

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y
COMUNICACIÓN VISUAL

Programas de Asignatura

Semestre VII
ORIENTACIÓN EN FOTOGRAFÍA

ANÁLISIS DE LA PROFESIÓN EN LA REALIDAD NACIONAL I

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones

Créditos: 4

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas Teóricas: 1

Horas Prácticas: 2

Seriación: Economía, administración y mercadotecnia II

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno en la comprensión de su actividad profesional en el contexto político, económico, ideológico y cultural de nuestro país.

Proporcionar una visión global de las principales características y tendencias de la estructura social nacional, particularmente en sus condiciones actuales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Participará en propuestas alternativas de diseño y comunicación visual derivadas de modelos operativos científicos que incluyan los criterios de la realidad nacional dentro de nuestro sistema cultural, económico y tecnológico.
- b) Conocerá los factores que influyen en el desarrollo del diseño y la comunicación visual en la actual realidad nacional.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: México en el contexto de la globalización.

Hrs. por unidad

16

- 1.1. Introducción a los conceptos generales del curso
- 1.2. La sociedad occidental
- 1.3. Etapas de desarrollo de la formación social mexicana
- 1.4. Dependencia estructural
- 1.5. Integración regional y bloques económicas

Unidad II: Ambito económico

16

- 2.1. Problemática estructural
- 2.2. Problemática conyuntural
- 2.3. Prospectiva

Unidad III: Ambito político

16

- 3.1. Problemática estructural
- 3.2. Problemática coyuntural
- 3.3. Prospectiva

Método de enseñanza sugerido: Exposición oral con apoyo de material audiovisual

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales de investigación, reortes escritos de visitas a museos y exposiciones y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Acha, Juan: Introducción a la teoría de los diseño

Ed. Trillas. México 1996

Bartra, Armando: La jaula de la melancolía

Ed. Grijalbo. México, 1990.

Bonsiepe, Gui: Las siete columnas del diseño

Ed. UAM. México 1992

Cosío Villegas, Daniel: Historia mínima de México

El Colegio de México. México, 1990.

Moreno N. Prudenciano: Desarrollo económico y acumulación de capital en Méxicio

Ed Trillas. México, 1985

Ramírez, Santiago: El mexicano. psicología de sus motivaciones

Ed. Grijalbo. México 1977 (192 pp)

Villarreal, René: El sistema económico mexicano

Ed. Premiá. México, 1995

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Alcocer, Jorge et al: México: presente y futuro

Ed. Fondo de Cultura Popular. México, 1991

Guillén R. Héctor: Los orígenes de la crisis en México

Ed. ERA. México, 1993

FOTOGRAFÍA DIGITAL III	
Semestre: séptimo	
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Fotografía, optativa para las demás orientaciones profesionales.	
Créditos: 8	
Horas por semana: 6	
Horas por semestre: 96	
Horas Teóricas: 2	
Horas Prácticas: 4	
Seriación: Fotografía digital II	
Tipo de asignatura: teórico-práctica	
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:	
Introducir al alumno en los principios y fundamentos de los lenguajes de la imagen digital y su vínculo con el devenir fotográfico.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Interpretará las variaciones que se dan en la imagen digital de los géneros y subgéneros fotográficos.	
b) Reflexionará sobre las posibilidades expresivas, experimentales y de aplicación entre las técnicas tradicionales y las técnicas digitales.	
c) Seleccionará las técnicas y las herramientas adecuadas para el desarrollo de sus proyectos.	

CONTENIDO TEMÁTICO	Hrs. por unidad
Unidad I: Conceptos históricos	32
1.1. Enmascarillado	
Unidad II: Técnicas	32
2.1. Enmascarillado	
2.1.1. Ensamble	
2.1.2. Retoque	
2.1.3. Restauración	
2.1.4. Conservación	
Unidad III: Elementos formales	32

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica apoyada con materiales audiovisuales.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

AAVV: Photoshop

Simon & Schuster Company/Prentice Hall Hispanoamericana. México 1996

Hearn y Baker: Gráficas por computadora

Prentice Hall, México, 1995.

Cajigas, Eneko: El Infografista

Ed. Anaya. Madrid 1995

Droblas Greenberg, Adele y Greenberg, Seth: Manual de Photoshop

Mc Graw Hill/Interamericana. Madrid 1994

Fontcuberta, Joan: Estética fotográfica

Ed. Blume. Barcelona 1984

Margulis, Dan: Photoshop profesional. Corrección de color, retoque y manipulación

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

AAVV: Multimedia

Ed B (Grupo Z). Barcelona 1996

Cadoz, Claude: Las realidades virtuales

Ed Debate. Madrid 1994

Langford, Michael: The darkroom handbook

De. Alfred A. Knof U.S., 1991

FOTOGRAFÍA ESPECIALIZADA III

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en fotografía, optativa para las demás orientaciones profesionales.

Créditos: 9

Horas por semana: 6

Horas por semestre: 96

Horas Teóricas: 3

Horas Prácticas: 3

Seriación: Fotografía especializada II

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno al estudio de la toma fotográfica de objetos, y al comportamiento fotográfico de los materiales más importantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá los principios básicos de la toma fotográfica de objetos
- b) Conocerá las técnicas principales de la toma de producto
- c) Reconocerá la respuesta a la luz de los principales materiales y será capaz de controlar y modificar su respuesta de acuerdo a un sentido fotográfico específico
- d) Conocerá algunas las interpretaciones y connotaciones culturales que se han asignado a las imágenes de los materiales básicos del diseño.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Conceptos históricos y definiciones

Hrs. por unidad

32

1.1. Paisaje

1.2. Foto documental

Unidad II: Elementos formales

32

2.1. El lenguaje del paisaje y la foto documental en la A. P. y su influencia en la foto.

2.2. Urbanismo y paisaje rural

2.3. Fotografía como documentos social

Unidad III: Técnicas

32

3.1. Técnicas de foto paisaje

3.1.1. Arquitectónico

3.1.2. Arqueológico

3.1.3. Urbano

3.1.4. Rural. Entornos

3.1.5. Ecológico

3.2. Técnicas de foto documental

3.2.1. Deportista

3.2.2. Social

3.2.3. Política

3.2.4. Espectáculos

3.2.5. Policiaca. Nota roja

3.2.6. Económica

3.2.7. Cultural

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica y ejercicios prácticos de toma fotográfica.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales y examen

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

AAVV: Enciclopedia Focal de la Fotografía

Ed. Omega España V1 y V2, 1990

Barthes, Roland: La cámara lúcida

Ed. Gustavo Gili., Barcelona 1984

Berger, John: Modos de ver

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1983

Costa, Joan: La fotografía entre la Sumisión y Subersión

Ed. Zigna Trillas, México. 1993

Flaser, Vilem: Hacia una filosofía de la fotografía

Ed. Zigna Trillas, México. 1994

Fontcuberta, Joan: Estética fotográfica

Ed. Blume. Barcelona 1979

Smith, Bill: Designing a photograph

Ed. American photograph, Estados Unidos 1985

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Freund, Gisele: La fotografía como documento social

Ed. Gustavo Gill, Barcelona 1976, 207 p.

Product shot

Pro Light. Madrid 1992

Tibol, Raquel: Naturaleza muerta vs bodegón

SEP-Setentas. México

Langford, Michael: The darkroom handbook

De. Alfred A. Knof U.S., 1991

Hedgecoe Blame: Manual de Técnicas Fotográfica

Ed. Hermann Blame, Madrid, 1995

FOTOGRAFÍA EXPERIMENTAL III

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Fotografía, optativa para las demás orientaciones profesionales.

Créditos: 7

Horas por semana: 5

Horas por semestre: 80

Horas Teóricas: 2

Horas Prácticas: 3

Seriación: Fotografía experimental II

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno al estudio de la creación de la imagen a partir de las herramientas y técnicas para vincular su lenguaje con las formas de expresión, rompiendo y traslapando las fronteras de la expresión plástica (estética) a través de la experimentación y la reflexión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Interpretará las posibilidades de manipulación y experimentación que se dan en la imagen fotográfica.
- b) Reflexionará sobre las posibilidades expresivas, experimentales y de aplicación entre las técnicas tradicionales y las técnicas digitales.
- c) Seleccionará las técnicas y las herramientas adecuadas para el desarrollo de proyectos personales.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Elementos formales y técnicas

- 1.1. Cianotipia
- 1.2. Calitipia
- 1.3. Calotipia
- 1.4. Goma bicromatada
- 1.5. Papel salado
- 1.6. Proceso Van Dick
- 1.7. Platino
- 1.8. Paladido
- 1.9. Daguerrotipia
- 1.10. Ferrotipia
- 1.11. Carbon
- 1.12. Bromóleo
- 1.13. Ambrotipia

Hrs. por unidad

80

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica apoyada con materiales audiovisuales.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

I. Laford, Michael: Manual de Laboratorio Fotográfico

Ed. Herman Blume, Barcelona, 1993

I. Laford, Michael: Enciclopedia Completa de la Fotografía

Ed. Herman Blume, Barcelona, 1990

. Laford, Michael: Tratado de la Fotografía

Ed. Herman Blume, Barcelona, 1986

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Barthes Rocand: La cámara lúcida

Gustavo Gil Barcelona, 1989

Fontcuberta Joan: Foto-Diseño

Ed. Roto visión. Barcelona. 1986

Jhon Hedcoe: Manual de Técnicas Fotográficas

Ed. Herman Blume, Barcelona, 1995

MEDIOS DE COMUNICACIÓN I

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones

Créditos: 4

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas Teóricas: 1

Horas Prácticas: 2

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno en el conocimiento de los medios de comunicación y la influencia que éstos tiene en el diseño y la comunicación visual

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá los antecedentes históricos de la comunicación masiva; su desarrollo con la aparición de la imprenta y su expansión a través de los medios modernos de comunicación.
- b) Identificará los factores de la conducta humana y valorará la influencia de la propaganda y la publicidad en las actividades de compra de los consumidores de productos y/o ideas.
- c) Identificará las funciones de la sociedad y valorará la participación de la publicidad y propaganda en el proceso sociocultural.
- d) Identificará y valorará la propaganda y la publicidad como una actividad profesional en el desarrollo socioeconómico del país.
- e) Conocerá y aplicará las técnicas del proceso creativo en la comunicación visual.
- f) Conocerá diseñar estrategias de comunicación y el plan de medios para la difusión de mensajes.
- g) Describirá los principales medios de difusión, su organización dentro de las campañas de propaganda y publicidad y sus formas de presentación.
- h) Tendrá una visión amplia del papel que juega la comunicación visual como actividad profesional en el desarrollo socioeconómico del país.
- i) Identificará a la propaganda y la publicidad como una forma especializada de la comunicación dentro del proceso mercadológico.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Propaganda y publicidad

- 1.1. Concepto de publicidad.
- 1.2. Concepto de propaganda.
- 1.3. Concepto de promociones de venta.
- 1.4. Práctica profesional en la comunicación visual.
 - 1.4.1. En la propaganda.
 - 1.4.2. En la publicidad.
- 1.5. El estudio de la comunicación visual.
 - 1.5.1. En la propaganda.
 - 1.5.2. En la publicidad.

Hrs. por unidad

10

Unidad II: Comunicación y psicología

- 2.1. Concepto de psicología.
- 2.2. Concepto de reacción.
 - 2.2.1. Respuesta.
 - 2.2.2. Conducta.
- 2.3. Factores de conducta.
- 2.4. Concepto de personalidad.
 - 2.4.1. Colectiva
 - 2.4.2. De masas

10

Unidad III: Propaganda, publicidad y sociología.	10
3.1. Funciones de la comunicación visual.	
3.1.1. En la publicidad.	
3.1.2. En la propaganda.	
3.2. Influencia de la propaganda en las funciones de la sociedad	
3.3. Influencia de la publicidad en las funciones de la sociedad	
3.4. La propaganda como difusora de los valores culturales	
3.5. La publicidad como difusora de los valores culturales	
3.6. Función educativa de la publicidad y propaganda	
Unidad IV: Los recursos publicitarios y propagandísticos	9
4.1. La estrategia creativa.	
4.2. El texto.	
4.3. La ilustración.	
4.4. Los medios de difusión.	
4.5. La campaña.	
4.6. El presupuesto.	
Unidad V: Valoración de los mensajes.	9
5.1. Teorías de la medición de los resultados de mensajes.	
5.1.1. En la propaganda.	
5.1.2. En la publicidad.	
5.2. Técnicas de medición.	
5.3. Pruebas y evaluación de la estrategia.	

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica con apoyo de material audiovisual.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales de investigación, reportes escritos de visitas a museos y exposiciones y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Avila, Raúl: La lengua y los hablantes

Ed. trillas, México, 1980.

Bassat, Luis: El libro rojo de la publicidad

Ed. folio, España, 1995.

Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto: Publicidad en medios impresos

Ed. trillas, México, 1990

Beltran, de Tena y Rodas Salinas: Información y comunicación

Ed. g. g. Madrid, 1983

Berlo, David k: El proceso de la comunicación

Ed. Atenea. México, 1978.

Brewster, Arthur et. al: Introducción a la publicidad

Ed. cecsa. México, 1986

Camacho, Morelos Jesús: Así se escribe una campaña de publicidad efectiva

Ed. diana, México, 1984.

Cervera, Ethiel: Publicidad lógica

Ed. Hispanoamericano, México, 1988.

Charles, j. Dirksen: Arthur Kroeger. Principios y problemas de publicidad

Ed. Continental, México, 1981

Crawford, J. H. Publicidad

Ed. Uthea. México, 1978.

Dahda, Jorge: Publicidad turística

Ed. Trillas. México.1990

Dirksen, Charles y Kroger Arthur: Principios y problemas de publicidad

Ed. CECSA. México, 1990.

Fernandez, Fátima, Yepes Margarita: Comunicación y teoría social

UNAM, México, 1991

Ferrer, Eulalio: La publicidad

Ed. Trillas. México, 1993

Goded, Jaime: 100 puntos sobre la comunicación en México

Ed. UNAM México, 1995

Gonzalez, Llaca Edmundo: Teoría y práctica de la propaganda

Ed. Grijalbo. México, 1994.

Hadjinicolaou, Nicos: La producción artística frente a sus significados

Siglo XXI. México 1981

Holtje, H. F: Publicidad

Ed. Mc Grawhill. México, 1996

Joanis, Henri: El proceso de creación publicitaria

Ed. Edusto. México, 1995

Judson, Brewster Arthur et. al: Introducción a la publicidad

Ed. Continental, décima edición, México, 1997

Kleppner's, Otto: Manual de publicidad

Ed. Hispanoamericana. México, 1985

Leduc, Robert: La publicidad una fuerza al servicio de la empresa

Ed. Paraninfo. España, 1987

Mc Quail, Denis: Introducción a la teoría de la comunicación de masas

Ed. paidós. México, 1980

Moragas, Miguel de: Sociología de la comunicación de masas

Ed. gg. España, 1981.

Paoli, J. Antonio: Comunicación e información

Ed Trillas/UAM. México, 1978

Peninauo, A: Semiótica de la publicidad

Ed. cc. gg. España, 1988.

Pierre, Giraud: La semiología

Ed s xxi. México, 1980

Roszak, Theodore: El culto a la información

Grijalbo-CNCA. México 1990

Sanchez, Guzmán José Ramón: Introducción a la teoría de la publicidad

Ed. Tecnos, España, 1993

Salvat: La sociedad de consumo

Ed. Salvat. España, 1974

Vanden, Berghe Pierre: El hombre en sociedad

Ed. FCE. México, 1978.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Espejo, Alberto: Pensamiento y Realidad

Ed. trillas. México, 1990

Ivins, W.M: Imagen impresa y conocimiento

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1975

Torin, Douglas: Guía completa de la publicidad

Ed. Hermann Blume. España, 1981

Vance, Packard: Las formas ocultas de la propaganda

Ed. hermes. México, 1987.

Hemerografía:

Directorio m p m. ed. medios publicitarios mexicanos.

Directorio de medios audiovisuales. ed. medios publicitarios.

Directorio de medios impresos.

Revista Abcebra. México. publicación mensual.

Revista El publicista. México. publicación mensual.

Revista Creativa. México. publicación mensual

Revista Origina. México, publicación mensual.

Revista Apertura. México. publicación mensual.