CARTA DESCRIPTIVA (FORMATO MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

I. Identificadores de la asignatura	
Instituto: IADA	**Modalidad:** Distancia
Departamento: Diseño	**Créditos:** 6
Materia: Teoría de la Retórica en introducción a la imagen	
Programa: Publicidad	**Carácter:** Obligatorio
Clave: DIS 980800	**Tipo:** Teórico-practico
Nivel: Principiante	
Horas: 4 por semana **Teoría:** 4	**Práctica:** 2

II. Ubicación	
Antecedentes:	Clave
Consecuente:	

III. Antecedentes

Conocimientos: Antecedentes, propósitos y funciones de la Comunicación. Tipos de Comunicación. Análisis de la Comunicación gráfica en la Identidad Corporativa. Comunicación y Creatividad. Comunicación en: Diseño de administración, Diseño de Información, Diseño de Educación y Diseño de Persuasión. Semiótica de la significación y semiótica de la comunicación. Códigos visuales. Concepto de imagen.

Habilidades: Capacidad para apropiarse de conceptos, teoría y metodología de la semiótica. Habilidad para construir y construir conceptos de la imagen. Capacidad para analizar y explicar cómo se produce y cómo funciona el proceso de significación en la producción de fenómenos sociales y visuales.

Actitudes y valores:

Honestidad para cumplir con su trabajo al interior y exterior del salón de clases. Respeto a la institución educativa que comprende a compañeros, maestros y autoridades administrativas y académicas.

IV. Propósitos Generales

Los propósitos fundamentales del curso son:

Realizar un análisis basado en la semiótica y sus diferentes usos, dentro de la publicidad, para llevar a cabo la lectura de imágenes publicitarias.

V. Compromisos formativos

Intelectual: a) Conocer y analizar la Semiótica y la retórica y su aplicación en el campo del diseño gráfico y discusiones relativas a modos de comunicación no verbal.

Humano:

a) Despertar el interés por todos aquellos temas que comprendan la asignatura.
b) Responsabilidad y eficiencia en la presentación de tareas y trabajos.
c) Propiciar una actitud crítica y analítica en torno a los temas a tratar.

Social:

a) Construir un discurso propio de la semiótica.
b) Identificar autores especializados en semiótica.
c) Identificar y aplicar modelos semióticos en el Diseño Gráfico.

Profesional:

a) Explicar cómo funcionan los fenómenos sociales en la sociedad.

VI. Condiciones de operación

Espacio: Aula virtual

Laboratorio:

Mobiliario:

Población: 20-25

Material de uso frecuente:

Computadora

Condiciones especiales: Ninguno

VII. Contenidos y tiempos estimados		
Temas	Contenidos	Actividades
	Encuadre	Presentación del curso y sus formas de evaluación. Conocer la plataforma y la metodología de la clase.
Unidad I Retórica de la imagen	Identificar el Modelo de Retórica de la imagen para el análisis de anuncios publicitarios, propuesto por Roland Barthes	Elaboración de Ensayo. Elaboración de anuncios tomando como base las “Figuras retóricas aplicadas a la publicidad”
Unidad II Áreas de investigación de la semiótica	Representar las áreas de la semiótica: Sintáctica, Semántica y Pragmática aplicadas al análisis de las imágenes	Elaboración de un Mapa mental, en donde se identifiquen todos los elementos que estudia la Pragmática. Elaboración de un Mapa cognitivo de sol, en donde se identifiquen todos los elementos que estudia la Sintáctica. Elaboración de un Mapa Conceptual en donde se identifiquen todos los elementos de la Semántica.

Unidad III Funciones del lenguaje	Representar las Funciones del lenguaje propuestas por Román Jakobson aplicadas para el análisis de imágenes	Elaboración de anuncios tomando como base las “Funciones del lenguaje”. (Emotiva, Metalingüística, Referencial) Elaboración de Mapa mental, en donde se identifiquen los usos del lenguaje
Unidad IV Retórica e ideología	Comprender la relación entre retórica e ideología de Humberto Eco	Elaboración de un ensayo en donde se identifique la relación que existe entre la forma de usar el lenguaje y la ideología
Unidad V Imagen publicitaria	Representar el análisis de la imagen publicitaria de Umberto Eco	Elaboración de anuncios:(Nivel Iconográfico, Tópico)

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) Búsqueda, organización y recuperación de información: Facultan a los alumnos para la localización, sistematización, reconocimiento, evocación y uso de la información y el conocimiento disponible.
b) Comunicación horizontal: Posibilitan el desarrollo humano, dignifica a la persona y enriquecen el aprendizaje a través de alternativas y visiones diversas.
c) Elección, decisión: Estimulan el análisis, la reflexión y son un buen camino para desarrollar la práctica responsable de la libertad.
d) Evaluación: Proveen los criterios para el mejoramiento, ajuste y corrección de procesos, productos, acciones y decisiones.
e) Investigación: Promueven la comprensión y uso de metodologías para la generación y aplicación del conocimiento; y desarrollan la objetividad y racionalidad, así como las capacidades para comprender, explicar, predecir y promover la transformación de la realidad.
f) Metacognitivas: Facultan al educando a encontrar la racionalidad o deficiencia de sus procesos mentales, afectivos y operacionales. Son indispensables para el aprendizaje autodirigido.
g) Trabajo Colaborativo: Incrementan la solidaridad, la tolerancia, el respeto, la capacidad argumentativa; la apertura a nuevas ideas, procedimientos y formas de entender la realidad; multiplican las alternativas y rutas para abordar, estudiar y resolver problemas.

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 ☑ si ☐

b) Evaluación del curso

Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:

Unidad I	30%
Unidad II	20%
Unidad III	20%
Unidad IV	10%
Unidad V	20%
TOTAL:	100%

X. Bibliografía

Nota: Revisar la bibliografía obligatoria y complementaria, así como citar adecuadamente según sea el caso de libros, revistas, páginas electrónicas, compilaciones, libros electrónicos, etc.

Bibliografía Obligatoria

Albaladejo, M. T. (1993). Retórica. Editorial Síntesis. Madrid: Síntesis.

Barthes, R. Alcalde, R. (2009). La aventura semiológica, Paidós, Barcelona.

Eco, U. (1973). La estructura ausente- Introducción a la semiótica, Barcelona, Ed. Lumen.

Eco, U. (2007). Tratado de semiótica general. México: Debolsillo.

Jakobson, R. (1995). Arte verbal, signo verbal, tiempo verbal. México: FCE.

Guiraud, P.& Poyrazián,M. T. (2011). La semiología. México, D.F.: Siglo XXI.

Morris, Ch., Grasa, R. (2000). Fundamentos de la teoría de los signos. Barcelona: Paidós.

Bibliografía Complementaria

Aicher, O. & Krampen, M. (2002). Sistemas de signos en la comunicación visual. México; Barcelona: G. Gili.

Barthes, R. (1996). Análisisestructural del relato. México: Ediciones Coyoacán.

Hernández,G.J., A., García, T. M. del C. (1994). Historia breve de la retórica. Madrid: Síntesis.

XI. Perfil deseable del docente

Estudios en publicidad, comunicación y/o mercadotecnia.

XII.Institucionalización

Responsable del Departamento: Mtra. Guadalupe Gaytán Aguirre

Coordinador/a del Programa:

Fecha de elaboración: Mayo 2014

Elaboró: Dra. Martha Patricia Álvarez Chávez

Fecha de rediseño: Diciembre 2016

Rediseñó: Dra. Martha Patricia Álvarez Chávez