

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR, CIENCIA Y
TECNOLOGÍA
DIRECCIÓN DE PROGRAMACIÓN Y EVALUACIÓN
DEPARTAMENTO DE INCORPORACIÓN DEL TIPO MEDIO SUPERIOR, SUPERIOR Y
CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO DE ESCUELAS PARTICULARES**

PROGRAMA DE ESTUDIO

NOMBRE DE LA ASIGNATURA
DISEÑO PUBLICITARIO II

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
SÉPTIMO SEMESTRE	DGMP- 702	48

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Incrementar en el alumno los aprendizajes sobre los puntos a considerar en materia del diseño publicitario que le permita diseñar, planificar y gestionar identidades corporativas y los elementos gráficos visuales que se han de aplicar en campañas de marketing y publicidad.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. LOS MEDIOS

- 1.1 Estrategia básica de los medios
- 1.2 Uso de la televisión
- 1.3 Uso de la radio
- 1.4 Uso de la prensa
- 1.5 Uso de las revistas
- 1.6 Espectaculares
- 1.7 Periódico
- 1.8 Redes sociales

2. PUBLICIDAD EXTERIOR, PUBLICIDAD DE TRÁNSITO

- 2.1 Publicidad de respuesta directa y de correo directo
- 2.2 Promoción de ventas
- 2.3 Los signos verbal y visual
- 2.4 Investigación de la publicidad

3. EL DISEÑO GRÁFICO EN LA PUBLICIDAD

- 3.1 Elaboración del mensaje
- 3.2 Imágenes del mensaje
 - 3.2.1 Metáfora visual
 - 3.2.2 Analogía
 - 3.2.3 Personificación
 - 3.2.4 Hipérbole
- 3.3 El texto: titular, cuerpo y cierre en:
 - 3.3.1 logotipo
 - 3.3.2 Periódico
 - 3.3.3 Revista
 - 3.3.4 Envase y etiqueta
 - 3.3.5 Cartel
 - 3.3.6 Espectacular
 - 3.3.7 Prensa
 - 3.3.8 Redes sociales

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Los procedimientos de evaluación se llevarán a cabo en tres momentos durante el desarrollo de la asignatura, es decir: diagnóstica, formativa y sumativa o final, a través de los siguientes criterios:

Portafolio de evidencias.....	20%
Ejercicios.....	20%
Tres evaluaciones parciales.....	15%
Proyecto final.....	35%
Organizadores gráficos.....	10%

La suma de todos los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación deberán integrar el 100% de la calificación

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- Intercambio docente
- Discusión dirigida
- Proyección de material audiovisual
- Exposiciones
- Bosquejos

INDEPENDIENTES:

- Proyecto
- Diagramas de causa y efecto
- Cuestionarios
- Listas de cotejo

**BIBLIOGRAFÍA
BÁSICA**

	TIPO	TÍTULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO
1	LIBRO	DISEÑOS DE ÍCONOS Y PICTOGRAMAS	GONZÁLEZ MIRANDA ELENA Y QUINDÓS TANIA	CAMPGRAFIC	2015
2	LIBRO	MARKETING DE MODA	POSNER HARRIET	GUSTAVO GILI	2016
3	LIBRO	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	LESUR LUIS	TRILLAS	2012
4	LIBRO	LOS CONCEPTOS DE LA PUBLICIDAD	FERRER RODRÍGUEZ EULALIO	TRILLAS	2010

CONSULTA

5	LIBRO	DISEÑADOR/ CIUDADANO. CUATRO LECCIONES BREVES (MÁS O MENOS SOBRE EL DISEÑO)	GLASER MILTON	GUSTAVO GILI	2014
6	LIBRO	COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	PAOLI BOLIO ANTONIO Y GONZÁLEZ CÉSAR	TRILLAS	2010
7	LIBRO	IDENTIDAD CORPORATIVA	COSTA SOLA SEGALES JOAN	TRILLAS	2011

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Licenciado en Diseño Gráfico, Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Publicidad.

- Poseer como mínimo el título y cédula profesional correspondiente a nivel licenciatura o experiencia docente o laboral de cinco años en el área respectiva.