



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Facultad de Arquitectura

LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL



## PROGRAMA SINTETICO. (Formato Institucional)

1. °	
• Nombre de la institución y de la dependencia	Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Arquitectura Licenciatura en Diseño Industrial
• Nombre de la unidad de aprendizaje	PROMOCION ESTRATEGICA DE PRODUCTO II
• Horas aula-teoría y/o práctica totales.	120hrs.totales.20hrs teoría 60 hrs. Practica
• Horas extra aula totales.	20hrs.
• Modalidad	escolarizada
• Periodo académico	Semestre 7mo.
• Tipo de Unidad de aprendizaje	optativa
• Área Curricular (ACFGU, ACFBP, ACFP, ACLE)	ACFP
• Créditos UANL	4
• Fecha de elaboración	Enero 2012
• Fecha de última actualización	Enero 2012
• Responsable (s) del diseño:	LDI.Roberto Rangel
2-.Propósitos:	
<p>Promoción Estratégica de producto es recrear y desarrollar logísticas de eventos para exposición en base a la creatividad y con los recursos disponibles, en el ámbito laboral permite al alumno, relacionarse con personas del medio como proveedores y/o patrocinadores, ampliando capacidad de interacción social como profesionista, además de dar apoyo de la difusión de eventos, promoción y estrategias. Esta U/A es la secuencia de la UA Promoción estratégica de producto I, lo que nos permite abarcar al cien por ciento los conocimientos.</p>	

3-.Competencias del perfil de egreso
a-. Competencias generales a las que contribuye esta unidad de aprendizaje.
<p>5-.Emplea pensamiento lógico, crítico, creativo y propositivo para analizar fenómenos naturales y sociales que le permitan tomar decisiones pertinentes en su ámbito de influencia con responsabilidad social</p> <p>9-.Mantiene una actitud de compromiso y respeto hacia la diversidad de prácticas sociales y culturales que reafirman el principio de integración en el contexto local, nacional e internacional con la finalidad de promover ambientes de convivencia pacífica.</p> <p>12-.Construye propuesta innovadoras basadas en la comprensión holística de la realidad para contribuir a superar los retos del ambiente global independiente.</p>
b-. Competencias específicas del perfil de egreso a las que contribuye la unidad de aprendizaje
<p>3-.Diseñar productos, de manera prospectiva mediante la evaluación de escenarios futuros, para satisfacer anticipadamente las necesidades de los usuarios</p> <p>7-.Aplicar los lineamientos legales de la propiedad intelectual, de forma ética dentro del marco nacional e internacional para la protección del diseño de productos</p>
4-.Factores a considerar para la evaluación de la unidad de aprendizaje
<p>Propuestas de proyecto</p> <p>Desarrollar conceptos</p> <p>Elaborar formas Presentar análisis</p> <p>Propuesta Final de Exposición de Carrera</p> <p>Desarrollar el material de apoyo</p>
5-.Producto integrador de aprendizaje
Exhibidor del proyecto el mejor diseño.
6-.Fuentes de apoyo y consulta (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas).
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dupont, Luc. (2006). 1001 TRUCOS PUBLICITARIOS. Q Graphics.</li> <li>• Rusell, Edward. (2010). FUNDAMENTOS DEL MARKETING. Index Book S.L.</li> <li>• Kozak, Gisela &amp; Wiedemann, Julius. (2008). PACKAGE DESIGN NOW!. Taschen.</li> <li>• D'Egremy, Francisco. (2000). PUBLICIDAD CIENTÍFICA. México. Anaya Editores S.A.</li> <li>• Bhargava, Rohit. (2009). PERSONALIDAD DE MARCA. México. Mc Graw Hill.</li> <li>• Hughes, Philip. (2010). DISEÑO DE EXPOSICIONES. Barcelona. Promopress.</li> <li>• Lesur, Luis, (2009). PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. México. Editorial Trillas.</li> <li>• Lindstrom, Martin. (2009). BRAND SENSE. México. Grupo Editorial Patria.</li> <li>• Mesher, Lynne. (2011). DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES. Barcelona. Gustavo Gili.</li> <li>• Rusell, Edward &amp; Walling. (2011). 50 COSAS QUE HAY QUE SABER SOBRE MANAGEMENT. Barcelona. Editorial Ariel.</li> </ul>

PROMOCION ESTRATEGICA DEL PRODUCTO II ENERO – JUNIO 2013
---

---

**COORDINACIÓN DEL ÁREA**  
**LDI. JESSICA WAH ROBLES**

---

**JEFATURA DEL DEPARTAMENTO**  
**M.M. MARIO CANTU CANTU**

---

**JEFATURA DE CARRERA**  
**LDI. FCA. LETICIA MORALES**