

COLEGIO SIERRA MORENA I.E.D.

Programa de educación formal para Jóvenes y Adultos
Jornada Fin de Semana

GUIA DE DISEÑO Y ARTES CICLO V I CORTE

AÑO	2015	SEMESTRE	I
DOCENTE	CARLOS EDUARDO GALVIS RAMOS		
E - Mail	galedca@hotmail.com		

DATOS DEL ESTUDIANTE

NOMBRES Y APELLIDOS	
E-MAIL	GRUPO

LOGRO

Entiende la importancia del lenguaje en la comunicación de la empresa, y cómo influye en la toma de decisiones de los clientes.

PROPOSITOS

AFECTIVO Valora la importancia del lenguaje como forma de expresión de la empresa y sus productos o servicios utilizando los diferentes conceptos.

COGNITIVO: El estudiante expresa su saber como parte de un concepto básico aplicado a su propio lenguaje.

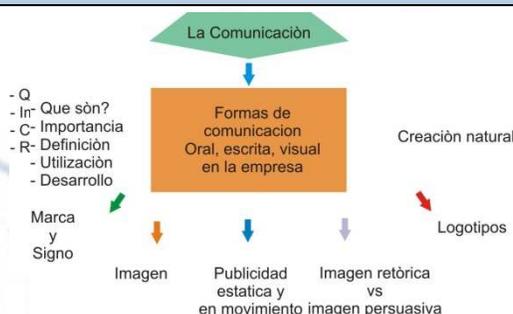
EXPRESIVO: Entiende la forma correcta de como a través de la composición de estos la empresa puede comunicar.

EJE TRANSVERSAL EMPRESARIAL

- Usa y cuida los recursos en forma permanente, gestionando la adquisición de aquellos no disponibles, haciendo uso racional de ellos.
- Aprovecha y controla eficazmente los recursos que tiene a su disposición, estableciendo prioridades de acuerdo a las necesidades individuales y como miembro de una comunidad.
- Muestra capacidad para identificar, ubicar, organizar, controlar y utilizar racional y eficientemente los recursos disponibles en la realización de proyectos y/o actividades.

TEMA I: LA COMUNICACIÓN COMO PRINCIPIO FUNDAMENTAL DE LA EMPRESA

Forma de Expresión y comunicación Oral, escrita y visual en la empresa



ACTIVIDAD DE INTRODUCCIÓN

Se les muestra a los estudiantes a través de imágenes de diferentes marcas la diferencia en isotipo, isologotipo y logotipo y como la representación de cada uno de ellos informa características particulares del producto o servicio.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se genera con los estudiantes una serie de preguntas que lo que buscan es identificar esos saberes previos, para empezar a partir de ahí las dinámicas a seguir en el desarrollo de los temas a tratar.

1. Sabe en qué época apare la primera forma de marca?
2. Cando y por qué se origina la necesidad de las marcas en el mundo?
3. Como interpreta las distintas marcas?
4. Que es lo que entiende por como imagen representativa de una marca en específico?

IDEAS PRINCIPALES

Se maneja una serie de conceptos breves para que el estudiante identifique y cree la relación entre estos conceptos y el desarrollo particular de cada uno de los temas tratados con su propio entorno.

1. Que ideas principales puede identificar en cada uno de los temas tratados?

ACTIVIDADES DE APLICACIÓN

I. TRABAJO INDIVIDUAL (COMPETENCIA INTERPRETATIVA)

*Competencia Interpretativa: Se explica a los estudiantes por medio de presentaciones interactivas las diferentes temáticas logrando el entendimiento o relación entre imagen y contenido creando así en el estudiante una mejor comprensión de los temas tratados.

1. Ejercicio práctico utilizando recortes de revistas, empaques de productos e imágenes de internet se establece la relación de imagen y producto.
2. Se trae un empaque de un producto y se identifica dentro de este el tipo de empaque, la etiqueta, el tipo de

COLEGIO SIERRA MORENA I.E.D.

Programa de educación formal para Jóvenes y Adultos
Jornada Fin de Semana

logotipo, imágenes dentro de la etiqueta, contenido o ingredientes y tabla nutricional si es el caso.

II. TRABAJO GRUPAL (COMPETENCIA ARGUMENTATIVA)

*Competencia argumentativa: Se busca a través de trabajos representativos, análisis de imágenes comparativas, trabajos grupales, evaluaciones grupales sustentadas) lograr esa mejor comprensión de los temas tratados buscando que el estudiante argumente con sus palabras lo comprendido en clase y como debe manejarse la relación de grupo.

III. TRABAJO EN CASA (COMPETENCIA PROPOSITIVA)

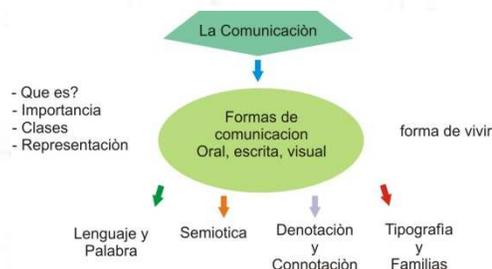
*Competencia propositiva: El manejo que el estudiante pueda tener frente a los conocimientos adquiridos y su puesta en práctica personal y laboral establecerá esa relación e interpretación que le da al socializar y cuestionarse sobre el desarrollo de su participación en su entorno.

1. Comparar las diferentes clases de logotipos, fuentes, empaques, slogan de un productos iguales de diferentes marcas.
2. Que particularidades encontraron comparando estas marcas y por que cree que se presentan.

REFERENCIAS

Bibliografía y web grafa

TEMA II: LA COMUNICACIÓN Forma de Expresión y comunicación Oral, escrita y visual



ACTIVIDAD DE INTRODUCCIÓN

Traer un empaque de un producto para analizar que imágenes y textos se encuentran en ella buscando encontrar las características representativas de cada uno de ellos.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

1. Que interpretación le puede dar a las imágenes observadas?
2. Qué relación tienen las imágenes observadas con el producto?
3. Qué diferencia existen entre la imagen observada y otros productos de iguales características?

IDEAS PRINCIPALES

ACTIVIDADES DE APLICACIÓN

I. TRABAJO INDIVIDUAL (COMPETENCIA INTERPRETATIVA)

*Competencia Interpretativa: Se explica a los estudiantes por medio de presentaciones interactivas las diferentes temáticas logrando el entendimiento o relación entre imagen y contenido creando así en el estudiante una mejor comprensión de los temas tratados.

1. Que signos encuentra en cada logotipo analizado, cual es su significado y significante, que interpretamos en las imágenes y que busca la empresa que interprete el cliente con estos signos.

II. TRABAJO GRUPAL (COMPETENCIA ARGUMENTATIVA)

*Competencia argumentativa: Se busca a través de trabajos (imágenes representativos, análisis de cuadros comparativos, trabajos grupales, evaluaciones grupales sustentadas) lograr esa mejor comprensión de los temas tratados buscando que el estudiante argumente con sus palabras lo comprendido en clase y como debe manejarse la relación de grupo.

1. Se les da a analizar en grupo como a través de la utilización de las diferentes tipos de logotipos y las características de estos generan la identificación de las características de cada producto o servicio.
2. Se identifica los diferentes signos empleados en las diferentes marcas, se busca su significado y se verifica con el significado dado por la empresa creadora de la marca.

III. TRABAJO EN CASA (COMPETENCIA PROPOSITIVA)

Competencia propositiva: El manejo que el estudiante pueda tener frente a los conocimientos adquiridos y su puesta en práctica personal y laboral establecerá esa relación e interpretación que le da al socializar y cuestionarse sobre el desarrollo de su participación en su entorno.

Se estudiara las características de 5 diferentes marcas que comercialicen un producto de iguales características o similares al que yo produciré.

REFERENCIAS

COLEGIO SIERRA MORENA I.E.D.

Programa de educación formal para Jóvenes y Adultos
Jornada Fin de Semana

GLOSARIO

Contenido de palabras desconocidas, construido por el alumno

EVALUACIÓN

PRUEBA POR COMPETENCIAS

AUTOEVALUACIÓN

Teniendo en cuenta su trabajo en clase y extra clase, su puntualidad, compromiso y responsabilidad dentro de la asignatura durante este primer corte, ¿qué nota cree que se merece de 00 a 100? ¿Por qué?

CO- EVALUACIÓN

En parejas los alumnos darán un concepto entre sí por escrito, sobre los trabajos, actividades, talleres, ejercicios, tareas, asistencia y comportamiento, entre otros; realizado por su compañero (a) y otros aspectos que vea el docente, pueden ser evaluados del proceso de aprendizaje.

HETERO-EVALUACIÓN

ACTIVIDAD	PORCENTAJE	DESEMPEÑO CUALITATIVO	DESEMPEÑO CUANTITATIVO
Trabajo asignatura: <ul style="list-style-type: none">• Trabajo en clase.• Trabajo escrito.	50		
Prueba por competencias	20		
Feria Empresarial	30		