

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 ILUSTRACIÓN

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: teórica-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 coyuntural

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 México

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

DIBUJO VII	
Semestre: séptimo	
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Ilustración, optativa para las demás orientaciones profesionales.	
Créditos: 9	
Horas por semana: 6	
Horas por semestre: 96	
Horas Teóricas: 3	
Horas Prácticas: 3	
Seriación: Dibujo VI	
Tipo de asignatura: teórico-práctica	
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:	
Introducir al alumno en la aplicación de las diferentes características que conforman los lenguajes no verbales y en el desarrollo de un dibujo eficiente otorgándole el lenguaje adecuado a través de la selección de temas de investigación que le permitan valorar el producto de su experimentación.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Analizará y comprenderá las dimensiones de la comunicación social	
b) Conocerá la complejidad de la enseñanza de las disciplinas artísticas y analizará los sentidos de orientación de la enseñanza	
c) Será capaz de evaluar la producción y calidad en sus dibujos en base a su definición conceptual	
d) Alcanzará un dominio completo en la aplicación de los conceptos que definen al dibujo y buscará nuevos conceptos como reflexiones en torno al dibujo	
e) Integrará la investigación y la experimentación en beneficio de su formación como comunicador visual de acuerdo a su especialidad.	
f) Será capaz de aplicar los resultados de su investigación y comprender el fenómeno de la comunicación	
g) Creará su propia forma de lenguaje y desarrollará un alto sentido de la crítica para comprender los significados de la simbología	
h) Definirá lenguajes conceptuales en torno al dibujo y su relación de función con las demás manifestaciones artísticas	
i) Definirá el fenómeno social del arte en torno al dibujo	
j) Definirá los medios de auto-evaluación	

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Investigación

Hrs. por unidad

48

1.1. Líneas de investigación en torno al dibujo

1.1.1. Crítica

1.1.2. Crítica de arte

1.1.3. Metodología

1.1.4. Semántica

1.1.5. Comunicación social

Unidad II: Estudio del ser humano

48

2.1. Posibilidades físicas y sensoriales

2.2. Los hemisferios cerebrales y sus formas de lenguaje

2.3. Psicología humanística

2.4. Memoria y olvido

2.5. Resonancia interior

2.6. Creatividad

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica. Realizar visitas a galerías, museos o salas de exhibición para ir formando un marco de referencia profesional en el alumno y establecer contactos de trabajo de acuerdo a su especialidad.

Método de evaluación sugerido: Ejercicios prácticos parciales y finales. Examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Acha, Juan: Introducción a la creatividad artística

Ed. Trillas México. 1990

Albers, Josef: La interacción del color

Ed. Alianza. Alianza-Forma. Madrid 1985

Arnheim, Rudolf: Arte y percepción visual

EUDEBA. Buenos Aires 1977

Bammes, Gottfried: The artist's guide of human anatomy

Ed. Chartwell books. New Jersey 1994

Barcsay, Jenó: Anatomía artística

Ed. Daimón. Budapest/Madrid, Barcelona, México 1973

Balmori, Santos: Técnicas de la expresión plástica El dibujo, su aprendizaje y ejercicio

UNAM. México 1985

Bridgman, George: The book of a Hundred hands

Dover. New York 1971

Bridgman, George: Constructive Anatomy

Dover New York 1973

Cortés, Valeria: Anatomía, academia y dibujo clásico

Ed. Catedra. Madrid 1994

Crespi, Irene: Léxico técnico de las artes plásticas

EUDEBA. Buenos Aires 1989

Daucher, Hans: Modos de dibujar

Ed Gustavo Gili. Barcelona (6 volúmenes) 1987

Doerner, Max: Los materiales de pintura y su empleo en el arte

Reverté. Barcelona 1982

Edwards, Betty: Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro

Blume Madrid 1984

Farris: Art students' anatomy

Dover. New York 1961

Kandinsky, Wassily: Punto y línea sobre el plano

Barral. Barcelona 1975

Kandinsky, Wassily: De lo espiritual en el arte

Barral-labor. Barcelona 1982

Kepes, Gyorgy: El lenguaje de la visión

Infinito. Buenos Aires 1976

Kepes, Gyorgy et al: La educación visual

Novaro. México 1968

Klee, Paul: Bases para la estructuración del arte

Premia. México 1978

Kuppers, Harald: Color, origen, metodología, sistematización y aplicación

Ed. Lectura. Barcelona 1973

Lambert, Susan: El dibujo, técnica y utilidad

Blume. Madrid 1996

Maier, Manfred: Procesos elementales de proyectación y configuración

Gustavo Gili. Barcelona (4 tomos) 1982

Mayer, Ralph: Materiales y técnicas del arte

Blume. Madrid 1985

Moreaux, Arnold: Anatomía artística del hombre

Norma. Madrid 1981

Nicolaides, Kimon: The natural way to draw

Mifflin. Boston, Mass. 1969

Pignati, Terisio: El dibujo de Altamira a Picasso

Cátedra. Madrid 1981

Saunders, J. B. and Charles: The ilustrations from the works of Andra Vesalius of Brussels

Dover. New York 1973

Sheppard, Joseph: Anatomy acomplete guide for artist

Watson-Guptill Publications New York 1975

Sheppard, Joseph: Drawing the female figure

Watson-Guptill Publications. New York 1975

Sheppard, Joseph: Drawing the male figure

Watson-Guptill Publications. New York 1975

Simpson, Ian: Curso completo de Dibujo

Blume. Barcelona 1995

Vinci, Leonardo Da: Tratado de pintura y el arte de dibujar

Ed. Gaceta. México 1985

Szunyochy, Andrés: Escuela de dibujo de anatomía

Könemann. Barcelona 1996

Teissig, Karel: Las técnicas del dibujo

Ed. Libsa. Madrid 1990

Tosto, Pablo: La composición áurea en las artes plásticas

Hachette. Buenos Aires 1966

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Arnheim, Rudolf: El pensamiento visual

Ed. Paidós. Barcelona 1986

D'Allones, O Revault: Creación artística y promesa de libertad.

Ed. Gustavo Gili: Barcelona 1977

Guillam, Scott R: Fundamentos del diseño

Victor Lerú. Buenos Aires 1973

ILUSTRACIÓN III

Semestre: séptimo

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

Créditos: 8

Horas por semana: 6

Horas por semestre: 96

Horas Teóricas: 2

Horas Prácticas: 4

Seriación: Ilustración II

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Proporcionar los conocimientos teórico-prácticos que capaciten al alumno para la elaboración de las imágenes que le demanden la literatura, la educación, la publicidad y la comunicación visual en general.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá las características estructurales de la ilustración publicitaria y desarrollará las actividades que le capaciten para la elaboración de la misma.
- b) Conocerá, analizará, comprenderá y elaborará ilustraciones publicitarias
- c) Será consciente de la importancia de la ilustración en los diferentes procesos de la comunicación visual que la requieren.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Análisis de la ilustración publicitaria

Hrs. por unidad

48

1.1. Composición

- 1.1.1. Concepto
- 1.1.2. Nivel del mensaje visual
- 1.1.3. Diseño
- 1.1.4. Estrategias de comunicación
- 1.1.5. Estilo
- 1.1.6. Técnica

Unidad II: Elaboración de ilustraciones publicitarias

48

2.1. Definición del problema

- 2.1.1. Texto o idea a ilustrar
- 2.1.2. Aplicación(es) de la(s) ilustración(es)
- 2.1.3. Características de la(s) ilustración(es)

2.2. Recopilación de información visual

- 2.2.1. Fotografías
- 2.2.2. Dibujos
- 2.2.3. Ilustraciones

2.3. Elaboración de bocetos

- 2.3.1. Composición
- 2.3.2. Técnicas y superficies

2.4. Elaboración de originales

- 2.4.1. Selección de superficies y técnicas
- 2.4.2. Ampliación y reducción de originales

2.5. Reproducción de originales

- 2.5.1. Camisas de indicaciones

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica apoyada con materiales audiovisuales y ejercicios prácticos supervisados por el profesor con temáticas determinadas.

Método de evaluación sugerido: Ejercicios prácticos parciales y finales. Examen. Se promediarán evaluaciones parciales obtenidas en cada uno de los ejercicios, proyectos parciales y finales. Presentación de carpeta.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

AAVV: Illustrator's figure reference manual

Charwell books, 4a Reimp. New Jersey 1994.

AAVV: Catálogos de ilustradores de publicaciones infantiles y juveniles

Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995.

AAVV: Airbrush in Japan

(2vols). Selección de varios títulos para Page On Publishing Pte. Ltd. Singapur, 1993.

AAVV: Aerografía

Galería de ganadores más recientes en el concurso anual de méritos de aerografía convocado por la Airbrush Action Magazine, 1995

Colyer, Martin: Como encargar ilustraciones

Col. Manuales de Diseño, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1995.

Dalley Terence: Guía completa de ilustración y diseño

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. México 1980.

Dondis A. Donis: La sintaxis de la imagen

Ed. Gustavo Gili, 1976.

Driben, Lelia: Melecio Galván el artista secreto

Instituto de Investigaciones Estéticas, Monografías de Arte · 22 UNAM., México, 1992.

Gombrich E. H: Arte e ilusión

Ed. Gustavo Gili, 1982.

Gomez Abrams, J: Dibujos de presentación

Tilde, UAM-A México, 1990.

Gray, Bill: Consejos prácticos para diseñadores gráficos y dibujantes

Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

Hayes, Colin: Guía completa de pintura y dibujo, técnicas y materiales

2a. edición, H.Blume Ediciones, Court, London W 1, 1980, 224p

Leek, Michael: The encyclopaedia of airbrush techniques

Chartwell Books, Londosn. 1989.

Magnus, Günter: Manual para dibujantes e ilustradores

Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1982.

Maier Manfred: Procesos elementales de proyectación y configuración

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1982.

Martin, Judy: Guía completa del aerógrafo. (Técnicas y materiales)

Blume ediciones, Madrid, 1986.

Martin, Judy: Rendering Transparency Airbrush

Artists Library. North light books. s/f. 1983

Owen, Peter: El aerógrafo. mantenimiento

Guías en el acto, Blume ediciones, Madrid, 1988

Owen, Peter: Manual completo de técnicas de Aerografía

Blume ediciones, Madrid, 1987

Peninou, Georges: Semiótica de la publicidad

Ed. Gustavo Gili, 1976

Porter Greenstreet: Manual de técnicas gráficas para Arquitectos

Diseñadores y Artistas Vol. I Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

Powell, Dick: Técnicas de presentación

Ed. Herman Blume. Madrid 1985

Powell-Monahan: Técnicas avanzadas de rotulador

Blume ediciones, Barcelona, 1993

Rodríguez Diéguez, José Luis: Las funciones de la imagen en la enseñanza

Ed. Gustavo Gili, España, 1977

Smith, Ray: El manual del artista

Ed. Blume, Madrid, 1990.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

AAVV: Catálogo de la Bienal Internacional de Cartel en México

Ediciones 1990, 1992 y 1994. Trama visual, México.

AAVV: Biblioteca del diseño gráfico

Naves Internacional de ediciones, 5 tomos, México, 1994

Douglas, Torin: Guía completa de la publicidad

Ed. Herman Blume, España, 1984.

ILUSTRACIÓN DIGITAL III
Semestre: séptimo
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en Ilustración, optativa para las demás orientaciones profesionales
Créditos: 8
Horas por semana: 6
Horas por semestre: 96
Horas Teóricas: 2
Horas Prácticas: 4
Seriación: Ilustración digital II
Tipo de asignatura: teóricas-práctica
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:
Introducir al alumno la elaboración de ilustraciones manipulando la tecnología digital, seleccionando las herramientas adecuadas incluidas en programas de aplicación a base de bitmaps o vectores y decidirá con exactitud el formato de sus archivos y calidad de resolución para la salida de sus productos.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Será capaz de elaborar ilustraciones manipulando la tecnología digital, seleccionando las herramientas adecuadas incluidas en un programa de aplicación determinado a base de bitmaps.

CONTENIDO TEMÁTICO

	Hrs. por unidad
Unidad I: Programa de aplicación a base de bitmaps tipo painter.	32
1.1. El programa de aplicación Painter	
1.1.1. La caja de herramientas	
1.1.2. La paleta de colores	
1.1.3. La paleta de instrumentos	
1.1.4. La paleta de papeles	
1.1.5. La ventana selectora de tamaño y forma del instrumento (brush size)	
1.1.6. La ventana de mascarillas	
1.1.7. Imágenes del tutorial	
1.2. Ejecución de un ejercicio simple utilizando las herramientas e instrumentos más comunes	
Unidad II: Práctica con el programa	32
2.1 Elaboración de una ilustración a mano libre	
2.1.1. Formateado y definición de la resolución de salida	
2.1.2. Manipulación con el programa	
2.1.3. Impresión	
2.2 Elaboración de una ilustración a partir de una imagen de archivo	
2.2.1. Formateado y definición de salida	
2.2.2. Importar una imagen de archivo	
2.2.3. Reformatear	
2.2.4. Manipulación de la imagen	
2.2.4.1. Creación de archivos con soluciones alternativas	
2.2.5. Impresión del archivo seleccionado	
 Unidad III: Elaboración de una ilustración mezclando imágenes de archivo, texturas y trazos a mano libre, aplicando mascarillas para reservar áreas.	 32

3.1. Formateado y definición de salida

3.1.1. Importar una imagen de archivo

3.1.2. Reformatear

3.1.3. Manipulación de la imagen

3.1.3.1. Uso de plantillas para mascarillas por librería

3.1.3.2. Uso de plantillas para mascarillas a mano libre

3.1.3.3. Creación de archivos con soluciones alternativas enfatizando acabados y texturas

3.1.4. Impresión del archivo seleccionado.

Método de investigación, procedimientos y actividades de enseñanza sugeridos: Se plantea la ejecución de ejercicios de aplicación estableciendo criterios técnico-operativos definidos que vayan de lo sencillo a lo complejo para la adquisición de experiencias en la manipulación segura para logro de efectos y texturas.

Método de evaluación sugerido: Lista de verificación de características de un producto terminado, exhibición de los productos de aprendizaje, presentación de carpeta de trabajos.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

AAVV: Illustrator's figure reference manual

Chartwell books, 4a. reimp. New Jersey, 1994

AAVV: The brightest in computer -Generated design and ilustration

Ed. North Lights Books, Hong kong, 1990

Bolognese Don: Mastering the computer for desgn and ilustration

Ed. Columbus Book, London, 1988

Breton Philippe: Historia y Crítica de a informática

Ed. Catedra. Col. Teorema, Madrid, 1989

Chakkour, Mario Henri: Painting with computers

Rockport publishers. Inc. Rockport, Massachusetts, 1996

Dayton, Linnea y Davis, Jack: The photoshop wow! book

Peachpit Press .Inc. Berkeley, 1993

Freedman Alan: Glosario de computación

Ed. McGraw Hill, México, 1984

Gosney Michael: The verbum book of digital painting

Ed. M & T Books, Inc. USA, 1990

Gallon Dec, F. y Lmoine, Philippe: La informatización riesgos culturales

Ed. Mitre. Barcelona 1986

Goldstein Larry Joel, IBM PC y compatibles

Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1992

Lussate Bruno: El desafío informático

Ed. Planeta, Barcelona, 1982

Negroponte Nicolás: Ser digital

Ed. Oceano, Altántida, México, 1996

Pfaffenberg Bryan, et al: Diccionario para usuarios de computadoras

Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México 1993

Prueitt Melvin: El arte y la computadora

Ed. McGraw Hill, México, 1984

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

AAVV: Airbrush in Japan

(2 vols.) Selección de varios titulos para page one publishing. Pte. Ltd. Singapur 1993

AAVV: Catálogo de la bienal internacional del cartel en México

Ediciones 1990, 1992 y 1994. Trama visual. México

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 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	Hrs. por unidad
Unidad I: Propaganda y publicidad	10
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.	
Unidad II: Comunicación y psicología	10
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	
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: Asi 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.