



EDUCACIÓN

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO BGE 2018



Secretaría
de Educación



DISEÑO GRÁFICO

QUINTO SEMESTRE

Creación y Organización de la Información



ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| DIRECTORIO INSTITUCIONAL DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN | 1 |
| DIRECCIONES QUE PARTICIPAN | 4 |
| DIRECTORIO DE DISEÑADORES CURRICULARES DE QUINTO SEMESTRE | 5 |
| PRINCIPIOS DE LA NUEVA ESCUELA MEXICANA | 6 |
| LAS 4AS PARA GARANTIZAR EL DERECHO A LA EDUCACIÓN Y FORMAR CIUDADANÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN EN EL ESTADO DE PUEBLA, UNA MIRADA DESDE EL PLAN Y PROGRAMA DE ESTUDIOS DEL BACHILLERATO GENERAL ESTATAL 2018 | 7 |
| ENFOQUE DEL PLAN Y PROGRAMA DE ESTUDIO | 9 |
| IMPACTO DEL PROGRAMA DE CREACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SUS BLOQUES EN EL PERFIL DE EGRESO EMS | 10 |
| IMPORTANCIA DEL PROGRAMA DE CREACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN | 13 |
| BLOQUE I. FOTOGRAFÍA. | 13 |
| ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | 19 |
| ORIENTACIONES Y SUGERENCIAS | 19 |
| EVALUACIÓN DEL BLOQUE I | 22 |
| BLOQUE II. PUBLICIDAD DIGITAL. | 24 |
| ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | 25 |
| ORIENTACIONES O SUGERENCIAS | 25 |
| EVALUACIÓN DEL BLOQUE II | 28 |
| BLOQUE III. IDENTIDAD GRÁFICA Y CORPORATIVA. | 30 |
| ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | 30 |
| ORIENTACIONES O SUGERENCIAS | 30 |
| INSTRUMENTOS DE VALORACIÓN | 36 |
| REFERENCIAS COMPLEMENTARIAS | 38 |
| REFERENCIAS DE PÁGINAS WEB | 39 |
| ANEXOS | 40 |

DIRECTORIO INSTITUCIONAL DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

MIGUEL BARBOSA HUERTA
GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE PUEBLA

MELITÓN LOZANO PÉREZ
SECRETARIO DE EDUCACIÓN DEL ESTADO

MARÍA DEL CORAL MORALES ESPINOSA
SUBSECRETARIA DE EDUCACIÓN OBLIGATORIA

AMÉRICA ROSAS TAPIA
SUBSECRETARIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

MARÍA CECILIA SÁNCHEZ BRINGAS
TITULAR DE LA UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

DEISY NOHEMÍ ANDÉRICA OCHOA
DIRECTORA GENERAL DE PROMOCIÓN AL DERECHO EDUCATIVO

OSCAR GABRIEL BENÍTEZ GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL DE PLANEACIÓN Y DEL SISTEMA PARA LA CARRERA DE LAS MAESTRAS Y DE LOS MAESTROS



DIRECCIONES QUE PARTICIPAN

DIRECCIÓN ACADÉMICA DE LA SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN OBLIGATORIA

MARIBEL FILIGRANA LÓPEZ

DIRECCIÓN DE APOYO TÉCNICO PEDAGÓGICO, ASESORÍA A LA ESCUELA Y FORMACIÓN CONTINUA

IX-CHEL HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

DIRECCIÓN DE BACHILLERATOS ESTATALES Y PREPARATORIA ABIERTA

ANDRÉS GUTIÉRREZ MENDOZA

DIRECCIÓN DE CENTROS ESCOLARES

JOSÉ ANTONIO ZAMORA VELÁZQUEZ

DIRECCIÓN DE ESCUELAS PARTICULARES

MARTHA ESTHER SÁNCHEZ AGUILAR



DIRECTORIO DE DISEÑADORES CURRICULARES DE QUINTO SEMESTRE

COORDINACIÓN

GINA VANESSA MARTÍNEZ VILLAGÓMEZ
MARIANA PAOLA ESTÉVEZ BARBA
MIRIAM PATRICIA MALDONADO BENÍTEZ
ALFREDO MORALES BÁEZ
ROMÁN SERRANO CLEMENTE

DISEÑADORES DE LA DISCIPLINA CREACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

ADRIANA GARCÍA RESÉNDIZ
FRANCISCO JAVIER REYES VILLAGRA

REVISIÓN METODOLÓGICA

AZUCENA GALAVIZ DINORÍN

REVISIÓN DE ESTILO

VIOLETA MACÍAS JUNCOS

PRINCIPIOS DE LA NUEVA ESCUELA MEXICANA

La Nueva Escuela Mexicana (NEM) tiene como centro la formación integral de niñas, niños, adolescentes y jóvenes, y su objetivo es promover el aprendizaje de excelencia, inclusivo, intercultural y equitativo a lo largo del trayecto de su formación. Esta garantiza el derecho a la educación llevando a cabo cuatro condiciones necesarias: asequibilidad, accesibilidad, aceptabilidad y adaptabilidad. Es por ello que los planes y programas de estudio retoman desde su planteamiento cada uno de los principios en que se fundamenta y con base en las orientaciones de la NEM, se adecuan los contenidos y se plantean las actividades en el aula para alcanzar la premisa de aprender a aprender para la vida.

Los elementos de los Programas de Estudio se han vinculado con estos principios, los cuales son perceptibles desde el enfoque del aprendizaje situado a partir de la implementación de diversas estrategias de aprendizaje que buscan ajustarse a los diferentes contextos de cada región del Estado; lo anterior ayuda al estudiantado en el desarrollo de competencias genéricas, disciplinares, profesionales, habilidades socioemocionales y proyecto de vida, para lograr el perfil de egreso del Nivel Medio Superior.

Fomento de la identidad con México. La NEM fomenta el amor a la Patria, el aprecio por su cultura, el conocimiento de su historia y el compromiso con los valores plasmados en la Constitución Política.

Responsabilidad ciudadana. Implica la aceptación de derechos y deberes, personales y comunes.

La honestidad. Es el comportamiento fundamental para el cumplimiento de la responsabilidad social, permite que la sociedad se desarrolle con base en la confianza y en el sustento de la verdad de todas las acciones para lograr una sana relación entre los ciudadanos.

Participación en la transformación de la sociedad. En la NEM la superación de uno mismo es base de la transformación de la sociedad.

Respeto de la dignidad humana. Contribuye al desarrollo integral del individuo, para que ejerza plena y responsablemente sus capacidades.

Promoción de la interculturalidad. La NEM fomenta la comprensión y el aprecio por la diversidad cultural y lingüística, así como el diálogo y el intercambio intercultural sobre una base de equidad y respeto mutuo.

Promoción de la cultura de la paz. La NEM forma a los educandos en una cultura de paz que favorece el diálogo constructivo, la solidaridad y la búsqueda de acuerdos que permitan la solución no violenta de conflictos y la convivencia en un marco de respeto a las diferencias.

Respeto por la naturaleza y cuidado del medio ambiente. Una sólida conciencia ambiental que favorece la protección y conservación del entorno, la prevención del cambio climático y el desarrollo sostenible.

LAS 4AS PARA GARANTIZAR EL DERECHO A LA EDUCACIÓN Y FORMAR CIUDADANÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN EN EL ESTADO DE PUEBLA, UNA MIRADA DESDE EL PLAN Y PROGRAMA DE ESTUDIOS DEL BACHILLERATO GENERAL ESTATAL 2018

El fin de la Educación en el Estado de Puebla es formar ciudadanía para la transformación; que se traduce en formar a las y los estudiantes para que a lo largo de su vida sean capaces de ser buenos ciudadanos, conscientes de ejercer sus derechos respetando tanto los valores y normas que la democracia adopta para hacerlos efectivos, como los derechos del resto de sus conciudadanos. Esta noción tiene que ver en palabras de Maturana (2014), con llegar a ser un humano responsable, social y ecológicamente consciente, que se respeta así mismo y una persona técnicamente competente y socialmente responsable.

Desde la Secretaría de Educación del Estado de Puebla se pretende formar a sujetos crítico-éticos, solidarios frente al sufrimiento; personas que cambien el mundo desde los entornos más cercanos. ¡Las grandes causas desde casa!

Para concretar los principios pedagógicos de la Nueva Escuela Mexicana y las finalidades educativas en el Estado de Puebla, el Bachillerato General Estatal, a través de sus programas de estudio, promueve las 4AS para garantizar el Derecho a la Educación, a través de sus dimensiones (asequibilidad, accesibilidad, aceptabilidad y adaptabilidad).

| ASEQUIBILIDAD | ACCESIBILIDAD | ADAPTABILIDAD | ACEPTABILIDAD |
|--|---|--|--|
| <p>Garantizar una educación para todos, gratuita y de calidad, donde la cobertura sea posible para cualquier persona involucrada en el proceso educativo; entendiendo a este último como la suma, no solo infraestructura escolar, sino de planes y programas de estudio, materiales didácticos alternativos, herramientas como las TAC'S o cualquier elemento retomado del contexto que permitan abordar y/o reforzar un conocimiento, sin depender de un libro de texto.</p> | <p>Los contenidos de los planes y programas de estudio se enfocan en promover una educación inclusiva, sin distinción de género, etnia, idioma, diversidad funcional, condición social o económica.</p> | <p>Las situaciones de aprendizaje que se presentan en los programas de estudio, deben ser consideradas como una guía y no como la única vía de enseñanza, es menester que el docente diseñe las propias a partir de su contexto inmediato, atendiendo a las necesidades de cada estudiante y dando prioridad a aquellos más vulnerables.</p> | <p>Lograr una educación que sea compatible con los intereses y cualidades de las y los estudiantes, donde sean considerados en la construcción del ambiente escolar, participando libremente en los procesos formativos, desarrollando al mismo tiempo sus Habilidades Socioemocionales.</p> |

ENFOQUE DEL PLAN Y PROGRAMA DE ESTUDIO

La metodología de Aprendizaje Situado de los planes y programas de estudio de Bachillerato General Estatal es una oportunidad para las y los docentes, estudiantes y la innovación en la enseñanza, al promover la toma de decisiones, incentivar el trabajo en equipo, la resolución de problemas y vinculación con el contexto real.

Díaz Barriga, F (2003) afirma que el Aprendizaje Situado es un Método que consiste en proporcionar al estudiante una serie de casos que representen situaciones problemáticas diversas de la vida real para que se analicen, estudien y los resuelvan. La práctica situada se define como la práctica de cualquier habilidad o competencia que se procura adquirir, en un contexto situado, auténtico y real, y en donde se despliega la interacción con otros participantes.

En este sentido se promueve que “los docentes de la EMS sean mediadores entre los saberes y los estudiantes, el mundo social y escolar, las Habilidades Socioemocionales y el proyecto de vida de los jóvenes. En el Currículo de la EMS, los principios pedagógicos alineados con el Modelo Educativo Nacional vigente, que guían la tarea de los docentes y orientan sus actividades escolares dentro y fuera de las aulas, para favorecer el logro de aprendizajes profundos y el desarrollo de competencias en sus estudiantes”¹ son:

Tener en cuenta los saberes previos del estudiante

- El docente reconoce que el estudiante no llega al aula “en blanco” y que para aprender requiere “conectar” los nuevos aprendizajes con lo que ya sabe, adquirido a través de su experiencia.
- Las actividades de enseñanza–aprendizaje aprovechan nuevas formas de aprender para involucrar a los estudiantes en el proceso de aprendizaje, descubriendo y dominando el conocimiento existente y luego creando y utilizando nuevos conocimientos.

Mostrar interés por los intereses de sus estudiantes

- Es fundamental que el docente establezca una relación cercana con el estudiante, a partir de sus intereses y sus circunstancias particulares. Esta cercanía le permitirá planear mejor la enseñanza y buscar contextualizaciones que los inviten a involucrarse más en su aprendizaje.

Diseñar situaciones didácticas que propicien el aprendizaje situado

¹Secretaría de Educación Pública (2017) Planes de estudio de referencia del componente básico del Marco Curricular Común de la Educación Media Superior. p. 847-851

- El docente busca que el estudiante aprenda en circunstancias que lo acerquen a la realidad, simulando distintas maneras de aprendizaje que se originan en la vida cotidiana, en el contexto en el que él está inmerso, en el marco de su propia cultura.
- Además, esta flexibilidad, contextualización curricular y estructuración de conocimientos situados, dan cabida a la diversidad de conocimientos, intereses y habilidades de los estudiantes.
- El reto pedagógico reside en hacer de la escuela un lugar social de conocimiento, donde los alumnos se enfrenten a circunstancias “auténticas”.

Promover la relación interdisciplinaria

- La enseñanza promueve la relación entre disciplinas, áreas del conocimiento y asignaturas.
- La información que hoy se tiene sobre cómo se crea el conocimiento, a partir de “piezas” básicas de aprendizajes que se organizan de cierta manera, permite trabajar para crear estructuras de conocimiento que se transfieren a campos disciplinarios y situaciones nuevas.

Reconocer la diversidad en el aula como fuente de riqueza para el aprendizaje y la enseñanza

- Las y los docentes han de fundar su práctica en la equidad mediante el reconocimiento y aprecio a la diversidad individual, cultural y social como características intrínsecas y positivas del proceso de aprendizaje en el aula.
- También deben identificar y transformar sus propios prejuicios con ánimo de impulsar el aprendizaje de todos sus estudiantes, estableciendo metas de aprendizaje retadoras para cada uno.

Superar la visión de la disciplina como un mero cumplimiento de normas

- La escuela da cabida a la autorregulación cognitiva y moral para promover el desarrollo de conocimientos y la convivencia.
- Las y los docentes y directivos propician un ambiente de aprendizaje seguro, cordial, acogedor, colaborativo y estimulante, en el que cada niño o joven sea valorado, se sienta seguro y libre.

DATOS GENERALES DEL QUINTO SEMESTRE

Componente de formación: **Capacitación Para el Trabajo**
Sector productivo prioritario del CONOCER: **Telecomunicaciones**

Campo de formación profesional: **Comunicación**
Capacitación para el trabajo: **Diseño Gráfico**
Disciplina: **Creación y Organización de la Información**
Semestre: **Quinto**

Clave Capacitación: **BGEDIG5**
Clave Disciplina: **CT-DIG-COI**
Duración: **3 hr/Sem/Mes (54 horas)**
Créditos: **3 créditos**

Total, de horas: **54**

Opción educativa: **Presencial**
Mínimo de mediación docente **80%**
Modalidad Escolarizada



IMPACTO DEL PROGRAMA DE CREACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SUS BLOQUES EN EL PERFIL DE EGRESO EMS

Propósito de la Capacitación de Creación y Organización de la Información

Que el estudiante desarrolle las habilidades y capacidades cognoscitivas para la fotografía, la publicidad digital y el diseño de identidad gráfica; asimismo establecerá la importancia e impacto de éstas en la creación de proyectos de Diseño Gráfico.

Ámbitos

Lenguaje y comunicación.

Se expresa con claridad en español de forma oral y escrita. Identifica las ideas clave en un texto o discurso oral e infiere conclusiones a partir de ellas. Obtiene e interpreta Información y argumenta con eficacia. Se comunica en inglés con fluidez y naturalidad.

Habilidades socioemocionales y proyecto de vida.

Es autoconsciente y determinado, cultiva relaciones interpersonales sanas, se autorregula, tiene capacidad de afrontar la adversidad y actuar con efectividad y reconoce la necesidad de solicitar apoyo. Tiene la capacidad de construir un proyecto de vida con metas personales. Fija metas y busca aprovechar al máximo sus opciones y recursos. Toma decisiones que le generan bienestar presente, oportunidades y sabe lidiar con riesgos.

Colaboración y trabajo en equipo.

Trabaja en equipo de manera constructiva y ejerce un liderazgo participativo y responsable, propone alternativas para actuar y solucionar problemas. Asume una actitud constructiva.

Habilidades digitales.

Utiliza las tecnologías de la información y la comunicación de forma ética y responsable para investigar, resolver problemas, producir materiales y expresar ideas. Aprovecha estas tecnologías para desarrollar ideas e innovaciones.

Apreciación y Expresión Artísticas:

Valora y experimenta las artes porque le permiten comunicarse y le aportan un sentido de identidad. Comprende su contribución al desarrollo integral de las personas. Aprecia la diversidad de las expresiones culturales.



Competencias Genéricas

CG4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.

A1. Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.

A2. Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

A5. Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.

CG5. Desarrollo innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.

A1. Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

A2. Ordena información de acuerdo a categorías, jerarquías y relaciones.

A6. Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.

CG7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.

A3. Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.

CG8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

A1. Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.

A2. Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.

A3. Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

Competencias Profesionales

CPDIG-01. Genera representaciones gráficas de acuerdo con el propósito de comunicación.

CPDIG-02. Desarrolla sistemas con fines de comunicación visual.

CPDIG-05. Crea la identidad visual para su aplicación gráfica.

CPDIG-06. Elabora dibujos de imitación, a partir de la aplicación de técnicas de bosquejo.

CPDIG-07. Aplica color con técnicas de composición, en elementos de comunicación visual.

CPDIG-08. Aplica técnicas de expresión gráfica utilizando equipo de cómputo.

CPDIG-09. Aplica la tipografía en logotipo o cartel de acuerdo con su composición.

CPDIG-10. Crea imágenes digitales para la aplicación en un proyecto de comunicación visual.



Habilidades Socioemocionales

Elige-T: Toma responsable de decisiones.

Dimensiones del Proyecto de Vida

Dimensión: Empleo.

IMPORTANCIA DEL PROGRAMA DE CREACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El programa de Creación y Organización de la Información permite al alumnado continuar desarrollando sus habilidades en el uso de software de diseño y aptitudes emprendedoras, coadyuvando a identificar cuáles son las que puede fortalecer, llevando a cabo una correcta comunicación, acorde al contexto donde se desenvuelve y en el que requiera proyectar la información, distinguiendo los aspectos formales de composición fotográfica e imagen corporativa y publicitaria, potencializando las características propias de la especialidad en Diseño Gráfico desde el reconocimiento, comprensión, análisis y puesta en práctica de las habilidades y conocimientos adquiridos en relación a fotografía, publicidad digital e identidad corporativa, utilizados en la elaboración de proyectos gráficos digitales.

La importancia radica en formar estudiantes competentes en el área de capacitación para el trabajo en diseño gráfico que puedan ingresar al área laboral dominando las aptitudes, habilidades y destrezas en el uso de programas especializados y las habilidades de comunicación visual necesarias para la creación y organización de la información, fomentando que puedan expresarse de manera asertiva, tanto en el aula como en su entorno. En cuanto al desarrollo de los contenidos propios de la disciplina, se abordarán desde la perspectiva del alumnado, poniendo en práctica sus destrezas creativas, compositivas y digitales, permitiendo un aprendizaje más significativo y potenciando sus habilidades técnicas y manuales. Durante este semestre, se parte de capacidades, habilidades y destrezas dinamizadas en los semestres anteriores, mismas que deberán desarrollarse a lo largo de la capacitación para el logro del perfil de egreso, así como de las herramientas necesarias para impulsar la creatividad en cada práctica y actividad, desde ejercicios simples hasta un proceso complejo de diseño. Lo interesante del proceso planteado radica en que el alumnado irá evolucionando en el diseño de productos gráficos simples a complejos con el apoyo de equipo de cómputo y software necesarios, así como de conocimientos acordes a su contexto vivencial, para su creación, producción y difusión.

De acuerdo con la Clasificación mexicana de planes de estudio (CMPE) 2016², la capacitación de Diseño gráfico se ubica en el campo detallado 0215 Diseño y comunicación gráfica y editorial, correspondiente al campo específico 021 Artes, del campo amplio 02 Artes y Humanidades.

El contenido del programa de Creación y Organización de la Información está estructurado en los siguientes bloques:

Bloque I. Fotografía.

En este bloque, se potencia el desarrollo creativo para la planeación, captura y uso de fotografías con autoría propia de los estudiantes; le proveerá de habilidades cognoscitivas para la captura objetiva de fotografías mediante dispositivos móviles o

²Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México). Clasificación mexicana de planes de estudio por campos de formación académica 2016: educación superior y media superior / Instituto Nacional de Estadística y Geografía.- México: INEGI, c2016. Recuperado el 26 de noviembre de 2019 de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825086664.pdf

cámaras fotográficas; a su vez, buscará que se conozca el concepto actual de fotografía, los controles de la cámara fotográfica, las leyes, principios o reglas de composición fotográfica requeridos para la captura de imágenes publicitarias y la importancia de la fotografía publicitaria en la promoción de una empresa, con el fin de proyectar productos gráficos publicitarios que integran fotografías pertinentes; además reforzará el trabajo colaborativo y la creatividad al integrar los temas abordados en los semestres anteriores y las disciplinas de la Línea Emprendedora.

Bloque II. Publicidad Digital.

En este bloque, se contextualiza los estudiantes en su realidad digital próxima, mediante la comprensión de la publicidad digital, su impacto y su utilidad, los cuales lo dotarán de las características cognoscitivas y creativas para la creación de productos gráficos digitales con fines publicitarios. También propone el reconocimiento conceptual de la publicidad digital y su impacto en la vida cotidiana, así como la identificación del interés de las personas, para captar su atención y emitir mensajes sugestivos que resultan benéficos para las empresas que hacen uso de este tipo de publicidad; además, proporcionará al alumnado de las capacidades necesarias para la innovación gráfica y la proyección de ésta en medios digitales.

Bloque III. Identidad Gráfica y Corporativa.

En este último bloque, la disciplina de Creación y Organización de la Información, permite el desarrollo creativo, síntesis e interpretación de la información por parte de los estudiantes mediante la identificación de los distintos signos gráficos de identidad y su aplicación en el diseño de la identidad corporativa, llevado a la práctica en el desarrollo de un proyecto elaborado en las disciplinas de la Línea Emprendedora; además, lo proveerá de habilidades cognoscitivas para el diseño de signos gráficos de identidad a partir de reconocer los tipos que existen, así como la referencia de su alcance en un manual de imagen de identidad; a su vez, fomentará la concientización del estudiantado sobre el trabajo colaborativo, la creatividad y la innovación gráfica

Bloque I. Fotografía.

Propósito del Bloque

Que el estudiante diseñe mensajes de comunicación visual a través de la fotografía con base en el uso de las herramientas de un dispositivo especializado y aplicando reglas de composición fotográfica, enfocados a la promoción de un proyecto emprendedor o mejorar la imagen de su entorno.

| DESARROLLO DEL APRENDIZAJE | | |
|--|--|--|
| CONTENIDOS ESPECÍFICOS | APRENDIZAJES ESPERADOS | PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO |
| 1. Fotografía a) Concepto de fotografía. b) Funcionamiento de la cámara fotográfica. c) Composición fotográfica. d) Fotografía publicitaria. | <p>Reconoce a la fotografía como uno de los elementos más significativos de la comunicación visual.</p> <p>Utiliza las herramientas de los dispositivos fotográficos para desarrollar su creatividad.</p> <p>Distingue y aplica los principios de la composición fotográfica en fotografía publicitaria de su entorno o proyecto emprendedor.</p> <p>Decide soluciones gráficas de manera responsable, personal y colaborativamente.</p> <p>Valora la importancia de la fotografía en la publicidad, su impacto social y su relevancia en la promoción del proyecto emprendedor.</p> | Diseñe y elabore fotografías publicitarias para la promoción de su entorno o proyecto emprendedor. |



| ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | ORIENTACIONES Y SUGERENCIAS |
|--|--|
| <p>Fotografía.</p> <p>1. De forma individual, capture y socialice tres fotografías de autoría personal, considerando las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Un momento de la vida cotidiana.b) Un paisaje o monumento.c) Un producto o servicio (puede estar relacionado con su Proyecto Emprendedor). <p>Al finalizar, explique en un cuadro comparativo lo que representa cada fotografía, así como el dispositivo y herramientas fotográficas que utilizó para su captura.</p> | <p>1. Se sugiere que la captura de las fotografías se realice con el dispositivo fotográfico que tenga disponible, ya sea una cámara fotográfica digital, una cámara réflex, una tablet o un celular.</p> |
| <p>2. Indague en diversas fuentes acerca del concepto de fotografía y la evolución de la cámara fotográfica. Después, elabore una línea de tiempo donde represente los periodos de la evolución fotográfica hasta nuestros días. Determine colaborativamente, las características de las fotografías en cada momento histórico representado, y posicione las fotografías previamente capturadas, de acuerdo con las características identificadas, en la época que le corresponda.</p> <p>En binas indaguen los componentes que integran una cámara fotográfica y la función que realizan. Después elaboren un esquema que señale el componente, su función y la descripción de cómo se puede aplicar al realizar una captura fotográfica.</p> | <p>2. Para la elaboración de la línea de tiempo, se propone, el uso de recursos WEB como: Timetoast, Rememle, Dipity, Xtimeline, TimeRime, Timeglider, Capzles, Timeline, Timeline JS, Tiki-Toki, TimeGlider, MyHistro. En caso de no contar con servicio o acceso a internet, se puede generar físicamente y con libertad creativa por parte del alumnado. Oriente a los estudiantes para que determinen qué lugar histórico podrían ocupar. Por ejemplo, la importancia de la composición, el uso del alto contraste, el color o los filtros.</p> <p>Se recomienda consultar lo referente a la cámara Reflex y orientar al alumnado en el funcionamiento de los componentes que la integran.</p> <p>https://www.xataka.com/fotografia-y-video/partes-de-un-camara-reflex-digital-iii</p> <p>https://de-fotografia.com/partes-de-una-camara-reflex-dslr/</p> |
| <p>3. De manera individual, indague acerca de los siguientes apartados y después construya una tabla de tres columnas, que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Ley, principio o regla de composición fotográfica.b) Definición o descripción de la ley, principio o regla. | <p>3. Se recomienda que guíe al estudiante en la toma de nuevas capturas haciendo uso de las reglas de composición indagadas.</p> <p>Las leyes, principios o reglas de composición fotográfica pueden variar dependiendo de la fuente consultada, sin</p> |



| | |
|--|---|
| <p>c) Ejemplo visual de aplicación (imagen) de composición.</p> <p>Tome una o varias fotografías relacionadas, considerando la información de la tabla. Posteriormente, socialice argumentando la intención de cada captura.</p> | <p>embargo, existen entre 13 y 17 de éstas, por tal motivo, fije un número pertinente para la indagación o distribuya entre equipos de trabajo para conformar una sola tabla grupalmente.</p> |
| <p>4. Grupalmente, observe el video proporcionado por el docente acerca del tema "fotografía publicitaria". Complemente la información indagando en fuentes confiables, después construya un organizador gráfico, resaltando sus características y géneros.</p> <p>Socialice y concluya en plenaria, las características que debería tener una fotografía publicitaria, posteriormente argumente, en una ficha de comentario, la importancia de publicitar o promocionar un producto o servicio. Busque e integre en un álbum, ejemplos de fotografías relacionadas a su proyecto emprendedor.</p> | <p>4. Se recomienda consultar, para la integración del álbum de fotografías ejemplos, bancos de imágenes o fotografías como los siguientes: pexels.com, pixabay.com, stokpic.com, Stocksnap.io, gratisography.com, lifeofpix.com, mmtstock.com, magdeleine.co, unplash.com, cupcake, jaymantri.com, picography.co, stockvault.net, startupstockphotos.com splitshire.com, superfamous.com.</p> <p>Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=Vp6bmWskVdQ</p> |
| <p>PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO</p> <p>De manera colaborativa, diseñe una serie de fotografías publicitarias para su proyecto emprendedor desarrollado en la disciplina de Implementación de Proyectos Emprendedores, aplique los conocimientos adquiridos en este bloque y en el semestre anterior con relación al software para edición fotográfica.</p> <p>En las fotografías se debe percibir lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none">Mensaje o idea a comunicar.Uso de alguna o algunas leyes, principios o reglas de composición fotográfica.Edición fotográfica digital en algún programa o App. | <p>Se recomienda hacer énfasis en retomar y seguir desarrollando las capacidades creativas mediante la recuperación y reutilización de conocimientos adquiridos en los semestres anteriores de la capacitación, creando un documento con un formato específico que considere el diseño de una portada, el uso de los atributos del texto, una fuente o familia tipográfica en sus diferentes variantes; definir interlineado, justificación del texto, paginación, letra capitular, sangrías etc.</p> <p>Se propone hacer énfasis en la importancia que se tiene en el ámbito laboral para reforzar el proyecto de vida de los estudiantes.</p> |



Socialice las fotografías, física o digitalmente, valore su impacto en las personas como consumidores potenciales y su importancia en la proyección de un producto o empresa, así como su amplia aplicación en un contexto laboral o profesional.



EVALUACIÓN DEL BLOQUE I

| SABER | APRENDIZAJE ESPERADO | EVIDENCIAS | INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN (%) |
|-----------------------|---|--|---|-----------------|
| CONOCER | Reconoce a la fotografía como uno de los elementos más significativos de la comunicación visual. | Cuadro comparativo de fotografías capturadas y recursos utilizados. Línea del tiempo sobre fotografía y cámara fotográfica. | Escalas (Rúbrica o lista de cotejo). | 30 % |
| HACER | Utiliza las herramientas de los dispositivos fotográficos para desarrollar su creatividad. Distingue y aplica los principios de la composición fotográfica en fotografía publicitaria de su entorno o proyecto emprendedor. | Esquema de cámara fotográfica réflex. Tabla comparativa sobre composición fotográfica. Organizador gráfico sobre características y géneros de fotografía publicitaria. | Escalas (Rúbrica o lista de cotejo). | 30% |
| SER Y CONVIVIR | Decide soluciones gráficas de manera responsable, personal y colaborativamente. Valora la importancia de la fotografía en la publicidad, su impacto social y su relevancia en la promoción del proyecto emprendedor. | Desempeño actitudinal en las actividades del bloque evaluado. | Guías estructuradas de observación y/o cuestionarios y/o escalas (Ver Anexo 1). | 10% |



| PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO (CIERRE) | | | | |
|--|--|---|--|-----------------|
| ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE | PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO | AGENTE DE EVALUACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL GRUPO | INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN (%) |
| AB Proyectos. | Diseñe y elabore fotografías publicitarias para la promoción de su entorno o proyecto emprendedor. | Heteroevaluación. Individual/Equipo. | Guía de evaluación de proyecto (Ver Anexo 2) | 30% |
| TOTAL | | | | 100% |

Bloque II. Publicidad Digital.

Propósito del Bloque

Que el estudiante diseñe productos gráficos y editoriales para la campaña publicitaria digital de un proyecto o empresa a partir del reconocimiento del concepto de publicidad digital, sus tipos, características e impacto en el consumidor; demuestre habilidades creativas tanto cognitivas como cognoscitivas en diseño gráfico digital y medios digitales publicitarios como opciones de inserción en el campo laboral o de profesionalización.

| DESARROLLO DEL APRENDIZAJE | | |
|--|---|---|
| CONTENIDOS ESPECÍFICOS | APRENDIZAJES ESPERADOS | PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO |
| 1. Publicidad digital a) Concepto de publicidad digital. b) Tipos, características e impacto de la publicidad digital. | <p>Propone productos digitales aplicables al proyecto gráfico en publicidad digital de una empresa o proyecto mediante el análisis correcto de los fines comunicativos requeridos para mensajes visuales.</p> <p>Diseña y elabora productos gráficos y editoriales aplicables a la promoción y publicidad digital de una empresa o proyecto emprendedor, mediante el análisis de los fines comunicativos requeridos para mensajes visuales.</p> <p>Expresa la importancia que tiene la publicidad digital en un proyecto gráfico publicitario y sus repercusiones en la proyección de mensajes visuales para la sociedad actual.</p> | Diseñe y elabore productos gráficos y editoriales para la campaña promocional en publicidad digital del proyecto emprendedor generado en la disciplina Implementación de Proyectos Emprendedores. |



| ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | ORIENTACIONES O SUGERENCIAS |
|---|--|
| | <p>0. Se recomienda que durante el Bloque II se elaboren los recursos y productos a integrar en el Volumen 3 del documento guía "Manual de apoyo para Diseño Gráfico" de quinto semestre, producto sugerido descrito en el programa de tercer semestre. Además, de generar un trabajo en conjunto con la disciplina de la Línea emprendedora para la recuperación de conocimientos y productos elaborados anteriormente.</p> |
| <p>Publicidad digital.</p> <p>1. De manera individual, registre en una tabla de tres columnas lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Todos los tipos de publicidad que observe en diferentes medios y/o dispositivos digitales, incluye aquellos que solo existan en su contexto.b) Atributos y/o características que hacen diferente a cada tipo de publicidad que menciona.c) Describa qué pensamientos o sensaciones le genera al visualizar mensajes en este medio o dispositivo. | <p>1. Se propone que la actividad se desarrolle dentro y fuera del aula, si se tiene el acceso a medios digitales e internet se pueden visualizar en conjunto y fuera del aula desde el trayecto e incluso en casa seguir construyendo el listado. Cabe mencionar que la intención primordial de esta actividad es meramente diagnóstica para valorar qué tanto conocen sobre publicidad en el grupo.</p> |
| <p>2. En equipo, indague en fuentes confiables el concepto de "publicidad digital" y redacte una ficha de reporte en donde describa cada uno de los tipos de publicidad digital que existen.</p> <p>De manera individual, clasifique la información en un organizador gráfico.</p> <p>Redacte una ficha de conclusión en la que describa en qué sitios o lugares se observan habitualmente estos tipos de publicidad y argumente cual considera causa mayor impacto en el público.</p> | <p>2. Se recomienda que para elaborar el organizador gráfico, use los recursos WEB como: Canva, MindMeister, Lucidchart, etc. También se propone seguir trabajando con el programa de edición de vectores para reforzar el uso del mismo.</p> |



3. Después de indagar las características y los medios/dispositivos de publicación para publicidad digital, elabore y socialice una tabla comparativa que integre la siguiente información:

- a) Tipo de publicidad.
- b) Características.
- c) Requerimientos técnicos físicos y virtuales.
- d) Ejemplos de la vida cotidiana.

Socialice la tabla e integre algún tipo de publicidad que haya sido mencionado por algún otro compañero y que no haya considerado.

Retome el Proyecto Productivo que está llevando a cabo en la disciplina de Implementación de Proyectos Emprendedores, describa características del producto y con base en esta información, elija un tipo de publicidad digital y diseñe bocetos del material gráfico necesario para publicitar el producto descrito previamente.

Al finalizar, redacte una ficha de opinión en donde justifique la elección del tipo de publicidad y qué espera conseguir al publicarla.

PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO

Retome los bocetos realizados en la actividad anterior y diseñe, implementando los conocimientos adquiridos en este y los anteriores bloques, los productos gráficos y editoriales para la campaña promocional de publicidad digital del Proyecto Emprendedor que está desarrollando en la disciplina de Implementación de Proyectos Emprendedores.

Los productos deberán tener las siguientes características:

- a) Ser creativos.

3. En la tabla comparativa, se propone anexar alrededor entre 7 y 9 tipos de publicidad digital, además de guiar en la elección de productos a elaborar por el estudiante, tomando en cuenta el contexto y los insumos con que cuenta la institución.

Se recomienda hacer énfasis en retomar y seguir desarrollando las capacidades creativas mediante la recuperación y reutilización de conocimientos adquiridos en los semestres anteriores de la capacitación. Se propone hacer énfasis en la importancia que se tiene en el ámbito laboral para reforzar el proyecto de vida de los estudiantes. Para la publicación de los productos se debe tener en cuenta la naturaleza del elegido y los requerimientos necesarios para su correcta publicación y visualización.



- b) El mensaje debe ser claro y adecuado.
- c) Cumplir con las características para el medio o dispositivo digital en que se publique.

Difunda el material diseñado en los medios, plataformas o dispositivos correspondientes. De manera alterna, observe los anuncios publicitarios del resto del grupo y argumente en un informe digital de una cuartilla lo siguiente:

- I. El impacto que tiene la publicidad digital desde la perspectiva de un posible consumidor.
- II. La viabilidad que tendría como alternativa laboral.



EVALUACIÓN DEL BLOQUE II

| SABER | APRENDIZAJE ESPERADO | EVIDENCIAS | INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN (%) |
|-----------------------|---|--|---|-----------------|
| CONOCER | Propone productos digitales aplicables al proyecto gráfico en publicidad digital de una empresa o proyecto mediante el análisis correcto de los fines comunicativos requeridos para mensajes visuales. | Tabla de tres columnas de publicidad en el contexto y sus características. Concepto de publicidad digital. | Examen objetivo y/o de desempeño. | 30 % |
| HACER | Propone, diseña y elabora productos digitales aplicables al proyecto gráfico en publicidad digital de una empresa o proyecto. | Organizador gráfico de tipos de publicidad digital. Tabla comparativa de características de publicidad digital. | Escalas (Rúbrica o lista de cotejo). | 30% |
| SER Y CONVIVIR | Expresa la importancia que tiene la publicidad digital en un proyecto gráfico publicitario y sus repercusiones en la proyección de mensajes visuales para la sociedad actual. | Desempeño actitudinal en las actividades del bloque evaluado. | Guías estructuradas de observación y/o cuestionarios y/o escalas (Ver Anexo 1). | 10% |



| PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO (CIERRE) | | | | |
|--|---|---|--|-----------------|
| ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE | PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO | AGENTE DE EVALUACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL GRUPO | INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN (%) |
| AB Proyectos. | Diseño y elabore productos gráficos y editoriales para la campaña promocional en publicidad digital del proyecto emprendedor generado en la disciplina Implementación de Proyectos Emprendedores. | Heteroevaluación. Individual/Equipo. | Guía de evaluación de proyecto (Ver Anexo 2) | 30% |
| TOTAL | | | | 100% |



Bloque III. Identidad Gráfica y Corporativa.

Propósito del Bloque

Que el estudiante diseñe un logotipo para la identidad corporativa de una empresa o proyecto a partir de la identificación y diferenciación de las variables de signos de identidad gráfica, además reconozca la importancia de la identidad corporativa para una empresa o proyecto emprendedor, demuestre sus habilidades creativas, conocimientos en diseño gráfico y capacidad de emprendimiento como opciones de inserción en el campo laboral o de profesionalización.

| DESARROLLO DEL APRENDIZAJE | | |
|---|--|---|
| CONTENIDOS ESPECÍFICOS | APRENDIZAJES ESPERADOS | PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO |
| 1. Identidad gráfica y corporativa. a) Marca. b) Tipos de signos de identidad gráfica: - Logotipos. - Imagotipos. - Isologos. - Isotipos. c) Identidad corporativa. d) Lista maestra. | <p>Distingue conceptos relacionados con la identidad gráfica, sus variantes y realiza su correcta clasificación.</p> <p>Diseña signos de identidad gráfica aplicables a un proyecto emprendedor mediante el análisis correcto de los fines de la organización para proyectar su identidad corporativa.</p> <p>Produce aplicaciones básicas a partir del signo gráfico de identidad, para crear una línea de identidad corporativa.</p> <p>Expresa la importancia que tiene la identidad corporativa en una empresa o proyecto.</p> | Diseñe y elabore aplicaciones de identidad corporativa para la empresa o proyecto generado en la disciplina de Implementación de Proyectos Emprendedores. |

| ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | ORIENTACIONES O SUGERENCIAS |
|--|---|
| Identidad gráfica y corporativa. 1. De manera individual, indague los conceptos de: a) Identidad gráfica. | 1. Se recomienda generar el trabajo teniendo atención de la disciplina de la Línea Emprendedora para la |



| | |
|--|--|
| <p>b) identidad corporativa.</p> <p>Después elabore un cuadro de doble entrada en donde clasifique la definición y características de cada término.</p> <p>Posteriormente y de manera colaborativa, indague acerca del concepto "marca" tomando en cuenta lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Definición.b) Origen.c) Tipos.d) Características. <p>Posteriormente, diagrame la información en un organizador gráfico y socialice grupalmente.</p> <p>Retome el nombre asignado al Proyecto Emprendedor generado en la disciplina de Implementación de Proyectos Emprendedores, con base en las características para la creación de una marca, destaque con base en los atributos, qué tipo de marca se generó y su viabilidad gráfica en la proyección visual/comunicativa que se requiere para dicho proyecto. De ser necesario, modifique con la finalidad de que sea aplicable para un contexto laboral/ comercial.</p> | <p>recuperación de conocimientos y productos elaborados anteriormente.</p> <p>Para elaborar el organizador gráfico, se recomienda el uso de recursos WEB como: Canva, MindMeister, Lucidchart, etc. Solicitar con antelación el nombre de la marca generada en los semestres anteriores para su análisis y modificación en clase.</p> <p>En cuanto a la viabilidad gráfica, se sugiere que se revisen cuestiones como: fundamentos de la denominación (justificación de por qué se denominó así, si es fácil de recordar, si está en español, inglés, combinado o pertenece a alguna lengua originaria, si es una combinación de palabras, iniciales, nombres, etc), la tipografía básica y complementaria, denotación y connotación del color, relación con el producto o servicio que se ofrece en el proyecto emprendedor, elementos compositivos que lo integran como formas simples, geométricas, orgánicas, uso de placas, fondos y contrastes, eslogan o cualquier otro elemento que facilite, distinga o sirva para posicionar la marca.</p> |
| <p>3. Colaborativamente, elabore una tabla comparativa con los diferentes tipos o clases de signos gráficos de identidad (logotipo, imagotipo, isologo, isotipo) en la cual integre los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Tipo o clase de signo gráfico de identidad (logotipo, imagotipo, isotipo, isologo).b) Definición.c) Ejemplo.d) Características esenciales. <p>Analice el signo gráfico de identidad elaborado en las disciplinas anteriores de la Línea Emprendedora, y determine qué tipo de signo gráfico fue el que se diseñó. Establezca las</p> | <p>3. Se recomienda que los ejemplos sean tomados de productos de consumo cotidiano, como, por ejemplo: frituras, refrescos, cereales, comida enlatada, ropa, aparatos electrónicos, celulares, etc.</p> <p>Guíe el análisis de la identidad gráfica diseñada inicialmente y exprese críticamente cómo podría mejorarse, considerando las sugerencias en cuanto a la viabilidad gráfica (actividad previa).</p> |



| | |
|--|--|
| <p>ventajas y desventajas del diseño elegido y rediseñe si es necesario.</p> | |
| <p>3. De manera individual, indague acerca del concepto manual de identidad corporativa y recupere los elementos que componen o integran la identidad corporativa de una empresa en la actividad inicial. Después, diagrame física o digitalmente en un mapa mental la información recopilada.</p> <p>Socialice y establezca los elementos y atributos que podría integrar para conformar la identidad corporativa de su proyecto emprendedor.</p> | <p>3. Para elaborar el mapa mental, se sugiere el uso de recursos WEB como: XMind, Wisemapping, MindMapFree, Bubbl.us, Coggle.it, MindMeister.</p> |
| <p>4. Grupalmente, indague la definición, estructura y ejemplos de una lista maestra del contenido posible para generar el "Manual de identidad corporativa y visual" de su proyecto emprendedor. Socialice con ejemplos recopilados en la web.</p> | <p>4. Se propone que el docente guíe al estudiante en la determinación de la lista maestra de elementos para conformar el manual de identidad corporativa, e identificar entre 5 y 10 aplicaciones relacionadas con su proyecto emprendedor.</p> <p>Se recomienda consultar previamente los enlaces: https://www.youtube.com/watch?v=XI128ag8sug https://www.youtube.com/watch?v=xhDElFRsti8 https://insademexico.mx/top-7-ejemplos-identidad-corporativa/ https://esbrillante.mx/blog/8-maravillosos-ejemplos-de-identidad-corporativa/ https://www.logaster.com.mx/blog/examples-corporate-identity-for-inspiration/</p> |
| <p>PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO De manera grupal, diseñe y elabore física y digitalmente, aplicaciones de la identidad corporativa para su proyecto emprendedor.</p> | <p>Se recomienda hacer énfasis en retomar y seguir desarrollando las capacidades creativas mediante la recuperación y reutilización de conocimientos adquiridos en</p> |



Integre una presentación digital con al menos los siguientes apartados:

- a) Introducción (Nombre del proyecto emprendedor, misión, visión, valores, filosofía e historia de la marca).
- b) Signo gráfico de identidad con justificación compositiva.
- c) Colores corporativos (Pantone, CMYK, RGB, HEX).
- d) Tipografías básica y complementaria.
- e) Entre 5 y 10 aplicaciones de papelería institucional, anuncios publicitarios, gráfica textil, gráfica de parque vehicular, artículos promocionales y señalética.

Justifique en la socialización, la pertinencia de la imagen de identidad corporativa, así como los retos emocionales y cognitivos que demanda elaborarla de forma pertinente y efectiva en el contexto personal y laboral, además de su utilidad en la vida cotidiana.

los semestres anteriores de la capacitación. Se propone hacer énfasis en la importancia que se tiene en el ámbito laboral para reforzar el proyecto de vida del estudiante.



EVALUACIÓN DEL BLOQUE III

| SABER | APRENDIZAJE ESPERADO | EVIDENCIAS | INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN (%) |
|----------------|---|---|---|-----------------|
| CONOCER | Distingue conceptos relacionados con la identidad gráfica, sus variantes y realiza su correcta clasificación. | Cuadro de doble entrada sobre marca e identidad gráfica. Organizador gráfico del concepto de marca. Tabla comparativa de signos gráficos de identidad. Mapa mental de identidad corporativa. | Escalas (Rúbrica o lista de cotejo). | 30 % |
| HACER | Diseña signos de identidad gráfica aplicables a un proyecto emprendedor mediante el análisis correcto de los fines del organismo para proyectar su identidad corporativa. Produce aplicaciones básicas a partir del signo gráfico de identidad, para crear una línea de identidad corporativa. | Diseño físico o digital de presentación que incluye de 5 a 10 aplicaciones de identidad corporativa para la empresa o proyecto generado en la Línea emprendedora. Definición y estructura de lista maestra de un Manual de Identidad corporativa y visual. | Escalas (Rúbrica o lista de cotejo). | 30% |
| SER Y CONVIVIR | Expresa la importancia que tiene la identidad corporativa en una empresa o proyecto. | Desempeño actitudinal en las actividades y el trabajo colaborativo del bloque evaluado. | Guías estructuradas de observación y/o cuestionarios y/o escalas (Ver Anexo 1). | 10% |



| PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO (CIERRE) | | | | |
|--|--|---|--|-----------------|
| ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE | PRODUCTO INTEGRADOR SUGERIDO | AGENTE DE EVALUACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL GRUPO | INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN (%) |
| AB Proyectos. | Diseño y elabore aplicaciones de identidad corporativa para la empresa o proyecto generado en la Línea emprendedora. | Heteroevaluación. Individual/Equipo. | Guía de evaluación de proyecto (Ver Anexo 2) | 30% |
| TOTAL | | | | 100% |



INSTRUMENTOS DE VALORACIÓN

INSTRUMENTO DE VALORACIÓN DE HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES (HABILIDADES GENERALES)

(Ponderación: 10 puntos equivalen al 5% de la calificación final)

| Nombre del alumno: | | | | Grado y grupo: |
|--|---------------------|-------------|-------------|----------------|
| CRITERIOS | NIVELES OBSERVABLES | | | TOTAL |
| | NUNCA (0) | A VECES (1) | SIEMPRE (2) | |
| 1. Participa activamente en las diferentes actividades de clase. | | | | |
| 2. Logra mantener un adecuado nivel de concentración en las actividades desarrolladas. | | | | |
| 3. Es capaz de tomar la iniciativa y organizar una tarea o actividad de grupo. | | | | |
| 4. Muestra respeto hacia el docente, así como a sus compañeros. | | | | |
| 5. Muestra capacidad de autonomía y autorregula su aprendizaje. | | | | |
| TOTAL: | | | | |



INSTRUMENTO DE AUTOVALORACIÓN DE HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES (HABILIDADES GENERALES)

(Ponderación: 10 puntos equivalen al 5% de la calificación final)

| Nombre del alumno: | | | | Grado y grupo: |
|--|---------------------|-------------|-------------|----------------|
| CRITERIOS | NIVELES OBSERVABLES | | | |
| | NUNCA (0) | A VECES (1) | SIEMPRE (2) | TOTAL |
| 1. Valoro la importancia de los conocimientos que desarrollé durante el bloque. | | | | |
| 2. Controlo mis emociones y actúo de manera propositiva en las actividades desarrolladas. | | | | |
| 3. Considero y analizo diversas alternativas para cumplir tareas individuales o colectivas. | | | | |
| 4. Valoro las consecuencias o repercusiones que pueden tener mis actos o comportamientos individuales o colectivos. | | | | |
| 5. Mido el nivel de motivación que ejercen en mí, las diversas actividades propuestas para desarrollar mi autonomía. | | | | |
| TOTAL: | | | | |



REFERENCIAS COMPLEMENTARIAS

- Bustos, A. Curso de Retoque Fotográfico con Photoshop. En emagister.com.
https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_57025_cursorretoquefotografico.pdf (activo al 04/06/2021)
- Consejo Nacional de Cultura y Artes. El potencial educativo de la fotografía. Cuaderno Pedagógico. Ministerios de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2016/01/cuadernofotografia.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Ebay. Haz que se vean mejor, vende más. Consejos para sacar mejores fotos. Ebay.
https://centroparavendedores.ebay.es/sites/default/files/assets/download/ebay_photo_guide_esp.pdf (activo al 04/06/2021)
- Gutiérrez, G. Manejo de la Cámara. Pierde el miedo al modo manual. Fotomundos.
<https://fotomundos.com/wpcontent/uploads/2015/03/Manejo-de-la-cámara-pierde-el-miedo-al-Modo-Manual-fotoMundos.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Sontag, S. (1977). Sobre la fotografía. Alfaguara. Edición 2006.
https://monoskop.org/images/7/77/Sontag_Susan_Sobre_la_fotografia.pdf (activo al 04/06/2021)
- Kahneman, D. (2011). Pensar rápido, pensar despacio. Editorial Delbolsillo.
https://catedradatos.com.ar/media/kahneman_pensar.pdf (activo al 04/06/2021)
- IMART. Manual de identidad corporativa. Imart: Diseño gráfico y web.
https://www.imart.es/descargas/manual_IMART100308.pdf
- Meza, J. (). Comunicación estratégica: Diseño de la Identidad Corporativa. Volumen 1: Identidad VS Imagen. Capítulo I: La identidad organizacional. Editorial Digital Tecnológico de Monterrey. <http://prod77ms.itesm.mx/podcast/EDTM/ID211.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Renata Colombia. Manual de identidad corporativa. Red Nacional de Tecnología Avanzada.
<https://www.renata.edu.co/wp-content/uploads/Manual-Identidad-Corporativa-RENATA-3.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Saba. Manual de identidad corporativa. Saba. <http://www.saba.eu/down/ManualBasicoSaba.pdf> (activo al 04/06/2021)



REFERENCIAS DE PÁGINAS WEB

- Dzoom. 13 reglas de Composición Fotográfica que Debes Conocer. Información recopilada en “dzoom” <https://luisprofe2010.files.wordpress.com/2016/09/fotografiav2.pdf> (activo al 04/06/2021)
- El mundo a través de un visor. Domina tu Réflex. Tutoriales y ejercicios para disparar fotos en modo manual. El mundo a través de un visor. <https://elmundoatravesdeunvisor.com/ebook/dominatureflex.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Pariente. J.L. (1990). Composición Fotográfica. Teoría y práctica. Sociedad Mexicana de Fotógrafos Profesionales. http://academia.uat.edu.mx/pariente/Libros/Jose%20Luis%20Pariente_Composicion%20Fotografica.pdf (activo al 04/06/2021)
- Rodríguez, J. (2008). Curso de Fotografía Digital. En Thewebfoto. <http://www.thewebfoto.com/Thewebfoto-Curso-defotografia-digital.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Vargas, R. (2014). Influencia de la Fotografía en la Publicidad. Editorial Universidad Don Bosco. <http://rd.udb.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11715/834/1/Influencia%20de%20la%20fotografia%20en%20la%20publicidad.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Berger, J. (2013). Contagioso. Cómo conseguir que tus productos e ideas tengan éxito. Simon & Schuster. <https://drive.google.com/drive/folders/1yGgSWvc7vkCffLEhdiZRAa3igDQ7XZf?fbclid=IwAR2VADKQEeKCCj6HxDrAILd7NhODaRLEQN-Dg2Vwd8t3b8SO44AMpslCIKM> (activo al 04/06/2021)
- Godin, S. (2002). La vaca púrpura: diferénciate para transformar tu negocio. Centro Libros PAPP. <https://soyempreendedor.co/wp-content/uploads/2017/01/La-Vaca-Púrpura-Seth-Godin.pdf> (activo al 04/06/2021)
- Godin, S. (2013). El marketing del permiso. Convertir a extraños en amigos y amigos en clientes. Gestión del conocimiento. Simon & Schuster. <https://drive.google.com/drive/folders/1yGgSWvc7vkCffLEhdiZRAa3igDQ7XZf?fbclid=IwAR2VADKQEeKCCj6HxDrAILd7NhODaRLEQN-Dg2Vwd8t3b8SO44AMpslCIKM> (activo al 04/06/2021)
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Andros Impresores. <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf> (activo al 04/06/2021)



ANEXOS

GUÍA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

| DATOS DE LA INSTITUCIÓN | | | | |
|---|---------------------|-----------------|-----------------------|------------------------|
| GUÍA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO | | | | |
| DATOS DEL ALUMNO: NOMBRE DEL PROYECTO: FECHA DE ENTREGA: | | | | |
| INDICACIONES: La siguiente herramienta, está diseñada para evaluar el proyecto del producto final, marque con una "X" en nivel de logro alcanzado, el puntaje obtenido puede ser de 1 hasta 4, seleccionando el nivel que considere el más adecuado. La suma más alta es de 32 puntos, al final del instrumento se propone la ponderación, el cual equivale el 30% de la evaluación sumativa de cada bloque. | | | | |
| INDICADORES | Muy bien (4 puntos) | Bien (3 puntos) | Suficiente (2 puntos) | Insuficiente (1 punto) |
| 1. Identifica con claridad el tema del proyecto. | | | | |
| 2. Vincula el tema del proyecto con su entorno social en su comunidad. | | | | |



| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| 3. Para el desarrollo del diseño establece al menos 5 referencias de consulta con su tema (links fiables) | | | | |
| 4. Presenta una justificación clara y precisa del diseño desarrollado. | | | | |
| 5. Considera con claridad el costo/beneficio del proyecto de diseño. | | | | |
| 6. Utiliza la coherencia, lógica y secuencia de ideas en la organización del proyecto. | | | | |
| 7. El lenguaje que utiliza es adecuado en la redacción (uso de palabras descriptivas, de analogías, etc.) | | | | |
| 8. Es adecuado el uso de puntuación y ortografía. | | | | |
| Puntaje total: | | | | |



| PONDERACIÓN | | | | |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| De 13 a 16 Puntos | De 15 a 20 Puntos | De 21 a 24 Puntos | De 23 a 28 Puntos | De 29 a 32 puntos |
| Comentarios u observaciones: | | | | |
| Nombre del docente (evaluador): | | | | |

*El contenido de este programa fue recuperado de las ediciones 2018 y 2019.