

**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
<b>1. LOS MEDIOS</b> 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
<b>2. PUBLICIDAD EXTERIOR, PUBLICIDAD DE TRÁNSITO</b> 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
<b>3. EL DISEÑO GRÁFICO EN LA PUBLICIDAD</b> 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: diagnostica, 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	CAMPGRAGIC	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.