

**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

HISTORIA DEL ARTE COMERCIAL

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
PRIMER SEMESTRE	DGMP-103	48

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Proporcionar al alumno conocimientos racionales y críticos de la producción artística a lo largo de la historia relacionada con la comunicación gráfica y de su manifestación en distintas culturas y a través de los diversos lenguajes artísticos para establecer la vinculación con el arte comercial.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. INTRODUCCIÓN A LA MATERIA

- 1.1 Definiciones de arte
- 1.2 Diferencia entre las bellas artes y el arte comercial o publicitario

2. EL MENSAJE VISUAL DESDE LA PREHISTORIA A LA EDAD MEDIA

- 2.1 La invención de la escritura

3. EL RENACIMIENTO GRÁFICO

- 3.1 Orígenes de la tipografía y el diseño para impresión europeos
- 3.2 La llegada a Europa la impresión
- 3.3 El libro ilustrado alemán
- 3.4 El diseño gráfico renacentista

4. EL SIGLO XX

- 4.1 La revolución industrial y el diseño
- 4.2 El movimiento del arte y oficios
- 4.3 El Art Nouveau
- 4.4 Arte y publicidad comienzos del siglo XX
- 4.5 El Arte como publicidad
- 4.6 La publicidad como arte
- 4.7 Toulouse Lautrec
- 4.8 Andy Warhol
- 4.9 La publicidad como arte de nuestros días

5. EL MOVIMIENTO MODERNO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

- 5.1 La influencia del arte moderno
- 5.2 El modernismo pictórico
- 5.3 El nuevo lenguaje de la forma
- 5.4 La Bauhaus y la Nueva Tipografía

6. LA ERA DE LA INFORMACIÓN

- 6.1 El estilo tipográfico internacional
- 6.2 La escuela de Nueva York
- 6.3 La identidad corporativa y los sistemas visuales
- 6.4 La imagen posmoderno

- 6.5 El diseño posmodernista
- 6.6 La revolución digital

7. EL ORIGEN DE LA PUBLICIDAD COMO ACTIVIDAD COMERCIAL

- 7.1 Emeterio Melendreras y el arte comercial
- 7.2 Factores que propician el origen
- 7.3 Las primeras organizaciones anunciantes y medios
- 7.4 Lo que el gerente debe saber sobre publicidad
- 7.5 Publicidad o propaganda
- 7.6 La poesía en las marcas

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE

- Exposiciones
- Mesa redonda
- Nube de conceptos

INDEPENDIENTES:

- Investigación documental en la web
- Trabajo de lecturas
- Mapa mental y conceptual
- Cuadros comparativos

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..... 20%
 Portafolio de evidencias..... 30%
 Trabajo de lecturas 30%
 Tres evaluaciones parciales..... 20%

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	LAS ARTES MENORES	MORRIS WILLIAM	OLAÑETA	2018
2	LIBRO	DICCIONARIO DE TÉRMINOS ARTÍSTICOS	BANGO TORVISO ISIDRO	SILEX	2018
3	LIBRO	ARTE COLECCIONISMO Y SITIOS REALES VOL. 4	RIVERA RODRÍGUEZ MANUEL	POLIFEMO	2017
4	LIBRO	ARTE ITALIANO EN ANDALUCIA "REANACIMIENTO Y BARROCO"	SERRANO ESTRELLA FELIPE	UNI JAEIO	2017

CONSULTA

5	LIBRO	EL DISEÑO GRÁFICO	SANTUE ENRIC	MC GRAW HILL	2012
6	LIBRO	GUÍA DEL DISEÑO GRÁFICO	JENNINGS SIMÓN	TRILLAS	2010
7	LIBRO	DISEÑO GRÁFICO PARA LA GENTE	FRASCARA JORGE	TRILLAS	2012

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Licenciado en Diseño Gráfico, Licenciado en Diseño de la Comunicación Gráfica.

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