

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN TECNOLÓGICA**

**Educación Académica
Educación Tecnológica: Tecnología
Talleres de Diseño Publicitario 1 y 2 para colegios
académicos diurnos**

**Duración : cuatro períodos de un semestre
80 horas cada uno.**

Realizada por la comisión coordinada por:
Prof. Ana Cecilia Sánchez Rojas (ver lista página siguiente)

Coordinación :

Licda. Zaida Roldán Goldoni
Licda. Elia Alvarado Gamboa
Asesoría Nacional de Tecnología

SAN JOSÉ, COSTA RICA
2001

Comisión Elaboradora del Programa de Diseño Publicitario

**Coordinadora de la comisión:
Máster Ana Cecilia Sánchez Rojas**

Nombre	Cédula	Teléfono	Cargo	Grupo Prof.	Colegio y Universidad
Alvarado Arias Carmen María	2-298-163	445-8552 445-5023	Profesora		Instituto Julio Acosta.
Azofeifa Zamora Miguel A.	1-622-317	261-2907	Profesor		Anastasio Alfaro
Bonilla González Olga		592-2042	Profesora		Liceo de Paraíso
Ernest Chacón María Esther	6-212-362	227-9533	Profesora		José María Castro Madriz y Liceo Alajuelita
González A. Pathryzya.	1-1034-701	261-8311	Profesora		Liceo Regional de Flores.
Mata Salas Alicia	1-465-755	225-2590	Profesora		El Rosario.
Mathurin Peart Clara	7-103-186	229-0285	Profesora		Liceo de Coronado.
Quesada Arce Dulce María	1-660-045	260-0106	Profesora		Liceo Carlos Pascua Zúñiga
Quirós Barrantes Johan	1-917-029	225-24-73	Profesora		Liceo Castro Madriz Nocturno León XIII
Quirós Zúñiga Lilliana	1-693-316	225-0281 229-0285	Profesora		Liceo de Coronado y Liceo José Joaquín Vargas Calvo.
Sánchez Rojas Ana Cecilia		225-5036	Profesora		Rodrigo Facio. Universidad del Diseño
Vásquez Mora Luis	2-294-125	254-1624	Profesor		Los Pinos Alajuelita

2001

AUTORIDADES SUPERIORES

Departamento Educación Técnica

Ing. Fernando Bogantes Cruz
Director de Departamento

publicitario

PROGRAMA DE ESTUDIO DE LOS TALLERES DE DISEÑO PUBLICITARIO 1 Y 2 PARA COLEGIOS ACADÉMICOS DIURNOS TABLA DE CONTENIDOS

1. Fundamentación general
2. Justificación
3. Objetivos Generales.
4. Orientación generales para la labor docente
5. El planeamiento del docente
6. Sugerencias generales para la evaluación
7. Talleres de Diseño Publicitario 1 y 2.

ORIENTACIONES GENERALES PARA LA LABOR DOCENTE.

Este programa de estudio, refleja la intencionalidad de aportar un valor agregado para la vida del estudiante, con una estructura programática que explicita detalladamente los contenidos que se deben desarrollar en cada unidad de estudio, que le permite al docente guiar en forma ordenada el proceso considerándose más apropiados, sin perder de vista que estos deben propiciar el desarrollo del pensamiento del alumno para construir su aprendizaje. Se debe fomentar la aplicación de estrategias cognitivas que contribuyan a la formación de un estudiante crítico y analítico, tales como: Comparación, Clasificación, Organización, Interpretación, Aplicación, Experimentación, Análisis, Identificación, Discusión, Síntesis, Evaluación, Planteamiento de soluciones, etc.

Los criterios de evaluación se refieren a objetivos evaluables; son productos observables y medibles que se esperan del estudiante. El logro de estos objetivos evaluables permitirán al docente dar seguimiento al progreso individual del educando y realimentar el proceso de aprendizaje cuando así lo

de construcción de conocimientos en el taller y en el entorno. **El docente puede desarrollar otros contenidos además de los que aquí se presentan, pero no debe sustituir unos por otros;** esto con la finalidad de que en todos los colegios se brinde igualdad de oportunidades.

Los objetivos que se incluyen en el programa, tienen un grado de generalidad que le proporcionan al docente la oportunidad de elaborar objetivos específicos al realizar el planeamiento de su práctica pedagógica. Los objetivos que redacte el docente deben reflejar los cambios de conducta que el alumno debe alcanzar a corto plazo, diaria o semanalmente, en el nivel de conocimiento, valores, actitudes, habilidades y destrezas.

Los procedimientos que se sugieren, son solo eso, sugerencias. El docente puede hacer uso de toda su creatividad y experiencia para emplear los más adecuados en el logro de los objetivos específicos que él plantee.

Los procedimientos aquí sugeridos le servirán de orientación, de punto de partida, para plantear los que c

requiera el alumno. Los criterios de evaluación son la base para elaborar pruebas teóricas o de ejecución, ya que en ellos se refleja el producto final esperado en cada objetivo.

Al inicio de cada unidad de estudio, se plantea un **tiempo estimado** para su desarrollo. Esta asignación de tiempo es flexible; el docente puede ampliar o disminuir, prudencialmente, el número de

horas, fundamentado en su experiencia y en el uso de procedimientos apropiados, **sin detrimento de la profundidad con que se deben desarrollar los temas.**

Los valores y actitudes que se especifican en cada unidad de estudio, deben ser tema de reflexión al inicio de la jornada diaria y deben recordarse en el transcurso de ella en los momentos pertinentes y con la frecuencia que se considere necesaria.

La mediación del docente, en el proceso de enseñanza y aprendizaje, debe estar basada en el desarrollo del pensamiento, darle énfasis a las estrategias que permitan la comprensión de conceptos.

En razón de que el taller constituye una oportunidad para el desarrollo de habilidades y destrezas, que den un valor agregado al educando, así como la posibilidad de incursionar en actividades útiles para la orientación vocacional, éste debe reunir las condiciones en cuanto a la utilización de métodos y técnicas adecuadas para el proceso de descubrimiento de habilidades, destrezas, actitudes y aptitudes del estudiante.

Por consiguiente, el docente como mediador de ese proceso ha de crear los ambientes propicios para el aprendizaje de calidad, atractivo, dinámico, significativo que logre alcanzar los objetivos propuestos para el taller exploratorio.

A continuación, se ofrecen recomendaciones que se pueden aplicar en los procesos de enseñanza y aprendizaje del taller en mención, con el propósito de que la mediación sea efectiva.

Partiendo del modelo expuesto en la oferta Educativa para los Colegios Académicos Diurnos, el espacio destinado a cada taller, consta de cuatro componentes básicos entre

los cuales se manifiesta una interacción constante y estrecha; a saber:

- a) El abordaje de conocimientos elementales referidos al trabajo.
- b) El desarrollo de habilidades y destrezas básicas en herramientas,
- c) El desarrollo del gusto por el trabajo bien realizado tanto desde el punto de vista técnico como estético.
- d) La incentivación para profundizar más adelante en una especialidad afín con este taller.

Para abarcar estos componentes, el docente debe considerar las siguientes orientaciones y enriquecerlas para asegurar el éxito de la tarea.

- Utilizar una metodología activa, participativa, promotora del gusto por el aprendizaje, mediante el uso de técnicas tales como los juegos didácticos, discusiones, comentarios y otras.
- Han de descubrirse siempre nuevas formas de abordar los contenidos de manera que se estimule la creatividad.
- Permitir al estudiante participar del proceso de recreación del conocimiento, "aprender haciendo".
- Facilitar la participación de otros sujetos sean técnicos, profesionales u otros miembros de la comunidad, con el propósito de que haya puntos de vista diferentes que enriquezcan la labor.
- Incentivar al máximo el desarrollo de las capacidades individuales para dar espacio al talento, la reflexión, la

creatividad, la superación y satisfacción personal, mediante trabajos individuales o proyectos creativos.

- Han de establecerse los niveles de dificultad, de manera que se trabaje secuencialmente, de lo fácil a lo difícil.

- Pueden elaborarse guías de trabajo que faciliten el desarrollo de la labor del educando.

- Deben realizarse acciones que permitan al discente desenvolverse como actor principal del proceso educativo y al docente como mediador del proceso.

- Las actividades grupales han de propiciar la cooperación y la solidaridad; asimismo, las individuales deben fortalecer la autonomía y la autorrealización del individuo.

- Incluir actividades que lleven al discente a la experimentación y el redescubrimiento antes que centrarse en el excesivo uso de la pizarra, el lápiz y el papel.

- Debe fortalecerse la aplicación de conocimientos elementales.

- Para sustentar la reconstrucción del conocimiento ha de integrarse la teoría y la práctica en forma indisoluble.

- Han de incluirse estrategias de simulación, demostración e imitación para el aprendizaje de tareas y prácticas muy concretas.

- Estimular la observación, con visitas didácticas a empresas o instituciones que posibiliten el enriquecimiento del aprendizaje.

- Debe incursionarse, en la medida de lo posible, en el uso de tecnologías de avanzada, como aprestamiento para la futura formación en la especialidad.

- Propiciar el proceso de sensibilización del educando para la solución de problemas institucionales y comunales, relacionados con el taller exploratorio.

- Debe favorecerse el desarrollo integral del alumno, con actividades que consideren el aspecto cognoscitivo, psicomotor y afectivo.

Téngase presente que cuanto más dinámico sea el taller, más beneficios tendrá el educando para el logro de competencias que se constituyen, sin duda, en recursos personales de formación ante las demandas de un mundo en transformación.

EL PLANEAMIENTO DEL DOCENTE

Este programa debe ser utilizado por el profesor al elaborar los siguientes planes:

1. **Plan por taller semestral.**

Consiste en:

- Destacar los valores y actitudes que se fomentarán durante los talleres .
- Elaborar un cronograma que muestre las horas que se destinarán a cada unidad de estudio y la secuencia lógica de las unidades.
- Lista de recursos que debe aportar la institución para el desarrollo del programa respectivo.

Este plan es el que debe ser entregado al Director al inicio del curso lectivo.

2. **Plan de práctica pedagógica.**

Se debe usar el mismo esquema que se presenta en los programas, con la diferencia de que los objetivos deben ser específicos, de acuerdo al tema por desarrollar.

Este plan puede ser preparado por unidad de estudio. Es de uso diario y puede ser supervisado por el Director, en el momento que juzgue oportuno, para comprobar que el desarrollo del programa sea congruente con lo planificado en el cronograma que se le entregó al inicio del curso lectivo.

SUGERENCIAS GENERALES PARA LA EVALUACION

La evaluación es un elemento constitutivo de todo proceso educativo. Cada taller , provee al estudiante de conocimientos prácticos, concretos y aplicables a la vida diaria, como un valor agregado, por lo tanto, requiere de que las actividades evaluativas permitan, reorientar, realimentar y fortalecer el proceso de aprendizaje.

Por consiguiente, la evaluación del taller ha de convertirse en una experiencia más de aprendizaje, de manera que culmine el proceso vivido.

A continuación, se ofrecen algunas consideraciones y sugerencias respecto de esta importante tarea:

- La evaluación debe ser diagnóstica y formativa. Es decir, al inicio del proceso ha de ubicarse a los estudiantes, según su condición en cuanto a ciertos conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y aptitudes, así como ha de darse seguimiento al proceso de aprendizaje para rectificar el quehacer, fortalecer los logros y señalar el progreso, para estimular la adquisición de nuevos conocimientos.

La evaluación del taller, por ser dinámico y continua, ha de permitir la valoración cualitativa de los aprendizajes, por lo cual requiere de acciones participativas, innovadoras, variadas que superen las prácticas tradicionales repetitivas y rutinarias.

Para que se cumpla con la realimentación del proceso de aprendizaje en este caso particular, han de utilizarse instrumentos y técnicas adecuadas, que permitan la materialización de lo propuesto y no cambiar el rumbo de éste.

Pueden utilizarse instrumentos tales como listas de cotejo, escalas de calificación, registro anecdótico y otros, que permitan la valoración cualitativa de los logros y el progreso obtenidos.

Con ellos han de registrarse también las virtudes, limitaciones, inclinaciones y la vocación del discente para una especialidad afín, de manera que sirva de indicador posterior.

Además de una evaluación cuantitativa, debe armonizar con un proceso de enseñanza y aprendizaje formador, activo, continuo, dinámico y participativo, para el logro de los objetivos propuestos.

TECNOLOGÍA DISEÑO PUBLICITARIO 1 Y 2 PARA COLEGIOS ACADÉMICOS DIURNOS.

FUNDAMENTACION

Con el propósito de desarrollar habilidades y destrezas para la vida y el trabajo de los estudiantes de Colegios Académicos Diurnos, se hace necesario presentar a los jóvenes opciones de tecnologías variadas e interesantes que les capaciten para trabajar después de egresar del colegio.

Una de esas tecnologías es Diseño Publicitario 1 y 2. Esta materia es un Valor Agregado que no precisa de gran habilidad en el dibujo pero sí mucho interés y disciplina para trabajar. Opciones de trabajo hay muchas pues hasta el negocio más pequeño o la institución más grande necesita de rótulos, ilustraciones y anuncios que promuevan sus productos.

El Diseño Publicitario es un Arte Comercial con un amplio campo y porvenir incalculable. El desarrollo de la publicidad y sus diferentes medios en la prensa diaria, revistas, folletos y carteles tiene un progreso constante que estimula una competencia de arte e inteligencia en función de las ventas y los servicios.

Esta tecnología brinda, a los jóvenes estudiantes de los Colegios Académicos Diurnos, un valor que se agrega a sus conocimientos y les proporciona trabajo bien pagado.

Actualmente hay muchas oportunidades de trabajo para un joven estudiante de esta tecnología:

- Agencias de publicidad
- Departamentos de Arte de Instituciones públicas y privadas
- Serigrafías
- Imprentas
- Flexografías
- Empresas varias que utilizan la rotulación y la ilustración (creadores de publicidad exterior, vallas de carretera)
- Estableciendo su propio taller de Arte Publicitario (empresas de autogestión).

Para trabajar esta tecnología en Colegios Académicos Diurnos se aprovecharán los recursos existentes en las instituciones .

El programa de estudios está diseñado de tal forma que no represente un gasto más para los padres de familia. Al contrario se buscará generar recursos conforme se avance en los estudios.

Requerimientos mínimos:

- Mesas de trabajo.
- Aula con buena iluminación.
- Instrumentos de geometría.
- Implementos y materiales para el diseño

Se propone, con esta tecnología, entregar a los estudiantes un certificado en Diseño Publicitario 1 y 2 que obtendrá por cursar cuatro períodos: dos en décimo y dos en undécimo año. El programa se desarrolla en el espacio de cuatro lecciones de una hora, una vez a la semana.

La evaluación es semestral y la promoción anual. Debe regirse por el artículo 30 del Reglamento de evaluación, inciso m.

Los aspectos técnicos administrativos se explican en su respectivo instructivo.

OBJETIVOS GENERALES

DISEÑO PUBLICITARIO 1 Y 2 PARA COLEGIOS DIURNOS.

La tecnología de Diseño Publicitario 1 y 2 tiene como meta fundamental preparar al estudiante (en forma general) para que ingrese a la industria gráfica y publicitaria y progrese en ella. Además obtiene las bases elementales para estudiar la carrera en una Universidad costarricense o extranjera.

Para lograr este propósito se proponen los siguientes objetivos generales:

Investigar para comprender y decidir racionalmente sobre los procesos y métodos de trabajo y recibir información sobre materiales, herramientas y equipos utilizados en diseño publicitario (Teoría).

2. Desarrollar habilidades y destrezas en los principales procesos y técnicas de la tecnología (Práctica).

3. Desarrollar actitudes y aptitudes para trabajar cooperativamente (en equipo) con otras personas y mantener buenas relaciones.

4. Desarrollar pensamiento positivo, criterio, sentido de orgullo y creatividad en el trabajo bien realizado tanto técnica como artísticamente. (Estética)

5. Desarrollar hábitos y actitudes apropiadas para el trabajo.

6. Desarrollar normas de seguridad (salud ocupacional) y de gestión empresarial (autogestión).

PRIMERA UNIDAD.

I Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

Esta unidad le ofrece al estudiantado la oportunidad de conocer los conceptos básicos del marco de acción de la salud ocupacional, para fomentar una actitud positiva y adquirir los hábitos que le garanticen el bienestar físico, mental y social.

décimo

publicitario

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA**

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 Y 2 PARA COLEGIOS DIURNOS

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Décimo: I Semestre. Introducción al Diseño Publicitario

TIEMPO ESTIMADO: 4 Horas (Este tema se contempla durante

I UNIDAD: La prevención de accidentes y la salud ocupacional.

todo el programa)

OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Analizar aspectos relacionados con la salud ocupacional, así como los principales conceptos.	Breve reseña histórica de los riesgos y peligros que se generan en el trabajo. Conceptos de: -Trabajo. -Salud. -Ambiente. -Salud Ocupacional. -Riesgo del trabajo. -Accidente de trabajo. -Enfermedad ocupacional. -Enfermedad profesional.	Organización de la información bibliográfica relacionada con la historia y conceptos de Salud Ocupacional. Definición de conceptos básicos de Salud Ocupacional. Diferenciación entre enfermedad ocupacional y enfermedad profesional.	Respeto por el orden establecido. Aprecio por la vida y la salud. Responsabilidades: Cumplir sus deberes y tareas con gusto, ser puntual, responder por sus acciones y rectificar un mal hecho. Disciplina: Conoce y atiende los reglamentos y las disposiciones sobre derecho laborar.	Explica los aportes de la Salud Ocupacional a través del desarrollo histórico. Explica los principales conceptos de Salud Ocupacional. Establece la diferencia entre la enfermedad ocupacional y la enfermedad profesional. Obtiene conclusiones acerca de la importancia de la Salud Ocupacional en el ambiente de trabajo.
2 Analizar la importancia de la seguridad en la prevención de accidentes.	Causas generales de los accidentes: -Capacidad física o psicológica inadecuada. -Estrés físico o psicológico. -Estrés mental o psicológico. -Falta de conocimiento. -Desmotivación.-Otros.	Descripción de las causas generales de los accidentes. Análisis de las causas generales y su importancia en la prevención de accidentes. Evaluación de las medidas preventivas que se toman en el ambiente laboral.	Autoestimarse, conocerse y controlarse. Responsabilizarse por los actos realizados; tener capacidad para enfrentar las dificultades. Cumplir sus deberes y tareas con gusto, ser puntual, responder por sus acciones y rectificar un mal hecho.	Explica las causas de los accidentes. Establece diferencias entre las prácticas seguras y las inseguras. Emite criterios acerca de los resultados obtenidos de la evaluación.

SEGUNDA UNIDAD.

I Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

Esta unidad estudia el orden adecuado en la organización y administración de los talleres, aplicando los conceptos generales, para fomentar los valores de orden, limpieza, disciplina y responsabilidad en el ambiente de trabajo.

décimo

publicitario

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 DÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Décimo : I Semestre: Introducción al Diseño Publicitario

TIEMPO ESTIMADO: 4 Horas

II UNIDAD: Administración de talleres.

¡Error! Marcador no definido. OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACION
1. Describir los principios generales básicos de la organización y administración de talleres.	Organización y administración de talleres: -Importancia.	Definición de los conceptos de organización y administración. Descripción de diferentes aspectos relacionados con la administración de talleres, mediante lecturas, debates, visitas a talleres y / o empresas	Disciplina para atender las disposiciones normativas. Capacidad para asumir retos. Orden y organización en el ejercicio de las tareas. Disposición para mantener las condiciones adecuadas en su ambiente de trabajo.	Define los conceptos de Organización y Administración. Describe los principios básicos generales de la administración de talleres.

¡Error! Marcador no definido.OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACION
	b. Los recursos: -Humanos, materiales, financieros. c. Normas: -De seguridad y mantenimiento	Estudio de casos, exposiciones orales, investigación documental y otros. Formulación de normas de trabajo, seguridad y mantenimiento	Disciplina para atender las disposiciones normativas. - Capacidad para asumir retos. - Orden y organización en el ejercicio de las tareas.	Formula normas de trabajo seguridad y mantenimiento.
2. Aplicar los principios generales básicos de la organización de talleres.	Principios de organización de talleres: a. Tareas b. Funciones c. Tiempos d. Espacios	Análisis de los principios generales de organización de talleres mediante : debates, estudios dirigidos, investigación documental, entrevistas,. Aplicación de los principios generales básicos de la organización de los talleres en cada uno de éstos.	- Disposición para mantener las condiciones adecuadas en su ambiente de trabajo.	Distribuye tareas y espacios. Realiza planeamientos. Realiza cronogramas de trabajo. Realiza presupuestos.

¡Error! Marcador no definido. OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACION
<p>décimo</p>		<p>Desglose de tareas y funciones utilizando la rueda de cargos.</p> <p>Distribución de tiempos y espacios mediante un cronograma y croquis del aula y taller.</p> <p>Realización de planeamiento para cada labor incluyéndose el correspondiente presupuesto. Análisis de costos, gastos, inversiones, al finalizar cada proyecto utilizando cuadros de producción, inventarios, presupuestos y obtención de conclusiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Disciplina para atender las disposiciones normativas. - Capacidad para asumir retos. - Orden y organización en el ejercicio de las tareas. - Disposición para mantener las condiciones adecuadas en su ambiente de trabajo. 	

TERCERA UNIDAD.

I Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

En esta unidad se desarrolla el tema los Elementos del lenguaje visual y plástico, para incursionar en el campo de la publicidad y así entender la conducta del consumidor.

décimo

publicitario

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA**

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 DÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Décimo: I Semestre : Introducción al Diseño Publicitario.

TIEMPO ESTIMADO: Horas

III UNIDAD : Fundamentos del Diseño Gráfico.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Aplicar el conjunto de los elementos que utiliza el lenguaje visual y plástico.</p>	<p>Elementos conceptuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - punto - línea - plano - volumen <p>Elementos de relación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posición - Dirección - Proporción - Peso visual <p>Elementos visuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forma - Tamaño - Color - Textura 	<p>Exposición del docente sobre el tema.</p> <p>Domino de los elementos en propuestas gráficas creativas.</p>	<p>Disciplina para atender normas creativas e iniciativa en el desarrollo y elaboración de proyectos.</p>	<p>Realiza proyectos gráficos donde demuestra dominio de los conceptos de composición y diseño.</p>
<p>2. Analizar la organización intencionada de los elementos del lenguaje visual y plástico en una composición.</p>	<p>Composición y Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tensión espacial - Equilibrio - Espacio: - Perspectiva - Sección áurea 	<p>Análisis y aplicación de la composición y el diseño en proyectos gráficos.</p>		

CUARTA UNIDAD.

I Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

Mediante la aplicación del lenguaje visual y gráfico se le ofrece al estudiantado la oportunidad de comunicar por medio de marcas, símbolos, figuras, trazos, colores que prepara con materiales y técnicas organizadas de modo que adquieran un significado determinado.

décimo

publicitario

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA**

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 DÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Décimo: I Semestre : Introducción al Diseño Publicitario.

TIEMPO ESTIMADO: Horas

IV UNIDAD: Aplicaciones del diseño gráfico.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Identificar las diferentes aplicaciones del diseño publicitario en el campo de la publicidad como perspectiva futura de estudios superiores y laborales.	Principios de la publicidad. Concepto de diseño publicitario. Aplicaciones del diseño publicitario.	Discusión sobre el concepto del Diseño Publicitario, la apreciación artística y sus aplicaciones.	Valora la importancia de ejercer una profesión en igualdad de condiciones, sin distinción de género.	Expone los temas por medio de prácticas guiadas.
	Uso adecuado de instrumentos y materiales.	Elaboración de prácticas guiadas y aplicación de diagnóstico.	Valora y aprecio las habilidades personales y de las de otras personas. Concienciación de su capacidad de desarrollar las destrezas y habilidades que posee, a través de la práctica.	
	Principios de la Publicidad.	Discusión sobre la aplicación del Diseño Publicitario a la Publicidad, y los principios básicos de esta.	Interés por el desarrollo en el campo de la publicidad.	

QUINTA UNIDAD.

I Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

Mediante la realización de proyectos el estudiantado pone en práctica la función principal de la tipografía, cual es, comunicar, a la vez transmite información unida al aspecto semántico manejado por el diseñador o diseñadora, quien debe tener los conocimientos lingüísticos necesarios para una buena articulación de textos.

décimo

publicitario

MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
 SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
 ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 DÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Décimo: I Semestre: Introducción al Diseño Publicitario.

TIEMPO ESTIMADO: Horas

V UNIDAD : Familias tipográficas .

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Identificar las diferentes familias tipográficas para una adecuada aplicación.</p> <p>Aplicar adecuadamente las leyes ópticas a la construcción del diseño de marcas y logotipos.</p>	<p>Historia y familias tipográficas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variables tipográficas y su connotación. - Construcción de las variables tipográficas. <p>Psicología tipográfica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso del color. - Uso del espacio. <p>Percepción visual</p> <ul style="list-style-type: none"> - Leyes ópticas. - Diseño tipográfico editorial. - Diseño tipográfico creativo. - Diseño tipográfico publicitario. <p>Diseño de Manual de marca</p>	<p>Realización de un alfabeto decorativo adecuado para uso en rotulación.</p> <p>Aplicación de tipografía en diseño de logotipo para empresa y mostrar su uso en papelería.</p> <p>Incorporación de elementos tipográficos a papel de regalo, menús páginas de revista, etiquetas, otros.</p>	<p>Disciplina: Conoce y atiende las normas creativas e iniciativa en el desarrollo de proyectos.</p> <p>Cumplir sus deberes y tareas con gusto, ser puntual, responder por sus acciones y rectificar un mal hecho.</p>	<p>Crea familias tipográficas mediante el dominio de caracteres.</p> <p>Asigna retículas a tipografías en diseños de marcas y logotipos.</p> <p>Demuestra la calidad, originalidad y creatividad en los proyectos mediante el montaje de una exposición.</p>

diseño

SEXTA UNIDAD.

I Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

Esta unidad analiza y valora la teoría del color, su uso en las Artes Gráficas, para que el estudiantado comprenda que el color es uno de los elementos más importantes del lenguaje visual y valore las sensaciones que provoca dependiendo de las cualidades propias de cada tono, valor y saturación.

décimo publicitario

MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
 SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
 ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 DÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Décimo: II Semestre: El Color y sus cualidades.

TIEMPO ESTIMADO: Horas

I UNIDAD : Teoría del color.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Analizar la teoría del Color y su uso en las Artes Gráficas.</p> <p>2. Valorar las diversas sensaciones que provocan los colores.</p>	<p>Luz y Color.</p> <p>Color Físico.</p> <p>Color Químico.</p> <p>El Espectro Solar.</p> <p>Círculo Cromático.</p> <p>Color en las Artes Gráficas</p> <p>Efectos Fisiológicos y Psicológicos del Color.</p>	<p>Demostración, por parte del docente, de los experimentos de Newton y la teoría del Color.</p> <p>Análisis de la importancia del color por medio de prácticas que sirvan como ilustración y experimentación de su propia experiencia.</p>	<p>Autenticidad, se aprecia por lo que es y por sus logros, es autoexigente.</p> <p>Actitud positiva para enfrentarse con las dificultades.</p>	<p>Realiza ejercicios guiados, aplicando los principios de la teoría del color.</p>

diseño

SEGUNDA UNIDAD.
II Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

En esta unidad el estudiantado tiene la oportunidad de transmitir los mensajes verbales mediante el diseño y diagramación de medios impresos, tomando en cuenta la proporción del formato, el cual es el contacto con el consumidor, por lo que es necesario considerar el impacto, así como el uso del espacio, de impresión, composición de texto y material ilustrativo.

décimo

publicitario

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA**

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 DÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Décimo: II Semestre: El Color y sus cualidades.

TIEMPO ESTIMADO: Horas

II UNIDAD : Aplicación del color en medios impresos.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Transferir mensajes verbales al lenguaje visual y gráfico.	Medios publicitarios impresos -El cartel. -El brochure. -Calcomanías. -Etiquetas. -Volantes. -Mapas de ubicación. -Otros.	Investigación de la evolución y características de los medios de comunicación. Aplicación de los elementos del lenguaje en el diseño de medios impresos. Aplicar esquemas geométricos en la composición	Fomenta la iniciativa y la originalidad al ejecutar montajes.	Ejecuta montajes fotográficos y aplicar tipografías adecuadas a cada uno de los diferentes medios.

décimo
AÑO

publicitario

diseño

TERCERA UNIDAD.

II Semestre Décimo.

DESCRIPCIÓN.

El estudiantado tiene la oportunidad de aplicar las técnicas de ilustración, para crear en forma creativa una imagen mediante fotografías, dibujos tridimensionales, de manera que sea un instrumento de comunicación codificado por un diseñador o diseñadora y asimilada por un receptor o receptora.

décimo

publicitario

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 1 DÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica
 TALLER Décimo: II Semestre: El color y sus cualidades.
 III UNIDAD : Técnicas de ilustración.

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología
 TIEMPO ESTIMADO: Horas

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Analizar las distintas técnicas y temáticas de ilustración.</p>	<p>Técnicas de claroscuro:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grafito - Lápices de color - Carboncillo - Tizas pastel - Marcadores <p>Técnicas húmedas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Témpera - Acuarela - Acrílico - Aerógrafo - Tintas <p>Técnicas de recorte y relieve en papel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rasgado - Collage - Repujado - Corte fino - Alto contraste - Otros 	<p>Investigación de las técnicas y temáticas de ilustración más utilizadas en el Diseño Publicitario.</p> <p>Demostración práctica sobre la aplicación de las técnicas de ilustración y los recursos de cada una de ellas.</p>	<p>Valoración y aprecio de la capacidad para percibir la belleza.</p> <p>Desarrolla el sentido estético que orienta las interpretaciones artísticas.</p>	<p>Presenta al grupo de las principales características de las técnicas de ilustración más usadas mediante ejercicios prácticos.</p> <p>Aplica la escala de valores acromáticos y claves.</p> <p>Aplica las técnicas de ilustración en proyectos gráficos.</p>

I UNIDAD, I SEMESTRE UNDÉCIMO.

INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN EMPRESARIAL UNDÉCIMO.

DESCRIPCION.

Esta unidad tiene como propósito introducir al estudiante en el mundo de la Gestión empresarial, como parte de su formación para el trabajo, de manera que pueda apreciar la calidad en su producción y valorar su importancia. Su intención es fomentar una actitud positivas hacia la calidad en el trabajo, el trabajo en equipo y el establecimiento de empresas; así como desarrollar habilidades y destrezas.

OBJETIVOS

- Aplicar principios de calidad en su vida personal y laboral.
- Promover valores y actitudes que mejoren la calidad de vida personal, de su núcleo familiar y de la sociedad en general.
- Favorecer la orientación vocacional mediante la vivencia de experiencias de aprendizaje relacionadas con áreas afines.
- Aplicar principios de formación de empresas en diferentes áreas.

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 2 UNDÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER UNDÉCIMO: I Semestre: Producción en medios publicitarios.

TIEMPO ESTIMADO: 12 Horas

I Unidad: Aspectos básicos de la Gestión Empresarial.

¡Error! Marcador no definido. OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Analizar las funciones de la administración de las empresas.</p> <p>2. Analizar en el contexto de la comunidad, las empresas y su relación con el diseño publicitario..</p>	<p>Funciones de la administración. Planificación. Organización. Dirección. Ejecución. Coordinación. Control.</p> <p>-----</p> <p>Las empresas dentro de la comunidad</p> <p>a- Concepto b- Importancia c- Contribución a la economía nacional</p> <p>Tipos de empresas</p> <p>a- Fabricación b- Comerciales c- De servicio d- No lucrativas e- Producción Agrícola f- Mixtas</p>	<p>Explicación de las funciones de la administración.</p> <p>Investigación de la situación real de las empresas de la comunidad y su relación con el diseño publicitario.</p>	<p>- Responsabilidad en el ejercicio de su tarea - Actitud de juicio al valorar la importancia de la gestión de empresas - Honestidad en el manejo de transacciones económicas y financieras. - Criticidad para determinar las características que diferencian a una empresa de otra.</p>	<p>Describe con palabras propias las funciones de la administración.</p> <p>Explica la relación entre las empresas de la comunidad y el diseño publicitario.</p>

¡Error! Marcador no definido. OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES ACTITUDES	Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN
3. Identificar las características de las y los empresarios exitosos.	Empresarios (as) Exitosos a- cualidades personales b- Liderazgo c- Factores de éxito d- Conociendo a un empresario	Identificación de los factores de éxito de una o un empresario.	- Actitud de juicio al valorar la importancia de la gestión de empresas - Honestidad en su trabajo. - Criticidad para determinar las características que diferencian a una empresa de otra.	Explica en que consisten los factores de éxito de un empresario.
4. Elaborar un proceso administrativo para la formación de una empresa.	Proceso de planificación a- Importancia b- Plan de acción empresarial c- Implementación de un plan FODA como instrumento de planificación. Áreas funcionales de una empresa. a-Producción b- Mercadeo c- Personal d- Finanzas	Discusión sobre la importancia de la planificación. Explicación de las etapas de la planificación. Interpretación de un FODA.	- Responsabilidad en el ejercicio de su tarea - Actitud de juicio al valorar la importancia de la gestión de empresas - Creatividad en la elaboración de un plan empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> • Explica los procesos a seguir en la elaboración de un plan de acción. • Interpreta un análisis FODA.

¡Error! Marcador no definido. OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>5. Describir la función del derecho laboral dentro del proceso empresarial</p> <p>6. Elaborar un plan de producción de una empresa relacionada con el diseño publicitario.</p>	<p>Aspectos básicos del Derecho Laboral</p> <p>-----</p> <p>Plan de producción.</p> <p>a- Elementos de eficiencia</p> <p>b- Diseño y distribución de la planta física (ubicación, área, equipo, maquinaria, mobiliario, etc.)</p>	<p>Explicación de la importancia del derecho laboral.</p> <p>Explicación del plan de producción en una empresa dedicada a actividades propias del diseño.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad en el trato con los demás. - Actitud de juicio al valorar la importancia del derecho laboral. - Respetuoso de la vida - Criticidad para determinar las características que diferencian a una empresa de otra. <p>Disciplina: Conoce y atiende los reglamentos y las disposiciones sobre derecho laboral.</p>	<p>Explica la importancia de conocer los aspectos básicos del Derecho Laboral.</p> <p>Explica los aspectos que se deben tomar en cuenta para el diseño y distribución de la planta física.</p>

¡Error! Marcador no definido. OBJETIVOS	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTOS	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>7. Elaborar un plan de mercadeo de una empresa dedicada a actividades del diseño publicitario .</p>	<p>Características de un mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> a- Tipos de clientes b- Motivos para comprar, del cliente. c- Segmentación del mercado d- La competencia Oferta - Demanda <p>Mezclas de mercadeo</p> <ul style="list-style-type: none"> a - Producto. Marca, embalaje empaque, calidad. b- Precio. Utilidad, estrategias <p>c- Promoción. Medios de comunicación, publicidad.</p> <p>d- Plaza. Canales de distribución.</p> <p>Plan de mercadeo.</p> <ul style="list-style-type: none"> a- Diseño de un producto o servicio nuevo. b- Elaboración del plan c- Presentación de los productos d- Evaluación de los productos. 	<p>Identificación del cliente y sus necesidades en relación con la actividad empresarial que se proyecta realizar.</p> <p>Explicación de las posibles mezclas de mercadeo que se pueden presentar en una actividad empresarial.</p> <p>Elaboración del plan de mercadeo de un producto o servicio.</p>	<p>Autonomía: Ser consciente de sus propias capacidades, potencialidades y limitaciones; pensar y actuar con plena independencia para el goce y el ejercicio de su libertad.</p> <p>Honestidad: Ser fiel a la conciencia. Respetar a las personas y sus bienes. No engañar. Decir la verdad.</p> <p>Repudiar todas las formas de corrupción. Mantener una relación de respeto y fidelidad.</p> <p>Dominio de si mismo: Autoestimarse, conocerse y controlarse. Controlar sus emociones y ser autoexigente; responsabilizarse por los actos realizados; tener capacidad para enfrentar las dificultades.</p>	<p>Enumera las necesidades del cliente en función de una actividad empresarial y el diseño publicitario indicado.</p> <p>Describe las mezclas de mercadeo que se pueden presentar con un producto o servicio.</p> <p>Elabora un plan de mercadeo de un producto o servicio.</p>

diseño

SEGUNDA UNIDAD.

II Semestre Undécimo.

DESCRIPCIÓN.

En esta unidad el estudiantado tiene el espacio para fomentar la creatividad, mediante la realización de prácticas y paralelo a este ejercicio ir analizando las características de algunos Sistemas de Impresión.

undécimo publicitario

MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
 SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
 ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 2 UNDÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Undécimo: I Semestre: Producción en medios publicitarios.

TIEMPO ESTIMADO: Horas

II UNIDAD : Introducción a los Sistemas de impresión.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES ACTITUDES	Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Analizar los diferentes Sistemas de Impresión.	Litografía. Imprenta. Serigrafía. Flexografía. Procesos de elaboración de Artes Finales.	Investigación referente a los distintos Sistemas de Impresión, y el material que se publica a través de ellos. Investigación de las características particulares de los Artes Finales elaborados para cada uno de los Sistemas de Impresión.	Interés por conocer nuevas herramientas que le permitan mejorar la calidad de sus proyectos gráficos. Interés por conocer las características de los Sistemas de Impresión. (maquinaria, materiales, soportes, procesos, etc.)	Resuelve en forma creativa y novedosa, realizando ejercicios prácticos y preparando proyectos. Explica las características de algunos de los Sistemas de impresión.

undécimo
AÑO

publicitario

diseño

TERCERA UNIDAD.

II Semestre Undécimo.

DESCRIPCIÓN.

En esta unidad el estudiantado analiza la presencia del diseño en los diferentes medios publicitarios, para tener criterios y establecer relaciones.

undécimo
publicitario

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA**

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 2 UNDÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Undécimo: I Semestre: Producción en medios publicitarios..

TIEMPO ESTIMADO: Horas

III UNIDAD : Diseño aplicado a la Publicidad.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES Y ACTITUDES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Analizar la presencia del diseño en los diferentes medios de publicidad.	<p>Procesos básicos para el diseño y la diagramación</p> <ul style="list-style-type: none"> - periódicos - revistas - Portadas de CD - Cassette - Libros - Otros 	<p>Identificación de las características de un anuncio publicitario, de acuerdo a los valores del producto.</p> <p>Aplicación de técnicas de ilustración en la ejecución de los diferentes medios.</p>	<p>Interés por conocer la verdad y establecer diferencias entre los anuncios publicitarios, valorando edades, géneros, situación social, etc.</p>	<p>Explica la presencia del diseño entre los diferentes medios publicitarios con el fin de establecer relaciones de igualdad y diferencia.</p>

diseño

CUARTA UNIDAD.

II Semestre Undécimo.

DESCRIPCIÓN.

En esta unidad brinda al estudiantado la oportunidad de presentar en forma creativa proyectos de diseño publicitario , utilizando diversas tendencias y valorando la importancia del reciclaje de materiales empleados en este campo.

undécimo

publicitario

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA**

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 2 UNDÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Undécimo: I Semestre: Producción en medios publicitarios

TIEMPO ESTIMADO: Horas

IV UNIDAD: Diseño de Empaques.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES ACTITUDES	Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Identificar las diversas tendencias en diseño de empaques, embalajes y envases que facilite la producción de los mismos.</p>	<p>Fundamentos de volumetría y lenguaje en tres dimensiones.</p> <p>Pasos a seguir en la ejecución de un troquel.</p> <p>Proyecciones geométricas.</p> <p>Realización de sólidos geométricos.</p>	<p>Aplicación de tipografías, texturas, ilustraciones y fotografías en empaques y bolsas.</p> <p>Dominio de técnicas de ilustración y diseños creativos aplicados a papel de regalo y material para bolsas.</p>	<p>Que el estudiante haga uso de su fantasía creadora y sea innovador.</p>	<p>Domina los pasos necesarios en el diseño y proceso de elaboración de empaques.</p> <p>Expone el material terminado para ser analizado y evaluado.</p> <p>Utiliza material reciclado en la elaboración de sus trabajos.</p>
	<p>El empaque artesanal.</p> <p>El Dummy (modelo en tamaño real o a escala)</p> <p>El display.</p>	<p>Ejecución de proyectos terminados en papel, cartón reciclado y cartón corrugado en flautas.</p>		
<p>2. Valorar la importancia del proceso de reciclaje en la industria y su relación con el diseño de empaques.</p>				

diseño

PRIMERA UNIDAD.

II Semestre Undécimo.

DESCRIPCIÓN.

En esta unidad el estudiantado tiene la oportunidad de trabajar en un proyecto donde aplique todas las técnicas aprendidas para presentar una imagen corporativa y medios promocionales de una empresa real o ficticia.

undécimo

publicitario

MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN Técnica
 SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
 ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 2 UNDÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Undécimo Año II Semestre: Aplicación de medios publicitarios

TIEMPO ESTIMADO: Horas

I UNIDAD : Imagen Corporativa.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES ACTITUDES	Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Investigar el proceso de una imagen corporativa.</p>	<p>Manual de Marca La marca en papelería. Artículos promocionales. Otros medios.</p>	<p>Aplicar todos los conocimientos adquiridos en el proceso de aprendizaje al desarrollo de un proyecto gráfico de culminación.</p> <p>Creación de una imagen corporativa y medios promocionales para una empresa real o ficticia.</p> <p>Conceptualización del tema por desarrollar gráficamente en el trabajo de campo aplicado a una imagen corporativa.</p>	<p>Muestra interés en la investigación del manejo de los proyectos que se realizan en el aula regularmente.</p> <p>Apertura a la crítica fundamentada del producto gráfico.</p>	<p>Expone a un público específico y a la comunidad estudiantil el proyecto final.</p>

SEGUNDA UNIDAD.

II Semestre Undécimo.

DESCRIPCIÓN.

Esta unidad abre el espacio para que el estudiantado analice los procedimientos básicos para montar una campaña publicitaria y pueda defender y justificar con argumentos su trabajo.

undécimo

publicitario

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN Técnica
SECCIÓN EDUCACIÓN TECNOLÓGICA
ASESORÍA NACIONAL DE TECNOLOGÍA**

PROGRAMA DE ESTUDIO DISEÑO PUBLICITARIO 2 UNDÉCIMO

MODALIDAD: Educación Académica

EDUCACIÓN TECNOLÓGICA: Tecnología

TALLER Undécimo Año II Semestre: Aplicación de medios publicitarios

TIEMPO ESTIMADO: Horas

II UNIDAD: Trabajo de Campo aplicado a una campaña Publicitaria.

OBJETIVO	CONTENIDOS	PROCEDIMIENTO	VALORES ACTITUDES	Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Analizar los procedimientos básicos para el desarrollo de una campaña publicitaria	<p>Elementos básicos de una campaña publicitaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aplicaciones. -Diseño de marca. -Papelería. -Anuncios y carteles. -Medios y artículos promocionales. -Empaques. -Publicidad exterior. -Radio y televisión. -Otros impresos. 	<p>Análisis e identificación de las características de un medio publicitario.</p> <p>Discusión de material gráfico aportado por el profesor y los estudiantes como referencia en el proceso de desarrollo de sus propios proyectos.</p> <p>Análisis de los procedimientos básicos para el desarrollo de una campaña publicitaria.</p>	<p>Disposición e interés por el diseño de un medio publicitario, acogiéndose a las pautas establecidas para elaborarlo.</p> <p>Orden y respeto por las normas establecidas.</p> <p>Interés por buscar la verdad y diferenciar las características particulares de cada elemento gráfico.</p> <p>Interés por investigar los medios usados en la elaboración de cada uno de ellos.</p>	<p>Explica los procedimientos básicos de la campaña publicitaria.</p> <p>Defiende y justifica la campaña con la que culminará su proyecto final.</p>

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Educación Artística. Primer Tomo / Jesús Manuel Velasco.

Fundamentos del Diseño / Gillam Scott.

Libros de la Colección Leonardo: **Animales, Caricatura, Las Bases del Dibujo, Retrato y otros.**

Guía completa de Ilustración y Diseño (Técnicas y Materiales) / Herman Blume

Fundamentos del Diseño : / Luis Fernando Quirós.

Fundamentos de Diseño Bi y Tri Dimensional / Wucius Wong.

Introducción al Diseño Gráfico / Peter Bridgewater