|  |
| --- |
| **NOMBRE DEL CURSO:** ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE IMAGEN EN PRODUCTOS ARTESANALES |
| **OBJETIVO GENERAL:** Al finalizar el curso el participante obtendrá los conocimientos y habilidades Básicas para darle una mejor imagen a su producto y hacerlo mas competente en el mercado, al igual que obtendrá conocimientos sobre empaques creativos e innovadores que haran que su producto tenga mayor impacto. |
| **DIRIGIDO A:** Artesanos |
| **DURACIÓN:** 16 hrs. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TEMA** | **SUBTEMA** | **ESTRATEGIA DIDACTICA** | **APOYO DIDACTICO** | **CRITERIO DE EVALUACIÓN** | **TIEMPO** |
| 1. **Analisis de Productos Artesanales con buen manejo de imagen** | * 1. Empresas locales con alto impacto en el mercado por su calidad de imagen y empaque.   2. Empresas nacionales con alto impacto en el mercado por su calidad de imagen y empaque. | ***Encuadre grupal:***   * Presentación del instructor y del grupo * Presentación general del curso * Explicación del objetivo. * Explicación de las Metas a alcanzar. * Información de los beneficios del curso.   ***Contextualización:***   * Presentación de diapositivas con imágenes de productos artesanales, su logo, empaque y sus medios publicitarios.   ***Teorización:***   * El instructor explicará la importancia de la imagen de los productos para poder llegar a ser un producto competitivo en el mercado. * El instructor explicará sobre los diferentes medios publicitarios.   ***Ejercitación:***   * El alumno identificará la importancia de la buena imagen en los productos. * El alumno expondrá en clase como podría mejorar la imagen de su propio producto.   ***Reflexión:***  Verificación de conocimiento mediante preguntas orales a los participantes. | ***Instalaciones:***   * Aula – sala de computo.   ***Mobiliario:***   * Banco de trabajo * Computadora   ***Software:***   * Office * Acceso a internet | **Tipo de evaluación**   * Avance de proyecto. | 2 horas |
| 1. **Marketing de Productos.** | 2.1 Marketing en Internet  2.2 Marketing Publicitario. | ***Encuadre grupal:***   * Presentación de la unidad * Información de los beneficios de la unidad.   ***Contextualización:***   * Presentación de videos y diapositivas con informacion, imágenes y explicacion.   ***Teorización:***   * El instructor explicará cada tipo de marketing y cómo hacerlo efectivamente   ***Ejecitación:***   * El participante desarrollará en su proyecto, como aplicará el marketing en su propia producto.   ***Reflexión:***  Resumen y síntesis del tema con la ayuda de los participantes.  Verificación de conocimiento mediante preguntas orales a los participantes. | ***Instalaciones:***   * Aula – centro de computo   ***Mobiliario:***   * Banco de trabajo * Computadora | ***Tipo de evaluación:***   * El alumno expondrá su plan de marketing de su producto. | 2 hrs. |
| 1. **Creación de marca** | 3.1 Diseño de imagen del producto. | ***Encuadre grupal:***   * Presentación de la unidad * Información de los beneficios de la unidad.   ***Contextualización:***   * Presentación en la pantalla como se crea la imagen de un producto y la importancia de la gama de colores y la fuente tipografica.   ***Teorización:***   * El instructor explicará la importancia del uso de los programas de diseño, el uso de una correcta gama de colores en nuestra imagen.   ***Ejecitación:***   * El participante desarrollará bocetos de de la imagen de su empresa , asi como debera elegir una gama de colores que transmita el concepto de su producto. * Apoyo del profesor a cada estudiante para llevar a cabo la imagen de su producto.   ***Reflexión:***  Resumen y síntesis del tema con la ayuda de los participantes.  Verificación de conocimiento mediante preguntas orales a los participantes. | ***Instalaciones:***   * Aula – centro de computo   ***Mobiliario:***   * Banco de trabajo * Computadora | ***Tipo de evaluación:***  El alumno explicará a la clase los bocetos realizados y su gama de colores y los compañeros expondran su opinión sobre lo que refleja la imagen. | 4 hrs. |
| 1. **Envases y embalajes** | 4.1 Tipos de empaques para cada producto. | ***Encuadre grupal:***   * Presentación de la unidad * Información de los beneficios de la unidad.   ***Contextualización:***   * Presentación en diapositivas los tipos de empaques para diferentes productos artesanales.   ***Teorización:***   * El instructor explicará la importancia de empques ergonomicos en productos artesanales.   ***Ejecitación:***   * El participante analizará las opciones que sean mas funcionales y esteticas para el producto. * Apoyo del profesor a cada estudiante para el diseño de su empaque.   ***Reflexión:***  Resumen y síntesis del tema con la ayuda de los participantes.  Verificación de conocimiento mediante preguntas orales a los participantes. | ***Instalaciones:***   * Aula – centro de computo   ***Mobiliario:***   * Banco de trabajo * Computadora | ***Tipo de evaluación:***  Se evaluará la creatividad de cada alumno al realizar empaques innovadores y amigables con el medio ambiente. | 2 hrs. |
| 1. **Materiales y procesos de impresión** | 5.1. Materiales para empaques artesanales.  5.2. Proceso de impresión en serigrafía, digital y offset. | ***Encuadre grupal:***   * Presentación de la unidad * Información de los beneficios de la unidad.   ***Contextualización:***   * Videos de cómo es el proceso de impresión. * Video de cómo es el proceso de empaque de productos.   ***Teorización:***   * El instructor mostrara a los alumnos diferentes materiales y diferentes sistemas de impresión.   ***Ejecitación:***   * El participante decidirá que sistema de impresión y que material es el mas conveniente para su producto.   ***Reflexión:***  Resumen y síntesis del tema con la ayuda de los participantes.  Verificación de conocimiento mediante preguntas orales a los participantes | ***Instalaciones:***   * Aula – centro de computo   ***Mobiliario:***   * Banco de trabajo * Computadora | ***Tipo de evaluación:***  Impresión y armado de empaque en el producto original. | 2 hrs. |
| 1. **Diseño de publicidad** | 6.1. Importancia de la fotografía del producto  6.2. Estructura de un diseño publicitario | ***Encuadre grupal:***   * Presentación de la unidad * Información de los beneficios de la unidad.   ***Contextualización:***   * Diapositivas de publicidad de productos artesanales. * ***Teorización:*** * El instructor hará fotografia de los productos artesanales de los estudiantes para demostrar como puede servir para mejorar su imagen y tener mas impacto en los consumidores.   ***Ejecitación:***   * Los participantes ambientaran el set con objetos que transmitan el concepto de su producto y asi poder sacar buenas fotografias de sus productos.   ***Reflexión:***  Resumen y síntesis del tema con la ayuda de los participantes.  Verificación de conocimiento mediante preguntas orales a los participantes | ***Instalaciones:***   * Aula – centro de computo   ***Mobiliario:***   * Banco de trabajo * Computadora | ***Tipo de evaluación:***  Armado final de la publicidad . | 4 hrs. |

REVISADO POR: Lic. Andrea Catalina Téllez Morán