnología en Procesos y Materiales I	4	16	48
		Trabajo Social Comunitario			32
	TOTAL HORAS 2do. CUATRIMESTRE				320
	TOTAL DE HORAS ANUALES				640

	N° Cod.	ASIGNATURA	Total Semanas	Semanas	Total
3er. AÑO	22	Diseño de Marcas y Envases III	4	16	64
	23	Diseño sustentable	3	16	48
	24	Tecnología de Procesos y Materiales II	3	16	48
	25	Técnicas de Producción II	3	16	48
	26	Ergonomía	4	16	64
	27	Metodología de la Investigación	2	16	32
		Asignatura electiva grupo I	2	16	32
	TOTAL HORAS 1er. CUATRIMESTRE				336
	28	Heurística	3	16	48
	29	Tecnología para la innovación	2	16	32
	30	Diseño de marcas y envases IV	3	16	48
	31	Laboratorio experimental de Procesos y Materiales	4	16	64
		Asignatura electiva grupo II	2	16	32
		Asignatura electiva grupo III	2	16	32
		Trabajo Social Comunitario			48
	TOTAL HORAS 2do. CUATRIMESTRE				316
	TOTAL DE HORAS ANUALES				656

Total de Horas: 1936

Asignaturas electivas

GRUPO I

- Taller de Ilustración
- Taller de Fotografía
- Taller de dibujo de figura humana
- Taller de prototipos

GRUPO II

- Historia de la Industria Nacional
- Historia del Arte
- Antropología de la cultura contemporánea
- Sociología ambiental
- Ecología general

GRUPO III

- Publicidad
- Marketing
- Comercialización
- Técnicas de liderazgo
- Estudio de las cadenas de producción
- Micro empresa
- Química de la contaminación
- Redes sociales y cooperación

ACTIVIDADES PREVISTAS

Actividades previstas a realizar: clases teóricas, clases prácticas, clases teórico práctica. seminarios, talleres, laboratorios, trabajo de campo, práctica pre profesional supervisada, clases magistrales, sistema de tutoría, workshops, etc.

CONTENIDOS MÍNIMOS

PRIMER AÑO

1. PENSAMIENTO PROYECTUAL I.

Caracteriza una forma de pensar las ideas y su desarrollo. El diseño como un pensar-hacer. Una acción teológica (Simon), proceso causal que parte de condiciones iniciales hacia una situación de satisfacción de las condiciones iniciales. Operatorias de diseño. Análisis de condicionantes y referentes. Metodologías de diseño y acción proyectual. El conocimiento procedimental como consecuencia de la práctica de resolución

de problemas de diseño, resoluciones objetuales donde el objeto de diseño es la solución.

El objetivo principal de este nivel es la comprensión de lo que significa hacer un proceso de diseño y del valor de aprendizaje que produce el mismo.

2. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN I.

La representación en 2 dimensiones. El dibujo como medio altamente económico de expresión. El dibujo como herramienta de pensamiento, prefiguración y representación de ideas y cosas.

El dibujo objetual y perceptual (perspectiva paralela, axonométricas, perspectiva clásica, cónica y con puntos de fuga, geometrías descriptivas, etc.) y sus aplicaciones.

Dibujo expresivo y dibujo técnico interrelación y diferencias. Materiales y soportes.

3. TIPOGRAFÍA I.

Orígenes de la lecto-escritura. Técnicas y soportes para la escritura y la imprenta. Evolución formal del signo escrito. Escritura romana, uncial, semiuncial, del medioevo, carlovingia, gótica, renacentista. Caligrafía. Historia del libro. La imprenta. Principales familias tipográficas. Estructura de los caracteres. Clasificación. Aspectos sensibles, geométricos y ópticos de la escritura y la tipografía. Forma y contraforma. Relación entre trazos.

4. HISTORIA DEL DISEÑO.

La materia se concibe con especial acento en la producción del siglo XX y su correlato con expresiones actuales. De ese modo busca fortalecer la noción de una historia propia de la disciplina, que es muy joven en su práctica y en su relato. Si, hasta hoy, el devenir del DI se sigue enseñando desde la historia de la Arquitectura o del Arte, esta materia propone una visión que se acerca a una historia de los objetos y supera así el punto de partida de la Revolución Industrial para entender el pensamiento intrínseco y el desarrollo de la práctica.

A pesar de su juventud académica, la Historia del Diseño Industrial tiende puentes inmejorables de observación y análisis crítico de la cultura contemporánea.

Utopías y República de Beimer, la Escuela de la Bauhaus, Ulm. Diseño de la estética y cultura del producto. Funcionalismo. Diseño en Alemania. Austria. Suiza. Italia. España. Francia. Escandinavia. EEUU. Japón

Expresiones del diseño contemporáneo. Arte y diseño conceptual. Pop, Dadá, Surrealismo, Futurismo, Formalismo Ruso.

Influencias, Memphis, Alchimia. Bolidismo, desmaterializaciones micro electrónicas, Hi tech, High tech.

5. FÍSICA Y QUÍMICA APLICADA

Estudio de materiales a partir del estudio de dinámica-estática-termodinámica y sonido aplicada a los objetos existentes y a diseñar. Clasificación de la materia prima, propiedades de los materiales, nociones generales sobre fenómenos químicos, elementos, estructura atómica, valencias. Compuestos principales, propiedades físicas, nociones sobre esfuerzos, relaciones. Propiedades tecnológicas y químicas.

6. COMUNICACIÓN

Modelos y teorías de la comunicación. Análisis de los discursos. Fundamentos teóricos de la práctica analítica. Nociones de semiótica: signo, código, canal, mensaje. Abordaje semiótico de la comunicación. La iconicidad. Fundamentos de la semiótica peirceana. La significación y la representación. La significación a través del interpretante. Interpretante inmediato, dinámico y final. Representación: el problema del objeto. Objeto dinámico y Objeto inmediato. Semiosis infinita. Tipos de signo: ícono, índice y símbolo. Cadena de enunciados y semiosis infinita. La trama enunciativa. Regularidades enunciativas: los géneros discursivos. Género y práctica social. Procesos de producción de sentido y dimensión significante. Semiosis social. Huellas de la enunciaci3n en el enunciado. Contratos de lectura. La lectura del texto y la competencia del lector. El texto audiovisual. Diferentes perspectivas de análisis del hecho audiovisual. Marcos teóricos y modelos de abordaje: estructural, crítico, sociológico, histórico. Hibridaci3n de los medios audiovisuales e interactivos. Minorías, diversidad, globalizaci3n y transnacionalidad. Nuevos medios y su lenguaje específico. La interfase.

7. PENSAMIENTO PROYECTUAL II

Investigaci3n y metodología del proyecto de diseño. Abordajes de temas y búsqueda de datos. Evaluaci3n de datos. Organizaci3n de un programa de necesidades. Del tema al problema: Metodología proyectual, investigaci3n de campo, modelos, fichas de análisis, del dibujo al proyecto. Evaluaci3n de propuestas. Objeto Epsilon.

8. SISTEMAS DE REPRESENTACI3N II

Paso de las técnicas manuales a la digitalizaci3n de la representaci3n.

Imágenes Vectoriales y Bitmap. Programas de dibujo 2D digital. Programas de modelado 3D digital. Importaci3n y exportaci3n de archivos. Modelado, iluminaci3n y materiales. Renderizado fotográfico. Armado de presentaciones impresas y/o digitales.

Representaci3n en 3 dimensiones

9. TIPOGRAFÍA II

Sistema tipográfico de medidas. Gama serial: inclinaci3n, tamaño, peso, ancho, interletrado. Variables espaciales: interlineado, justificaci3n y márgenes. Principios de composici3n tipográfica. La retícula como sistema tipográfico. La retícula básica. Las proporciones. Espaciado y correcci3n óptica de líneas y signos. La construcci3n de la mancha tipográfica. El color tipográfico. Texturas. Puesta en página. Jerarquizaci3n de textos.

Trabajo experimental de marcas y tipografía

10. MORFOLOGÍA I.

Establecer un marco conceptual que incluye la compresi3n y el ordenamiento, pero también la lógica y búsqueda de preguntas y respuestas promoviendo una actitud de reflexi3n y crítica.

La dimensi3n significativa es abordada en un nivel básico. El alumno es introducido al universo de la forma entendido como un signo, que es complejo, y que porta significados que pueden ser reconocidos y operados por el diseñador.

Generar procesos de sensibilización visual, promoviendo una experimentación e investigación sobre la forma.

Relacionar con aspectos perceptivos y conceptuales como: unidad-tensión, armonía, equilibrio, recorrido visual, la parte y el todo, pregnancia, etc.

Relacionar con aspectos perceptivos como: configuración, tamaño, textura, brillo, valor, color, posición, orientación, etc.

Proponer cromáticamente, reconociendo el problema generativo de la forma, la organización y relación de sus partes, la estructura y el recorrido visual.

SEGUNDO AÑO

11. DISEÑO DE MARCAS Y ENVASES I.

Diseño de marcas y envases. Orientar las intervenciones y criterios proyectuales que consideren el sistema total de embalajes y acompañen al producto desde el lugar de producción hasta el del consumo final en un compromiso con la preservación del medio ambiente.

Principios de sustentabilidad. Proyecto y preservación ambiental. Sistema primario, secundario y terciario. Tipos de embalajes. Pertinencia, usabilidad y comunicación gráfica y física del producto. Identidad corporativa. Marca como objeto total. Perfil del cliente y valor agregado.

Gráfica y producto, relaciones indisolubles, la totalidad como objeto de comunicación. Sistema marca-objeto.

Nivel I: marcas y envases contenedores de sólidos

12. MORFOLOGÍA II.

Introducción y desarrollo en el problema de la significación de la forma. Comprender los elementos constitutivos de la forma como signo individual y, al mismo tiempo, la relación compleja entre las formas que integran el sistema del habitar. Promover la investigación, el análisis y la búsqueda entorno a estas problemáticas. Lograr una estructuración de la información-formal, en el mensaje gráfico. Aproximación al desarrollo y el manejo de tipografía como canal de comunicación y recurso básico en el mensaje gráfico. Relación texto-imagen. Aproximación al problema del espacio tridimensional, desde lo perceptivo, lo conceptual y lo sensible.

13. ECONOMÍA

Aspectos principales de la administración, la organización empresarial, la toma de decisiones organizacionales orientados hacia la innovación. Principios contables, conceptos básicos y registros contables, estados financieros, componentes de costos industriales. Gestión de marketing, tipos de mercado, modelos de conducta de compra, fuerzas competitivas, ciclos de vida de un producto, elección de mercado, meta segmentación, mix de marketing.

Finanzas, planificación, gestión, control, criterios de análisis de inversiones industriales, financiamiento, riesgo, retorno, efectos de inflación, estructura financiera para PYMES.

14. INGENIERÍA DE LOS MATERIALES

Procesamiento de los materiales. Selección de materiales por condiciones y servicios. Estudio de sustan-

cias, bases y estados. Evaluación de resultados para el uso según estudios de efectividad técnico-económica y de incidencia ambiental para el desarrollo y la utilización de materiales. Aplicación y optimización de procesos aplicados a su producción. Optimización del rango de uso. Nanotecnologías.

15. INGENIERÍA DE PRODUCTOS A ENVASAR.

Relación bromatología-tecnología industrial de las sustancias a envasar destinadas a mercados de farmacia, bioquímica, cosmética, alimentos. CAA. Definición, estructura y contenidos. Alcances, organización y actualización.

Normas para la rotulación y publicidad de productos según CAA, según otras cámaras de la industria. Definiciones.

Principios generales Información obligatoria. Rotulación facultativa.

Información obligatoria. Rotulado nutricional: presentación del contenido de nutrientes, tolerancias y cumplimientos. Defensa del consumidor y lealtad comercial.

Hermeticidad, barreras, migración, materiales, condiciones que tienen que cumplir los envases para conservar un producto perecedero y no perecedero con fecha de caducidad efectiva. Vida útil de una sustancia y como debe acompañar el envase al mismo para poder cumplirla. Legislación aplicable tanto nacional como internacional.

Tipos o grupos de sustancias y características que deben reunir los envases para conservar a los mismos una vez envasados hasta completar su vida útil. Modelos de líneas de envasado.

16. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN III

Trabajos en 3D, soportes físicos, manejo de programas para desarrollo 3D y su traslación a maquetas. Maquetería general. Materiales y herramientas. Procesos de producción. Formas de presentación, usos y utilidades de la maqueta. Prototipos.

17. SOCIOLOGÍA DE LA CULTURA

Aproximación al concepto de "lo social". La sociología y el análisis de la cultura (Bourdieu). Las prenociones sobre el mundo del análisis sociológico de la cultura. Nociones sobre la conformación de espacios: campus, habitus y capital específico, aplicación de esta mirada a la producción cultural. Capital cultural y simbólico. Grupos e instituciones. Las instituciones modernas en la producción cultural: los mercados y las instituciones políticas y sociales. Las relaciones de dominación y Poder en el mundo cultural latinoamericano. La autonomía relativa como variable social e histórica. El rol de la cultura en el cambio social. La cuestión de la hegemonía en la producción cultural.

18. DISEÑO DE ENVASES Y MARCAS II

Diseño de marcas y envases contenedores de líquidos. Forma y función para el estado de la sustancia. Connotación y denotación del objeto. Casos ejemplares de diseño. Forma y movimiento. Funcionalidad. Familia de productos. Superficie y contenido.

19. MORFOLOGÍA III

Condicionantes y connotación de la forma. Forma y expresión. Tipologías formales. Familia de productos.

Percepción y morfología. Significación de la forma. Comprender los elementos constitutivos de la forma como signo individual y, al mismo tiempo, la relación compleja entre las formas que integran el sistema del habitar; no solo objetos de diseño industrial sino también de otras áreas como la indumentaria, la arquitectura y la comunicación visual. Se pretende que el alumno desarrolle una mirada amplia e integradora que enriquezca su formación sin perder especificidad. Introducción al análisis en el nivel denotativo y connotativo de la forma. El rol de la comunicación.

20. TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN I

Diseño y procesos de producción. Organización interna del trabajo. Cadenas de producción. Proveedores. Tercerización de productos, acciones, desarrollos. Logística. Financiación. Organismos de financiación del Estado, organismos de financiación privados. Subsidios. Presentación y evaluación de proyectos.

21. TECNOLOGÍA DE PROCESOS Y MATERIALES I.

Minerales y plásticos: composición y tipo de material. Proceso de fabricación. Clasificación de la producción, procesos de moldeo, características de materiales, contracciones, tensiones, humedad, temperatura, acabado en superficies, acabados internos, costos relativos.

TERCER AÑO

22. DISEÑO DE MARCAS Y ENVASES III

Diseño de envases y marcas contenedores de sustancias mixtas. La ambivalencia de lo blando. Materiales blandos. Función y presentación del producto. Variación y estandarización.

23. DISEÑO SUSTENTABLE

Relación ambiente-desarrollo sustentable. Sustentabilidad. Conservar, preservar, proteger: marco teórico-conceptual. Población humana, tamaño, estructura, distribución. Contaminación: concepto, tipos y fuentes. Riesgo, peligro, daño, alternativas de reducción. Problemas medioambientales y recursos: Conflictos. Actividades impactantes, degradación ambiental. Ecosistema antrópico: La ciudad como ecosistema, problemas en las ciudades, y en los países en vías de desarrollo. Estudio de casos: AMBA. Metabolismo urbano. Impacto ambiental: Índices e indicadores de calidad ambiental. Política ambiental: introducción y principios, instrumentos, políticas gubernamentales, problemas, dominio, jurisdicción. Gestión ambiental: paradigmas e incumbencias, cumbres internacionales.

24. TECNOLOGÍA DE PROCESOS Y MATERIALES II.

Metales, maderas y cartones: composición y tipos de material. Proceso de fabricación. Clasificación de la producción, procesos de moldeo, características de materiales, contracciones, tensiones, humedad, temperatura, acabado en superficies, acabados internos, costos relativos. Papel.

25. TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN II

Gestión y seguimiento de producto. Procesos formales e industriales de producción. Análisis de los objetos con valor agregado: el objeto de diseño, producto. Reorganización y potencial económico del valor intangible en el objeto.

Fundamentos del mercado, comportamiento del consumidor. Plan de necesidades requeridas, gestión de servicio en la estrategia organizacional, proceso de investigación de mercados, curva de demanda, mercadeo comparativo. Comportamiento y liderazgo organizacional, control de gestión, gestión de producción y operaciones.

26. ERGONOMÍA.

Aplicada a métodos proyectuales, análisis de hábitos, movimientos y comportamientos humanos en general. Sus relaciones con los objetos y el entorno donde los mismos se inscriben. Antropometría. Dimensiones y escalas. Funciones de ergonomía. Salud, seguridad, eficiencia y placer en la vida con los objetos.

27. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Abordaje científico de la realidad social. Elementos básicos de la metodología de la investigación, su conceptualización, las diferentes fases, sus dilemas, límites y contribución al avance del conocimiento de la sociedad y la cultura. Los paradigmas de la investigación social. Teoría y Método científico. Técnicas de investigación.

28. HEURÍSTICA.

Heurística del diseño. El pensar. Concepto de modelo. Referentes y condicionantes del diseño. Construcción del sujeto que diseña. Relaciones sujeto-objeto. El diseño y las ciencias de lo impreciso (Moles) Teoría de los modos del pensar (Breyer)

Pasos hacia la construcción y planteo de problemas. Justificación y contexto de referencia.

29. TECNOLOGÍA PARA LA INNOVACIÓN.

Creatividad y procesos de innovación. Mitos entorno a la innovación en la producción. Parámetros de complejidad. Planificación estratégica del producto. Cadena de valor. Factores estratégicos e innovación tecnológica. Niveles y alcances en la innovación. Aspectos y evaluación de procesos. Modalidades alternativas de producción y procesos. Actores públicos y privados. Análisis de casos. Análisis de resultados. Productos.

30. DISEÑO DE ENVASES Y MARCAS IV.

Construcción de la marca mediante el envase. Casos típicos de indentificación. Forma, textura, materiales, sensaciones, uso intensivo del color. Distintividad. Figura, fondo. Construcción del envase y el producto mediante la marca. La comunicación y la escala.

31. LABORATORIO EXPERIMENTAL DE PROCESOS Y MATERIALES.

El laboratorio busca alcanzar nuevos usos a materiales disponibles, aplicación de nuevas tecnologías en el proceso de materiales. Desarrollo y sustentabilidad.

32. IDIOMA EXTRANJERO

ESTRUCTURACIÓN: Oración simple y oración compuesta. Frases nominales y verbales. Análisis e interpretación de sus componentes. Usos del diccionario.

EL PRONOMBRE: Personales (sujeto y objeto). Posesivos. Reflexivos. Determinativos. Indefinidos. Cuantitativos. Relativos (Expresados o no).

EL SUSTANTIVO: Terminaciones plurales. Usos del artículo definido e indefinido. El genitivo. Formación "ing" en función del sustantivo. Sufijos. El sustantivo en función de modificador.

EL VERBO AUXILIAR: Usos y funciones. Auxiliar enfático.

EL VERBO: El imperativo. Verbos regulares e irregulares. Be. Have. Do . There + Be.

TIEMPOSVERBALES: Presente. Pretérito y futuro. Indefinidos. Modos potenciales, continuos y perfectos.

EL ADJETIVO: Invariabilidad en género y número. Posesivos. Demostrativos. Indefinidos y numerales. Formaciones activas y pasivas "ing.led". Otras formaciones a partir de sustantivos y verbos. Grados de comparación. Cláusulas adjetivas. Formación de verbos con "Get/Go/Tum/Become, etc. + adjetivo". Paralelismo.

33. INFORMÁTICA

WINDOWS: el escritorio - El explorador - Panel de control Internet Explorer

WORD: Formato, carácter y párrafo – Ortografía – Tablas - Estilos - Imágenes y graficas - Cartas Modelos

POWER POINT: Trabajar con texto - Trabajar con diapositivas - Manejar objetos - Animaciones y transiciones

EXCEL: Empezando a trabajar con Excel - Formato de celdas – Formulas – Funciones . Formato de hoja – Gráficos

ACCESS: Terminología usada en bases de datos - Creación de una base de datos - Crear tablas de datos – Consultas – Formularios – Informes

INTERNET: Conceptos de ADSL, HTTP, URL, HTML, TCP e IP. - Formatos de Archivos - Servicios de Internet, Correo www..... - Los buscadores - Virus.

34. TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO

Practica que se desarrolla desde el comienzo de la carrera y tiene como principal objetivo producir la construcción, en el estudiante, de fuertes lazos comunitarios y actitud de involucramiento con la realidad social.

Busca generar en el futuro profesional conductas solidarias y de fuerte compromiso social inculcando valores que lo transforme en agente de cambio social en beneficio del conjunto participando en su comunidad activamente.

El trabajo Social Comunitario, junto a la formación, académica es instrumento para la realización de los propósitos centrales de toda universidad

- La formación de personas de alta calidad ética política y profesional.
- La generación y adecuación de conocimientos.
- La conservación de la cultura.
- La participación activa liderando procesos de cambio por el progreso de la calidad de vida de la comunidad en la que se inserta

Sería casi imposible concretar estos propósitos sin considerar un trabajo que permita un profundo conocimiento de la comunidad.

Pensamos al TSC desde el comienzo de la carrera para que no se transforme en un trámite que hay que hacer al finalizar los estudios para conseguir el título, sino que se vaya constituyendo como valor de manera

progresiva y como fruto de las diversas actividades.

Estas actividades se desarrollaran dentro y fuera de la universidad. No se organizaran los grupos por carrera sino que se trabajara como comunidad universitaria, o sea, los grupos estarán conformados por alumnos de distintas carreras de la UNDAV para promover la identidad universitaria y para evitar tematizar las practicas en función de la carrera que se sigue, aunque esos conocimientos particulares serán insumo valiosísimo a la hora de la elección de las actividades a realizar, pero este no debe ser ni el centro ni el objetivo del programa.

Primer Año

Las actividades se realizaran dentro de la universidad

- Cine debate
- Conferencias
- Mesas de debate

Los contenidos no solo darán cuenta de la realidad nacional sino que se pretende incluir a esta en el contexto internacional.

Se evaluara con un trabajo monográfico.

Segundo Año

Se seleccionaran programas Nacionales, Provinciales y/o Municipales para incluir a los estudiantes en actividades territoriales, asimismo se continuara con encuentros

- Conferencias
- Mesas de debate

Se evaluara con un informe de las actividades realizadas y observaciones del docente/tutor

Tercer Año

Se continuara participando en actividades territoriales y los alumnos o grupo de alumnos presentaran ponencias sobre temas de su interés.

Régimen de correlatividades

	N° Cod.	ASIGNATURA	CORRELATIVIDAD	
			CURSADA	APROBADA
1er. AÑO	01	Pensamiento Proyectual I		
	02	Sistemas de Representación I		
	03	Tipografía I		
	04	Historia del Diseño		
	05	Física y química		
	06	Comunicación		
		Taller Informática		
	07	Pensamiento Proyectual II		
	08	Sistemas de Representación II	02	
	09	Tipografía II	03	
	10	Morfología I		
		Idioma nivel 1		
		Trabajo social obligatorio		
2do. AÑO	11	Diseño de marcas y envases I	08,09	01,02,03
	12	Morfología II	10	01,02
	13	Economía		
	14	Ingeniería de materiales	5	
	15	Ingeniería de productos a envasar	5	
		Idioma nivel 2	Idioma nivel 1	
	16	Sistemas de Representación III	10	02,08
	17	Sociología de la Cultura		
	18	Diseño de envases y marcas II	11	
	19	Morfología III	10	02,08
	20	Técnicas de producción I	13	
	21	Tecnología de Procesos y Materiales I	5	14
		Trabajo social obligatorio		

	N° Cod.	ASIGNATURA	CORRELATIVIDAD	
			CURSADA	APROBADA
3er. AÑO	22	Diseño de Envases y marcas III	18	
	23	Diseño Sustentable		
	24	Tecnología en Procesos y Materiales II	21	
		Técnicas de producción II	20	
	25	Ergonomía	09,10	01,02,03,08
	26	Metodología de la Investigación		
	27	Electiva grupo I		
		Heurística		
	28	Tecnología para la innovación	21	05,14
	29	Diseño de marcas y envases IV	Cursado 1ro.	
	30	Laboratorio experimental de Procesos y Materiales	21,26,29	05,14
	31	Electiva grupo II		
		Electiva grupo III		
		Trabajos social obligatorio		