

## CARTA DESCRIPTIVA (FORMATO MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

<b>I. Identificadores de la asignatura</b>			
<b>Instituto:</b>	IADA	<b>Modalidad:</b>	Presencial
<b>Departamento:</b>	Diseño	<b>Créditos:</b>	6
<b>Materia:</b>	Teorías de la comunicación	<b>Carácter:</b>	Obligatorio
<b>Programa:</b>	Diseño gráfico	<b>Tipo:</b>	Teórico - práctico
<b>Clave:</b>	DIS-2009-00		
<b>Nivel:</b>	Principiante		
<b>Horas:</b>	64 totales	<b>Teoría: 30</b>	<b>Práctica: 34</b>

<b>II. Ubicación</b>	
<b>Antecedentes:</b>	Clave
Ninguna	
<b>Consecuente:</b>	

<b>III. Antecedentes</b>
<b>Conocimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Informática (nivel de usuario).</li><li>• Comprender y analizar textos.</li><li>• Conocimientos básicos de investigación</li></ul>
<b>Habilidades:</b>

- Habilidad para buscar, procesar y analizar información.
- Habilidad en el uso de la tecnología de información y comunicación.
- Habilidad para trabajar en forma autónoma.
- Habilidad de liderar, participar y coordinar equipos de trabajo.
- Creatividad.
- Disposición al trabajo en equipo.

**Actitudes y valores:**

Actitud crítica y de análisis, responsabilidad, puntualidad, asertividad, respeto y compromiso.

**IV. Propósitos Generales**

Los propósitos fundamentales del curso son:

Que el estudiante conozca los conceptos básicos de la comunicación, así como las principales plataformas de información masiva.

Los estudiantes diseñaran marca, imagen corporativa de un producto con posibilidad de ofrecerse al mercado.

**V. Compromisos formativos**

**Intelectual:**

El estudiante conocerá y aplicará la función de los diferentes tipos de comunicación en el diseño gráfico

**Humano:**

Responsabilidad, iniciativa, puntualidad, asertividad, respeto y compromiso

**Social:** El estudiante analizará las repercusiones que pudieran presentarse por mal diseño o

mala planeación.

**Profesional** : El estudiante realizará análisis con el propósito de conectar las funciones del diseñador gráfico con los de distintos medios de comunicación:

#### VI. Condiciones de operación

**Espacio:** Aula con Internet

**Laboratorio:** No aplica

**Mobiliario:** Mesas redondas y Sillas

**Población:** 25

**Material de uso frecuente:**

a) Proyector o Cañon

**Condiciones especiales:** Aula con mesas redondas

#### VII. Contenidos y tiempos estimados

Temas	Contenidos	Actividades
<b>1. Definición de comunicación</b>	<b>1.1 Antecedentes, propósitos y funciones de la comunicación</b>  <b>1.2 Proceso de comunicación</b>	<b>Presentación de la asignatura</b>  1.1 y 1.2. Explicación docente, con apoyo de cañon y bocinas, Ejercicios en clase por alumnos. Trabajo para la casa. entrega de su trabajo para la siguiente clase.  1.3 y 1.4 Explicación docente, con apoyo de cañon,

	<p><b>1.3 Comunicación verbal</b></p> <p><b>1.4 Comunicación no verbal</b></p> <p><b>1.5. Barreras en la comunicación</b></p> <p><b>1.5.1 Ruido e interferencias.</b></p>	<p>ejercicios y dinámicas de los alumnos Investigación para la casa</p> <p>1.5 Explicación docente, con apoyo de cañón y bocinas, al final se proyectara un fragmento de la película. Fuera de control y se pedirá a los alumnos realizar un análisis grupal y para trabajo en casa se solicitara un ensayo de las barreras en sus diferentes contextos.</p>
<p><b>2. Tipos de comunicación</b></p>	<p><b>2.1. Comunicación personal</b></p> <p><b>2.2. Comunicación social</b></p> <p><b>2.3. Comunicación organizacional</b></p> <p><b>2.4. Comunicación de masas</b></p> <p><b>2.5. Comunicación y cultura</b></p> <p><b>2.6. Comunicación oral, escrita</b></p> <p><b>2.7 Comunicación visual</b></p>	<p>2. Explicación general por parte del docente con apoyo de cañón Y posterior una exposición por parte de alumnos, con apoyo del cañón Investigación de casos reales sobre el tema, para practica y reconocimiento y ensayo final</p>
<p><b>3.- Códigos</b></p>	<p><b>3.1. Objetivo – experiencia</b></p> <p><b>3.2. Estético – subjetivo</b></p> <p><b>3.3. Códigos de relación y el mensaje</b></p>	<p>3. Introducción al tema por parte del docente con apoyo de cañón y bocinas Investigación del los diferentes temas designados por equipos y posterior se presentara una exposición de los resultados, con apoyo del cañón esto debe de ser una Investigación de casos reales sobre el tema, para practica y reconocimiento</p>
<p><b>4. Comunicación y diseño</b></p>	<p><b>4.1 Semiótica y semiología</b></p> <p><b>4.2 El discurso connotativo y denotativo del lenguaje visual</b></p>	<p>Explicación por parte del docente con apoyo de cañón y bocinas Investigación de casos reales sobre el tema, para practica y reconocimiento y realizaran en casa ensayo para entregar la siguiente clase. Ejercicios y examen</p>

<p><b>5.- Áreas de la práctica profesional en base al análisis de la comunicación grafica en la Identidad corporativa</b></p>	<p><b>4.3. Introducción diseño gráfico y comunicación</b>  <b>4.4 Mensaje y comunicación</b></p> <p><b>5.1 Comunicación y creatividad</b>  <b>5.2 Comunicación</b>  <b>Diseño de</b>  <b>Administración</b>  <b>5.2.1 Programa de actividades</b>  <b>5.2.2 Esquema de cronogramas</b>  <b>5.2.3 Esquemas de presupuestos</b>  <b>5.2.4 Comunicación empresarial</b>  <b>5.3 Comunicación</b>  <b>Diseño de información</b>  <b>5.3.1 Editorial</b>  <b>5.3.2 Gráficos y diagramas</b>  <b>5.3.3 Instrucciones</b>  <b>5.3.4 Paneles de control</b>  <b>5.3.5 Señalización</b>  <b>5.3.6 Carteles</b></p> <p><b>5.4 Comunicación Diseño de educación</b>  <b>5.5 Las computadoras y el diseño de comunicación visual</b>  <b>5.6 Diseño de Persuasión</b>  <b>5.6.1 Publicidad y propaganda</b>  <b>5.6.2 Funciones de anclaje, relevo y parasitismo</b>  <b>5.7 Identidad Corporativa</b></p>	<p>rápido</p> <p>5. Cada uno de los temas del rubro 5 se trabajaran de la misma manera todos los días tendrán que sustentar lo aprendido en clase con un trabajo practico en casa y el procedimiento será el siguiente:  Introducción al tema por parte del docente con apoyo de cañón y bocinas  Deberán de realizar trabajos por equipos para un aprendizaje significativo de los temas designados y posterior se presentara una exposición de los resultados, con apoyo del cañón esto debe de ser con sustento de casos reales sobre el tema, para practica y reconocimiento</p> <p>Exposición por alumnos, con el apoyo del cañón para la presentación de prácticas. (resultados)</p> <p>Presentación de practicas</p>
---	--	---

## VIII. Metodología y estrategias didácticas

### Metodología Institucional:

- a) Elaboración de ensayos, monografías e investigaciones (según el nivel) consultando fuentes bibliográficas, hemerográficas y en Internet.
- b) Elaboración de reportes de lectura de artículos en lengua inglesa, actuales y relevantes.

### Estrategias del Modelo UACJ Visión 2020 recomendadas para el curso:

- a) Aproximación Empírica de la realidad
- b) Búsqueda, Organización y Recuperación de información
- c) Comunicación Horizontal
- d) Descubrimiento
- e) Ejecución-Ejercitación
- f) Elección, Decisión
- g) Evaluación
- h) Experimentación
- i) Extrapolación y Transferencia
- j) Internalización
- k) Investigación
- l) Metas Cognitivas
- m) Planeación, Previsión y Anticipación
- n) Problematización
- o) Proceso de Pensamiento Lógico y Crítico
- p) Procesos de Pensamiento Creativo Divergente y Lateral
- q) Procesamiento, Apropiación-Construcción
- r) Significación, Generalización
- s) Trabajo Colaborativo

## IX. Criterios de evaluación y acreditación

- a) Institucionales de acreditación:

Acreditación mínima de 80% de clases programadas

Entrega oportuna de trabajos

Calificación ordinaria mínima de 7.0

Permite examen único: no

**b) Evaluación del curso**

Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:

Temas parciales 60%

Trabajo de investigación 40%

**TOTAL** 

---

 **100%**

**X. Bibliografía**

- **Acaso, M.** (2009) El lenguaje visual. Bolsillo PAIDOS.
- **Frascara, J.** (2006) El diseño de comunicación, 1ª ed.-Buenos Aires, Infinito.
- González, C.** (2008) Principios básicos de comunicación, editorial Trillas México
- Guiraud, P** (2002) La semiología, Siglo XXI, 25º edición.

**B) Bibliografía complementaria y de apoyo:**

- De Fleur, M.L.,(1983) Teorías de la comunicación de masas, Editorial PAIDOS,
- Fernández C, (2001) La comunicación humana en el mundo contemporáneo, McGraw-Hill,
- Frascara, J, (2004) Diseño Gráfico para la gente, 3ª ed.-Buenos Aires, Infinito.
- Kagelmann, H. Jurgen, Psicología de los medios de comunicación, Manual de conceptos básicos, Editorial
- Montaner. P, y Moyano. R, (1992) ¿Cómo nos comunicamos? Editorial Alhambra mexicana, México
- Musitu, G (1993), Psicología de la comunicación humana, Editorial Lumen
- Peredo, R, (1986) Introducción al estudio de la comunicación, Biblioteca Universitaria Iberoamericana Herder
- Sebastian, C (2002) , La comunicación emocional, ESIC Editorial 2002

**X. Perfil deseable del docente**

Licenciatura o Maestría en Administración, 2 años de experiencia en docencia mínimo, Cursos pymes y saberes.

## **XI. Institucionalización**

**Responsable del Departamento:** MDH Guadalupe Gaytán

**Coordinador/a del Programa:** Lic. Saulo Ángel Favela Castro

**Fecha de elaboración:** 01 de noviembre del 2012

**Elaboró:** MCC Ángela Patricia Marengo, M. María Inés Márquez Lic. Claudia Ivette Rodríguez

**Fecha de rediseño:** 04 de diciembre de 2013

**Rediseñó:** MCI. Juan Manuel Madrid Solorzano