

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

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

**Diseño publicitario**

<b>Clave</b>	<b>Semestre</b> 06, 07, 08	<b>Créditos</b> 08			
			<b>Campo de conocimiento</b>		
			<b>Etapa</b>	Profundización	
<b>Modalidad</b>	<b>Curso (X) Taller ( ) Lab ( ) Sem ( )</b>	<b>Tipo</b>	<b>T (x)</b>	<b>P ( )</b>	<b>T/P.</b>
<b>Carácter</b>	<b>Obligatorio ( ) Optativo (X)</b> <b>Obligatorio E ( ) Optativo E ( )</b>	<b>Horas</b>			
		<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
		<b>Teóricas 4</b>	<b>Teóricas 64</b>		
		<b>Prácticas 0</b>	<b>Prácticas 0</b>		
		<b>Total 4</b>	<b>Total 64</b>		

**Seriación**

**Ninguna (X )**

**Obligatoria ( )**

<b>Asignatura antecedente</b>	
<b>Asignatura subsecuente</b>	

**Indicativa ( )**

<b>Asignatura antecedente</b>	
<b>Asignatura subsecuente</b>	

**Objetivo general:**  
Comprender los orígenes de la publicidad impresa y podrá aplicar algunas tácticas y métodos para el diseño de la publicidad.

<b>Objetivos específicos</b>			
El alumno:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contará con una noción de conjugación de las distintas técnicas de edición, diseño publicitario, promoción, distribución y venta.</li> <li>• Comprenderá bases de las herramientas digitales para el diseño publicitario.</li> </ul>			
<b>Índice temático</b>			
	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
	<b>Suma</b>	64	0
	<b>Suma total de horas</b>	64	
<b>Contenido Temático</b>			
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
<b>Estrategias didácticas</b>	
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)	( )
<b>Evaluación del aprendizaje</b>	
Exámenes parciales	( )
Examen final	( )
Trabajo y tareas	( )
Presentación de Temas	( )
Participación en clase	( X )
Asistencia	( X )
Rúbricas	( )
Portafolios	( )
Listas de cotejo	( )
Otras (especificar)	( )
<b>Perfil profesiográfico</b>	
Título o grado	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines.
Experiencia docente	Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación.
<b>Bibliografía básica:</b>	
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.