

A) NOMBRE DEL CURSO

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN DISEÑOS DE MERCADOTECNIA

B) DATOS BÁSICOS DEL CURSO

Tipo de propuesta curricular:		<input type="checkbox"/> Nueva creación <input checked="" type="checkbox"/> Reestructuración <input type="checkbox"/> Ajuste		
Tipo de materia:		<input checked="" type="checkbox"/> Obligatoria <input type="checkbox"/> Electiva u optativa <input type="checkbox"/> Complementaria <input type="checkbox"/> Otra		
Materia compartida con otro PE o entidad académica:		<input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si ¿Con qué PE se comparte? ¿De qué semestre? ¿De qué entidad académica?		
Prerrequisito				
Elaborado por:		I.T.I. Jesús Eduardo Salinas Guel M.C. José Miguel Del Río Contreras Dra. Adriana Eugenia Ramos Avila. Ing. Francisco Javier Salazar Navarro. M.A. Hilda Lorena Borjas García. Dr. Carlos González López.		
Revisado por:		I.S.C. José Luis López Mireles. Dra. María del Pilar Pastor Pérez. Dra. Adriana Eugenia Ramos Avila. Dra. Paola Isabel Rodríguez Gutiérrez. Ing. Francisco Javier Salazar Navarro.		
Semestre	Horas de teoría por semana	Horas de práctica por semana	Horas de trabajo adicional del estudiante por semana	Créditos
VI	3	2	2	7

C) OBJETIVOS DEL CURSO

Objetivo general	Desarrollar trabajos de ilustración, gráficos, diseño editorial y multimedios aplicando software especializado en diseño digital; con el propósito de crear una identidad corporativa de un negocio en el ámbito agropecuario.
Competencia(s) profesional(es) específica(s) a las que contribuye a desarrollar la materia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear e innovar modelos de negocios que integren las herramientas de la administración, mercadotecnia, financieras, contables, producción y transformación; con la finalidad de agregar valor y mejorar la comercialización de los productos y/o servicios que se puedan desarrollar en los agronegocios. 2. Administrar las estrategias de comunicación, liderazgo, negociación y trabajo en equipo para comercializar los productos y/o servicios de los agronegocios de manera eficiente. 3. Tomar decisiones conforme a los principios éticos con un enfoque global, medio ambiental, humano y de respeto a los derechos del consumidor, aplicando modelos socioeconómicos y políticos, que consideren la rentabilidad y el impacto de los agronegocios en el bienestar de la sociedad.
Desempeños de la competencia profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar sistemas de producción agrícolas, pecuarios y forestales. • Elaborar propuestas de transformación y/o servicios del ámbito agropecuario.

específica a los que contribuye a desarrollar la materia.	<ul style="list-style-type: none"> • Construir modelos de negocios acordes a los productos y/o servicios del sector primario, factibles, eficientes y rentables. • Detectar oportunidades de negocio en el sector primario. • Aplicar procesos de administración, contables, financieros y de mercadotecnia en proyectos relacionados con los agronegocios. • Elaborar estrategias de comercialización mediante la eficiente administración de las tecnologías de la información, comunicación, liderazgo, trabajo en equipo y negociación. • Detectar oportunidades de negocio en el sector primario, que sean sustentables y respondan a las necesidades sociales. • Diseñar sistemas de agronegocios conforme a los lineamientos políticos y sociales establecidos, para cumplir con las implicaciones legales y sanitarias, que forman parte de los derechos al consumidor y de un comercio justo.
Competencia(s) profesional(es) transversal(es) a la(s) que contribuye a desarrollar la materia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensión científica – tecnológica y de investigación. 2. Dimensión cognitiva y emprendedora. 6. Dimensión de comunicación e información.
Desempeños de la competencia profesional transversal a los que contribuye a desarrollar la materia.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de analizar una realidad específica, formular un diagnóstico y planear alternativas de solución a los problemas detectados haciendo uso de la información necesaria previo análisis e investigación, incorporando elementos del método científico para estas propuestas de solución. • Aprender a aprender y adaptarse a los requerimientos cambiantes del contexto. Por su parte, el emprendimiento involucra, además del desarrollo cognitivo, la capacidad de creatividad, discernimiento, innovación, liderazgo decisión y contextualización, lo cual permite a los sujetos comprender y adaptarse a un constante cambio y construir nuevos escenarios, proyectos y estrategias para su realización. • Capacidad de emitir, construir e intercambiar mensajes e información con una intención de manera clara para socializar e interactuar en diversos contextos, medios y en diferentes idiomas y lenguajes. Por ello se busca que el estudiante desarrolle la capacidad de comunicarse por ejemplo mediante la comunicación oral, escrita, gráfica, visual, con diferentes lenguajes que incluyen los idiomas, como el lenguaje matemático, tecnológico, entre otros y para lo que se requiere conocer, saber cómo utilizar y ser capaz de comunicarse con normas, formas y principios del uso de los diferentes lenguajes.

Objetivos específicos	Unidades	Objetivo específico
	1. Fundamentos del diseño gráfico.	Analizar diferentes herramientas del diseño gráfico con la finalidad de elaborar proyectos de publicidad creativos e innovadores, que favorezcan la promoción de los agronegocios.
	2. Diseño y dibujo vectorial usando Adobe CS Illustrator.	Aplicar las herramientas del paquete Adobe CS Illustrator, para elaborar y diseñar trabajos de ilustración, graficación, diseño editorial y multimedia; que contribuyan a la publicidad de los agronegocios.

	3. Creación de contenido multimedia usando Adobe CS PhotoShop para edición publicitaria.	Utilizar las herramientas del paquete Adobe CS PhotoShop, con el propósito de aplicarlas en proyectos de ilustración, graficación, diseño editorial y multimedios; que permitan fomentar la difusión de los agronegocios.
--	---	---

D) CONTENIDOS MÉTODOS POR UNIDADES Y TEMAS

Unidad 1.- Fundamentos del diseño gráfico.		25 h
Tema.- 1.1 La disciplina del diseño gráfico.		15 h
Subtemas	1.1.1 Funciones del diseño gráfico. 1.1.2 Importancia del diseño gráfico actual. 1.1.3 ¿Arte o técnica?. 1.1.4 El proceso del diseño gráfico. 1.1.4.1 El brief. 1.1.4.2 Fuentes de inspiración y pensamiento creativo. 1.1.4.3 Diseño como resolución de problemas. 1.1.4.4 Desarrollo y experimentación. 1.1.4.5 Prototipo y testing.	
Tema.- 1.2 Clasificación de logotipos.		3 h
Tema.- 1.3 Psicología del color.		3 h
Tema.- 1.4 Formato de impresión y formato digital.		4 h
Subtemas	1.4.1 Imagen vectorizada y mapa de bits.	
Lecturas y otros recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Cisneros Canlla, E.D. (2015). Marketing digital: publicidad con Google AdWords. Macro. • Cuéllar Rodríguez, J.O. (2015). Marcas, logos y distintivos: fenómenos particulares de las marca. Universidad Autónoma Metropolitana. • Lupton, E. (2016). Diseño gráfico: nuevos fundamentos. Gustavo Gili. • Martínez Pastor, E. (2016). Publicidad digital: hacia una integración de la planificación, creación y medición. ESIC. • Pastoureau, M. (2013). Diccionario de los colores. Paidós. • Poulin, R. (2016). Fundamentos de diseño gráfico: los 26 principios que todo diseñador gráfico debe conocer. 2ª ed. Promopress. 	
Métodos o técnicas de enseñanza	Por la naturaleza del curso se trabajara con diversos métodos de aprendizaje tales como: <ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje basado en problemas. • Aprendizaje colaborativo. • Aprendizaje por proyectos. Se enfatizara el aprendizaje constructivista y el aprender-aprender centrado en el desarrollo de diversas estrategias y técnicas de aprendizaje. <ul style="list-style-type: none"> • Aplicaciones prácticas y planteamiento de soluciones enfocadas a los elementos conceptuales y preparación de un proyecto de inversión, conducción de exposiciones grupales, supervisión de prácticas. 	

Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • El alumno dedicará tiempo a la investigación que le permita fortalecer el conocimiento aprendido en el aula. • Reportes de lectura. • Práctica de ejercicios. • Mapa conceptual. • Mapas mentales. • Portafolio de evidencias. • Lectura del tema. • Elaboración de síntesis del tema. • Elaboración de cuadros comparativos. • Cuadro sinóptico. • Solución de casos. • Lluvia de ideas.
-----------------------------------	--

Unidad 2.- Diseño y dibujo vectorial usando Adobe CS Illustrator.		30 h
Tema.- 2.1 Introducción a las herramientas de Adobe CS6 Illustrator.		3 h
Tema.- 2.2 Presentación del área de trabajo.		2 h
Tema.- 2.3 Organización de formas y elementos.		3 h
Tema.- 2.4 Creación y edición de formas.		2 h
Tema.- 2.5 Transformación de objetos.		3 h
Tema.- 2.6 Dibujo vectorial.		2 h
Tema.- 2.7 Biblioteca y códigos de color.		3 h
Tema.- 2.8 Edición y manejo de tipografía.		2 h
Tema.- 2.9 Capas o mesas de trabajo.		2 h
Tema.- 2.10 Perspectiva y dibujo 3D		2 h
Tema.- 2.11 Aplicación de efectos.		3 h
Tema.- 2.12 Biblioteca de símbolos.		3 h
Lecturas y otros recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Creative Team. (2012). Adobe Illustrator CS6 Classroom in a Book. Adobe Press. • Mazier, D. (2012). Illustrator CS6: para PC / Mac. Ediciones ENI. • MEDIAactive. (2013). Manual de ILLUSTRATOR CS6. Marcombo • Ochoa, L. (2013). Diseño Illustrator CS6: claves para abordar un proyecto real de diseño. Manuales RedUSERS. 	
Métodos o técnicas de enseñanza	<p>Por la naturaleza del curso se trabajara con diversos métodos de aprendizaje tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje basado en problemas. • Aprendizaje colaborativo. • Aprendizaje por proyectos. <p>Se enfatizara el aprendizaje constructivista y el aprender-aprender centrado en el desarrollo de diversas estrategias y técnicas de aprendizaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicaciones prácticas y planteamiento de soluciones enfocadas a los aspectos de mercado de un proyecto de inversión, conducción de exposiciones grupales, supervisión de prácticas. 	

Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • El alumno dedicará tiempo a la investigación que le permita fortalecer el conocimiento aprendido en el aula. • Reportes de lectura. • Práctica de ejercicios. • Mapa conceptual. • Mapas mentales. • Portafolio de evidencias. • Lectura del tema. • Elaboración de síntesis del tema. • Elaboración de cuadros comparativos. • Cuadro sinóptico. • Solución de casos. • Lluvia de ideas.
-----------------------------------	--

Unidad 3.- Creación de contenido multimedia usando Adobe CS PhotoShop para edición publicitaria.		25 h
Tema.- 3.1 Conceptos generales.		3 h
Tema.- 3.2 Retoque de fotografías.		2 h
Tema.- 3.3 Formatos de archivos.		2 h
Tema.- 3.4 Herramientas de dibujo.		3 h
Tema.- 3.5 Creación y edición de Imágenes.		3 h
Tema.- 3.6 Ajuste de imágenes.		3 h
Tema.- 3.7 Creación y edición de Texto.		2 h
Tema.- 3.8 Capas.		2 h
Tema.- 3.9 Máscaras.		2 h
Tema.- 3.10 Objetos inteligentes.		3 h
Lecturas y otros recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Creative Team. (2012). Adobe Photoshop CS6 Classroom in a Book. Adobe Press. • Cebrián Carrasco, J.M. (2018). Photoshop avanzado CS6. Ministerio de educación, cultura y deporte. • Learn, S. (2012). Photoshop CS6: paso a paso. Almuzara Estudios. S.A. • Ramiro Alberola, A. (2017). Photoshop avanzado CS6. Elearning. 	
Métodos o técnicas de enseñanza	<p>Por la naturaleza del curso se trabajara con diversos métodos de aprendizaje tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje basado en problemas. • Aprendizaje colaborativo. • Aprendizaje por proyectos. <p>Se enfatizara el aprendizaje constructivista y el aprender-aprender centrado en el desarrollo de diversas estrategias y técnicas de aprendizaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicaciones prácticas y planteamiento de soluciones enfocadas a los aspectos técnicos de un proyecto de inversión, conducción de exposiciones grupales, supervisión de prácticas. 	

Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • El alumno dedicará tiempo a la investigación que le permita fortalecer el conocimiento aprendido en el aula. • Reportes de lectura. • Práctica de ejercicios. • Mapa conceptual. • Mapas mentales. • Portafolio de evidencias. • Lectura del tema. • Elaboración de síntesis del tema. • Elaboración de cuadros comparativos. • Cuadro sinóptico. • Solución de casos. • Lluvia de ideas.
-----------------------------------	--

E) ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

- Estrategias para el aprendizaje significativo (estrategia de comprensión y construcción de textos, para la solución de casos y problemas, para el uso de técnicas y/o tecnologías necesarias para agregar valor a los modelos de negocios).
- Estrategias para la promoción de aprendizajes significativos (para activar o generar conocimientos previos; orientar y guiar a los estudiantes sobre aspectos relevantes de los contenidos y mejorar la codificación de información a partir de la abstracción, argumentación, discusión, análisis e interpretación para la construcción de modelos de negocios que permitan la operatividad del conocimiento).
- Estrategias para el aprendizaje cooperativo (lluvia de ideas, grupos de enfoque, trabajo colaborativo).
- Utilizar las herramientas de apoyo de Tecnologías de la Información y Comunicación, tales como métodos audiovisuales, la plataforma educativa CHAMILO, dispositivos móviles, bibliotecas digitales y/o repositorios, cursos online masivos y/o abiertos (MOOC) entre otros; con la finalidad de desarrollar y fortalecer el presente programa.

F) EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Elaboración y/o presentación de:		Periodicidad	Abarca	Ponderación
Primer parcial				
Examen teórico	20%	Mensual	Unidad 1	33.33 %
Tareas	20%	Una por semana		
Actividades de aprendizaje	60%	Una por semana		
Segundo parcial				
Examen teórico	20%	Mensual	Unidad 2	33.34 %

Tareas	20%	Una por semana		
Actividades de aprendizaje	60%	Una por semana		
Tercer parcial				
Examen teórico	20%	Mensual	Unidad 3	
Tareas	20%	Una por semana		33.33 %
Actividades de aprendizaje	60%	Una por semana		
Examen ordinario				
Promedio de los tres exámenes parciales	60%	Único, después del fin de curso.	Unidades 1, 2 y 3.	100%
Proyecto final	40%			
Examen extraordinario				
Examen teórico de las Unidades 1, 2 y 3.				100%
Examen a título				
Examen teórico de las Unidades 1, 2 y 3.				100%
Examen de regularización				
Examen teórico de las Unidades 1, 2 y 3.				100%
Otras actividades académicas requeridas				
Participar en actividades programadas por la Coordinación de Agronegocios y/o por la Facultad de Contaduría y Administración.				

G) BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS INFORMÁTICOS

Textos básicos

- Adobe Creative Team. (2012). Adobe Illustrator CS6 Classroom in a Book. Adobe Press.
- Adobe Creative Team. (2012). Adobe Photoshop CS6 Classroom in a Book. Adobe Press.
- Andrews, M. (2016). Persuasión: 33 técnicas publicitarias de influencia psicológica. Gustavo Gili.
- Cebrián Carrasco, J.M. (2018). Photoshop avanzado CS6. Ministerio de educación, cultura y deporte.
- Cisneros Canlla, E.D. (2015). Marketing digital: publicidad con Google AdWords. Macro.
- Cuéllar Rodríguez, J.O. (2015). Marcas, logos y distintivos: fenómenos particulares de las marca. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Learn, S. (2012). Photoshop CS6: paso a paso. Almuzara Estudios. S.A.
- Lupton, E. (2016). Diseño gráfico: nuevos fundamentos. Gustavo Gili.
- Martínez Pastor, E. (2016). Publicidad digital: hacia una integración de la planificación, creación y medición. ESIC.
- Mazier, D. (2012). Illustrator CS6: para PC / Mac. Ediciones ENI.
- MEDIAactive. (2013). Manual de ILLUSTRATOR CS6. Marcombo
- Ochoa, L. (2013). Diseño Illustrator CS6: claves para abordar un proyecto real de diseño. Manuales RedUSERS.
- Pastoreau, M. (2013). Diccionario de los colores. Paidós.
- Poulin, R. (2016). Fundamentos de diseño gráfico: los 26 principios que todo diseñador gráfico debe conocer. 2ª ed. Promopress.
- Ramiro Alberola, A. (2017). Photoshop avanzado CS6. Elearning.

Textos complementarios

- Gracia Freire, M. (2007). Diseño de logotipos 5. Gustavo Gili.

- Heller, E. (2004). Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Gustavo Gili.
- Heller, S. (2016). El libro de las ideas tipográficas: inspiración de 50 maestros. Blume.
- Ortiz Hernández, G. (2008). Forma, color y significados. Trillas.
- Ortiz, G. (2004). Usos, aplicaciones y creencias acerca del color. Trillas.
- Slade Brooking, C. (2016). Creando Brand identity: guía para diseñadores. Parramón.
- Tutorial. (2007). ADOBE InDesign CS3. Guía del usuario. Adobe.
- Villafaña Gómez, G. (2017). Educación visual: conocimientos básicos para el diseño. 3ª ed. Trillas.
- Wilhide, E. (2016). Cómo diseñar un tipo. 2ª ed. Gustavo Gili.

Sitios de internet

- Plataforma Educativa de la Facultad de Contaduría y Administración www.iefca.uaslp.mx.
- www.a.com.mx
- www.flickr.com
- www.informabtl.com
- www.marcombo.com
- www.merca20.com

Bases de datos

Disponibles a través de la Biblioteca Virtual Creativa de la UASLP

- Academic Search Complete
- Business Source complete
- EBSCO Host
- Elsevier
- Enviroment complete
- Food and Agriculture Organization of the Unite Nations Catalogue On line
- Redalyc
- SCielo
- Science Direct
- Web of Knowledge

Reporte Nombre : Matrícula : Nombre del curso: Gestión de abastecimientos, demanda y sistema de información. Nombre del profesor : Módulo 1 : Tema 3. Estrategias de compra. Actividad : 3. Diseñando una estrategia de compra. Fecha : Bibliografía : Mis Cursos Tecmilenio . (s.f.). Obtenido de Gestión de abastecimientos, demanda y sistemas de información: <http://www.tecmilenio.com/curso/abastecimientos-demanda-y-sistemas-de-informacion> Starbucks México . (s.f.). Obtenido de - starbc Nota: Pendiente de Traducir. ¡Anímese a traducir esta página! (y otras páginas pendientes). Moodle 1.9. Administración del curso. MOODLE 1.9. Configuraciones del curso. Asignar roles. Calificaciones. Competencias. Configuraciones de grupos para el curso. Respaldo del curso. Restauración de curso. Importar datos de curso. Reiniciar curso. Reportes. Preguntas. Archivos. Editar perfil. --. Estudiantes (pre-1.7). Calificaciones (pre-1.9). https://docs.moodle.org/19/en/index.php?title=Template:Course_admin. Con base en lo analizado en el Curso de Certificación para Titulares de las Unidades de Transparencia, resuelve las siguientes preguntas, eligiendo la opción correcta. ¿Cuál es el nombre de la primera Ley sobre Acceso a la Información Pública, sancionada en 1967, en los Estados Unidos de América? A. Declaración de Derechos del Hombre y Ciudadano. B. Ley de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales. C. Freedom of Information Act. 2. No es un aspecto de la reforma constitucional del año de 2014 al IFAI, hoy, Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (Inai). A. Los organismos garantes de transparencia tienen autonomía constitucional. B.