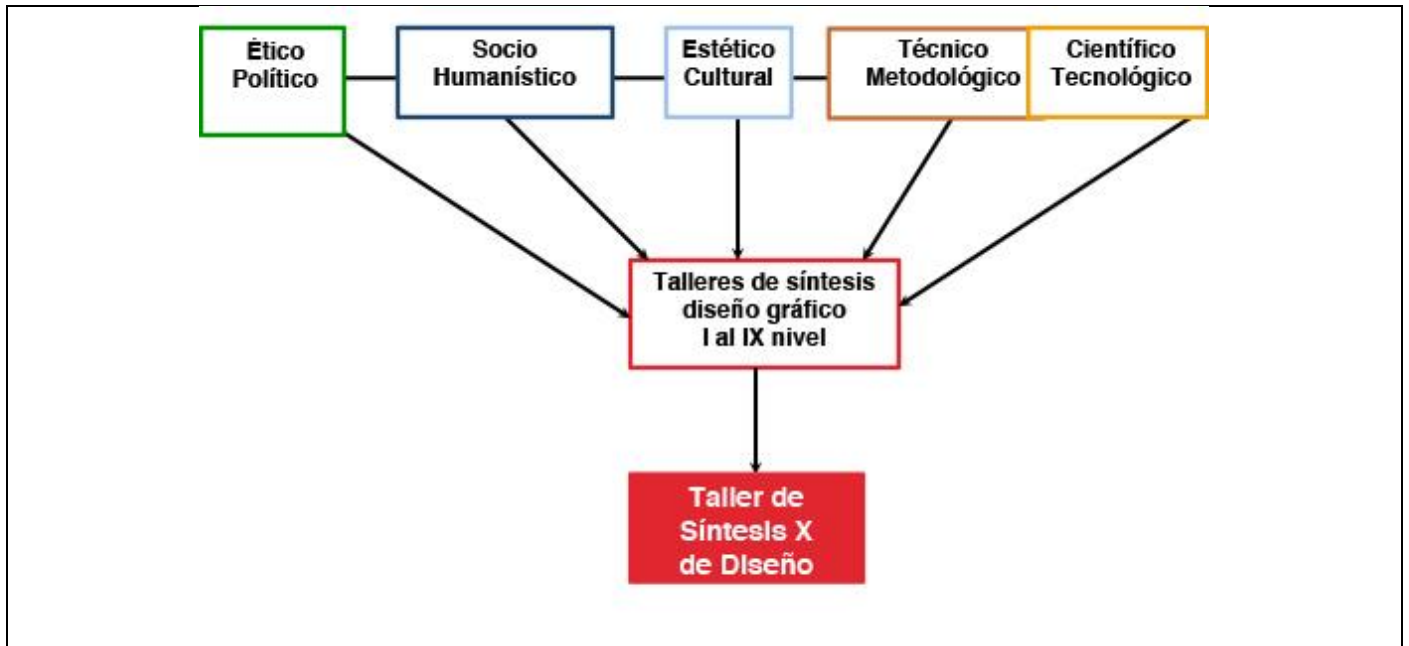


Programa Analítico

TALLER DE SINTESIS X DE DISEÑO GRÁFICO				
Fecha de elaboración:		16 de Julio 2016		
Elaboró:	Dra. Ruth Verónica Martínez Loera MDG. Graciela Cano Celestino Dra. Eréndida Mancilla González Dr. Héctor Fernando García Santibañez MDG. Irma Carrillo Chávez MDG. María Leticia Villaseñor Zúñiga DG. María Angélica Vilet Espinosa			
Revisó	DG. Ismael Posadas Miranda García			
Datos básicos				
Semestre	Horas de teoría	Horas de práctica	Horas trabajo adicional estudiante	Créditos
10	0	6	6	12
ESQUEMA DE CONTENIDO				

PLAN DE ESTUDIOS 2013



OBJETIVO DEL CURSO

<p>Objetivos generales</p>	<p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <p>Realizar un proyecto integral de su carrera y/o del hábitat, con lo cual demuestre el aprendizaje adquirido a lo largo de la misma, conjuntando los diferentes conocimientos, habilidades y actitudes aprendidos en los diversos cursos y talleres que forman su plan curricular a través de una actitud crítica, creativa e innovadora a los diferentes problemas de Comunicación visual del hábitat.</p>				
<p>Competencia (s) profesionales de la carrera a las que contribuye a desarrollar</p>	<p>Diagnosticar problemas y necesidades de comunicación visual del hombre en su relación con el entorno.</p>	<p>Crear estrategias que den solución a problemas de comunicación visual, relacionadas con el diseño gráfico</p>	<p>Diseñar mensajes visuales pertinentes y significativos en contextos determinados</p>	<p>Especificar y dirigir los procesos de producción de los mensajes visuales en diversos entornos y medios</p>	<p>Gestionar proyectos de diseño gráfico que den respuesta a diversas necesidades y demandas contextuales pertinentes.</p>

PLAN DE ESTUDIOS 2013

<p>Competencia (s) profesionales transversales a las que contribuye a desarrollar</p>	<p>1. Razonar a través del establecimiento de relaciones coherentes y sistematizables entre la información derivada de la experiencia y los marcos conceptuales y modelos explicativos derivados de los campos científicos y tecnológicos propios de la profesión. (Dimensión científico-tecnológica)</p> <p>2. Aprender a aprender, capacidad emprendedora y de adaptarse a los requerimientos cambiantes del contexto a través de habilidades de pensamiento complejo (análisis, problematización, contextualización, investigación, discernimiento, decisión, innovación y liderazgo). (Dimensión cognitiva y emprendedora)</p> <p>3. Asumir las propias responsabilidades bajo criterios de calidad y pertinencia hacia la sociedad, y contribuyendo activamente en la identificación y solución de las problemáticas de la sustentabilidad social, económica, política y ambiental. (Dimensión de responsabilidad social y sustentabilidad)</p> <p>4. Comunicar sus ideas en forma clara oral y escrita, tanto en español como en inglés, así como a través de las más modernas tecnologías de información. (Dimensión de comunicación e información)</p>	
<p>Objetivos específicos</p>	<p>Unidades</p>	<p>Objetivo específico</p>
	<p>Unidad 1</p>	<p>Detección y planteamiento del problema</p> <p>Primera etapa: El alumno será capaz de determinar un ejercicio de problematización relacionado con la comunicación visual de algún fenómeno inherente al hábitat, con el objeto de plantear y definir la problemática del tema seleccionado.</p> <p>Segunda etapa: El alumno será capaz de fundamentar el planteamiento del problema, para delimitar, analizar, justificar y establecer estrategias metodológicas y de programación, desde cada carrera, para ello, deberá efectuar investigaciones preliminares relacionadas con el tema del proyecto, argumentar su postura, generando premisas y alternativas de solución, sobre la base de un pensamiento reflexivo.</p>

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	Unidad 2	Desarrollo conceptual y metodológico	El alumno será capaz de sustentar una propuesta conceptual coherente y pertinente al contexto. Forjar conceptos que generen soluciones acordes a su campo disciplinar. Culminar en una propuesta a nivel de anteproyecto, desarrollada mediante un pensamiento creativo.
	Unidad 3	Definición y especificación del proyecto	El alumno será capaz de definir criterios de especificación, gestión y ejecución, para lo cual determinará y evaluará la factibilidad del proyecto, demostrando competencias y desempeños mediante documentos y productos de trabajo. Así mismo, el estudiante sintetizará su propuesta en un proyecto integral, conforme al perfil de egreso del alumno de la Facultad del Hábitat de su carrera en particular, a través del pensamiento crítico.
CONTENIDOS Y METODOS POR UNIDADES Y TEMAS			

Preguntas de la Unidad 1	<p>¿Cuál es el problema de comunicación gráfica detectado dentro del contexto?</p> <p>¿Cuáles son las razones por las que se ha generado el problema?</p> <p>¿Dónde y cuándo se manifiesta?</p> <p>¿Qué núcleo social se encuentra afectado?</p> <p>¿Quién proporciona la información vinculada al problema?</p> <p>¿Qué parámetros se pueden plantear para clasificar y discriminar los contenidos de esta información? ¿Cómo se pueden validar estos parámetros?</p> <p>¿Cómo se han manifestado las soluciones existentes?</p> <p>¿Qué eficiencia han tenido?</p> <p>¿Qué propuesta preliminar se podría generar como hipótesis de solución?</p>
UNIDAD 1	
Planteamiento del problema	
Sesión 1	2 sesiones 30 hrs 15 hr.

PLAN DE ESTUDIOS 2013

<i>Subtemas</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Estudio del problema – Estudio del mensaje – Estudio de la fuente – Estudio del contexto – Estudio del receptor – Estudio del entorno gráfico
	<p>Sesión 2</p>
<i>Lecturas y otros recursos</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Análisis del problema – Análisis del mensaje – Análisis del contexto – Análisis del receptor – Análisis del emisor – Análisis del entorno gráfico – Análisis FODA de la fuente y su competencia – Detección de las necesidades de comunicación <p>* El estudiante deberá enlistar o determinar los tipos de análisis efectuados y su pertinencia en el desarrollo del proyecto ya que no todos los problemas de comunicación requieren de los mismos tipos de análisis.</p>
	<p>Ambroise, G. & Harris, P. (2015). Metodología del diseño - bases del diseño. México: Parramón.</p> <p>Ariza, A.V. (2010). Usuario, Diseño, Entorno. Ciudad Juárez: UACJ.</p> <p>Bierut, M. Et al. (2001). Fundamentos del diseño gráfico. Buenos Aires: Ediciones Infinito.</p> <p>Fuentes, R. (2004). La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa. México: Paidós.</p> <p>Leonard, N. & Ambrose, G. (2013). Bases del diseño gráfico #02: Investigación en el diseño para lograr soluciones creativas con éxito. México: Parramón.</p> <p>Peypoch, J., Cuevas Pallares & Salinas, S.D. (2012). Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México. Guía básica de costos y procedimientos. México: GG.+ Rodríguez, L. (2013). Diseño, estrategia y táctica. México: UNAM.</p> <p>Sánchez, G. & López M. (2012). Pensar en diseño gráfico. Guadalajara: CUAAD, UdeG.</p> <p>Varios Autores (2002). Reconstrucción del término Diseño. Guadalajara: Encuadre, UdeG.</p> <p>Varios autores (1997). Ensayos sobre diseño. Diseñadores influyentes de la AGI. Buenos Aires: Ediciones Infinito.</p> <p>Vilchis, L.C. (1998). Metodología del diseño. México: UNAM.</p> <p>Vilchis, L.C. (1999). Diseño. Universo de conocimiento. Investigación de proyectos en la</p>

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	comunicación gráfica. México: UNAM. Van Dijk, T. (2012) Discurso y contexto. Barcelona, España. Ed. Gedisa, S.A.	
<i>Métodos de enseñanza</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje basado en la realización de proyectos. • Discusiones enfocadas al desarrollo de la competencia. • Dinámicas grupales que integren el conocimiento teórico-práctico. • Exposición de temas con cuestionamientos periódicos que inviten a deducir nuevos conceptos. • Ejercicios de investigación y aplicación (documental y de campo). • Lecturas asociadas a los temas. • Lecturas complementarias con reportes específicos. 	
<i>Actividades de aprendizaje</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de información alusiva a la temática de estudio. • Síntesis de información relacionada con el problema de estudio. • Exposición de proyectos con contenidos sintéticos de análisis y reflexión. • Elaboración de esquemas asociados a la investigación. • Material visual relacionado con la temática. 	
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	
	<ul style="list-style-type: none"> – Participación activa y permanente en el taller – Búsqueda de información – Síntesis de información: Planteamiento del problema – Exposición del proyecto 	
Preguntas de la Unidad 2	<p>¿Cuáles son los elementos que sustentan una propuesta conceptual coherente y pertinente para proyecto de diseño?</p> <p>¿Cuáles son los conceptos que pueden generar soluciones acordes al proyecto de diseño gráfico?</p> <p>¿Qué técnicas creativas se pueden utilizar para dar solución al anteproyecto de diseño?</p>	
UNIDAD 2 Desarrollo conceptual y metodológico		5 sesiones 36 hrs
	Sesión 1	7 hr.

PLAN DE ESTUDIOS 2013

<i>Subtemas</i>	La estrategia de comunicación aplicada al proyecto integral de diseño. <ul style="list-style-type: none"> – Objetivo General del tema – Objetivos particulares – Propuesta de medios posibles – Plan de difusión: etapas y calendarización. 	
	Sesión 2	7 hr.
	El mensaje aplicado al proyecto integral de diseño. <ul style="list-style-type: none"> – Nombre de la campaña – Frase publicitaria o eslogan – Contenidos reales de los mensajes 	
	Sesión3	8 hr.
	El concepto aplicado al proyecto integral de diseño <ul style="list-style-type: none"> – Establecer el concepto de diseño 	
	Sesión4	7 hr.
	El discurso aplicado al proyecto integral de diseño. <ul style="list-style-type: none"> – Discurso visual – Discurso literario 	
	Sesión 5	7 hr.
Representación y materialización del concepto <ul style="list-style-type: none"> – Bocetaje – Empleo de técnicas de representación y/o expresión 		
<i>Lecturas y otros recursos</i>	<p>Beristaín, H. (1996) Diccionario de retórica. México. Ed. Porrúa. Lupton, E. (2012) Intuición, Acción, Creación. Barcelona: Gustavo Gili. De Bono, E. (2004) Seis sombreros para pensar. Una guía de pensamiento para gente de acción. México: Granica. Ambrose, G; Aono-Billson, N. (2011). Enfoque y Lenguaje. Barcelona: Parramón Diseño. Jardí, E. (2012). Pensar con imágenes. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. Biagi, S. (2009) Impacto de los Medios de Comunicación. México. Cengage Learning. Reygadas, P. (2009) <i>Argumentación y discurso</i>. México. El Colegio de San Luis. Rodríguez, L. 2010. <i>Diseño: Estrategia y táctica</i>. México: Siglo XXI Editores. Libaert, T. (2008). <i>El plan de comunicación organizacional: cómo definir la estrategia de</i></p>	

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	<p><i>comunicación</i>. México: Limusa.</p> <p>Soler, P. (1993). <i>Estrategia de comunicación: en publicidad y relaciones públicas</i>. Barcelona: Gestión 2000.</p> <p>Pietersen, W. (2011). <i>Las 4 etapas de la estrategia efectiva: aprender, enfocar, alinear y ejecutar</i>. México: Panorama Editorial.</p> <p>Ferrell, O. C. (2012). <i>Estrategia de marketing</i>. México: CENAGE Learning.</p> <p>Ontorio A. et. alt: <i>Mapas Conceptuales. Una técnica para aprender</i>. Nancea S.A., Ediciones Madrid, 2000.</p> <p>García Santibañez, S. F.: <i>Desarrollo de Conceptos Gráficos a partir de conceptos lingüísticos</i>. Apuntes de trabajo Facultad del Hábitat. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 1998.</p> <p>García Santibañez, S. F.: <i>Referencias conceptuales en el Diseño Gráfico</i>. Apuntes de trabajo, Facultad del Hábitat. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 1998.</p>
<p><i>Métodos de enseñanza</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de casos • Exposición del proyecto • Asesoría personalizada • Trabajo colegiado • Discusión en clase.
<p><i>Actividades de aprendizaje</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de abanico de conceptos. • Lluvia de ideas. • Mapas mentales, conceptuales. • Esquemas. • Programa de diseño. • Crítica y análisis colaborativo entre los diferentes proyectos.
<p>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD</p>	
<ul style="list-style-type: none"> – Participación activa y permanente en el taller – Búsqueda de información – Síntesis de información: Desarrollo conceptual – Exposición del proyecto 	

<p>Preguntas de la Unidad 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se definen los criterios de diseño que dan sentido a un proyecto integral? • ¿Qué elementos del discurso fundamentan el sentido comunicativo de los diversos medios que componen un proyecto de diseño? • ¿Por qué una estrategia de diseño debe de tomar en cuenta la gestión, a factibilidad y la especificación?
---------------------------------	---

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué elementos de la gestión muestran las habilidades del diseñador para generar un proyecto? • ¿Cuáles son los principales elementos que determinan la factibilidad de un proyecto? • ¿Por qué la especificación se vuelve un punto clave para la viabilidad del proyecto? • ¿Cuáles serían las características argumentativas conceptuales, formales y comunicativas que den cuenta del proceso integral de una propuesta de diseño? 	
<h2>UNIDAD 3</h2> <h3>Definición y especificación del proyecto</h3>		
<p>5 sesiones 30 hrs</p>		
<p><i>Subtemas</i></p>	<p>Sesión 1</p>	<p>6 hr.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> – Realización de modelos – Principios formales rectores del proyecto (expresión) – Sentido comunicativo y discursivo del proyecto (concepto y discurso) – Aplicación al contexto – Estrategia integrada del proyecto (difusión y realización) 	
	<p>Sesión 2</p>	<p>6 hr.</p>
	<p>Gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> – Planeación – Administración – Evaluación – Cotización – Presupuesto 	
<p><i>Subtemas</i></p>	<p>Sesión 3</p>	<p>6 hr.</p>
<p>Factibilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> – Técnica – Tecnológica – Operativa – Económica – Legal 		

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	Sesión 4	6 hr.
	Especificación	
	<ul style="list-style-type: none"> – Técnica – Tecnológica – Operativa – Económica – Legal – Ambiental – Antropométrica 	
	Sesión 5	6 hr.
Documento ejecutivo		
<ul style="list-style-type: none"> – Presentación del proyecto – Elementos que conforman el proyecto – Soporte Teórico y discursivo – Características formales – Soporte impreso y digital 		

PLAN DE ESTUDIOS 2013

Lecturas y otros recursos

Gámez, J; Llana, S; Alcántara, E; Montaner, C; (2012). Especificaciones de diseño para el desarrollo de un guante de pilota valenciana. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte / International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport*, 12() 405-429. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54224563002>

En San Francisco del Rincon, Guanajuato, se elaboran sombreros de palma, papel, plastico y fieltro. Capítulo 6. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lis/vera_c_ea/capitulo6.pdf

Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas. <http://www.lamoncloa.gob.es/espana/eh15/culturaydeporte/Documents/Convenio%20de%20Berna.pdf>

http://nestbranding.com/?utm_source=Contactos+Nest+branding&utm_campaign=9b387914d4-pio_campaing_01&utm_medium=email&utm_term=0_d13e2fbf70-9b387914d4-128895197

Fuentes, R. (2005). La práctica del diseño. Una metodología creativa. Barcelona: Paidós. P.p. 122-133.

Vilchis Esquivel, L. del C. (1998). *Metodología del diseño. Fundamentos teóricos*. México: UNAM. P.p.

Luna, R. (1999): Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos. Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados. P.p. 40-50. http://www.bcd.es/site/unitFiles/2122/GD_Manualsobregesti%C3%B3ndeldise%C3%B1o.pdf

Covey, S. R. (1999). *Liderazgo basado en principios*, Barcelona: Paidós. P.p. 367-382

Amat, M. (2000). *Control de gestión*. Barcelona: Grupo Planeta. P.p. 25, 28, 33.

BMS Marketing solution. <https://benvivemkt.wordpress.com/2012/01/20/el-proceso-de-gestion-en-el-diseno-grafico/>

Espinoza M., R. (). *Comunicación y Negociación Efectiva. Manual del principiante*. México: Fundación Fiedrich Ebert y Centro de Colaboración Cívica. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/mexiko/08627.pdf>

Vilchis Esquivel, L. del C. (2002). *Diseño universo del conocimiento. Investigación de proyectos en la comunicación gráfica*. México. UNAM. Cap. 5.

De Buen, J. (2005). Manual del diseño editorial. México: Santillana.

101 Reglas para el diseño de libros. http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglas_diseno.pdf

Nagle, T. T. (2002). *Estrategia y tácticas de precios : una guía para tomar decisiones rentables*. España: Pearson.

Pietersen, W. (2011). *Las 4 etapas de la estrategia efectiva: aprender, enfocar, alinear y ejecutar*. México: Panorama Editorial.

Dixit, A. K. (2010). *El arte de la estrategia : la teoría de juegos, guía del éxito en sus negocios y en su vida diaria*. España: Antoni Bosch Editor.

Métodos de enseñanza

- Estudios de caso
- Exposición
- Encuestas

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	<ul style="list-style-type: none"> • Conferencias, foros y seminarios. • Asesoría personalizada
<p><i>Actividades de aprendizaje</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Escritos donde se desarrolle la argumentación de proyectos • Realización de formatos para la evaluación y la autoevaluación. • Generación de un cronograma de trabajo para mostrar el control de avance que se tiene dentro del proyecto. • Elaboración de un documento que integre las etapas desarrolladas durante todo el proyecto.
	<p style="text-align: center;">EVALUACIÓN DE LA UNIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> – Participación activa y permanente en el taller – Búsqueda de información – Síntesis de información: Especificación del proyecto – Exposición del proyecto
<p>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • En el Taller de Síntesis X, el alumno tendrá un director del trabajo, y dos asesores, la estrategia de enseñanza consiste en el trabajo por proyecto, se llevará a cabo un proyecto integral que deberá demostrar las competencias y desempeños de la disciplina así como comunes y transversales. • El trabajo se desarrollará en tres unidades académicas a lo largo del semestre. • Los asesores en conjunto con los alumnos determinarán el método de trabajo del tema propuesto, con base en el objetivo general y los objetivos a cumplir en cada unidad en particular • Los planteamientos teórico-reflexivos que se generen, deberán apegarse a la problemática real y al desenvolvimiento de las soluciones de los problemas existentes. • Las soluciones generadas por los estudiantes, deberán apegarse a la realidad. • Lecturas comentadas de documentos relacionados a los temas que se llevan en el taller de integración, se desarrollan comentarios por parte del asesor y síntesis por parte de los alumnos. • Debate dirigido al presentar contenido de un proyecto, donde se pone en evidencia la experiencia de los participantes y su relación con los contenidos de los temas desarrollados en clase. 	

- **Lluvia de ideas** como técnica en la que los grupos por asesor crean ideas, las exponen, las anotan y se sistematizan al utilizar lo prioritario y ordenado.
- **La exposición** en la presentación de los temas abordados por el taller, propiciando la comunicación verbal ante un grupo de personas, y profundizando en los contenidos teóricos o informativos.

MÉTODOS Y PRÁCTICAS

- **Trabajo Individual:**
El trabajo será abordado a través del desarrollo de un tema de interés particular de los estudiantes inscritos en el Taller
- **Trabajo en equipo por carrera:**
El trabajo será abordado a través del desarrollo de un tema de mayor complejidad el cual será determinado por la Academia del Taller quienes definirán el número de integrantes necesarios por equipo.
- **Trabajo en equipo interdisciplinario:**
El trabajo será abordado en equipos interdisciplinarios los cuales para la definición de los temas, los métodos de trabajo y los productos entregables serán definidos por los Coordinadores de las carreras; en esta fase tiene tres alternativas:

Trabajo colectivo de todas las carreras para determinar el proyecto a realizar.
Propuesta por dos a cinco carreras
El tema es definido por cada carrera.

En los tres casos la responsabilidad es de los Coordinadores.
- Cada alumno tendrá un grupo de asesores de Taller X conformado por tres profesores que irán registrando y evaluando los avances de cada etapa del proyecto.
- **El procedimiento consiste en:**
Determinar el tema a desarrollar que sea pertinente al Hábitat; investigación y delimitación del problema, determinar las premisas de trabajo, presentación de propuestas conceptuales primero y proyectuales después, en etapas sucesivas hasta lograr un anteproyecto.

PLAN DE ESTUDIOS 2013

La fase siguiente es la definición de la especificación, determinar los criterios de factibilidad y su concreción hasta llegar al nivel del proyecto integral.

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Elaboración y/o presentación de:	Periodicidad	Abarca	Ponderación
<ul style="list-style-type: none"> – Participación activa y permanente en el taller – Búsqueda de información – Síntesis de información: Problema, Fuente, Contexto, Receptor, Mensaje, Receptor, Emisor, Entorno Gráfico – Detención de las necesidades de comunicación – Exposición del proyecto 	2 sesiones de 20 horas totales	Planteamiento del problema	30%
<ul style="list-style-type: none"> – Participación activa y permanente en el taller – Búsqueda de información – Síntesis de información: Concepto, Programa de diseño, Plan de medios. – Exposición del proyecto 	5 sesiones de 24 horas totales	Desarrollo conceptual	30%
<ul style="list-style-type: none"> – Participación activa y permanente en el taller – Búsqueda de información – Síntesis de información: Hipótesis formal, Argumentación, Especificación: Técnica, Social y Económica; Evaluación – Exposición del proyecto 	5 sesiones de 20 horas totales	Especificación del proyecto	40%

PLAN DE ESTUDIOS 2013

Examen ordinario	Promedio de las tres unidades
TOTAL	100%
Examen extraordinario	NO APLICA
Examen a título	NO APLICA
Examen de regularización	NO APLICA

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS INFORMÁTICOS

Textos básicos	<p>Fuentes, R. (2005). La práctica del diseño. Una metodología creativa. Barcelona: Paidós.</p> <p>Ambrose y Harris. (2013). Metodología del diseño. Parramón.</p> <p>Vilchis Esquivel, L. del C. (1998). Metodología del diseño. Fundamentos teóricos. México: UNAM.</p> <p>Mulholland, J. (2003). El lenguaje de la negociación: manual de estrategias prácticas para mejorar la comunicación. Barcelona: Gedisa.</p> <p>Lefever, L. (2014). El arte de explicar. Cómo presentar y vender con éxito tus ideas, productos y servicios. ESPAÑA: Anaya. Multimedia.</p> <p>Ambroise, G. & Harris, P. (2015). Metodología del diseño - bases del diseño. México: Parramón.</p> <p>Ariza, A.V. (2010). Usuario, Diseño, Entorno. Ciudad Juárez: UACJ.</p> <p>Peypoch, J., Cuevas Pallares & Salinas, S.D. (2012). Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México. Guía básica de costos y procedimientos. México: GG.+ Rodríguez, L. (2013). Diseño, estrategia y táctica. México: UNAM.</p> <p>Sánchez, G. & López M. (2012). Pensar en diseño gráfico. Guadalajara: CUAAD, UdeG.</p> <p>Varios Autores (2002). Reconstrucción del término Diseño. Guadalajara: Encuadre, UdeG.</p> <p>Varios autores (1997). Ensayos sobre diseño. Diseñadores influyentes de la AGI. Buenos Aires: Ediciones Infinito.</p> <p>Van Dijk, T. (2012) Discurso y contexto. Barcelona, España. Ed. Gedisa, S.A.</p> <p>Biagi, S. (2009) Impacto de los Medios de Comunicación. México. Cengage Learning.</p> <p>Reygadas, P. (2009) <i>Argumentación y discurso</i>. México. El Colegio de San Luis.</p> <p>Rodríguez, L. 2010. <i>Diseño: Estrategia y táctica</i>. México: Siglo XXI Editores.</p> <p>Libaert, T. (2008). <i>El plan de comunicación organizacional: cómo definir la estrategia de comunicación</i>. México: Limusa.</p> <p>Soler, P. (1993). <i>Estrategia de comunicación: en publicidad y relaciones públicas</i>. Barcelona: Gestión 2000.</p> <p>Pietersen, W. (2011). <i>Las 4 etapas de la estrategia efectiva: aprender, enfocar, alinear y ejecutar</i>.</p>
----------------	---

PLAN DE ESTUDIOS 2013

México: Panorama Editorial.

Ferrell, O. C. (2012). *Estrategia de marketing*. México: CENAGE Learning.

Ontorio A. et. alt: *Mapas Conceptuales. Una técnica para aprender*. Nancea S.A., Ediciones Madrid, 2000.

García Santibañez, S. F.: *Desarrollo de Conceptos Gráficos a partir de conceptos lingüísticos*. Apuntes de trabajo Facultad del Hábitat. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 1998.

García Santibañez, S. F.: *Referencias conceptuales en el Diseño Gráfico*. Apuntes de trabajo, Facultad del Hábitat. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 1998.

Gámez, J; Llana, S; Alcántara, E; Montaner, C; (2012). Especificaciones de diseño para el desarrollo de un guante de pilota valenciana. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte / International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport*, 12() 405-429. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54224563002>

En San Francisco del Rincon, Guanajuato, se elaboran sombreros de palma, papel, plastico y fieltro. Capítulo 6. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lis/vera_c_ea/capitulo6.pdf

Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas.
http://www.lamoncloa.gob.es/espana/eh15/culturaydeporte/Documents/Convenio%20de%20Bern_a.pdf

http://nestbranding.com/?utm_source=Contactos+Nest+branding&utm_campaign=9b387914d4-pio_campaign_01&utm_medium=email&utm_term=0_d13e2fbf70-9b387914d4-128895197

Fuentes, R. (2005). La práctica del diseño. Una metodología creativa. Barcelona: Paidós. P.p. 122-133.

Vilchis Esquivel, L. del C. (1998). Metodología del diseño. Fundamentos teóricos. México: UNAM. P.p.

Luna, R. (1999): Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos. Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados. P.p. 40-50. http://www.bcd.es/site/unitFiles/2122/GD_Manualsobregesti%C3%B3ndeldise%C3%B1o.pdf

Covey, S. R. (1999). *Liderazgo basado en principios*, Barcelona: Paidós. P.p. 367-382

Amat, M. (2000). *Control de gestión*. Barcelona: Grupo Planeta. P.p. 25, 28, 33.

BMS Marketing solution. <https://benvivemkt.wordpress.com/2012/01/20/el-proceso-de-gestion-en-el-diseno-grafico/>

Espinoza M., R. (). Comunicación y Negociación Efectiva. Manual del principiante. México: Fundación Fiedrich Ebert y Centro de Colaboración Cívica. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/mexiko/08627.pdf>

Vilchis Esquivel, L. del C. (2002). *Diseño universo del conocimiento. Investigación de proyectos en la comunicación gráfica*. México. UNAM. Cap. 5.

De Buen, J. (2005). Manual del diseño editorial. México: Santillana.

101 Reglas para el diseño de libros. http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglas_diseno.pdf

Nagle, T. T. (2002). *Estrategia y tácticas de precios : una guía para tomar decisiones rentables*. España: Pearson.

Pietersen, W. (2011). *Las 4 etapas de la estrategia efectiva: aprender, enfocar, alinear y ejecutar*.

PLAN DE ESTUDIOS 2013

	<p>México: Panorama Editorial. Dixit, A. K. (2010). <i>El arte de la estrategia : la teoría de juegos, guía del éxito en sus negocios y en su vida diaria</i>. España: Antoni Bosch Editor.</p>
<p>Textos complementarios</p>	<p>Bierut, M. Et al. (2001). Fundamentos del diseño gráfico. Buenos Aires: Ediciones Infinito. Fuentes, R. (2004). La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa. México: Paidós. Leonard, N. & Ambrose, G. (2013). Bases del diseño gráfico #02: Investigación en el diseño para lograr soluciones creativas con éxito. México: Parramón. Beristáin, H. (1996) Diccionario de retórica. México. Ed. Porrúa. Lupton, E. (2012) Intuición, Acción, Creación. Barcelona: Gustavo Gili. De Bono, E. (2004) Seis sombreros para pensar. Una guía de pensamiento para gente de acción. México: Granica. Ambrose, G; Aono-Billson, N. (2011). Enfoque y Lenguaje. Barcelona: Parramón Diseño. Jardí, E. (2012). Pensar con imágenes. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. Heskett, J. (2005). <i>El diseño en la vida cotidiana</i>. Barcelona: Gustavo Gili Germani- Fabris. (2005). <i>Fundamentos del proyecto Gráfico</i>. Barcelona, Esp. Chaves, N. (2001). <i>El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan</i>. Barcelona: Gustavo Gili Popper, K.. (1962) <i>La lógica de la investigación científica</i>. Tecnos. Madrid. Ferrell, O. C. (2012). <i>Estrategia de marketing</i>. México: CENAGE Learning. Covey, S. R. (1999). Liderazgo basado en principios, Barcelona: Paidós. Amat, M. (2000). Control de gestión. Barcelona: Grupo Planeta. Haufmann, A. (1998). Creatividad y gestión empresarial. España: Alianza.</p>
<p>Sitios de Internet</p>	<p>Construcción de discurso www.retoricas.com/2008/09/pasos-seguir-para-crear-un-discurso.html ¿Que es la estrategia de comunicación? http://www.apuntesgestion.com/que-es-la-estrategia-de-comunicacion/ Estrategia para los medios de comunicación http://www.endvawnow.org/es/articles/1244-estrategia-para-los-medios-de-comunicacion.html Cómo influye la estrategia de comunicación en la captación de fondos http://www.josebatiz.com/Unidad%201/No6.pdf Tipos y medios de comunicación http://mediosdecomunicacion.yourbubbles.com/estructurafisica.htm</p>

PLAN DE ESTUDIOS 2013

Bases de datos



[EBSCOHost - Research Databases](#)



[Business Searching Interface](#)



[EBSCO Discovery Service](#)

- Bases de datos <http://www.ebscohost.com/>
- Bibliotecas de la UASLP <http://bibliotecas.uaslp.mx/>
- Biblioteca virtual Creativa <http://creativa.uaslp.mx/>
- Biblioteca de la UNAM <http://www.dgbiblio.unam.mx/>
- CONACYT <http://www.conacyt.gob.mx>
- INEGI. www.inegi.gob.mx
- SEDESOL www.sedesol.gob.mx
- BASE DE DATOS DE LA OMPI (Organización Mundial de la Protección Intelectual)
- Dialnet
- Redalyc

Se accede a ellas a través de www.uaslp.mx