


ASIGNATURA OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)

1. Competencias	Desarrollar y evaluar unidades estratégicas de negocios en mercados nacionales e internacionales, haciendo uso de modelos apegados a la legislación vigente y considerando las tendencias del entorno globalizado para contribuir a la consolidación y rentabilidad de las organizaciones
2. Cuatrimestre	Noveno
3. Horas Teóricas	13
4. Horas Prácticas	32
5. Horas Totales	45
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	3
7. Objetivo de aprendizaje	El alumno realizará fotografías publicitarias considerando la configuración de los equipos, elementos del diseño y tipos de fotos para promocionar bienes y servicios.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Fundamentos de Fotografía	5	10	15
II. Fotografía publicitaria	8	22	30
Totales	13	32	45


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	I. Fundamentos de Fotografía
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	10
4. Horas Totales	15
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno distinguirá la configuración de la cámara y los elementos del diseño para realizar composiciones fotográficas.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
La fotografía	Explicar el origen de la fotografía y sus tipos: - Analógica - Digital Describir la importancia de la fotografía en la producción publicitaria.		Ético Analítico Responsable Objetivo Puntual Creativo
Tipos de Cámaras	Explicar las características y elementos de las cámaras reflex digitales y las cámaras analógicas: - Estándares - Exposición. - Diafragma y velocidad. - Campo y planos de la imagen.		Ético Analítico Responsable Objetivo Puntual Creativo
Lentes y Objetivos	Explicar los conceptos de lentes, objetivos y distancia focal. Describir los conceptos de velocidad de obturación, apertura y su efecto en la fotografía.		Ético Proactivo Propositivo Creativo Capacidad para la toma de decisiones

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Exposición	<p>Explicar los conceptos de exposición y profundidad de campo.</p> <p>Describir los modos de exposición y sus aplicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - automático - prioridad de abertura - prioridad de obturación - Manual 	Capturar imágenes por cada tipo de exposición	<p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Propositivo</p> <p>Creativo</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p>
Técnicas de iluminación	<p>Explicar el funcionamiento del flash de la cámara, la medición de la luz y la ubicación de fuentes de luz.</p> <p>Describir las técnicas de iluminación de fotografía en exteriores y en interiores.</p>	Capturar imágenes aplicando las técnicas de iluminación	<p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Propositivo</p> <p>Creativo</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p>
Composición	<p>Explicar el concepto de punto focal de la cámara.</p> <p>Explicar las reglas de la composición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - de la mirada - del horizonte - de los tercios <p>Describir el uso de los elementos de diseño fotográfico de la composición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visor - Uso del espacio - Negativos y Positivos - Distancia entre el fotógrafo y el objeto - Ángulo de visión 	Diseñar composiciones fotográficas.	<p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Propositivo</p> <p>Creativo</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Integrar un proyecto de fotografía que contenga: - 3 Composiciones fotográficas - Explicación del uso de las leyes de la mirada, del horizonte y de los tercios - Justificación de los elementos del diseño fotográfico utilizados	1. Comprender el origen de la fotografía, sus tipos, e importancia en la producción publicitaria. 2. Identificar las características y elementos de los tipos de cámaras. 3. Comprender los conceptos lentes, objetivos, distancia focal, velocidad de obturación y apertura. 4. Distinguir los modos de exposición y las técnicas de iluminación. 5. Comprender las reglas y los elementos del diseño que se emplean en composiciones fotográficas.	Proyecto Rúbrica

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje auxiliado por las tecnologías de la información Equipos colaborativos Aprendizaje basado en proyectos.	Pintarrón Impresos: libros, fotografías, revistas. Equipo de proyección Equipo de cómputo Cámaras fotográficas Tripie Equipo de iluminación

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	II. Fotografía publicitaria
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	22
4. Horas Totales	30
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno generará fotografías para resaltar las características de bienes y servicios a promocionar.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Géneros de la fotografía publicitaria	<p>Explicar los géneros de la fotografía publicitaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bodegón - Complementos - Moda - Industrial - Vehículos - Retrato - Efectos especiales - Imagen editorial - Cubiertas - Envases - En movimiento 		<p>Analítico Responsable Creativo Capacidad para la toma de decisiones Objetivo</p>
Foto del producto	<p>Describir el concepto de foto del producto.</p> <p>Describir el procedimiento de la toma de fotos de producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - uso de fondos (ciclorama) - maquillaje del producto. <p>Explicar el concepto de caja de luz y su uso.</p>	Realizar fotos de productos.	<p>Ético Proactivo Propositivo Analítico Responsable Creativo Capacidad para la toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Fotografía Nocturna	<p>Explicar el concepto de fotografía nocturna y su uso en la publicidad.</p> <p>Explicar los elementos a considerar durante la realización de fotografías nocturnas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Condiciones de uso - Amanecer, Anochecer y Luz de luna - Tiempo de exposición - Temperatura de color. 	Realizar fotografías nocturnas	<p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Propositivo</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Creativo</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p>
Paisaje	<p>Explicar el concepto de fotografía de paisaje y su uso en la publicidad.</p> <p>Explicar los elementos a considerar durante la realización de fotografías de paisajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usos - Tipos de encuadre - Filtros comunes: ultravioleta (UV), el degradado neutro, los de densidad y el polarizador (circular o lineal). <p>Explicar el concepto de fotografía en movimiento con paisajes de fondo.</p>	Realizar fotografías de paisajes.	<p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Propositivo</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Creativo</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p>
Macro	<p>Explicar el concepto de fotografía macro y su uso en la publicidad.</p> <p>Explicar el uso de la macrofotografía y los Teleobjetivos recomendados</p>	Realizar macrofotografías	<p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Propositivo</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Creativo</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Retrato	<p>Explicar el concepto de retrato y su uso en la publicidad.</p> <p>Describir el procedimiento de la fotografía de retratos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar el lugar - Características a destacar - Encuadre e iluminación. - Tipos de teleobjetivo recomendados. 	Realizar fotografías de retratos	<p>Ético</p> <p>Proactivo</p> <p>Propositivo</p> <p>Analítico</p> <p>Responsable</p> <p>Creativo</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Integrar un portafolio de evidencias de fotografías de productos que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none">- Fotos de productos- Fotos nocturnas- Fotos de paisaje en movimiento- Macrofotografía- Retratos	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar los géneros de la fotografía publicitaria2. Identificar los conceptos de los tipos de técnicas fotográficas.3. Comprender el procedimiento de fotografías de: producto, nocturnas, paisaje en movimiento, nocturnas y retratos.	<p>Portafolio de evidencias</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje auxiliado por las tecnologías de la información Equipos colaborativos Análisis de casos	Pintarrón Impresos: libros, fotografías, revistas. Equipo de proyección Equipo de cómputo Cámaras fotográficas Tripie Equipo de iluminación Caja de luz

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Elaborar estudios de mercado aplicando metodologías que definan la factibilidad del plan, con base en las condiciones de la oferta y demanda para determinar estrategias de mercadotecnia	<p>Entrega un estudio de mercado que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de recursos propios y disponibles - Análisis de expectativas y actitudes del público objetivo - Análisis del sector y del mercado de referencia - Índice de saturación del mercado - Análisis socioeconómico del mercado - Expectativas del mercado y ciclo de vida del producto - Análisis estratégico de la competencia - Investigación de mercados del producto - Determinación del mercado meta - Prototipo del producto.
Formular estudios técnicos mediante herramientas administrativas que permitan la determinación de factores tecnológicos especializados así como humanos para calcular los costos de operación	<p>Elabora un informe del estudio técnico que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proceso de producción -Descripción de: maquinaria y equipo de producción, mobiliario y equipo -Instalaciones y distribución de planta -Localización geográfica -Aprovisionamiento de insumos -Servicios auxiliares de la infraestructura -Dimensión de la producción -Integración del costo unitario de producción -Análisis del impacto ambiental - Determinación del requerimiento del personal operativo - Determinación de la capacidad instalada -Regulación legal

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	


Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Diseñar planes de negocios a través de los resultados obtenidos en los estudios mercadológicos, técnicos y financieros, empleando técnicas administrativas y de investigación para determinar su viabilidad</p>	<p>Presenta plan de negocio que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portada - Resumen ejecutivo - Índice - Introducción - Definición del negocio: descripción del negocio, ventajas competitivas, mercado objetivo y filosofía organizacional - Organización del negocio: marco legal, estructura organizacional y descripción de puestos - Estudio de mercado - Estudio técnico - Estudio financiero - Propuesta de estrategias de mercadotecnia - Cronograma de actividades

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

OPTATIVA II (FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA)

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Archundia Gutiérrez, Osvaldo	2012	<i>Elementos de Diseño Fotográfico</i>	Ciudad de México	México	Editorial Trillas ISBN: 9786071712820
Prakel, David	2014	<i>Iluminación</i>	Barcelona	España	Blume ISBN: 9788415317708
Prakel, David	2014	<i>Composición</i>	Barcelona	España	Blume ISBN: 9788415317692
Simmons, Mike	2015	<i>Cómo crear una fotografía</i>	Madrid	España	Editorial Gustavo Gili ISBN: 9788425228421
Stansfield, Andy	2016	<i>Entendiendo la Exposición</i>	Ciudad de México	México	Editorial Trillas: ISBN: 9786071725219

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	