

CRONOGRAMA DE LA INFORMACIÓN E IMAGEN II

ENERO - JUNIO 2017

Elemento de competencia:

Interpretar las necesidades de las empresas para desarrollar de manera creativa, una comunicación efectiva de su identidad y una imagen clara y precisa de lo que desea proyectar, a través de las normas que rigen a la identidad.

Modulo temático 1. Medios impresos (Identidad Corporativa).

Semana	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Desempeño	Actividades de Aprendizaje	Contenidos	Recursos
1	Identificación de cada uno de los elementos de los que forman parte y sus diferencias específicas.	Participación en clase.	Interpretación de los valores plasmados en la imagen gráfica y viceversa. Dinámica de ejemplos de recordación de la empresa. Presentación del curso, mecánica de trabajo, reconocimiento de herramientas vectoriales que se deben dominar a lo largo del curso para realizar los ejercicios de la materia y sus responsabilidades como alumno autodidacta en software. Expectativas del curso.	Definir la identidad corporativa, sus componentes, sus signos (lingüística, icónica y cromática). Concepto de identidad e identificación. El acto de identificar y sus tres elementos (sustancia, forma y papel).	Investigación en los libros de identidad corporativa, imagen empresarial.
2	Identificar la anatomía de los diferentes tipos de logotipos y su función.	Precisión para interpretar valores e identidades visuales. Valor 5%	Análisis de 5 logotipos sus valores y análisis de conceptos gráficos en base a lo que proyecta en sus valores. Como se forman los valores en las empresas y como crean su propia identidad dentro de la empresa y la imagen proyectada al exterior de la misma.	Imagen corporativa, conceptos logotipo, anagrama, monograma, siglas, marca, símbolo. Componentes de la identidad visual.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos gráficos.

3	Ejercicio de creatividad plasmando las ideas conceptuales de una empresa mediante gráficos en corto plazo.	Precisión para plasmar los valores e identidades visuales en un logotipo. Valor 5%.	Elaboración de logotipo rápido para empresa buscando transmitir 3 conceptos o valores, apoyados mediante sus signos. Bocetaje y revisión. Beneficios de los programas de identidad corporativa. Misión, visión y objetivos. ¿Cuándo es necesario un programa de identidad?, ¿Cómo se elabora un programa de identidad?, técnicas para el hallazgo de nombres.	Programa de identidad auto-concepto de la empresa, filosofía y objetivos institucionales y comerciales. Principios para el desarrollo de identidad (coherencia, exclusividad, perceptibilidad y duración). Logotipo y su carácter significativo y estético.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
4	Ejercicio de retículas de construcción de logotipo y símbolo.	Claridad y eficiencia de la información para su reproducción. Valor 5%.	Construcción grafica de logotipo para su reproducción. Identificación de necesidades para la elaboración de un nuevo programa de identidad. Conocer su imagen actual y sus valores. Identificar las proporciones del logotipo, alineaciones y estructura para crear un correcto balance en el mismo y una reproducción eficiente.	Características formales del logotipo. Construcción grafica o formal. Retículas de construcción de símbolo y de logotipo. Utilización y difusión. Identificador (logotipo, símbolo y colores).	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos graficos.

5	Ejercicio de análisis de la empresa, sus ideales y proyección a futuro dentro del mercado.	Identificación del crecimiento o progreso en la proyección de la empresa. Valor 5%.	Creación o rediseño de misión visión y objetivos de la empresa seleccionada de las analizadas anteriormente. Comprender la importancia de la identidad de la empresa en base a lo que significa para los mismos empleados y lo que para los involucrados indirectamente en la misma.	Entorno de la empresa, competidores, proveedores, distribuidores, empleados, clientes y compromiso social.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
6	Ejercicio grafico conceptual de logotipo propuesta y variantes.	Avance.	Propuestas conceptuales del logotipo en bocetos para manual de identidad. Identificar los puntos esenciales teóricos y la imagen a proyectar, y poder representarlos a través de ideas gráficas.	Técnicas creativas en el desarrollo de la imagen corporativa, analogía, metáfora, alegorías, abstracción, etc.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
7	Integración de información en la estructura de contenidos del manual de identidad.	Presentación, calidad de información, contenido.	Elaboración de manual de identidad. Comprender la gran importancia de un manual de identidad y cómo repercute en las empresas la ausencia del mismo.	Manual de identidad. Definición, función, normativa, colores y componentes del manual. Motivación de la identidad, folletos, TV, campañas, eventos, audiovisuales, etc.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
8	REPENTINA, CURSOS, TALLERES, SIMPOSIOS				

9	Plasmar a través de la comunicación gráfica la identidad corporativa eficiente y congruente respecto a los valores que posee la empresa.	Creatividad y utilización correcta de la imagen proyectada, utilización correcta de registros, guías de corte, guías de color, etc.	Revisión de avance de manual de identidad. Elaboración de aplicaciones impresas. Conocer los medios impresos que son esenciales para las empresas diariamente como institución o como proyección de marca.	Papelería / aplicaciones creativas. Tarjetas folletos, tríptico, brouchers, poster, rotulaciones en vehículos empresariales.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
10	Integración de especificaciones técnicas para los medios impresos en papelería institucional.	Avance.	Entrega de manual de identidad. Revisión de aplicaciones. Comprender la diversidad de aplicaciones existentes y sus estilos.	Aplicación de herramientas para el desarrollo de la identidad en papelería. (Guías, Retículas, Registros, color, aislamiento, separación de color).	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
11	En base a una previa investigación de la empresa, planificar la estructura de la web que se realizara incorporando las técnicas para una buena navegabilidad web.	Coherencia identidad corporativa e imagen web. Estructura de navegación, interfaz gráfica, funcionamiento y composición.	Entrega de aplicaciones impresas. "Diseño Web" Primera etapa: Estructura de contenidos y mapa del sitio. Que conozca la importancia de las herramientas digitales en la actualidad y el papel importante que desempeñan en el crecimiento de las empresas. Conocer los tipos de empresa y tipos de imagen	Diseño gráfico en la web, principios de la navegación, tipos de páginas web, elementos dentro de la interfaz web. Retículas y formatos.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.

			que transmiten en la web.		
12	Ejercicio conceptual sobre la proyección de la identidad corporativa en cuanto a la comunicación gráfica web.	Avance.	Diseño web. Segunda etapa: “propuestas conceptuales graficas” (opciones respetando la estructura de contenido definida anteriormente). Que comprenda los conceptos que integran el proceso de desarrollo web, el papel que desempeñan cada uno de ellos y su manejo.	Leyes y pautas para el desarrollo de páginas. Análisis de interfaz web. Colores, letras, legibilidad. Usabilidad y principios.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
13	Ejercicio de pre-visualización y formateo dentro de la plataforma web.	Avance	Tercera etapa: Elaboración de plantilla html y estilos para web. Que el alumno asimile la importancia del proceso grafio y sus repercusiones en la interfaz.	División de contenidos dentro de la interfaz, ordenamiento, márgenes y columnas.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
14	Ejercicio de simulación y navegación web local.	Avance	Cuarta etapa: Vaciado de contenidos y detalles al formato web. Comprender el lenguaje la edición y actualización de información.	Desarrollo e interacción de comandos.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
15	Ejercicio de implementación de material digital en apoyo a la empresa.	Creatividad manejo de la identidad, posicionamiento de la imagen, proporciones y composición.	Quinta etapa: “Newsletter informativo” (boletín electrónico de la empresa). O “Catalogo	Otras herramientas digitales y su importancia en el desarrollo empresarial.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.

		<p>electrónico”.</p> <p>Simulación local del funcionamiento web.</p> <p>Conocer medios digitales que apoyan el crecimiento en el mercado por parte de las empresas hoy en día.</p>	<p>Catálogos electrónicos, boletines electrónicos, publicidad electrónica, etc.</p>	
16	EVENTOS (FOGU) Y ENTREGA (EN SU CASO) DE MATERIAS TEORICAS			
17	REVISIÓN DE AVANCE DEL PIA			
18	<p>ENTREGA DE MATERIAS PRÁCTICAS</p> <p style="text-align: center;">T</p> <p>Entrega de 19 ejercicios con CD de evidencias en digital de todos los trabajos elaborados durante el curso.</p> <p style="text-align: center;"><u>EL DIA, HORA Y SALÓN ASIGNADO DURANTE EL SEMESTRE PARA LA MATERIA.</u></p> <p>Parámetros de evaluación final del curso: Ejercicio análisis de logotipos.....5%. Ejercicio logotipo rápido reflejando valores.....5%. Construcción gráfica de logotipo.....5%. Desarrollo de Misión, visión y objetivos.....5%. Ejercicio manual de identidad y aplicaciones.....50%. Ejercicio desarrollo web y newsletter.....30%</p>			
19	<p>EXÁMENES EXTRAORDINARIOS 2as, 4as y 6tas Oportunidades</p> <p>VIERNES 17 DE JUNIO ENTREGA DE EVIDENCIAS A COORDINACION</p> <p>Entrega de promedios materias prácticas , aclaraciones y devolución de trabajos:</p> <p>Para tener derecho a estos exámenes el alumno deberá cubrir:</p> <p>80% Asistencia</p>			

70% Trabajos Entregados

Evaluación integral de procesos y productos:

Parámetros de evaluación final del curso:

Ejercicio análisis de logotipos.....5%.

Ejercicio logotipo rápido reflejando valores.....5%.

Construcción gráfica de logotipo.....5%.

Desarrollo de Misión, visión y objetivos.....5%.

Ejercicio manual de identidad y aplicaciones.....50%.

Ejercicio desarrollo web y newsletter.....30%

Producto integrador de aprendizaje de la unidad de aprendizaje:

Ejercicio de implementación de material digital en apoyo a la empresa.

"Newsletter informativo" (boletín electrónico de la empresa). O "Catalogo electrónico".

Simulación local del funcionamiento web

Creatividad manejo de la identidad, posicionamiento de la imagen, proporciones y composición.

Fuentes de apoyo y consulta:

- Costa, Joan. (1993). IDENTIDAD CORPORATIVA. México. Editorial Trillas.
- Costa, Joan. (1989). SEÑALETICA: De la señalización al diseño de programas. Barcelona. G. Gili.
- Cooper, J.C. (2000). DICCIONARIO DE SIMBOLOS. México. G. Gili.
- Lindstrom, Martin. (2009). BRAND SENSE. México. Grupo Editorial Patria.
- Seddon, Tony & Waterhouse, Jane. (2010). DISEÑO GRAFICO PARA NO DISEÑADORES. Barcelona. Editorial Océano S.L.
- García Rubio, Ramon, Suárez Quirós, Javier. (2006). DISEÑO GRÁFICO DE CONTENIDOS PARA INTERNET. Madrid. Ed. Pearson.
- Smashing Book Series. (2010). PROFESSIONAL WEB DESIGN. Alemania. Smashing Magazine.
- Cattaneo, Alessandro & Maier, Andrew. (2009). THE SMASHING BOOK. Alemania. Smashing Magazine.

UNIDAD DE APRENDIZAJE: DISEÑO DE LA INFORMACIÓN E IMAGEN II
FECHA DE CONCLUSIÓN DEL PROGRAMA: JUNIO 2016
ELABORADO POR: L.D.I. ROBERTO C. RANGEL RAMÍREZ

L.D.I. LUIS RODRIGO FORTUNA MARTÍNEZ
COORDINACIÓN DE ÁREA

M.D.P. ANA MARIA TORRES FRAGOSO
JEFATURA DE DEPARTAMENTO

M.D.I. JOSÉ ALBERTO ESCALERA SILVA
JEFATURA DE CARRERA