

CRONOGRAMA DE LA INFORMACIÓN E IMAGEN II

ENERO – JUNIO 2019

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	<p>¿Qué es la Identidad corporativa?</p> <p>¿Para que sirve la imagen corporativa?</p> <p>Identificación de cada uno de los elementos de los que forman parte y sus diferencias específicas.</p>	Participación en clase.	<p>Interpretación de los valores plasmados en la imagen gráfica y viceversa.</p> <p>Dinámica de ejemplos de recordación de la empresa.</p> <p>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.</p>	<p>Definir la identidad corporativa, sus componentes, sus signos (lingüística, icónica y cromática). Concepto de identidad e identificación.</p> <p>El acto de identificar y sus tres elementos (sustancia, forma y papel).</p>	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.	<p>Análisis de 5 logotipos sus valores y análisis de conceptos gráficos en base a lo que proyecta en sus valores.</p> <p>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.</p>	Imagen corporativa, conceptos logotipo, anagrama, monograma, siglas, marca, símbolo. Componentes de la identidad visual.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos gráficos.

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

<p>5</p>	<p>Inicio de Manual de Identidad</p> <p>1.- Ubicar una empresa y rediseñar su identidad gráfica.</p> <p>2.- Desarrollar la identidad de un negocio propio.</p> <p>Ejercicio de análisis de la empresa, sus ideales y proyección a futuro dentro del mercado.</p>	<p>Identificación de necesidades inmediatas y a largo plazo de la orientación deseada: Empresa propia o rediseño de una existente.</p> <p>*Se procura que no se hagan rediseños de empresas grandes y ya con identidad establecida (cocacola, Pesí, etc)</p>	<p>Creación o rediseño de misión visión y objetivos de la empresa seleccionada de las analizadas anteriormente.</p> <p>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.</p>	<p>Entorno de la empresa, competidores, proveedores, distribuidores, empleados, clientes y compromiso social.</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.</p>
<p>6</p>	<p>Ejercicio grafico conceptual de logotipo propuesta y variantes.</p>	<p>Avance.</p>	<p>Propuestas conceptuales del logotipo en bocetos para manual de identidad.</p> <p>Identificar los puntos esenciales teóricos y la imagen a proyectar, y poder representarlos a través de ideas gráficas.</p>	<p>Técnicas creativas en el desarrollo de la imagen corporativa, analogía, metáfora, alegorías, abstracción, etc.</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.</p>
<p>7</p>	<p>Integración de información en la estructura de contenidos del manual de identidad.</p>	<p>Presentación, calidad de información, contenido.</p>	<p>Elaboración de manual de identidad.</p> <p>Comprender la gran importancia de un manual de identidad y cómo repercute en las empresas la ausencia del mismo.</p>	<p>Manual de identidad. Definición, función, normativa, colores y componentes del manual.</p> <p>Motivación de la identidad, folletos, TV, campañas, eventos, audiovisuales, etc.</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos graficos.</p>

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, brochures, 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.	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 elementos digitales, Redes sociales.	Coherencia identidad corporativa e imagen web. Estructura de navegación, interfaz gráfica, funcionamiento y composición.	Presentación de las adaptaciones digitales para la empresa en redes sociales.	Diseño gráfico en la web, aplicación de retículas, medidas clásicas para banner y su publicidad en redes sociales, twitter, Facebook, etc.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.
12	Entrega de Manual de identidad.	Coherencia de la entrega física y su formación gráfica. Estructuras visuales y aplicación de mockups.	El estudiante presentará su manual de identidad para recibir retroalimentación grupal y que este sea calificado.	El estudiante demostrará su capacidad para realizar entregables impresos de alta calidad.	Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.

<p>13</p>	<p>Proyecto en vinculación con Diseño para la Salud. Creación de imagen e identidad para proyecto de diseño.</p>	<p>Creación de identidad para proyecto de Diseño. Selección de nombre, paleta cromática, estructura de logotipo e identidad del proyecto.</p>	<p>El estudiante desarrollará los aspectos pertinentes para vincular los temas previamente vistos en esta UA y aplicarlos para el desarrollo de identidad de su proyecto de Diseño.</p>	<p>Diseño de recursos visuales para la comunicación pertinente del proyecto. Generará un mini manual de identidad para el proyecto, enfocado todos estos recursos a la comunicación efectiva tanto de impresos como de medios digitales.</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.</p>
<p>14</p>	<p>Proyecto en vinculación con Diseño para la Salud. Criterios para una comunicación efectiva de proyecto: Desarrollo de presentación de proyecto y creación de recursos visuales.</p>	<p>Revisión y presentación de la estructura del proyecto y sus contenidos visuales.</p>	<p>El estudiante presentará su avance y explicará los aspectos gráficos que está tomando en cuenta para la generación de la identidad visual de su proyecto de diseño.</p>	<p>Presentación individual del proyecto.</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.</p>
<p>15</p>	<p>Proyecto en vinculación con Diseño para la Salud. Criterios para una comunicación efectiva de proyecto: Desarrollo de presentación de proyecto y creación de recursos visuales.</p>	<p>Revisión y presentación de la estructura del proyecto y sus contenidos visuales.</p>	<p>El estudiante presentará su avance y explicará los aspectos gráficos que está tomando en cuenta para la generación de la identidad visual de su proyecto de diseño.</p>	<p>Presentación individual del proyecto.</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.</p>
<p>16</p>	<p>Proyecto en vinculación con Diseño para la Salud. Criterios para una comunicación efectiva: Desarrollo de Póster, Instructivo, Láminas descriptivas, Libreto Sintético, etc.</p>	<p>Presentación final y ajuste de los recursos gráficos del proyecto.</p>	<p>El estudiante presentará ante el grupo el resultado de la información y la estructura de los entregables tanto para esta UA y la materia complementaria: Diseño para la Salud.</p>	<p>Presentación impresa y digital del proyecto.</p>	<p>Presentación digital en donde se ejemplifiquen los conceptos o ejemplos gráficos.</p>

17	EVENTOS (FOGU) Y ENTREGA (EN SU CASO) DE MATERIAS TEORICAS
18	ENTREGA DE MATERIAS PRÁCTICAS Entrega de 19 ejercicios con CD de evidencias en digital de todos los trabajos elaborados durante el curso. <u>EL DIA, HORA Y SALÓN ASIGNADO DURANTE EL SEMESTRE PARA LA MATERIA.</u>
19	EXÁMENES EXTRAORDINARIOS 2as, 4as y 6tas Oportunidades VIERNES 17 DE JUNIO ENTREGA DE EVIDENCIAS A COORDINACION Entrega de promedios materias prácticas , aclaraciones y devolución de trabajos: Para tener derecho a estos exámenes el alumno deberá cubrir: 80% Asistencia 70% Trabajos Entregados
Evaluación integral de procesos y productos: Sesión 1 a 12 Administrar un 50% en actividades. Sesión 13 a 15 Los ejercicios valen un 30% el PIA (vinculación como producto final) 20%	
Producto integrador de aprendizaje de la unidad de aprendizaje: PIA: Proyecto en vinculación con Diseño para la Salud.	
Fuentes de apoyo y consulta: <ul style="list-style-type: none"> • 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: ENERO 2019
ELABORADO POR: LDI. ROBERTO C. RANGEL RAMÍREZ, MC. OSCAR GONZALES.
ACTUALIZADO POR: MC. RODRIGO FORTUNA.

COORDINACIÓN DE EXPRESIÓN GRÁFICA
L.D.I. LUIS RODRIGO FORTUNA MARTÍNEZ

JEFATURA DE DISEÑO
M.C. MARÍA DE LOS ÁNGELES GARCÍA TREVIÑO

**SECRETARÍA DE LICENCIATURA EN
DISEÑO INDUSTRIAL**
M.D.I. JOSÉ ALBERTO ESCALERA SILVA