

	<p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</p> <p>Licenciatura en Mercadotecnia y Gestión de la Imagen</p> <p>Diseño digital de la imagen</p>	 <p>FCC CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</p>
---	---	--

A. PROGRAMA ANALÍTICO

- Datos de identificación:

• Nombre de la institución y de la dependencia	UANL Facultad de Ciencias de la Comunicación
• Nombre de la Unidad de Aprendizaje	Diseño digital de la imagen
• Horas aula-teoría y/o práctica, totales	80
• Horas extra aula totales	40
• Modalidad	Presencial
Periodo académico	Segundo
• Tipo de Unidad de aprendizaje	Obligatoria
• Área Curricular	ACFP-F
• Créditos UANL	4
• Fecha de elaboración	21/07/2016
• Fecha de última actualización	21/06/2017
• Responsable (s) del diseño	Norma Serna, Marco Cortés, Jorge Peña, Gregorio Alvarado

- **Presentación**

En este curso, se abordarán los fundamentos de la fotografía y el diseño gráfico y se podrán en práctica en un entorno digitalizado, orientados a la creación de efectivos mensajes publicitarios gráficos que aprovechen los medios tradicionales y electrónicos de forma congruente y trascendente en su audiencia. Primero se trabajará con los fundamentos de la fotografía, en estudio, en locación, el enfoque, la iluminación natural y artificial. Luego se trabajará con los fundamentos del diseño y su aplicación en un entorno digital, y tanto su aplicación como la de las reglas de la composición en la creación de mensajes publicitarios e institucionales. Finalmente, se trabajará en la creación los elementos de diseño gráfico de una campaña publicitaria, preferentemente para un caso real.

Propósito

La unidad de aprendizaje proporcionará al alumno de Mercadotecnia y Gestión de la Imagen los conocimientos y habilidades generales y específicas que le permitan desenvolverse con eficacia en el manejo de herramientas tecnológicas para la creación y edición de imágenes que serán empleadas en el proceso de producción creativa de mercadotecnia y la gestión de la imagen.

En esta unidad de aprendizaje se ofrecerá al estudiante un fundamento teórico de conocimientos en el proceso fotográfico y el diseño gráfico, que aplicará en la creación de imágenes y el desarrollo de conceptos gráficos en la comunicación impresa y visual.

En Diseño digital de la imagen el estudiante desarrollará su competencia para utilizar el lenguaje lógico, formal, icónico, verbal y no verbal porque conocerá y pondrá en práctica el proceso de diseño para la creación y edición de imágenes y diseños que se emplean como productos terminados o elementos de diseño digital que forman parte de productos de mercadotecnia y gestión de la imagen. El diseño de estos productos parciales y terminados de diseño digital permitirán el desarrollo de su habilidad para utilizar elementos icónicos y verbales y no verbales para comunicar un mensaje institucional, ya sea comercial o institucional.

Así mismo, el estudiante desarrollará su competencia para manejar las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en conocimiento, porque el estudiante tendrá que encontrar y emplear recursos en Internet para resolver problemáticas relevantes al uso de herramientas tecnológicas para el diseño digital; así como desarrollará su competencia para manejar las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el trabajo colaborativo porque el estudiante desarrollará ejercicios en colaboración con sus compañeros, apoyados en recursos tecnológicos para el trabajo colaborativo planteados por el docente en clase, para resolver casos propuestos por el mismo docente en laboratorio de cómputo.

Adicionalmente, en esta unidad de aprendizaje el estudiante desarrollará la competencia de aprovechar las innovaciones tecnológicas aplicadas al proceso de gestión comercial, porque se buscará que en ella, el estudiante emplee las más nuevas herramientas tecnológicas que se empleen en el campo real, para el diseño digital, en proyectos de mercadotecnia y gestión de la imagen.

Para inscribirse a esta unidad de aprendizaje, es necesario que el estudiante haya cursado Herramientas tecnológicas para la mercadotecnia y la gestión de la imagen, ya que en esta unidad antecedente el estudiante tiene la oportunidad de adquirir los fundamentos del manejo de herramientas tecnológicas para la gestión de la imagen.

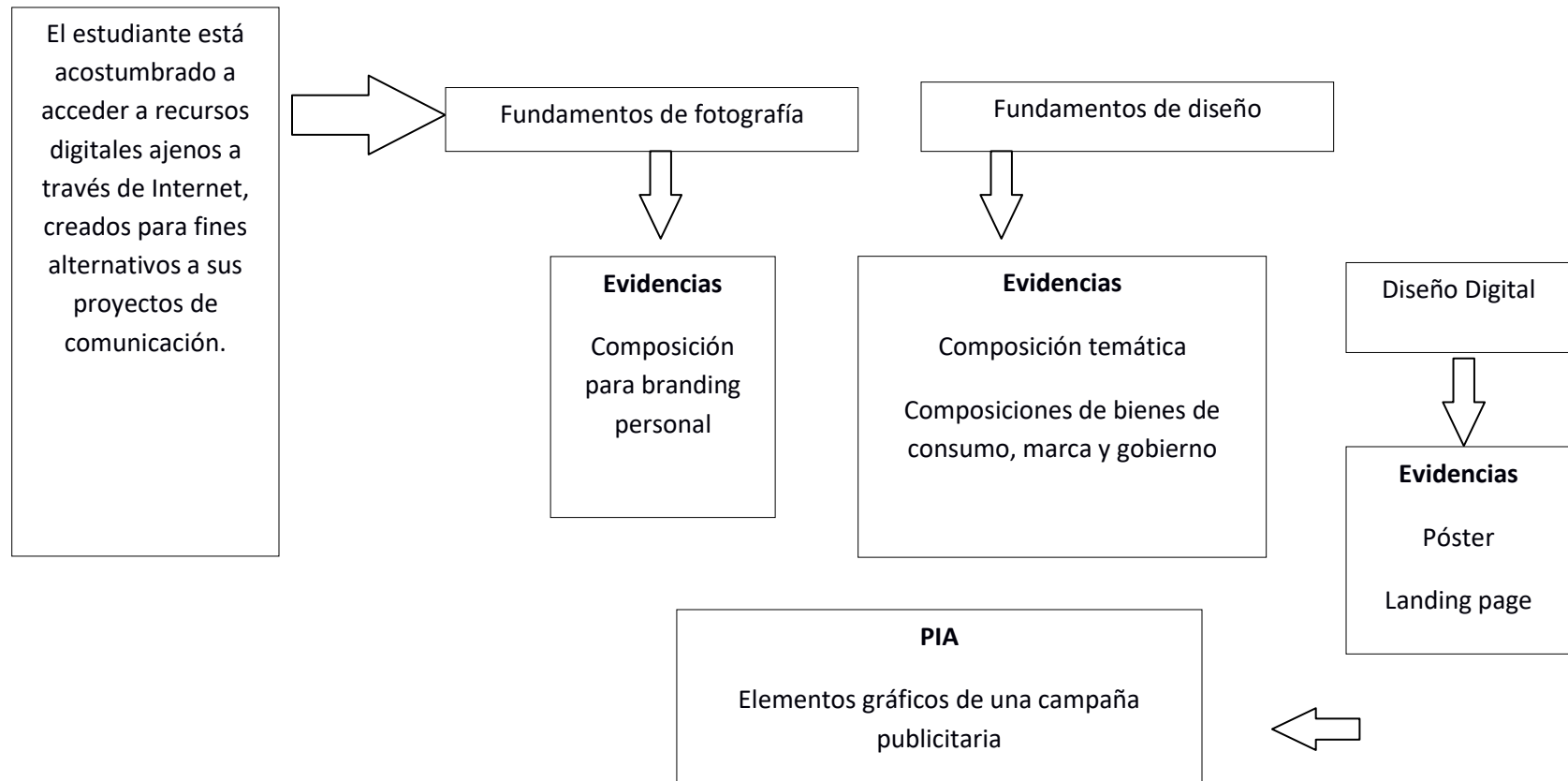
- Competencias del perfil de egreso

- CG2. Utilizar los lenguajes *lógico*, formal, matemático, icónico, verbal y no verbal de acuerdo con su etapa de vida, para comprender, interpretar y expresar ideas, sentimientos, teorías y corrientes de pensamiento con un enfoque ecuménico.
- CG3 Manejar las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en conocimiento, así como para el aprendizaje y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad.

- Competencias específicas del perfil de egreso a las que contribuye la unidad de aprendizaje:

- CE2. Desarrollar planes y programas de comunicación integral de mercadotecnia apegados a las leyes y reglamentos vigentes para el lanzamiento de productos y marcas en mercados nacionales y globales.
- CE4. Diseñar planes comerciales que aprovechen las innovaciones tecnológicas aplicadas al proceso de gestión comercial, para la optimización del proceso de negociación en mercados nacionales y extranjeros.

- Representación Gráfica



- Crear composiciones gráficas aplicando los fundamentos de la fotografía para la comunicación de mensajes interpersonales.

Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
Composición para branding personal.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación y puntualidad • Técnica <ol style="list-style-type: none"> 1 Enfoque 2 Dirección 3 Iluminación y color • Creatividad • Originalidad • Participación 	<p>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sesiones de exploración de elementos y sesiones fotográficas en el aula, el campus y en el estudio fotográfico. • Participación en la dirección de arte de las sesiones. <p>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposición del docente o invitados expertos. • Diseño y producción de sesiones fotográficas coordinadas por el docente o invitados expertos. 	<p>Fundamentos de fotografía Clasificación de la fotografía Equipo fotográfico y de iluminación Elementos del estudio fotográfico Técnicas de iluminación Fotografía en locación</p>	<p>Estudio fotográfico. Equipo de iluminación. Cámara fotográfica profesional.</p> <p>Pariente, José (1990) Composición fotográfica. México: Sociedad Mexicana de fotógrafos profesionales.</p> <p>EKC (1992) El placer de fotografiar. Barcelona: Folio.</p> <p>Collins, D. (2011) The best of Dean Collins on lighting. :Software cinema</p> <p>Vidal, Albert (1992) La iluminación en video y cine. Barcelona: CEAC</p> <p>Freeman, J. (2001) Cómo hacer buenas fotografías. Madrid:</p>

- Crear composiciones gráficas con fotografías, vectores y tipografía; aplicando los fundamentos del diseño para la comunicación de mensajes relevantes a la mercadotecnia y la gestión de la imagen.

Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
<p>Composición temática. Por ejemplo: “trabajo en equipo” o “equidad de género”.</p> <p>Composición comercial para un bien de consumo.</p> <p>Composición comercial para una marca.</p> <p>Composición organizacional para una empresa privada o el gobierno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación y puntualidad • Técnica <ol style="list-style-type: none"> 1 Enfoque 2 Dirección 3 Iluminación y color • Composición: <ol style="list-style-type: none"> 1 Organización estética 2 Coherencia de los elementos de la imagen 3 Contenido (tiene un mensaje claro) • Creatividad • Originalidad • Participación 	<p>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercicios de edición digital de la imagen. <p>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposición del docente o invitados expertos. • Diseño y producción de sesiones fotográficas coordinadas por el docente o invitados expertos. • Ejercicios de edición digital de imágenes en el laboratorio de cómputo, dirigidos por el docente. 	<p>Fundamentos de diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aplicación digital <p>Reglas de la composición</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aplicación digital <p>Desarrollo del diseño publicitario</p> <p>Fotografía publicitaria</p> <p>Fotografía industrial</p>	<p>Estudio fotográfico</p> <p>Equipo de iluminación</p> <p>Cámara fotográfica profesional</p> <p>Laboratorio de cómputo</p> <p>Licencias de Photoshop</p> <p>Freytag, A. (1989) Glamour a través de tu lente: técnicas para tomas en exterior Los Ángeles: Holiday Pictures</p> <p>Marshall, H. (1989) Diseño fotográfico: Cómo preparar y dirigir fotografías para el diseño gráfico. Barcelona: Gustavo Gili</p>

- Crear un concepto gráfico publicitario, aplicando los fundamentos de la fotografía y el diseño, para la comunicación de mensajes promocionales o de posicionamiento.

Evidencias de aprendizaje (2)	Criterios de desempeño (3)	Actividades de aprendizaje (4)	Contenidos (5)	Recursos (6)
<p>Diseño de un póster publicitario.</p> <p>Diseño para una landing page versiones móvil y de escritorio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación y puntualidad • Técnica <ol style="list-style-type: none"> 1 Enfoque 2 Dirección 3 Iluminación y color • Composición: <ol style="list-style-type: none"> 1 Organización estética 2 Coherencia de los elementos de la imagen 3 Contenido (tiene un mensaje claro) • Creatividad • Originalidad • Participación 	<p>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercicios de edición digital de la imagen. <p>ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposición del docente o invitados expertos. • Diseño y producción de sesiones fotográficas coordinadas por el docente o invitados expertos. • Ejercicios de edición digital de imágenes en el laboratorio de cómputo, dirigidos por el docente. 	<p>Cómo preparar fotografías para el diseño gráfico</p> <p>Edición digital de fotografías</p> <p>Tipos e archivos de imagen</p> <p>Edición digital de composiciones publicitarias.</p> <p>Edición digital de composiciones institucionales.</p>	<p>Estudio fotográfico</p> <p>Equipo de iluminación</p> <p>Cámara fotográfica profesional</p> <p>Laboratorio de cómputo</p> <p>Licencias de Photoshop</p> <p>Swann, A. (1993) El color en el diseño gráfico. Barcelona: G. Gili</p> <p>Tone M. David y Gladis Ron. (2003) Avanza Fotografía Digital. España: Mc Graw Hill.</p> <p>John.(2002) Fotografía digital en blanco y negro paso a paso. España.</p> <p>De Moraes, D. (2010). Mutaciones de lo invisible: Comunicación y Procesos Culturales en la era Digital.1ª edición. Buenos Aires: Paidós.</p>

VII.- Evaluación integral de procesos y productos (ponderación / evaluación sumativa).

- Evidencias 70%:
 - Composición para branding personal.
 - Composición temática. Por ejemplo: “trabajo en equipo” o “equidad de género”.
 - Composición comercial para un bien de consumo.
 - Composición comercial para una marca.
 - Composición organizacional para una empresa privada o el gobierno.
- PIA: 30%

VIII.- Producto integrador del aprendizaje de la unidad de aprendizaje (señalado en el programa sintético).

- Diseñar los elementos gráficos de una campaña publicitaria, que considere el uso de medios impresos y gráficos electrónicos, para un proyecto de comunicación social o comercial definido por el docente y los estudiantes.

IX. Fuentes de apoyo y consulta (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas).

- Collins, D. (2011) The best of Dean Collins on lighting. :Software cinema
- De Moraes, D. (2010). Mutaciones de lo invisible: Comunicación y Procesos Culturales en la era Digital.1ª edición. Buenos Aires: Paidós
- Tone M. David y Gladis Ron. (2003) Avanza Fotografía Digital. España: Mc Graw Hill.
- John.(2002) Fotografía digital en blanco y negro paso a paso. España.
- Freeman, J. (2001) Cómo hacer buenas fotografías. Madrid:
- Swann, A. (1993) El color en el diseño gráfico. Barcelona: G. Gili
- EKC (1992) El placer de fotografiar. Barcelona: Folio.

- Vidal, Albert (1992) La iluminación en video y cine. Barcelona: CEAC
- Pariente, José (1990) Composición fotográfica. México: Sociedad Mexicana de fotógrafos profesionales.
- Freytag, A. (1989) Glamour a través de tu lente: técnicas para tomas en exterior Los Ángeles: Holiday Pictures
- Marshall, H. (1989) Diseño fotográfico: Cómo preparar y dirigir fotografías para el diseño gráfico. Barcelona: Gustavo Gili