CARTA DESCRIPTIVA (FORMATO MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

I. Identificadores de la asignatura

Instituto: IADA

Departamento: Diseño

Materia: Tecnología para la Publicidad II

Programa: Licenciatura en Publicidad

Clave: DIS984215

Nivel: Principiante

Horas: 4 por semana **Teoría:** 1 **Práctica:** 3

Modalidad: Presencial

Créditos: 5

Carácter: Obligatoria

Tipo: Curso práctico/teórico

II. Ubicación

Antecedentes:	Clave
Tecnología para la publicidad I	DIS980700

Consecuente:

Producción Multimedia	DIS981600
Publicidad III Medios Digitales	DIS982700

III. Antecedentes	
Conocimientos:	Conocer principios básicos de computación, fundamentos y herramientas de diseño y teoría del color. Conocimientos de Adobe Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe InDesign.
Habilidades:	Administración de tiempo, autoaprendizaje, habilidad para aplicar el conocimiento, manejo de tecnologías.
Actitudes y valores:	
Respeto, responsabilidad.	

IV. Propósitos Generales
Los propósitos fundamentales del curso son:
Que el alumno conozca y pueda manejar el software necesario para realizar productos publicitarios digitales que se apliquen a las nuevas tecnologías web. Guiar al estudiante para que genere ideas y estrategias publicitarias y sea capaz de plasmarlas en medios digitales.

V. Compromisos formativos
Intelectual: El estudiante tendrá la capacidad de crear gráficos y animaciones digitales para la publicidad, así como el aprendizaje de software. Humano: Trabajar con responsabilidad, respeto y ética. Social: Comunicación y relación profesional con sus compañeros y profesores. Profesional: Tendrá la capacidad de utilizar la tecnología para crear proyectos publicitarios aplicables a la web, siguiendo un proceso de trabajo creativo y profesional, siempre respetando tiempos de entrega y parámetros establecidos.

VI. Condiciones de operación	
Espacio: Aula de cómputo	Mesas para computadora y sillas
Laboratorio: Cómputo	Mobiliario:
Población: 15 a 20 alumnos	
Material de uso frecuente: Computadoras, bocinas, proyector, conexión a internet, pizarrón blanco	
Condiciones especiales: Internet,Suite Adobe	

VII. Contenidos y tiempos estimados		
Temas	Contenidos	Actividades
1. Presentación del curso	1.1Criterios de evaluación 1.2Reglamento de clase 1.3Presentación de temas	Dinámica de integración
2. Introducción a la red	2.1 La red y sus posibilidades 2.2 Aplicaciones del Internet 2.3 Los medios digitales	Exposición por parte del maestro. Redacción de un ensayo como conclusión por parte de los alumnos.
3. Página web	3.1 Estructura básica 3.2 Maquetación 3.3 Formatos 3.4 Elaboración de la propuesta	Práctica en clase Realizar una propuesta de página web Práctica en clase
4. Banners	4.1 Estructura básica 4.2 Formato 4.3 Banner estático 4.4 Banner animado 4.5 Banner con sonido 4.6 Banner giratorio y slideshow	Realizar una propuesta de cada uno de los ejemplos

5. Imagen publicitaria en redes sociales	5.1 Tipos de imágenes para redes sociales 5.2 Estructura básica 5.3 Formato 5.4 Imagen Viral	Prácticas en clase Realizar una propuesta de imágenes para una red social.
6. Interactivos para publicidad	6.1 Infografía digital 6.1.1 Formatos 6.1.2 Elementos básicos 6.1.3 De la idea al ejercicio 6.2 Animación para web 6.2.1 Formatos 6.2.2 Elementos básicos 6.2.3 De la idea al ejercicio	Prácticas en clase Realizar proyecto de infografía Prácticas en clase Realizar proyecto de animación
7. Publicaciones digitales	7.1 Revista digital 7.1.1 Principales formatos 7.1.2 Estructura y maquetación 7.2 Folletos digitales 7.2.1 Principales formatos 7.2.2 Estructura y maquetación	Prácticas en clase Realizar proyecto de revista digital Prácticas en clase Realizar proyecto de folletería digital
8. Nuevas tecnologías	8.1 Apps 8.2 Código QR 8.3 Blogs 8.4 Newsletter	Prácticas en clase de cada uno de los ejemplos

VIII. Metodología y estrategias didácticas

Metodología Institucional:

a) Elaboración de ensayos, monografías e investigaciones (según el nivel) consultando fuentes bibliográficas, hemerográficas y en Internet.
b) Elaboración de reportes de lectura de artículos en lengua inglesa, actuales y relevantes.

Estrategias del Modelo UACJ Visión 2020 recomendadas para el curso:

a) Crear un ambiente de aprendizaje donde el estudiante llevará a cabo proyectos digitales donde tendrá que incluir conocimientos de diseño aplicando digitalización

b) Alentar al estudiante a llevar a cabo prácticas de manera autodidacta para reforzar el conocimiento adquirido.

c) Aprendizaje significativo donde puede llevar a cabo proyectos de cualquier indole utilizando el software requerido en la materia.

IX. Criterios de evaluación y acreditación

a) Institucionales de acreditación:

Acreditación mínima de 80% de clases programadas

Entrega oportuna de trabajos

Calificación ordinaria mínima de 7.0

Permite examen único: no ☑ si ☐

b) Evaluación del curso

Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:

Módulo 1	20%
Ensayo (1)	5%
Prácticas (2)	10%
Trabajos (2)	10%
Módulo 2	30%
Prácticas (3)	15%
Trabajos (3)	15%
Módulo 3	20%
Prácticas (6)	10%
Trabajos (2)	10%
Trabajo final	20%
Total	100%

X. Bibliografía

Nota: Revisar la bibliografía obligatoria y complementaria, así como citar adecuadamente según sea el caso de libros, revistas, páginas electrónicas, compilaciones, libros electrónicos, etc.

1. White, Tony. Animación del lápiz al píxel: técnicas clásicas para animadores digitales. Omega, 2010.
2. Smith, Colin. How to wow with Flash. Peachpit Press, 2007.
3. Belch E., George. Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective. McGraw-Hill/Irwin, 2012
4. Pinar Selva, Maria Luisa. Creatividad Publicitaria y nuevas formas de Comunicacion.
5. Aprile, Orlando C. La publicidad audiovisual : del blanco y negro a la Web.
6. Jum Sterne. La Publicidad en Web: atraiga a sus clientes!

XI. Perfil deseable del docente

Estudios en diseño gráfico especializado en diseño digital y web.
Estudios en Publicidad enfoque con manejo a programas digitales

XII.Institucionalización

Responsable del Departamento: M.D.H. Guadalupe Gaytán Aguirre

Coordinador/a del Programa:

Fecha de elaboración: Mayo 2014

Elaboró: L.D.G. Adriana Rodríguez Escobar

Fecha de rediseño: Diciembre 2016

Rediseñó: M.P Erika Ivett Soto Cepeda