

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y
COMUNICACIÓN VISUAL

Comentario [MLM1]:

Programas de Asignatura

NOVENO SEMESTRE
ASIGNATURAS COMUNES A LAS CINCO ORIENTACIONES

GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL

Semestre: noveno

Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones

Créditos: 6

Horas por semana: 4

Horas teóricas: 2

Horas prácticas: 2

Horas por semestre: 64

Tipo de asignatura: teórico-práctica

OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:

Orientar al alumno en los conocimientos específicos de la gestión profesional en el área de la administración y las técnicas de mercadeo de productos y servicios de la comunicación visual.

Orientar al alumno en los conocimientos básicos de leyes y reglamentos que condicionan la actividad profesional del Comunicador Visual

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:

Al finalizar el curso, el alumno:

- a) Relacionará los conocimientos adquiridos en el transcurso de la licenciatura con el contexto de su actividad profesional.
- b) Delimitará la actividad profesional del comunicador visual y sus posibilidades de desarrollo
- c) Definirá y vinculará los aspectos básicos de contabilidad, producción y manejo de recursos humanos.
- d) Reconocerá los criterios y parámetros elementales en la formulación de costos y presupuestos.
- e) Construirá un marco de referencia en torno a los mecanismos legisladores de los diferentes medios de comunicación en los que el lic. en Diseño y Comunicación Visual desarrolla su actividad profesional.
- f) Relacionará los conocimientos adquiridos en el transcurso de la licenciatura con el contexto legal del campo profesional.
- g) Adquirirá los conocimientos básicos del derecho mexicano y la propiedad intelectual.
- h) Identificará las condicionantes legales en torno a los medios televisivos.
- i) Conocerá de forma general la normatividad para la industria cinematográfica.
- j) Ubicará los procedimientos legales para la realización y ubicación de anuncios espectaculares.
- k) Conocerá de forma general la norma oficial mexicana de avisos y señales de seguridad.

CONTENIDO TEMÁTICO

No. DE HORAS

Unidad I: Oportunidades de desarrollo de la actividad profesional

9

1.1. Sectores y modalidades

1.2. Productos y servicios

1.3. Servicios profesionales

Unidad II: Mercadotecnia aplicada a los productos de la comunicación visual

9

2.1. Aplicación de técnicas de investigación de mercado	
2.1.1. Encuestas	
2.1.2. Entrevistas	
2.1.3. Observación en sitio	
2.1.4. Degustación	
2.2. Estrategias de mercadotecnia	
2.2.1. Venta directa	
2.2.2. Medios de difusión	
2.2.3. Cambaceo por referencia	
2.2.4. Demostración	
2.2.5. Estrategias alternas	
Unidad III: Legislación de registros	9
3.1. Normatividad para logotipos y marcas	
3.1.1. Ley de invenciones y marcas	
3.1.1.1. Registro de marcas	
3.2. Uso obligatorio de marcas	
3.2.1. Derechos y limitaciones de uso de una marca	
Unidad IV: La empresa de comunicación visual	9
4.1. El concepto de empresa	
4.2. Procesos contables	
4.2.1. Contabilidad básica	
4.2.2. Costos y presupuestos	
4.3. Procesos de producción	
4.3.1. Ruta crítica	
4.3.2. Recursos humanos	
4.3.3. Recursos de capital	
4.3.4. Recursos materiales	
4.3.5. Servicios y proveedores	
4.4. Etica profesional de la comunicación visual	
4.5. Régimen fiscal y tributario para la actividad profesional	
4.5.1. Procedimientos fiscales de la SHCP	
4.5.2. Procedimientos tributarios del Departamento de Tesorería	
4.6. Consideraciones legales para la contratación de servicios profesionales.	
Unidad V: La ley de imprenta	9
5.1. Normatividad para impresos de promoción y difusión	
5.2. Reglamento sobre publicaciones y revistas ilustradas	
5.2.1. Certificaciones y registros	
Unidad VI: Normatividad de la comunicación visual	9
6.1. Normatividad para los medios televisivos	
6.1.1. Ley federal de radio y televisión	
6.1.2. Organismos que regulan contenidos, horarios, precios y sanciones.	
6.2. Normatividad para la industria cinematográfica	
6.2.1. Ley federal de la industria cinematográfica	
6.2.2. Organismos reguladores de la industria cinematográfica	
6.3. Normatividad de para anuncios espectaculares	
6.3.1. Reglamento general de establecimientos mercantiles y espectáculos públicos en el Distrito federal	
6.3.2. Reglamento para el aprovechamiento del derecho de vía de las carreteras y zonas aledañas	
6.4. Norma oficial mexicana para señales y avisos de seguridad	
Unidad VII: Elementos de presentación profesional	10
7.1. Identidad profesional	

- 7.2. Portafolios de trabajos
- 7.3. Curriculum vitae
- 7.4. Estrategias de presentación formal
- 7.5. La propiedad intelectual y el derecho de autor
- 7.6. Instancias oficiales de filiación, reconocimiento y capacitación del área profesional.

Método de enseñanza sugerido: Exposición de los temas por parte del profesor y/o los alumnos; análisis de ejemplos reales vinculados con la actividad profesional. Ejercicios por unidad temática que comprendan: elaboración de trabajos escritos de análisis e investigación, con propuestas de aplicación práctica.

Implementación de dinámicas grupales (Exposición de temas por parte de los alumnos, mesas de discusión, lecturas guiadas); presentación y análisis de los trabajos, por parte de grupo.

Método de evaluación sugerido: Realización de un proyecto terminal de estrategia de mercado para el desarrollo personal de la práctica profesional de Comunicación Visual vinculado con problemáticas reales. Elaboración de reportes por escrito (investigación del tema, vinculación con el campo laboral y justificación del ejercicio práctico). Examen parcial. Promedio de las calificaciones de los trabajos realizados en el curso. Participación en clase. Exposición de un tema en clase. Examen final

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Aguilar Carvajal: Derecho civil mexicano. Bienes, derechos reales y posesión
Tomo III. 2a. Ed. Editorial Porrúa. México. 1981.

Cruz Mecinas, Leonel: Panorámica general de mercadotecnia
Ed. Pac. México 1988

Earls, Gerard: Mercadeo en acción
Ventura ediciones. México 1991

Ferrer Pérez, Luis: Guía práctica para el desarrollo organizacional
Ed. Trillas México 1979. (199 pp)

Gutiérrez Vicen, Javier: Manual legal de arte, la propiedad intelectual explicada a los artistas plásticos
Embajada de España en México. 1993

Hernández y Rodríguez, Sergio: Fundamentos de administración.
Nueva Editorial Interamericana. México. 1982. (421 pp.)

Kotler, Phillip: Dirección de Mercadotecnia: análisis, planeación y control
Ed. Diana. México. 1985. (867 pp.)

Loredo Gill, Adolfo: Derecho cultural mexicano.
Editorial Jus. México. 1991

Rheault, Jean Paul: Introducción a la teoría de las decisiones con aplicaciones a la administración
Ed. Limusa. México. (233 pp) 1977

Ríos Szalay, Jorge: Relaciones públicas, su administración en las organizaciones
Ed. Trillas. México. 1978 (134 pp.)

Villanueva, P: Manual de la pequeña empresa
Editorial ATE. Barcelona. 1984 (164 pp.)

Diario Oficial de la Federación. 19 de Julio 1993 y 13 de julio de 1992. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Comité Ejecutivo Nacional de seguridad, higiene y medio ambiente laboral. "Proyecto de Norma Oficial Mexicana, señales avisos de seguridad e higiene."

Departamento del Distrito Federal: Reglamento General de establecimiento Mercantiles y espectáculos Públicos en el D.F.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Reglamento para el Aprovechamiento del Derecho de Vía de las Carreteras y Zonas aladañas.
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Ley de la Propiedad Industrial. Legislación sobre la propiedad privada. Secc. "Uso obligatorio de Marcas".
Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas.
Ley de Imprenta.
Ley Federal de Derecho de Autor.
Ley de la Industria Cinematográfica.
Reglamento de la Industria Cinematográfica.
Ley Federal de Radio y Televisión.
Reglamento de la Ley Federal de Vías Generales de Comunicación.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

Aguilar Carvajal: Segundo curso de Derecho civil. Bienes, derechos reales y sucesiones. Editorial Porrúa. México. 1980.
Barcelo Matutano, Gabriel: El oficio de mandar Limusa. México. 1980 (233 p.)
Christopher, Elizabeth: Juegos para líderes Selector. México 1989. (228 pp.)
Roseti Ramirez, Francisco: Compilación nacional de la legislación y administración de la industria cinematográfica Instituto Mexicano de Cinematografía. México. 1988.

SEMINARIO DE TITULACIÓN	
Semestre: noveno	
Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones	
Créditos: 4	
Horas por semana: 3	
Horas teóricas: 1	
Horas prácticas: 2	
Horas por semestre: 48	
Seriación: el alumno para inscribirse a un seminario de titulación, deberá:	
a) Haber cursado y acreditado la materia de redacción y análisis de textos I y II,	
Tipo de asignatura: teórico-práctica	
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:	
Que el alumno concluya el trabajo de investigación o tesis iniciado en los Seminarios de Investigación y presente su examen profesional.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:	
Al finalizar el curso, el alumno:	
a) Analizará, interpretará y procesará la información obtenida sobre el tema elegido.	
b) Concluirá y redacta el trabajo de investigación o tesis.	
c) Desarrollará la propuesta gráfico-visual sobre e tema elegido.	

CONTENIDO TEMÁTICO	No. DE HORAS
Unidad I: Fase analítica	8
1.1. Análisis e interpretación de la información	
1.2. Organización y procesamiento de la información	
Unidad II: Desarrollo de la propuesta gráfico-visual	8
2.1. Fase creativa	
2.1.1. Análisis	
2.1.2. Síntesis	
2.1.3. Desarrollo	
2.2. Fase ejecutiva	
2.2.1. Comunicación	
2.2.2. Solución	
Unidad III: Conclusiones generales	8
Unidad IV: Redacción del trabajo de investigación o tesis	8
Unidad V: Nombramiento de jurados	8
5.1. Revisión del trabajo de investigación o tesis, correcciones y aprobación	
5.1.1. Metodología	
5.1.2. Redacción	
5.1.3. Aparato crítico y bibliografía.	
5.2. Revisión y aprobación de la propuesta gráfica.	
Unidad VI: Examen Profesional	8

Método de enseñanza sugerido: Exposición teórica y trabajos de investigación.

Método de evaluación sugerido: Nota: este seminario no podrá ser presentado en examen extraordinario

Evaluación: Este seminario solo se podrá acreditar mediante la terminación del trabajo de investigación o tesis y su aprobación por el jurado, para su presentación al examen profesional.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

La bibliografía es la misma que para los seminarios de investigación además de la requerida por el seminario de titulación al cual se inscriba el alumno.

Baena Paz, Guillermina, Manual para elaborar trabajos de investigación documental, México, UNAM, F.E.P.S, 1977

Eco, Umberto, Como se hace una tesis, México, Gedisa, 1992

García y García, J. Jesús, Guía de archivos, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales 1977

Garza Mercado, Ario, Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales México, Colegio de México, 1972

Mercado H., Salvador, ¿Cómo hacer una tesis?, Tesinas, Informes, Memorias, Seminarios de Investigación y monografías.

México, Limusa 1996, 296 pp

Rojas, Soriano Raúl, Métodos para la investigación social: una proposición dialéctica, 10 ed, México, Plaza y Valdes, 1992, 122 pp.

Pardinas, Felipe, Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales, México, UAM, 1982

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

Acha, Juan, Introducción a la creatividad, México, Grijalbo, 1992

Acha, Juan, Crítica de Arte, México, Trillas, 1992

Acha, Juan, Las actividades básicas de las artes plásticas, México, Ediciones Coyoacán, 1994

Bunge, Mario, La ciencia, su método y su filosofía, Argentina, Siglo veinte, 1977

Rodríguez Morales Luis, Para una teoría del diseño México, UAM, Azcapotzalco, TILDE 1989, 126 pp

Prieto, Daniel, Diseño y Comunicación México, D.F. UAM, 1982

TALLER INTEGRAL DE INVESTIGACIÓN Y PRODUCCION
Semestre: noveno
Carácter de la asignatura: obligatoria para las cinco orientaciones
Créditos: 9
Horas por semana: 6
Horas teóricas: 3
Horas prácticas: 3
Horas por semestre: 96
Seriación: haber acreditado la asignatura profesional específica de alguna de las cinco orientaciones profesionales (Producción audiovisual IV, Taller de producción editorial II, Fotografía especializada IV, Ilustración IV o Diseño IV)
Tipo de asignatura: teórico-práctica
OBJETIVOS GENERALES DE ENSEÑANZA:
Vincular la práctica que el alumno desarrollará en este taller con la elaboración de su tesis.
Apoyar al alumno con la asesoría académica que le permita desarrollar la producción de un proyecto profesional conclusivo.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE:
Al finalizar el curso, el alumno:
a) Será capaz de presentar profesionalmente un proyecto específico que demuestre el nivel académico adquirido.

CONTENIDO TEMÁTICO	No. DE HORAS
Unidad I: Preparación	32
1.1. Delimitación del proyecto	
1.2. Investigación y análisis de datos	
Unidad II: Realización	32
2.1. Proceso proyectivo	
2.2. Producción	
Unidad III: Presentación	32
3.1. Postproducción	
3.2. Reproducción	
3.3. Evaluación	

Método de enseñanza sugerido: Asesoría y discusión sobre la práctica, experimentación e investigación de la producción en el ejercicio profesional.

Método de evaluación sugerido: Presentación de un proyecto terminal y asignación de una fecha determinada para la conclusión del trabajo

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Baena, Guillermina: Instrumentos de investigación

Editores Mexicanos Unidos. México 1979

Bonsiepe, Gui: El diseño de la periferia

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1985

Ferrer Pérez, Luis: Guía práctica para el desarrollo organizacional

Ec. Trillas. México 1979

Llovet, Jordi: Ideología y metodología del diseño

Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1978

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

Acha, Juan, Introducción a la creatividad,

México, Grijalbo, 1992

Acha, Juan, Crítica de Arte,

México, Trillas, 1992

Bunge, Mario, La ciencia, su método y su filosofía,

Argentina, Siglo veinte, 1977

Rodríguez Morales Luis, Para una teoría del diseño

México, UAM, Azcapotzalco, TILDE 1989, 126 pp

Prieto, Daniel, Diseño y Comunicación

México, D.F. UAM, 1982