

1. APLICACIÓN DEL ANÁLISIS FUNCIONAL DE LA FIGURA “DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA”

El análisis funcional (AF) constituye una técnica metodológica orientada para identificar, organizar y estructurar las actividades de un proceso productivo o de prestación de servicios. Representa el punto de partida para elaborar el perfil profesional en términos de competencias y la base para el diseño curricular. En este marco, se presentan los elementos que integran el análisis funcional aplicados a la figura profesional de “Diseño gráfico y multimedia”.

a) Identificación del Objetivo:

La figura profesional en Diseño gráfico y multimedia se orienta a la creación, producción y gestión de contenidos visuales y audiovisuales que comunican mensajes de manera clara, creativa y efectiva, su labor integra el uso de herramientas digitales, técnicas de ilustración, fotografía, animación y diseño interactivo, para desarrollar soluciones gráficas aplicadas en medios impresos y digitales, aportando propuestas innovadoras que mejoran la experiencia del usuario, contribuyendo al desarrollo cultural, social y productivo mediante el diseño visual y multimedia con enfoque técnico, estético y ético.

b) Deducción de las actividades profesionales

Los bachilleres técnicos en Diseño gráfico y multimedia están capacitados para diseñar, producir, gestionar y mantener proyectos visuales y audiovisuales, aplicando principios de calidad, eficiencia y actualización tecnológica, su formación les permite integrar herramientas digitales, técnicas de ilustración, animación, edición multimedia y diseño interactivo, respondiendo a las necesidades comunicacionales de diversos sectores.

- Desarrollar bocetos, diagramas y composiciones gráficas básicas mediante el uso de técnicas de ilustración, fotografía, diseño tipográfico y herramientas digitales, aplicando criterios estéticos, técnicos y comunicacionales.
- Diseñar y producir contenidos multimedia interactivos que integren imagen, audio, video y animación básica, garantizando una experiencia de usuario coherente, accesible y atractiva.
- Proponer soluciones visuales creativas y funcionales que respondan a las necesidades comunicacionales de clientes o proyectos, generando impacto gráfico en medios impresos, digitales y audiovisuales, integrando herramientas tecnológicas, software especializado y recursos multimedia actualizados.
- Gestionar proyectos gráficos y multimedia de forma organizada y segura, asegurando la compatibilidad de archivos, el cumplimiento de protocolos técnicos.
- Seleccionar y adecuar los formatos, soportes y medios de difusión más pertinentes para garantizar la correcta aplicación del diseño en entornos gráficos, editoriales, publicitarios y digitales.
- Instalar, configurar y mantener entornos de trabajo digital, incluyendo software de diseño, edición y animación, garantizando la operatividad y compatibilidad de los recursos tecnológicos.

- Aplicar principios de ética profesional, seguridad digital y protección de derechos de autor, asegurando un manejo responsable de los contenidos visuales y multimedia.

Además de sus competencias técnicas, los bachilleres en Diseño gráfico y multimedia desarrollan habilidades como la comunicación efectiva y el trabajo en equipo, son jóvenes con iniciativa, pueden adaptarse a nuevas herramientas y tendencias del diseño y, mantienen una actitud responsable y proactiva frente a nuevos desafíos tecnológicos.

c) Desagregación de las actividades

A continuación, se desagregan las actividades profesionales que se encuentran en el campo de Diseño gráfico y multimedia:

- Desarrollar bocetos, diagramas y composiciones gráficas básicas mediante el uso de técnicas de ilustración, fotografía, diseño tipográfico y herramientas digitales, aplicando criterios estéticos, técnicos y comunicacionales.
 - Interpretar la idea inicial o requerimiento comunicacional de un cliente o proyecto.
 - Seleccionar herramientas manuales y digitales para la creación de bocetos.
 - Aplicar técnicas de ilustración, diagramación, tipografía y fotografía básica.
 - Organizar elementos gráficos considerando proporción, equilibrio, contraste y armonía.
 - Presentar propuestas visuales preliminares que permitan retroalimentación y ajustes.
- Diseñar y producir contenidos multimedia interactivos que integren imagen, audio, video y animación básica, garantizando una experiencia de usuario coherente, accesible y atractiva.
 - Integrar imágenes, texto, audio, video y animación básica en un producto coherente.
 - Seleccionar software especializado para la edición y producción multimedia.
 - Aplicar criterios de accesibilidad, interacción y usabilidad.
 - Adaptar los contenidos a distintos dispositivos y plataformas digitales.
 - Evaluar la experiencia de usuario mediante pruebas funcionales y visuales.
- Proponer soluciones visuales creativas y funcionales que respondan a las necesidades comunicacionales de clientes o proyectos, generando impacto gráfico en medios impresos, digitales y audiovisuales, integrando herramientas tecnológicas, software especializado y recursos multimedia actualizados.
 - Analizar las necesidades comunicacionales del cliente o proyecto.
 - Investigar referentes visuales y tendencias actuales de diseño.
 - Generar propuestas gráficas innovadoras aplicando criterios técnicos y estéticos.
 - Desarrollar piezas para medios impresos, digitales y audiovisuales.
 - Justificar las soluciones visuales en función del impacto gráfico y comunicacional.
- Gestionar proyectos gráficos y multimedia de forma organizada y segura, asegurando la compatibilidad de archivos, el cumplimiento de protocolos técnicos.

- Organizar carpetas, archivos y versiones en distintos formatos digitales.
 - Aplicar protocolos de nomenclatura, almacenamiento y seguridad de la información.
 - Coordinar tiempos de entrega y flujos de trabajo según cronogramas establecidos.
 - Documentar procesos de producción para garantizar la trazabilidad del proyecto.
 - Realizar copias de seguridad y resguardar la información en soportes confiables.
- Seleccionar y adecuar los formatos, soportes y medios de difusión más pertinentes para garantizar la correcta aplicación del diseño en entornos gráficos, editoriales, publicitarios y digitales.
 - Identificar el público objetivo y el medio de comunicación más adecuado.
 - Analizar características técnicas de impresión, publicación digital y difusión audiovisual.
 - Determinar la resolución, dimensiones y especificaciones del diseño según el soporte.
 - Preparar artes finales listos para impresión o distribución digital.
- Instalar, configurar y mantener entornos de trabajo digital, incluyendo software de diseño, edición y animación, garantizando la operatividad y compatibilidad de los recursos tecnológicos.
 - Preparar equipos y dispositivos para el trabajo en diseño gráfico y multimedia.
 - Instalar y configurar software de ilustración, edición, animación y producción audiovisual.
 - Verificar la compatibilidad entre programas, archivos y periféricos.
 - Aplicar rutinas de mantenimiento preventivo y actualización de software.
 - Resolver incidencias básicas de funcionamiento en el entorno digital.
- Aplicar principios de ética profesional, seguridad digital y protección de derechos de autor, asegurando un manejo responsable de los contenidos visuales y multimedia.
 - Reconocer la importancia del respeto a la propiedad intelectual y las licencias de uso.
 - Citar y acreditar adecuadamente las fuentes de recursos gráficos y multimedia.
 - Proteger la información y archivos personales o institucionales mediante buenas prácticas digitales.
 - Diferenciar entre uso legal y no autorizado de contenidos digitales.
 - Asumir una conducta ética en el desarrollo de proyectos creativos y colaborativos.

Los bachilleres en Diseño gráfico y multimedia cuentan con una formación que les permite desenvolverse en entornos creativos y tecnológicos, poseen habilidades para interactuar con distintos públicos, gestionar proyectos visuales con orden y claridad, y enfrentar situaciones imprevistas con soluciones prácticas.

2. PERFIL PROFESIONAL DE LA FIGURA “DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA”

1. Caracterización

El Diseño gráfico y multimedia constituye un área estratégica que se orienta a la comunicación visual mediante la producción de contenidos gráficos, audiovisuales e interactivos con enfoque artístico y digital. Esta figura profesional busca formar Bachilleres Técnicos con competencias en ilustración, fotografía, animación y edición, aplicando software de diseño con herramientas y técnicas actuales. Esta formación impulsa el proceso creativo, el criterio estético y la capacidad de respuesta ante los cambios del entorno. El o la estudiante de esta figura profesional se convierte en un actor clave en el fortalecimiento de la comunicación visual y en fomento de la economía creativa, el aprendizaje y la producción aportando propuestas que generan impacto en la sociedad y que contribuyen al desarrollo cultural, tecnológico, social y económico del país, generando soluciones innovadoras que combinan arte, diseño, tecnología y comunicación.

2. Definición

Al egresar, la/el Bachiller técnico en Diseño gráfico y multimedia; es capaz de desarrollar competencias para crear, diseñar y producir contenidos visuales y audiovisuales que transmitan mensajes de manera clara, creativa y funcional. Están capacitados para elaborar bocetos, ilustraciones, piezas gráficas, productos digitales, animaciones básicas y proyectos multimedia interactivos, utilizando software especializado, técnicas de representación manual y recursos tecnológicos actualizados. Se desempeñan con ética, responsabilidad y compromiso en el manejo de la propiedad intelectual, la seguridad digital y la calidad del servicio, respondiendo a las demandas del sector productivo, cultural y educativo, así como a los retos de la economía creativa y la transformación digital.

Algunos aspectos que podrían destacar en el perfil son:

- **Capacidad técnica integral:** Contarán con conocimientos para el desarrollo de piezas gráficas, audiovisuales e interactivas, aplicando técnicas de ilustración, diagramación, animación y edición digital, así como la integración de recursos multimedia en diferentes plataformas y formatos.
- **Dominio de herramientas y tecnologías digitales:** Desarrollarán habilidades para utilizar software especializado en diseño, edición de imagen, audio, video y animación, asegurando la coherencia estética, la calidad técnica y la funcionalidad de los proyectos.
- **Capacidades cognitivas y metodológicas:** Generarán habilidades para interpretar requerimientos de comunicación visual, resolver problemas creativos y técnicos, organizar proyectos gráficos y multimedia, y aplicar criterios de accesibilidad, usabilidad y comunicación efectiva.
- **Actitudes profesionales:** Mantendrán un pensamiento creativo e innovador, compromiso con la calidad del trabajo, responsabilidad en el manejo de contenidos,

respeto por los derechos de autor y las normas técnicas, actuando con ética y profesionalismo en todas las actividades de diseño.

3. Campo ocupacional

El campo ocupacional al cual los y las estudiantes del Bachillerato Técnico de Diseño gráfico y multimedia podrán insertarse son los siguientes:

- **Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados.**
 - Asistente de diseño gráfico, colaborando en la elaboración de piezas visuales impresas y digitales.
 - Asistente de producción multimedia, participando en proyectos que integren imagen, audio, video y animación básica.
 - Operador de software de diseño y edición digital, apoyando en la creación y adaptación de recursos gráficos y audiovisuales.
 - Diseñador de contenidos para redes sociales, produciendo material visual atractivo y funcional para entornos digitales.
 - Auxiliar en proyectos de identidad visual y comunicación corporativa, desarrollando propuestas gráficas que fortalezcan la imagen institucional.
 - Soporte técnico en entornos digitales de diseño, instalando, configurando y manteniendo software y equipos de trabajo especializados.
 - Freelance junior, realizando trabajos independientes en diseño gráfico y multimedia para proyectos pequeños o de apoyo creativo
- **Sectores productivos y organizaciones**

El Bachiller Técnico en Diseño gráfico y multimedia puede integrarse a diversos sectores productivos y organizaciones, tales como empresas de diseño gráfico, publicidad y marketing digital; editoriales, imprentas y medios de comunicación; empresas de producción audiovisual y multimedia; organizaciones educativas, culturales y comunitarias; instituciones públicas y privadas; emprendimientos personales o colectivos, plataformas digitales y redes sociales, contribuyendo al desarrollo de la comunicación visual, la creatividad y la producción multimedia en distintos contextos sociales, culturales y productivos.

4. Competencia general

Diseñar contenidos visuales y multimedia aplicando técnicas de ilustración, fotografía, animación, edición digital, mediante herramientas tecnológicas especializadas, creando soluciones gráficas y audiovisuales innovadoras y funcionales en medios impresos, digitales e interactivos, con calidad técnica, coherencia estética, accesibilidad, responsabilidad ética y respeto a los derechos de autor, contribuyendo al fortalecimiento de la comunicación, la experiencia del usuario y al desarrollo cultural, social y productivo.

4.1. Unidades de competencia

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC):	
UC 1: Diseñar estrategias y técnicas de identidad visual y branding integrando fundamentos culturales, históricos y de marketing que fortalezcan la imagen de marcas en medios físicos y digitales.	
Elementos de competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
EC1: Analizar tendencias culturales, históricas y sociales que influyen en la construcción de la identidad visual y la gestión de marcas.	CD1.1: Distingue tendencias visuales actuales mediante el estudio de referentes culturales y contextuales, utilizando fuentes confiables y actualizadas.
	CD1.2: Examina el impacto histórico y social de marcas reconocidas estableciendo relaciones con el comportamiento de los consumidores.
	CD1.3: Clasifica estilos gráficos y visuales considerando su aplicabilidad en proyectos de identidad y branding.
	CD1.4: Relaciona tendencias emergentes con estrategias de posicionamiento de marcas en medios físicos y digitales.
EC2: Interpretar requerimientos comunicacionales y comerciales para definir lineamientos estratégicos de identidad visual y branding.	CD2.1: Reconoce necesidades de comunicación de una marca mediante la revisión de briefings, encuestas y entrevistas iniciales.
	CD2.2: Determina objetivos estratégicos alineando la identidad visual con valores y metas comerciales del cliente o proyecto.
	CD2.3: Selecciona principios básicos de estética y semiológicos adecuados para la construcción de la identidad visual.
	CD2.4: Define lineamientos preliminares considerando coherencia gráfica, impacto visual y viabilidad técnica.
EC3: Desarrollar propuestas de identidad visual que integren creatividad, diseño y marketing.	CD3.1: Representa ideas iniciales mediante bocetaje manual y digital, aplicando principios de composición, color y tipografía.
	CD3.2: Elabora prototipos de identidad visual utilizando software profesional y herramientas digitales especializadas.

	CD3.3: Integra elementos gráficos y multimedia alineados con la estrategia de branding, con calidad técnica y creatividad, coherencia con la personalidad de la marca y la estrategia de marketing.
	CD3.4: Explica propuestas visuales en medios físicos y digitales cumpliendo parámetros técnicos y comunicacionales.
EC4: Utilizar fundamentos legales y estratégicos de registro de marcas con criterios de protección y posicionamiento a nivel nacional e internacional.	CD4.1: Analiza la importancia legal, económica y estratégica de registrar una marca.
	CD4.2: Cataloga los tipos de marca y su alcance empleando herramientas digitales, verificando la disponibilidad y evaluando riesgos y oportunidades.
	CD4.3: Evalúa los beneficios de registrar una marca nacional e internacional considerando criterios de protección y posicionamiento.
EC5: Evaluar propuestas de branding verificando su impacto, coherencia y funcionalidad en medios físicos y digitales.	CD5.1: Contrasta propuestas diseñadas con objetivos estratégicos y necesidades comunicacionales.
	CD5.2: Muestra la aplicabilidad de los diseños en diversos soportes, considerando factores técnicos de impresión y medios digitales.
	CD5.3: Refuerza las áreas gráficas mediante destrezas adquiridas, pruebas visuales y retroalimentación con usuarios.
	CD5.4: Ajusta elementos de la identidad visual garantizando calidad, coherencia y funcionalidad en la estrategia de branding.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	
Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje Laboratorio de informática Proyector Laboratorio de multimedia Impresora Láser formatos A2, A3, A4, A5

Insumos y recursos:	<p>Manuales de identidad corporativa y branding</p> <p>Fichas técnicas de tipografías, paletas de color y elementos visuales</p> <p>Tableros o pizarras para presentación de conceptos y moodboards.</p> <p>Cámaras digitales profesionales.</p> <p>Miniconsola para editar audio y video.</p> <p>Kit de sublimación.</p> <p>Plóter de corte y de impresión.</p> <p>Impresora DTF formato A3</p> <p>Impresora 3D</p> <p>Equipo de parlantes tipo monitor.</p> <p>Sistema audio.</p> <p>Trípodes y demás insumos para reproducción multimedia.</p>
Información utilizada:	<p>Espinoza, L. (2019). Branding y diseño: Estrategia de marcas en la identidad corporativa. Editorial Independiente.</p> <p>González, M. (2020). Lo que hay que saber sobre el diseño de identidad corporativa. Editorial Diseño y Creatividad.</p> <p>Pérez, R. (2018). Comunicar visualmente: El diseño gráfico de la marca. Experimenta Editorial.</p> <p>Morales, J. (2019). Diseño de logos: La guía definitiva para crear la identidad visual de una marca. Ediciones Diseño Gráfico.</p> <p>Ramírez, A. (2023). Identidad, imagen y marca [PDF]. Ocean Sur. https://www.oceansur.com/uploads/libro/2023/10/24/02-identidad-imagen-y-marca.pdf</p> <p>López, C., & Sánchez, P. (2021). Análisis de la relevancia de la identidad visual y branding. Gestión Libre. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/download/10224/version/10196/9664/30687</p>

	<p>Torres, M. (2022). Estrategias de branding en las redes sociales. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/385848959_Estrategias_de_branding_en_las_redes_sociales</p> <p>Fernández, G. (2020). Un enfoque profundo hacia el diseño de marcas efectivas. Dialnet. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9966650.pdf</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC):	
UC 2: Elaborar recursos gráficos aplicando técnicas de ilustración, fotografía, tipografía y procesos de impresión utilizando herramientas digitales y tradicionales.	
Elementos de competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
EC1: Analizar fundamentos técnicos y conceptuales de ilustración, fotografía y tipografía en la producción gráfica.	CD1.1: Aplica principios de composición visual, colorimetría y tipografía mediante el estudio de referentes históricos y contemporáneos.
	CD1.2: Clasifica técnicas de ilustración y fotografía considerando su aplicabilidad en diferentes proyectos gráficos y multimedia.
	CD1.3: Examina técnicas básicas y herramientas ilustrativas, digitales y tradicionales evaluando su funcionalidad en procesos creativos.
	CD1.4: Integra conceptos de diseño visual con tendencias actuales del sector gráfico estableciendo vínculos con la cultura y el mercado social.
EC2: Desarrollar bocetos y composiciones gráficas aplicando técnicas de ilustración y fotografía con criterios estéticos y funcionales.	CD2.1: Representa ideas mediante bocetaje manual empleando técnicas básicas de dibujo y composición.
	CD2.2: Utiliza herramientas digitales especializadas para crear ilustraciones y recursos gráficos con precisión técnica.
	CD2.3: Genera composiciones gráficas integrando elementos visuales como ilustraciones, fotografías y tipografía con armonía estética.
	CD2.4: Ajusta las composiciones elaboradas considerando retroalimentación recibida y estándares de calidad visual.
EC.3: Integrar técnicas mixtas con recursos gráficos en la producción de piezas visuales físicas y digitales, coherentes con la identidad y objetivo del proyecto.	CD3.1: Selecciona técnicas mixtas apropiadas en función del mensaje, público objetivo y soporte de comunicación.
	CD3.2: Aplica principios de composición y diagramación en piezas gráficas evaluando la coherencia entre la técnica utilizada y el mensaje a comunicar.

<p>EC4: Ejecutar procesos de preimpresión e impresión asegurando la calidad técnica y visual de los productos gráficos.</p>	<p>CD3.3: Combina ilustraciones, fotografías y texto en composiciones digitales y físicas con coherencia comunicacional.</p>
	<p>CD3.4: Verifica la correcta integración de recursos visuales mediante pruebas preliminares de impresión y visualización digital.</p>
	<p>CD4.1: Emplea recursos digitales respetando especificaciones de formato, resolución y perfiles de color.</p>
	<p>CD4.2: Opera equipos de impresión y corte utilizando protocolos de seguridad y mantenimiento básico.</p>
	<p>CD4.3: Controla la calidad de las piezas impresas mediante pruebas de color y revisión de acabados físicos.</p>
	<p>CD4.4: Documenta procesos de impresión y resultados técnicos utilizando formatos estandarizados de la industria gráfica.</p>
<p>Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:</p>	
<p>Espacios e instalaciones:</p>	<p>Entorno de aprendizaje Laboratorio de informática Laboratorio de multimedia</p>
<p>Insumos y recursos:</p>	<p>Manuales de técnicas de ilustración, composición y tipografía. Computador Acceso a internet Proyector Tabletas gráficas y lápices digitales para ilustración y bocetaje. Cámaras fotográficas digitales y accesorios de iluminación. Impresoras de diferentes formatos Plóter de impresión y Plóter de corte Papel de diferentes gramajes, texturas y tamaños Escáner para digitalización de artes manuales</p>

	Lona para impresión. Adhesivos para la ejecución
Información utilizada:	<p>Hernández, L. (2019). Diseño gráfico: Principios y prácticas. Editorial Creativa.</p> <p>Martínez, P. (2020). Ilustración digital: Técnicas y herramientas. Ediciones Arte Digital.</p> <p>Rojas, V. (2021). Fotografía digital para diseñadores gráficos. Editorial Fotografía y Diseño.</p> <p>Vega, D. (2018). Tipografía: Del diseño a la práctica. Editorial Letras y Diseño.</p> <p>Salazar, F. (2022). Procesos de impresión en el diseño gráfico. Editorial Tecnología Creativa.</p> <p>Tallon, K. (2022). Ilustración digital de moda: Con Illustrator® y Photoshop®. Parramón Paidotribo.</p> <p>Satué, E. (1988). El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días, 476.</p>

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC):	
UC 3: Desarrollar productos editoriales y digitales incorporando principios de comunicación visual, interacción y usabilidad en diversos formatos y plataformas.	
Elementos de competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
EC1: Planificar proyectos editoriales digitales básicos estableciendo objetivos, audiencias, formatos y lineamientos técnicos.	CD1.1: Usa plataformas y soportes con los formatos adecuados analizando tendencias tecnológicas y requerimientos de producción.
	CD1.2: Emplea lineamientos técnicos que regulan estructura, estilo y funcionalidad de los productos digitales.
	CD1.3: Documenta con claridad el proceso creativo y técnico en el desarrollo de proyectos editoriales digitales básicos.
EC2: Diseñar estructuras visuales y funcionales aplicando principios de diagramación e interacción en diferentes contextos artísticos.	CD2.1: Organiza contenidos digitales utilizando retículas y jerarquías visuales que favorecen la comprensión.
	CD2.2: Desarrolla maquetas interactivas y prototipos digitales incorporando principios de usabilidad y accesibilidad.
	CD2.3: Aplica funciones y herramientas digitales con texto, imágenes y elementos interactivos en interfaces y publicaciones.
	CD2.4: Evalúa la funcionalidad en representaciones gráficas interactivas, innovadoras y originales.
EC.3: Producir productos editoriales y digitales utilizando software especializado y técnicas avanzadas de composición visual.	CD3.1: Configura herramientas digitales estableciendo parámetros de resolución, color y formato compatibles con medios físicos y virtuales.
	CD3.2: Construye publicaciones impresas y digitales integrando recursos gráficos, multimedia y tipográficos con precisión técnica.
	CD3.3: Optimiza recursos digitales considerando velocidad de carga, compatibilidad y adaptabilidad a diferentes dispositivos.
	CD3.4: Genera versiones finales de los productos respetando estándares de calidad visual y normativas técnicas vigentes.

EC.4: Implementar estrategias de distribución y evaluación de productos editoriales y digitales asegurando su impacto comunicacional.	CD4.1: Diseña planes de difusión que contemplan medios físicos y digitales adecuados a las características de la audiencia objetivo.
	CD4.2: Publica productos digitales en plataformas en línea aplicando protocolos de seguridad y control de derechos de autor.
	CD4.3: Conoce métricas de alcance e interacción utilizando herramientas analíticas para medir el desempeño de los productos.
	CD4.4: Ajusta estrategias de comunicación basándose en resultados obtenidos y retroalimentación del público.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	
Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje Laboratorio de informática
Insumos y recursos:	Guías de estándares de usabilidad, accesibilidad y experiencia de usuario (UX/UI) Computadores con software de maquetación y diseño editorial Acceso a internet Proyector Tabletas gráficas y lápices digitales para diagramación y composición visual. Escáner para digitalización de bocetos y elementos manuales. Material de oficina: papel, marcadores, reglas y bloc de notas para prototipado físico.
Información utilizada:	Ramírez, J. (2020). Diseño editorial: Principios y prácticas. Editorial Creativa. Torres, A. (2019). Diseño de interfaces: Usabilidad y experiencia de usuario. Editorial Digital UX. Molina, C. (2021). Comunicación visual en el diseño digital. Editorial Comunicación Visual.

	<p>Vega, P. (2019). Usabilidad en el diseño web. Editorial Interactiva.</p> <p>Salinas, F. (2022). Diseño de productos digitales. Editorial Creativa Digital.</p> <p>Ayala, J. C. (2023). La comunicación, diseño, ciencias auxiliares y tendencias para sustentar el diseño de piezas gráficas digitales. CUNZAC: Revista Académica, 6(2), 149-159.</p> <p>Minga, M. A., & Lituma, J. R. (2023). Usabilidad empresarial: transformando experiencias, construyendo éxito. Autores compiladores, 70.</p> <p>Hoyos, g. (2024). Guía general de diseño de interfaces.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC):	
UC 4: Ejecutar campañas de comunicación visual aplicando conceptos creativos y estrategias publicitarias en contextos, educativos, culturales, sociales y comerciales.	
Elementos de competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
EC1: Analizar necesidades comunicacionales tomando en cuenta factores culturales, sociales y comerciales que influyen en la estrategia publicitaria.	CD1.1: Identifica problemas comunicacionales empleando herramientas adecuadas, investigando audiencias, contextos culturales y tendencias del mercado.
	CD1.2: Integra de manera crítica y creativa factores culturales que fortalecen la identidad y pertinencia de la estrategia comunicacional.
	CD1.3: Examina información de campañas y estrategias publicitarias, identificando oportunidades de posicionamiento con claridad y fundamentación estratégica.
	CD1.4: Propone propuestas innovadoras, sólidas y justificadas con evidencias obtenidas en el análisis.
EC2: Generar conceptos creativos de comunicación visual integrando semiótica, narrativa y lenguaje publicitario con coherencia estética.	CD2.1: Selecciona tipografías, colores y estilos visuales alineados con la identidad cultural y comercial del proyecto.
	CD2.2: Propone ideas originales, innovadoras y coherentes aplicando principios de storytelling con el objetivo comunicacional.
	CD2.3: Diseña conceptos visuales combinando símbolos, signos y metáforas visuales coherentes con los objetivos comunicacionales.
	CD2.4: Evalúa la efectividad conceptual mediante pruebas piloto que complementen la comunicación visual.
	CD3.1: Utiliza software y herramientas de producción digital aplicando parámetros técnicos de resolución, color y formato.

EC3: Desarrollar materiales publicitarios y piezas gráficas utilizando técnicas de ilustración, animación y producción multimedia.	CD3.2: Produce creaciones gráficas y audiovisuales integrando fotografía, animación y recursos multimedia según las necesidades del proyecto.
	CD3.3: Optimiza archivos digitales asegurando calidad visual y compatibilidad con múltiples plataformas y dispositivos.
	CD3.4: Verifica la coherencia estética y funcional de las creaciones con los lineamientos estratégicos definidos.
EC4: Integrar la gestión de marca con estrategias de comunicación visual y marketing en contextos, educativos, culturales, sociales y comerciales.	CD4.1: Analiza la coherencia de la marca en materiales publicitarios y campañas visuales en contextos, educativos, culturales, sociales y comerciales.
	CD4.2: Diseña elementos de comunicación visual con estrategias de marketing considerando la identidad de la marca.
	CD4.3: Propone ajustes en la estrategia de comunicación visual para mejorar la efectividad de la marca.
EC5: Implementar campañas de comunicación visual evaluando su impacto y ajustando estrategias en función de resultados.	CD5.1: Selecciona herramientas analíticas y digitales de desempeño para medir el alcance e interacción de la campaña.
	CD5.2: Ejecuta planes de difusión en medios físicos y digitales siguiendo cronogramas y presupuestos establecidos.
	CD5.3: Ajusta contenidos y tácticas publicitarias en respuesta a los resultados obtenidos en el mercado.
	CD5.4: Elabora informes de resultados publicitarios utilizando formatos profesionales y lenguaje técnico.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	
Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje Laboratorio de informática

Insumos y recursos:	<p>Manuales de publicidad, comunicación visual</p> <p>Computador</p> <p>Software de edición gráfica, animación y producción multimedia</p> <p>Acceso a internet</p> <p>Proyector</p> <p>Cámaras fotográficas y de video, micrófonos y equipos de iluminación</p> <p>Tableros de planificación y cronogramas de campañas.</p> <p>Material de oficina</p> <p>Pizarras para storyboard y planificación visual.</p> <p>Programa Dreamweaver</p>
Información utilizada:	<p>López, P. (2019). Publicidad y diseño gráfico: Estrategias creativas. Editorial Marketing Creativo.</p> <p>Martínez, R. (2020). Comunicación visual en la publicidad. Editorial Creativa.</p> <p>Torres, L. (2021). Estrategias publicitarias en el diseño gráfico. Editorial Marketing Digital.</p> <p>Sánchez, C. (2018). Diseño de campañas publicitarias. Editorial Comunicación Visual.</p> <p>Ramírez, A. (2020). Publicidad digital: Estrategias y herramientas. Editorial Publicidad y Medios.</p> <p>Macías, J. I. Z. (2023). Impacto de campañas publicitarias en redes sociales.</p> <p>París, J. A. (2021). Comunicación esencial: El paradigma del marketing esencial aplicado al diseño ya la comunicación visual. Nobuko.</p> <p>Javier, R. G. J. (2021). Diseño de Campaña Digital Publicitaria Para el Posicionamiento de Marca en Redes Sociales a Través de Piezas Gráficas Elaboradas Para su Publicación con Herramientas Especializadas.</p>

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC):	
UC 5: Crear proyectos multimedia y entornos web integrando animación, diseño, programación, edición de audio y video, y herramientas interactivas digitales.	
Elementos de competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
EC1: Planificar proyectos interactivos con animación en entornos multimedia o web, aplicando criterios técnicos y estéticos.	CD1.1: Establece objetivos del proyecto considerando necesidades de comunicación e interacción.
	CD1.2: Diseña la estructura de contenidos determinando jerarquía, flujo de navegación y disposición visual.
	CD1.3: Selecciona herramientas de animación, edición audiovisual y programación ajustadas a los requerimientos técnicos del proyecto.
	CD1.4: Documenta la planificación mediante diagramas de flujo, cronogramas y especificaciones técnicas.
EC2: Desarrollar animaciones, interactividad y elementos multimedia aplicando técnicas de software 2D, 3D y Motion Graphics.	CD2.1: Construye animaciones vectoriales y rasterizadas integrando principios de movimiento y narrativa visual.
	CD2.2: Implementa elementos interactivos como botones, transiciones y efectos visuales utilizando herramientas digitales avanzadas.
	CD2.3: Modela objetos y personajes en 3D aplicando texturizado, iluminación y principios de composición espacial.
	CD2.4: Evalúa la coherencia y funcionalidad de los elementos multimedia mediante pruebas internas y ajustes iterativos.
EC3: Integrar diseño con programación, edición de audio y video en entornos web, manteniendo experiencia de usuario fluida y accesible.	CD3.1: Diseña funcionalidades básicas empleando lenguajes y frameworks adecuados al proyecto web.
	CD3.2: Gestiona pistas de audio y secuencias de video integradas en la interfaz digital.

EC4: Implementar proyectos multimedia y web asegurando calidad técnica, estética y funcional.	CD3.3: Emplea recursos multimedia asegurando tiempos de carga, compatibilidad y adaptabilidad en distintos dispositivos.
	CD3.4: Verifica la accesibilidad, navegación y usabilidad de los entornos web mediante pruebas de usuarios.
	CD4.1: Publica proyectos multimedia y sitios web aplicando estándares de seguridad digital y propiedad intelectual.
	CD4.2: Controla la calidad visual, sonora y funcional de los productos mediante pruebas de revisión y validación.
	CD4.3: Ajusta contenidos, interactividad y animaciones en función de retroalimentación recibida y métricas de desempeño.
	CD4.4: Presenta informes finales de evaluación incluyendo análisis técnico, estético.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	
Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje Laboratorio de informática
Insumos y recursos:	Guías y documentación técnica de lenguajes de programación web Computadores con software de animación 2D/3D, edición de audio y video y desarrollo web Acceso a internet Proyector Tabletas gráficas y lápices digitales para ilustración y animación. Cámaras de video, micrófonos, iluminación y accesorios para captura audiovisual. Acceso a internet y servidores de prueba para desarrollo web
Información utilizada:	Torres, A. (2019). Producción multimedia: Técnicas y herramientas digitales. Editorial Multimedia Creativa.

	<p>Ramírez, D. (2021). Animación 2D y 3D aplicada al diseño digital. Editorial Digital Animación.</p> <p>López, R. (2020). Programación web creativa y entornos interactivos. Editorial Tecnologías Creativas.</p> <p>Sánchez, M. (2018). Edición de audio y video en proyectos multimedia. Editorial Medios Digitales.</p> <p>Pérez, J. (2022). Diseño interactivo y experiencia digital. Editorial Innovación Digital.</p> <p>García Trigos, R. O. (2021). Experiencias en comunicación visual y producción multimedia. Revista mexicana de bachillerato a distancia, 25(13), 1-8.</p> <p>Morocho Santos, A. S. (2023). Motion Graphics como herramienta para potenciar la comunicación de un producto y/o servicio (Bachelor's thesis, Riobamba).</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. Relación de las Unidades de competencia de la Figura profesional Diseño Gráfico y Multimedia con los módulos de especialización

Tabla 1. Relación Unidades de competencia – módulos de especialización

No.	Unidad de Competencia	Módulo de especialización
1	Diseñar estrategias y técnicas de identidad visual y branding integrando fundamentos culturales, históricos y de marketing que fortalezcan la imagen de marcas en medios físicos y digitales.	Diseño Estratégico y Branding
2	Elaborar recursos gráficos aplicando técnicas de ilustración, fotografía, tipografía y procesos de impresión utilizando herramientas digitales y tradicionales.	Producción gráfica integral
3	Desarrollar productos editoriales y digitales incorporando principios de comunicación visual, interacción y usabilidad en diversos formatos y plataformas.	Diseño editorial y diagramación digital
4	Ejecutar campañas de comunicación visual aplicando conceptos creativos y estrategias publicitarias en contextos, educativos, culturales, sociales y comerciales.	Publicidad y comunicación visual
5	Crear proyectos multimedia y entornos web integrando animación, diseño, programación, edición de audio y video, y herramientas interactivas digitales.	Desarrollo multimedia y web