



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño Departamento de Producción y Desarrollo

Academia de Ergonomía PROGRAMA DE ASIGNATURA

1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN.

1.1. Nombre de la materia:	PSICOLOGÍA DE LA PERCEPCIÓN		1.2. Código de la materia:	I1997
1.3 Departamento:	Producción y Desarrollo		1.4. Código de Departamento:	A-2510
1.5. Carga horaria	Teoría:	Práctica:	Total:	
	80hrs		80hrs	
1.6 Créditos	1.8 Nivel de formación profesional:		Tipo de curso (modalidad):	
11	Licenciatura		Curso	

2.- ÁREA DE FORMACIÓN EN QUE SE UBICA Y CARRERAS EN LAS QUE SE IMPARTE:

ÁREA DE FORMACIÓN	Básica Común Obligatoria
CARRERA:	Licenciatura en Diseño de Modas

MISIÓN:

El objetivo principal de la Licenciatura en Diseño de Modas es formar diseñadores, empresarios, gestores y profesionales capaces de aportar soluciones eficientes a la problemática económica y social que presenta la región principalmente en los sectores productivos del vestido, calzado, marroquinería y joyería; así como, dotar a los estudiantes de habilidades, destrezas, conocimientos y valores para el aprovechamiento de recursos humanos, materiales y financieros; además de conocer y dominar los procesos tecnológicos, informáticos, administrativos y organizativos para la integración de cadenas productivas y así obtener productos, con diseño, calidad, costo-beneficio, cuyo valor agregado, satisfaga las necesidades de mercados locales, nacionales e internacionales. El enfoque de este profesional en diseño de moda es hacia la gestión de proyectos que permitan el desarrollo regional de las cadenas de valor asociadas al diseño de moda. Se distinguirá por su capacidad para resolver problemas y responder a demandas sociales y de mercado.

VISIÓN:

- Promover la vinculación entre la Universidad de Guadalajara y el sector de la industria del vestir, textil, calzado y joyería a través de la generación de proyectos como base de la formación de profesionales de la industria de la moda.
- Fomentar la autogestión de los futuros profesionales de la industria, para que diversifiquen iniciativas rentables y sustentables que redunden en el desarrollo regional.
- Impulsar el desarrollo de la investigación aplicada, con una visión regional y global de la potencialidad y expansión de negocios en el ámbito de su disciplina.

FILOSOFÍA:

Incorporar los paradigmas del desarrollo sustentable, los derechos humanos, la democracia, la justicia y la equidad social, así como los que devienen del desarrollo de la sociedad del conocimiento, a través de los

contenidos diseñados por los docentes e investigadores de este Departamento. Además de integrar en nuestros programas y cursos, el reforzamiento de la identidad y los valores locales y universales, en el contexto global.

PERFIL DEL EGRESADO:

El egresado de la Licenciatura en Diseño de Modas, tendrá el siguiente perfil para el desempeño profesional:

El diseñador de Moda de la Universidad de Guadalajara es consciente del entorno social, ambiental, comercial y momento histórico en el cual se encuentra, es generador de tendencias con base en el análisis de estos factores, creando así elementos de autenticidad. Es ético, es capaz de gestionar recursos en mercados globales, es profundo conocedor de las líneas de producción de la industria lo cual da como resultado un profesionista selectivo, creativo e innovador tanto con empresas tradicionales como de nueva generación, tiene la visión para crecer y adaptar con base en la detección de necesidades sociales.

VÍNCULOS DE LA MATERIA CON LA CARRERA:

Los contenidos de la materia les proporcionan a los alumnos los conocimientos y habilidades para identificar y comprender el proceso perceptivo así como las consideraciones ergonómicas en el diseño. De esta manera, lograrán llevar a cabo el desarrollo de sus diseños considerando la satisfacción de necesidades por parte de los usuarios, así como el aplicar los principios ergonómicos.

MATERIAS CON QUE SE RELACIONA:

Taller de Diseño de Moda, Sociología de la Moda, Fundamentos, Taller de Ergonomía

PERFIL DOCENTE

Poseer experiencia en la docencia en el nivel universitario, en el que ha desarrollado excelente desempeño pedagógico, que, unido al amplio dominio de la materia, asegure la calidad del proceso docente que desarrolle. Tener experiencia y dominio del área de la ergonomía y psicología aplicado al ámbito del diseño de modas.

3.- OBJETIVOS GENERALES: Lo que el alumno debe saber hacer al finalizar el curso

3.1. INFORMATIVOS (conocer, comprender, manejar)

El alumno:

- Comprenderá la relación entre la Percepción, el Diseño y la Ergonomía
- Identificará los elementos teóricos que comprende la ergonomía como ciencia interdisciplinaria y elemento constitutivo del Diseño.
- Conocerá los aspectos generales del proceso perceptivo
- Identificará y aplicará los principios psicofísicos y psicológicos del color
- Identificará los factores socioculturales, ambientales y demás elementos constitutivos del entorno así como los relacionados con el usuario a considerar en el ámbito del diseño de modas.

3.2. FORMATIVOS (INTELECTUAL: habilidades, destrezas; HUMANO: actitudes, valores; SOCIAL: cooperación, tolerancia; PROFESIONAL: formación integral.)

El alumno:

- Identificará la necesidad de la aplicación de los principios ergonómicos en el ámbito de su carrera profesional, retomando las características y necesidades del contexto social en donde se encuentre.
- Aplicará de manera general los conceptos y principios del proceso perceptivo en el ámbito del diseño de modas a desarrollarse en ejercicios prácticos a lo largo del curso.
- Integrará los conocimientos adquiridos en el curso para la aplicación de propuestas en el ámbito del diseño de modas.
- Desarrollará una actitud crítica y reflexiva ante la importancia del desarrollo de la industria de la moda, joyería y calzado en nuestro entorno.

4.- CONTENIDO TEMÁTICO PRINCIPAL. (Agrupando de preferencia en tres o cuatro unidades)

UNIDAD 1.- Ergonomía y diseño.

- 1.1 Definición
- 1.2 Breve Historia de la ergonomía
- 1.3 Ergonomía y Diseño
- 1.4 Objeto de estudio: el sistema Hombre-Objeto-Entorno
- 1.5 Criterios ergonómicos: Índices ergonómicos y Propiedades ergonómicas

UNIDAD 2.- Psicología de la Percepción Visual.

- 2.1 Relación entre Percepción Visual, Diseño y Ergonomía.
- 2.2 Percepción Visual y Comunicación.
- 2.3 Mensaje Visual y Diseño
- 2.4 Filtros de la Percepción de un Mensaje Visual.
- 2.5 Proceso de atención, sensación y percepción.

UNIDAD 3.- Aspectos generales del color en el Diseño de Modas.

- 3.1 Psicofísica del color.
- 3.2 Aspectos Psicológicos del color.

UNIDAD 4.- Percepción y Moda.

- 4.1 Análisis de la influencia socio-cultural, ambiental y momento histórico del entorno.
- 4.2 Aplicación de principios perceptivos en diseño de vestuario, joyería y calzado.

5.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y/O ACTIVIDADES PARA EL ALUMNO: Especificar solo los aspectos generales de cómo se desarrollará el curso, para los aspectos particulares y específicos tomar en consideración el AVANCE PROGRAMÁTICO, anexo.

- Lecturas, análisis de casos, ensayos, esquemas, mapas conceptuales y gráficos de los contenidos del curso.
- Elaboración de aplicaciones de principios perceptuales en ejemplos de Diseño de Modas

- Discusión de temas presentados por medios visuales y audiovisuales.
- Asesoría en proyectos.

6.- RECURSOS DIDÁCTICOS

Lecturas de libros digitales e impresos; artículos de investigación, lecturas de casos prácticos; presentaciones digitales; revisiones de videos.

7.- CALIFICACIÓN, ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN. Especificar los criterios y mecanismos. (asistencia, requisitos, exámenes, participación, trabajos, etc.)

El alumno deberá cumplir, mínimo con el 80% de las asistencias durante el curso, para obtener el derecho a ser evaluado.

10% Examen departamental
 10% Participación
 25% Tareas
 25% Trabajos en clase
 30% Proyecto integrador

Se acreditarán las competencias en función de la evaluación obtenida considerando las evidencias del desempeño ya expresadas así como del manejo apropiado de la información.

8.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA. Mínimo la que debe ser leída

- Prado León, Lilia R y Ávila Chaurand, Rosalío.
 Percepción visual I. Elementos teóricos para el diseño.
 Editorial Universitaria. Universidad de Guadalajara. 2009.

Bergua Amores, José Ángel

Diseñadores y tribus: una aproximación sociológica a la creatividad en el ámbito de la moda

Editorial: B - Centro de Investigaciones Sociológicas
 España, 2009

Scully, Kate Johnston Cobb, Debra

Predicción de tendencias del color en moda

Editorial: Editorial Gustavo Gili
 España, 2012

Lefineau, Marcelle

Tribus urbanas: la indumentaria desde una perspectiva multicultural

Editorial: Editorial Nobuko
 Argentina, 2010

Manzano Mier, María

Introducción a la percepción
Editorial: Editorial Félix Varela
Cuba, 2006

Fecha de revisión:	Elaborado por:
Septiembre de 2013	Mtra. Mónica Patricia López Alvarado.