

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 SIMBOLOGÍA Y DISEÑO EN SOPORTES
TRIDIMENSIONALES

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.

- 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

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

Undidad III: Ambito político

Hrs. por unidad

16

16

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, reoortes 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 Méxcio

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

DISEÑO VII
Semestre: séptimo
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones profesionales.
Créditos: 9
Horas por semana: 6
Horas por semestre: 96
Horas Teóricas: 3
Horas Prácticas: 3
Seriación: Diseño VI
Tipo de asignatura: teórico-práctica
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:
Proporcionarle al alumno los conocimientos y habilidades para el estudio y producción de los vehículos de comunicación visual en el área de la simbología y los soportes tridimensionales
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Identificará los conocimientos generales en la elaboración de propuestas de programas de aplicación de los proyectos de diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales
b) Aplicará el marco metodológico para el diseño aplicado a identidades gráficas
c) Vinculará los conocimientos adquiridos en su formación académica con la generación de propuestas de sistemas de identificación

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: Programa de aplicación de los proyectos de diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales

Hrs. por unidad

32

- 1.1. Elementos generales del programa
 - 1.1.1. Marco de referencia
 - 1.1.1.1. De la identidad gráfica
 - 1.1.1.2. Condiciones arquitectónicas y ambientales
 - 1.1.1.3. Perfil del usuario
 - 1.1.2. Modulación de configuración
 - 1.1.2.1. Tipográfica
 - 1.1.2.2. Pictográfica
 - 1.1.2.3. Código cromático
 - 1.1.3. Tabla comparativa de aplicación
 - 1.1.3.1. Referencia Física material
 - 1.1.3.2. Referencia conceptual
 - 1.1.3.3. Referencia gráfica
 - 1.1.3.4. Color
 - 1.1.4. Costos y presupuestos
- 1.2. Fases generales del programa
 - 1.2.1. Planeación
 - 1.2.2. Organización
 - 1.2.3. Aplicación y control
 - 1.2.4. Evaluación

Unidad II: Identidad gráfica

32

- 2.1. Antecedentes del diseño aplicado a la Identidad gráfica
 - 2.1.1. Definición
 - 2.1.2. Función Social
 - 2.1.3. Aplicaciones en la Comunicación Visual
- 2.3. Clasificación de los genérica de la identidad gráfica
 - 2.3.1. Logosímbolo
 - 2.3.2. Logotipo
 - 2.3.3. Imagotipo
 - 2.3.4. Logograma
 - 2.3.5. Escudos y Emblema
 - 2.3.6. Mascotas
- 2.4. Método específico del diseño aplicado a la Identidad gráfica
 - 2.4.1. Proceso de identificación
 - 2.4.2. Proceso de investigación
 - 2.4.3. Proceso de proyectación
 - 2.4.4. Proceso de evaluación

Unidad III: Sistemas de identificación

32

- 3.1. Antecedentes del Diseño aplicado a los sistemas de identificación
 - 3.1.1. Definición
 - 3.1.2. Función Social
 - 3.1.3. Aplicaciones en la Comunicación Visual
- 3.2. Clasificación genérica de los sistemas de identificación
 - 3.2.1. Imagen corporativa
 - 3.2.2. Imagen institucional
- 3.3. Manual de uso
 - 3.3.1. Introducción al manual de uso
 - 3.3.1. Génesis de la identidad gráfica
 - 3.3.2. Aplicaciones
 - 3.3.3. Ejemplos y muestras
- 3.4. Método específico del Diseño aplicado a los sistemas de identificación
 - 3.4.1. Proceso de identificación
 - 3.4.2. Proceso de investigación
 - 3.4.3. Proceso de proyectación
 - 3.4.4. Proceso de evaluación

Método de enseñanza sugerido: Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento, en el pizarrón, del ejercicio a resolver; Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; Análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos. Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase: maquetas, prototipos y/o originales mecánicos; elaboración de trabajos escritos de análisis e investigación del marco conceptual. Delimitación de las características de un proyecto a realizar por tema, mutuo acuerdo alumno profesor; presentación y análisis de los trabajos, por parte de grupo. Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual. Implementación de dinámicas grupales (repentinas, mesas de discusión, investigaciones). Pláticas con expositores: especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia.

Método de evaluación sugerido: Por unidad temática: realización y presentación de proyectos de diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales (*conceptualización, factibilidad, funcionalidad, originalidad, técnica y presentación*). Marco teórico: (*justificación del ejercicio, investigación de la temática del proyecto y bitácora de realización*).

Final: promedio de las calificaciones de los proyectos realizados en el curso, examen final teórico, realización de un proyecto integral al final del semestre, participación en clase.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Chavez, Norberto. La imagen corporativa

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990

Frutiger, Adrián. Símbolos, signos y marcas

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981

Germani-Fabris. Fundamentos del proyecto gráfico

Ed.. Ediciones Don Bosco, Nuevas fronteras gráficas, Barcelona, 1973,

Jones, John. Métodos de diseño

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1987

Munari, Bruno. Diseño y comunicación visual

Ed. Gustavo Gilli, Barcelona 1980

Paoli, J. Antonio. La comunicación

Ed. Edicol. México, 1977

Prieto, Luis Estudio de lingüística y semiología generales

Ed. Nueva imagen. México, 1984

Rodríguez Morales, Luis Para una teoría del diseño

Ed. Tilde Azcapotzalco, UAM. México, 1989

Chavez, Norberto. La imagen corporativa

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1990

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Daucher, Hans. Visión artística y visión racionalizada

Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1978

Satue, Enric. El Diseño gráfico desde sus orígenes a nuestros días

Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988

DISEÑO DIGITAL III
Semestre: séptimo
Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones
Créditos: 8
Horas por semana: 6
Horas por semestre: 96
Horas Teóricas: 2
Horas Prácticas: 4
Seriación: Diseño digital II
Tipo de asignatura: teórica-práctica
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:
Introducir al alumno en los conceptos, técnicas y aplicaciones particulares de los sistemas de cómputo en el método particular del diseño y la simbología
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:
Al finalizar el curso, el alumno:
b) Conocerá la terminología utilizada en los programas de mapas de bits
d) Diferenciará entre elementos básicos y periféricos para los programas de mapas de bits
f) Conocerá los medios para introducir y/o obtener información (a la / de la) computadora. para los programas de mapas de bits
l) Reconocerá los principales formatos de utilización en los programas de mapas de bits
e) Vinculará la computadora como herramienta de la técnica digital
f) Aplicará los conocimientos de la técnica digital en la producción dentro del laboratorio de cómputo

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: La técnica en el diseño digital

- 1.1. Actualización en el conocimiento del medio
- 1.2. Posibilidades del equipo y sus aplicaciones
 - 1.2.1. Captura
 - 1.2.2. Edición.
 - 1.2.2.1. Inmediata
 - 1.2.2.2. Programada.
- 1.3. Técnica de epresentación
 - 1.3.1. Individual de elementos gráficos
 - 1.3.2. Colectiva de elementos gráficos
- 1.4. Simplificación
 - 1.4.1. De los sistemas de composición
 - 1.4.2. De los sistemas de proporción
- 1.5. La reproducción de los soportes
 - 1.5.1. Para la visualización
 - 1.5.2. Evaluación
 - 1.5.3. Confirmación.
- 1.6. El lenguaje técnico

Hrs. por unidad

48

Unidad II: Programas de Mapa de bits

48

2.1. Análisis de los diversos comandos en los programas de mapas de bits

- 2.1.2. Menús
- 2.1.3. Comandos
- 2.1.4. Cuadros de diálogo
- 2.1.4. Administradores de archivos
 - 2.1.4.1. Directorios
 - 2.1.4.2. Archivos

2.2. Manipulación

- 2.2.1. Tamaños y pixelaje de la imagen
- 2.2.2. Edición de imágenes
- 2.2.3. Construcción objetos nuevos
- 2.2.4. Inserción de objetos y textos
- 2.2.5. Editar herramientas
- 2.2.6. Vínculos internos
- 2.2.7. Color
- 2.2.8. Captura de datos
- 2.2.9. Administrador de impresión de impresión

2.3. Objetos informáticos

- 2.3.1. Análisis y aplicación de los diferentes formatos
 - 2.3.1.1. Particulares
 - 2.3.1.2. Estándares
 - 2.3.1.3. Filtros
- 2.3.2. Uso y manejo de las diferentes extensiones
 - 2.3.2.1. Particulares
 - 2.3.2.2. Estándares
 - 2.3.2.3. Filtros

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica, trabajos de investigación y dinámicas de grupo en salón teórico. Ejercicios prácticos en laboratorio de cómputo.

Método de evaluación sugerido: Ejercicios parciales, trabajos de investigación por escrito y examen.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Breton, Philippe: Historia y crítica de la informática

Ed. Cátedra. Col. Teorema. Madrid 1989

Freedman, Alan: Glosario de computación

Ed. McGraw Hill. México 1984 (376 pp)

Galloudec, F. y Lemoine, Philippe: La informatización: riesgos culturales

Ed. Mitre. Barcelona 1986

Gates, Bill: Camino al futuro

Mc graw Hill. México 1995

Negroponte, Nicholas: Ser digital

Ed. Océano-Atlántida. México 1996

Goldstein, Larry Joel: IBM PC y compatibles

Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. México 1992

Hamilton, Edward: Graphic design for the computer age: visual communication for all media

Van Nostrand Reinhold Co. 1990.

Hearn, Donald y Baker, Pauline: Gráficas por computadora

Ed. Prentice Hall, Mexico 1994 (686 pp)

Lewell, John: Computer Graphics. A survey of current techniques and applications.

Orbis Publishing Limited, London 1985. ISBN 0-85613-594-1

Lussato, Bruno: El desafío informático

Ed. Planeta. Barcelona 1982

Rodwell, Peter: Libro básico del ordenador personal

Ed. Orbis. Barcelona 1986 (Tomo I 154 pp)

White, Jan: Graphic Design for the electronic age

Ed. Watson Guptill Publications Inc. New York 1988 (212 pp)

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Pfaffenbeger, Bryan, et al: Diccionario para usuarios de computadoras

Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. México 1993

Roszak, Theodore: El culto a la información: el folclore de los ordenadores y le verdadero arte de pensar

Ed. Grijalbo. México 1986

ENVASE Y EMBALAJE III

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para la orientación en simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones profesionales.

Créditos: 4

Horas por semana: 4

Horas por semestre: 64

Horas Prácticas: 4

Seriación: Envase y embalaje II

Tipo de asignatura: práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Proporcionarle al alumno los conocimientos y habilidades para el estudio y producción de los vehículos de comunicación visual en el área del diseño aplicado al envase y embaleje

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocera los factores de configuración, de producción y comunicación en el método particular del diseño aplicado al envase y el embalaje
- c) Identificará los parámetros requeridos para el proceso creativo la generación del envase y el embaleje
- d) Vinculará los conocimientos adquiridos en su formación académica con la generación de propuestas de diseño aplicado a las cajas

CONTENIDO TEMÁTICO

Hrs. por unidad

Unidad I: Factores de configuración en el método particular del diseño aplicado al envase 16

1.1. Paneles

1.2. Ubicación

1.2.1. Frontal

1.2.2. Lateral

1.2.3. Superior

1.2.4. Inferior

1.2.5. Posterior

1.3. Elementos gráficos

1.3.1. Logotipo o marca (Imagen corporativa y nombre de producto)

1.3.1.1. Textos

1.3.1.2. Marca

1.3.1.3. uso de producto

1.3.1.4. Sabor

1.3.1.5. Características de preparación

1.3.1.6. Instructivos

1.3.1.7. Legales

1.3.2. Colores

1.3.2.1. Corporativo

1.3.2.2. Sabor

1.3.3. Denominación genérica

1.3.4. Viñeta o foto exclusiva

1.3.5. Otros

1.4. Efectos del color y la forma

1.4.1. Continuidad estable

1.4.2. Parada atencional

1.4.3. Continuidad dinámica

Unidad II: Factores de producción en el método particular del diseño aplicado al envase 16

- 2.1. Objetivos de diseño
 - 2.1.1. Limpieza
 - 2.1.2. Carácter
 - 2.1.3. Legible
 - 2.1.4. Doble frente
 - 2.1.5. Resaltar la marca
- 2.2. Variables externas
 - 2.2.1. Distancia
 - 2.2.2. Ángulo de visión
 - 2.2.3. Iluminación
 - 2.2.3.1. Directa
 - 2.2.3.2. Indirecta
 - 2.2.3.3. Reflejo de luz
 - 2.2.4. Condiciones opticas
 - 2.2.5. Espacio de colocación
 - 2.2.6. Legibilidad

Unidad III: Factores de comunicación en el método particular del diseño aplicado al envase 16

- 3.1. Punto de venta
 - 3.1.1. Tipo de producto
 - 3.1.2. Ventajas al consumidor del producto
- 3.2. El consumidor
 - 3.2.1. Hábitos
- 3.3. Canales de distribución
- 3.4. Lugar de exhibición
 - 3.4.1. Estantería
 - 3.4.2. Anaquel
 - 3.4.3. Display

Unidad IV: Cajas 16

- 4.1. Definición
- 4.2. Clasificación genérica
 - 4.2.1. Fajilla
 - 4.2.2. Charola
 - 4.2.2.1. Charola colapsible
 - 4.2.2.2. Charola de candado de media luna a la base
 - 4.2.2.3. Charola display exhibidor
 - 4.2.3. Cajas convencionales
 - 4.2.4.1. Cierres o candados tipo Arthur
 - 4.2.4.2. Cierres o candados de ancla
 - 4.2.4.3. Cierres o candados semiautomático
 - 4.2.4.4. Automático
 - 4.2.4.5. Cuadrado rectangular
 - 4.2.4.6. Cuadrado con giro a la base
 - 4.2.4.7. Tipo canasta trapezoidal
 - 4.2.4. Caja tipo lonchera
 - 4.2.5. Caja tipo telescópica
 - 4.2.5.1. Con charola de base y tapa
 - 4.2.5.2. Con candado hermético
 - 4.2.5.3. Caja hexagonal
 - 4.2.5.4. Cierre automático
 - 4.2.5.5. Cierre convencional

- 4.2.6. Charola tipo marco
- 4.2.7. Charola candado lateral de ancla
- 4.2.8. Colgador expedidor
- 4.3. Características y propiedades de las cajas
 - 4.3.1. Resistencia a la rotura
 - 4.3.2. Resistencia a la fricción
 - 4.3.3. Grado de satinado
 - 4.3.4. Resistencia al agua
 - 4.3.5. Cualidades de impresión
 - 4.3.6. Impermeabilidad a las grasas
 - 4.3.7. Aspectos técnicos
 - 4.3.7.1. Identificación de hilo
 - 4.3.7.2. Gramaje
 - 4.3.7.3. Medidas
 - 4.3.7.4. Peso
 - 4.3.7.5. Puntaje
- 4.4. Particularidades de uso de las cajas
- 45. Legislación de la bolsa y el saco
 - 4.5.1. Normatividad
 - 4.5.2. Código de barras
 - 4.5.3. Codificación
 - 4.5.4. Impresión
 - 4.5.5. Ubicación
- 4.6. Fabricación de las cajas
- 4.7. Materiales de las cajas
- 4.8. Aplicaciones de las cajas

Método de enseñanza sugerido: Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento, en el pizarrón, del ejercicio a resolver; Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; Análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos. Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase: maquetas, prototipos y/o originales mecánicos; elaboración de trabajos escritos de análisis e investigación del marco conceptual. Delimitación de las características de un proyecto a realizar por tema, mutuo acuerdo alumno profesor; presentación y análisis de los trabajos, por parte de grupo. Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual. Implementación de dinámicas grupales (repentinadas, mesas de discusión, investigaciones). Pláticas con expositores: especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia.

Método de evaluación sugerido: Por unidad temática: realización y presentación de proyectos de diseño aplicado a la simbología y soportes tridimensionales (*conceptualización, factibilidad, funcionalidad, originalidad, técnica y presentación*). Marco teórico: (*justificación del ejercicio, investigación de la temática del proyecto y bitácora de realización*).

Final: promedio de las calificaciones de los proyectos realizados en el curso, examen final teórico, realización de un proyecto integral al final del semestre, participación en clase.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Duran, Alfonso. Psicología de la publicidad y de la venta

Ed. Ediciones CEAC, España, 1989.

El diseño Industrial. Biblioteca Salvat, Grandes Temas. Barcelona. 1973

Fornary, Tulio. Diseño y Producción

Colec. CyAD. UAM-A. México. 1993

Glenn, Davis. Packaging Machinery Operation Vol. III

Ed. Packaging Machinery Manufacturers Institute. USA. 1981

Kühne, Günther. Envase y embalajes de plástico

Ed. Gustavo Gilli. Barcelona 1976

Robertson, Gordon L. Food Packaging Principles and Practices

Ed. Marcel Dekker Inc. 1993

Sonsino, Steven. Packaging

Ed. Gustavo Gilli . Barcelona 1990

Folletos de Asociación Mexicana del Código del Producto

El código de barras en la exportaciones

Guía de colores

El papel del código EAN en la industria

Por qué un código de barras

Guía para la impresión del código de barras.

Rodríguez T, José Antonio. Introducción a la ingeniería de empaques

Ed. Particular. 1991

Abad Sánchez, Antonio. Manual del Diseñador

Ed. Porrúa - UAM'-A. México. 1993

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Favre, Jean Paul. Color and und et communication

Ed. ABC edition. Zurich. 1979

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.

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

Hrs. por unidad

10

10

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 uns 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.

Hadjinocolaou, 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. paidos. 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.

TALLER DE SERIGRAFIA I

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para las orientaciones en Diseño editorial, y en Simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones profesionales.

Créditos: 6

Horas por semana: 6

Horas por semestre: 96

Horas Prácticas: 6

Tipo de asignatura: práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Introducir al alumno en el conocimiento de la técnica de serigrafía así como de sus diferentes procesos para la realización de impresiones como medio de comunicación y expresión creativa y artística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Conocerá y diferenciará los diferentes materiales y equipo de taller.
- b) Adquirirá el conocimiento de los diferentes procesos.
- c) Aplicará y realizará una serie de ejercicios de diferentes tipo de soportes y materiales para conocer y experimentar diversos medios de aplicación.
- d) Aprenderá y practicará la mecánica de impresión así como los diferentes procedimientos de registro.

CONTENIDO TEMÁTICO

Unidad I: La técnica de la serigrafía

- 1.1. Antecedentes históricos
- 1.2. Recursos físicos y materiales
- 1.3. Planeación y elaboración del bastidor
- 1.4. Funciones y requisitos del marco
- 1.5. Tipos de prensas y bisagras
- 1.6. Tipo de mallas
- 1.7. Técnicas y procedimientos para tensar la malla.
- 1.8. Soportes o bases de impresión.
- 1.9. Elaboración de ejercicios para el mejor aprovechamiento de la técnica.
- 1.10. Tipos de raseros, su aplicación y uso.
- 1.11. Tintas, su aplicación y uso.
- 1.12. Solventes, su aplicación y uso.
- 1.13. Los registros y su importancia.
- 1.14. Función y análisis de las áreas del estencil.
- 1.15. Función y requisitos de la altura
- 1.16. Importancia de la limpieza de la malla.
- 1.17. Características del original a tinta y color.
- 1.18. Procedimiento de bloqueador
- 1.19. Procedimiento de crayón
- 1.20. Procedimiento de recorte.
- 1.21. Procedimiento de fotoemulsión.
- 1.22. Preparación de la emulsión y su aplicación.
- 1.23. Equipo y sistema de insolación
- 1.24. Procedimiento de desengrase y desemulsión de las mallas.

Hrs. por unidad

96

Método de enseñanza sugerido: Exposición oral del profesor y muestras de trabajos. Exposición con apoyo de audiovisuales. Asistencia a fábricas, talleres, museos y galerías.

Método de evaluación sugerido: Realización de una carpeta de apuntes con fichas técnicas de equipo material y tintas.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Bordeau, M.: Serigrafía al alcance de los jóvenes

Colección como hacer, ed. Kapeluz 1979, 62 págs.

Caza, Michel: Técnicas de Serigrafía

Barcelona 1975, 247 págs.

Jiménez Quinto, Alberto: Manual de la Técnica de Serigrafía Artística

Impartido en el transcurso de clase (básico)

Mara, Tim: Manual de serigrafía

Ed. Blume, Barcelona 1a. edición española, 1981, 167 págs.

Nielse, Ross: Serigrafía Industrial de Artes

Barcelona 175, 247 págs.

Russ, Stephen: Tratado de Serigrafía Artística

Ed. Blume, Barcelona, 1974

S'agaro, J. DE: Serigrafía Artística

L.E.D.A. las ediciones del arte Barcelona, 1977, 60 págs.

Steffen Bernard: Silk Screen

Ed. Grosset a Dulanlap 1963 New York 31 págs.

Hainke, Wolfgang: Serigrafía: Técnica-Práctica-Historia

Cd. la Isla 198 Argentina 372 págs.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Kentdoy M.: Dibujo Textil

Ed. L.E.D.A 1968 Barcelona 71 págs.

Rubio Martínez, M.: Ayer y hoy del grabado y Sistemas de Estampación

Tarragona, España. Terraco, 1979, 297 págs.

TEORIA E HISTORIA DEL DISEÑO I

Semestre: séptimo

Carácter de la asignatura: obligatoria para las orientaciones en Diseño editorial y en Simbología y diseño en soportes tridimensionales, optativa para las demás orientaciones.

Créditos: 6

Horas por semana: 3

Horas por semestre: 48

Horas Teóricas: 3

Horas aproximadas por unidad: 24

Tipo de asignatura: teórico

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Investigar y analizar los diferentes puntos de vista, formalmente expresados, en torno a la teoría e Historia del diseño en lo general y del diseño gráfico en lo particular. Proporcionar los conocimientos básicos necesarios para la constitución particular de un marco teórico-histórico en torno al Diseño Gráfico

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Identificará las etapas más importantes en el desarrollo y evolución del diseño moderno.
- b) Conocerá los más importantes planteamientos teóricos sobre el diseño.

CONTENIDO TEMÁTICO

Hrs. por unidad

Unidad I: Conceptos generales

24

1.1. Definición y conceptos básicos

1.1.1. Definición

1.1.1.1. El concepto diseño en la Historia.

1.1.1.2. Definiciones contemporáneas del diseño.

1.1.2. Conceptos

1.1.2.1. El Diseño gráfico y sus aplicaciones.

1.1.2.2. Delimitación de la metodología en el diseño.

1.2. Necesidad de comunicarse

1.2.1. Las primeras culturas y el diseño (Paleolítico-Neolítico)

1.3. La expresión como factor de identificación cultural

1.3.1. Grandes culturas antiguas y el diseño (China, Egipto y el Medio Oriente)

1.4. Expresión e interpretación

1.4.1. Origen del pensamiento occidental y el diseño (Grecia y Roma)

1.4.2. Las culturas prehispánicas y el diseño (Mesoamérica, América del sur)

1.5. Arte, artesanía y diseño

1.5.2. Diseño en la Edad Media y el renacimiento

1.5.2.1. Del artesano al artista

1.5.2.2. Del aprendiz al maestro

1.5.3. El Barroco, el Neoclásico, y el Romanticismo

1.6. La estética y función

1.6.1. La revolución industrial y el diseño

1.6.1.1. La simbolización

1.6.1.2. La figuración

1.6.1.3. La abstracción

Unidad II: Diseño contemporáneo

24

2.1. Siglo XIX, Europa y el diseño comercial

2.1.1. El diseño artístico

2.1.2. El diseño industrial

2.2. Siglo XX. La modernidad, la Bauhaus y el diseño

2.2.1. Las guerras mundiales y el diseño en el mundo

2.2.2. Diseño y corrientes de pensamiento

2.2.2.1. Diseño y funcionalismo

2.2.2.2. Diseño y estructuralismo

2.2.2.3. Diseño y marxismo

2.2.3. Los estilos artísticos recientes y su influencia en el diseño

Método de enseñanza sugerido: Exposición oral apoyada con material audiovisual. Dinámicas grupales de discusión y análisis.

Método de evaluación sugerido: Trabajos parciales de investigación y examen.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Acha, Juan: Introducción a la teoría de los diseños

Ed. Trillas. México 1996

González, Cesar: Crítica a la metodología del diseño

UAM. México 1982

Jones, John: Métodos del diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1988

Llovet, Jordi: Ideología y metodología del diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1986

Meggs, Philip: Historia del diseño grafico

Ed. Trillas. México 1991

Satue, Enric: El diseño gráfico

Alianza Ed. (Col. Alianza Forma N. 71). Madrid 1990

Selle, Gert: Ideología y utopía del diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1975

Wick, Rainer: Pedagogía del la Bauhaus

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1993

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Pevsner, Nicolaus: Pioneros del diseño moderno

Ed. Destino. Barcelona 1992