

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Plan de Estudios
de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

Diseño publicitario

Clave	Semestre 06, 07, 08	Créditos 08	Campo de conocimiento		
			Etapa		Profundización
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (x)	P ()	T/P.
Carácter	Obligatorio () Optativo (X) Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
		Semana	Semestre		
		Teóricas 4	Teóricas 64		
		Prácticas 0	Prácticas 0		
		Total 4	Total 64		
Seriación					
Ninguna (X)					
Obligatoria ()					
Asignatura antecedente					
Asignatura subsecuente					
Indicativa ()					
Asignatura antecedente					
Asignatura subsecuente					

Objetivo general: Comprender los orígenes de la publicidad impresa y podrá aplicar algunas tácticas y métodos para el diseño de la publicidad.			
Objetivos específicos El alumno:			
<ul style="list-style-type: none"> • Contará con una noción de conjugación de las distintas técnicas de edición, diseño publicitario, promoción, distribución y venta. • Comprenderá bases de las herramientas digitales para el diseño publicitario. 			
Índice temático			
	Temas	Horas Semestre / Año	
		Teóricas	Prácticas
1	Antecedentes.	4	0
2	La publicidad impresa. Cómo se organiza y quiénes participan en su producción.	12	0
3	Diseño editorial.	16	0
4	Producción Editorial.	16	0
5	Selección de Materiales y Recursos.	8	0
6	Costos de Producción para materiales impresos.	8	0
	Suma	64	0
	Suma total de horas	64	
Contenido Temático			
Temas	Subtemas		
1	Antecedentes a. La publicidad editorial. Origen y desarrollo. b. Técnicas de impresión. c. Las computadoras y el desarrollo tecnológico. d. Historia de la computación en México. e. La Universidad Nacional y los cerebros electrónicos.		
2	La publicidad impresa. Cómo se organiza y quiénes participan en su producción. a. Imagen corporativa (tarjetas de presentación, hojas membretadas...) b. Tríptico c. Volante d. Cartel e. Manual		

	f. Folleto g. Boletín h. Revista i. Libro
3	Diseño editorial a. Del procesador de texto a un programa de diseño b. Trabajando con <i>Page Maker</i> - La hoja maestra - Las imágenes - El lenguaje editorial y gráfico (corrección y marcado) - Los elementos que integran la página
4	Producción editorial a. Mesa de información (banco de datos) b. Mesa de redacción (corrección de estilo) c. Diseño editorial (tipografía, gráficos, color...) d. El "cierre". ¿Cómo entregar a la imprenta?
5	Selección de materiales y recursos a. Papel b. Imágenes c. Proveedores (impresión, terminado, distribuidores...)
6	Costos de producción para materiales impresos a. Investigación de precios b. Cómo cobrar un trabajo publicitario
Estrategias didácticas	
Exposición	(X)
Trabajo en equipo	(X)
Lecturas	(X)
Trabajo de investigación	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()
Prácticas de campo	()
Aprendizaje por proyectos	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()
Casos de enseñanza	()
Otras (especificar)	()
Evaluación del aprendizaje	
Exámenes parciales	()
Examen final	()
Trabajo y tareas	()
Presentación de Temas	()
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Rúbricas	()
Portafolios	()
Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	()
Perfil profesiográfico	
Titulo o grado	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines.
Experiencia docente	Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación.
Bibliografía básica:	
Tema 1: Beltrán y Cruces Raúl E., <i>Publicidad en medios impresos</i> , Trillas. -Koren Leonard. <i>Recetario de diseño gráfico, propuestas, combinaciones y soluciones a sus layouts</i> .	

García Calderón Carola, *El poder de la publicidad en México*, UNAM.

Kartofel Graciela/Marín Manuel, *Ediciones de y en artes visuales*, UNAM.

S/a, Letterhead Logodesign, *creating the corporate image*, Rodckport Ed. -S/a. *Carteles-change* (Gustavo Gili/México).

-S/a. *The best of newspaper design*.

-S/a. *Tarjetas de presentación* (GG/México)

Swann, Alan, *El color en el diseño gráfico*, GG, editores.

Tema 2:

-Block de Behar, Lisa. *El lenguaje de la publicidad*. Siglo XXI editores, México, 1973.

Zavala Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas*, UNAM.

S/a, *The best of newspaper design*. Rodckport Ed.

Reyes Corina Bulmaro, *Metalibro, manual del libro en la imprenta*, UNAM.

Sagastizábal Leandro, Esteves Fros Fernando, *El mundo de la edición de libros*, Paidos Diagonales.

Pérez Priego Miguel Ángel, *La edición de textos*, Editorial Síntesis.

Davis, Gill, *Gestión de proyectos editoriales*, FCE

Block de Behar, Lisa, *El lenguaje de la publicidad*.

Tema 3 :

-S/a. *La autoedición*. McGraw Hill.

Shiffrin André, *La edición sin editores*, Ed. Era.

-Cohen, Dorothy. *Publicidad en México*. Editorial Diana.

-Camacho Morels, Jesús. *Así se escribe una campaña de publicidad*. Editorial Diana.

Tema 4 :

-Swann, Alan. *El color en el diseño gráfico*. GG, editores.

Ferrer E., *La publicidad*, Editorial Trillas.

Coello, Carlos. *Historia de la computación en México*. FCE. 2003.

Galindo Carmen y otros, *Manual de redacción e investigación*, Ed. Grijalbo

Lorenzano Luis, *La publicidad en México*, Ed. Quinto sol.

Prieto Castillo, Daniel, *Diseño y comunicación*, Ediciones Coyoacán.

Ramírez Analco Francisca, *Manual de gramática estructural*, UAG.

Varios autores, *Historia de la computación en México (I y II)*.

Tema 5 :

Catálogo de precios en materiales impresos.

Tema 6 :

-Cámara Nacional de la Industria Editorial.

Bibliografía complementaria :

Chávez, Norberto, *La imagen corporativa*, GG.

Gordon Bob/Maggie, *Diseño gráfico digital*, Gustavo Gili.

S/a, *Diseño de catálogos y folletos*, GG/México).

Ray Teel Leonard/Taylor Ron, *Sala de redacción*, Ed. Garnika.

-Cohen, Dorothy. *Publicidad comercial*. Editorial Diana.

López Altamirano/Osuna Corona, *Introducción a la investigación de mercado*, Ed. Diana.