

**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**

<b>NOMBRE DE LA ASIGNATURA</b>
IMAGEN CORPORATIVA

<b>CICLO</b>	<b>CLAVE DE LA ASIGNATURA</b>	<b>TOTAL DE HORAS</b>
QUINTO SEMESTRE	DGMP- 503	48

**OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA**

Desarrollar en el alumno el conocimiento relacionado con la imagen corporativa como una identificación principal llamada identidad corporativa y la importancia de la participación del diseño gráfico, los elementos y componentes gráficos del diseño, así como los principios de la comunicación con la finalidad de elaborar proyectos de imagen corporativa.

**TEMAS Y SUBTEMAS**

**1. INTRODUCCIÓN A LA MATERIA**

- 1.1 ¿Qué es la imagen corporativa?
- 1.2 El valor de la identidad corporativa
- 1.3 Imagen gráfica
- 1.4 Diseño gráfico y comunicación corporativa
- 1.5 Elaboración de briefing para una agencia de publicidad

**2. ELABORANDO MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIONES**

- 2.1 Principios y elementos de la composición
- 2.2 Estilos de comunicación persuasivos y no persuasivo
- 2.3 Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación
- 2.4 Selección de contenidos e imágenes y textos para materiales de comunicación para la empresa

**3. AUTOEDICIÓN DE FOLLETOS Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN SENCILLOS**

- 3.1 La línea gráfica impresa
  - 3.1.1 Papelería corporativa
    - 3.1.1.1 Carpetas
    - 3.1.1.2 Formularios
    - 3.1.1.3 Carátulas CDs, DVDs
    - 3.1.1.4 Etiquetas
    - 3.1.1.5 Lapiceros
    - 3.1.1.6 Libretas
    - 3.1.1.7 Envolturas
    - 3.1.1.8 Tarjetas
    - 3.1.1.9 Imagen de Facturas
    - 3.1.1.10 Membretes etc.
- 3.2 Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales
  - 3.2.1 Logotipo
  - 3.2.2 Gorras
  - 3.2.3 Playeras
  - 3.2.4 Gafetes
  - 3.2.5 Mochilas
  - 3.2.6 Bolsas
  - 3.2.7 Agendas

### 3.2.8 Metodología del diseño gráfico para la imagen corporativa

#### 3.2.8.1 Definición

#### 3.2.8.2 Investigación

#### 3.2.8.3 Ideación

#### 3.2.8.4 Prototipo

#### 3.2.8.5 Selección

#### 3.2.8.6 Implementación

#### 3.2.8.7 Aprendizaje

### 3.3 Elección del Software de diseño gráfico en entornos de usuario

### 3.4 Elección de colores

### 3.5 Elección de tipografía

### 3.6 Elección de mensaje

## ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- Investigación bibliográfica
- Lecturas comentadas
- Discusión dirigida
- Análisis de casos
- Actividades prácticas

### INDEPENDIENTES:

- Cuestionarios
- Investigación de conceptos
- Bocetos
- Proyectos
- Organizadores gráficos

## 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:

Organizadores gráficos.....	10%
Portafolio de evidencias.....	30%
Trabajo de lecturas .....	10%
Tres Evaluaciones orales.....	20%
Proyectos finales.....	30%

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

**BIBLIOGRAFÍA  
BÁSICA**

	TIPO	TÍTULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO
1	LIBRO	IMAGEN CORPORATIVA. "TODO LO QUE DEBES SABER DE LA IMAGEN"	CÁRDENAS LESLI Y GUTIÉRREZ JOSÉ	CRUZOL	2012
2	LIBRO	DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO	TENA PARERA DANIEL	SINTESIS	2017
3	LIBRO	CALIGRAFÍA VIVE	SCHER PAULA	CAMPGRAFIC	2014
4	LIBRO	IDEACIÓN. CÓMO GENERAR GRANDES IDEAS PUBLICITARIAS	MAHON NIK	JARDI ERIC	2012

**CONSULTA**

5	LIBRO	IMAGEN CORPORATIVA. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL DE COMUNICACIÓN GLOBAL	LIMÓN PEÑA MOISES	TRILLAS	2013
6	LIBRO	IMAGEN CORPORATIVA. INFLUENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL	PINTADO BLANCO TERESA	ESIC	2013
7	LIBRO	FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD	GÓMEZ NIETO BEGOÑA	ESIC	2017

**PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE**

Licenciado en Diseño Gráfico.

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