

Curso: AP 4107 Taller Gráfico III Universidad de Costa Rica

Créditos: 6 Sede de Occidente

Requisitos: AP 3108 Departamento de Filosofía, Artes y Letras

Correquisitos: AP 4103 Sección de Artes Plásticas

IV nivel del énfasis en Diseño Gráfico Bachillerato y Licenciatura en Artes Plásticas

Modalidad: Semestral Profesor: MFA Julio Blanco-Bogantes

Grupo: 01 email: ucrso_cursos@yahoo.com

Horas contacto: 8 horas

Martes 8:00 - 11:50 a.m.

Jueves 8:00 - 11:50 p.m.

Horas extra clase: 18 horas

I Semestre 2008

I Ciclo Lectivo 2008

Justificación y Descripción La práctica del diseño gráfico contemporáneo incluye conocer y reconocer las estructuras organizativas de contenido que sustentan y apoyan sus propuestas y soluciones de comunicación visual así como manejar y administrar los procesos en que se desarrolla su práctica.

El taller se presenta así como un espacio teórico práctico, el mismo implica horas de investigación y trabajo extra clase para lograr el desarrollo y completitud de los proyectos de Imagen Visual Corporativa y Diseño de la Información para el entorno/contexto, desde su concepción hasta la producción y presentación final.

Este taller se concibe entonces como uno integral que apoya la generación de procesos de aprendizaje teórico prácticos con carácter proyectual en los cuales los estudiantes podrán generar, revisar y aplicar conocimientos adquiridos en el manejo creativo de la comunicación visual, el diseño gráfico, el desarrollo proyectual, la propuesta conceptual y metodológica.

Se llevarán a cabo tres proyectos relacionados a la Imagen Visual Corporativa y el Diseño de Información para el entorno/contexto desde lo creativo, lo comunicativo y lo propositivo. Cada proyecto acompañado de la investigación, justificación y conceptualización de la idea.

Los proyectos que desarrollarán los estudiantes les confrontarán a situaciones específicas de la práctica cotidiana del diseño gráfico proporcionando el intercambio y análisis de criterios y respuestas en la solución de los mismos dando preponderancia al proceso como acierto y fundamento en el desarrollo y obtención de conocimiento.

Objetivos Generales Introducir conceptos básicos, metodología y proceso para el manejo de contenido en la creación y desarrollo de la Imagen Visual Corporativa y del Diseño de la Información para el entorno/contexto.

Adquirir un manejo elemental-operativo de software utilizado para el desarrollo, producción creativa y salida electrónica de proyectos de diseño.

Objetivos Específicos Reconocer y aplicar las estructuras adecuadas para la comunicación efectiva de contenidos.

Identificar la función y concepto de la Imagen Visual Corporativa: Logo; Imagen Corporativa; Cultura Corporativa; Marca; Cultura de Marca.

Identificar la función y concepto del Diseño de la Información para el entorno/contexto: Diseño de la Información y el Espacio; Luz; Color; Escala.

Implementar y aplicar parámetros adecuados en el diseño de la Imagen Visual Corporativa y el Diseño de la Información para el entorno/contexto.

Explorar las posibilidades comunicativas y creativas del diseño gráfico aplicado a proyectos de Imagen Visual Corporativa y del Diseño de la Información para el entorno/contexto.

Metodología La modalidad de este taller es semestral con carácter integral (teórico-práctico), segmentado en 32 sesiones comprendidas en 16 semanas con evaluaciones inclusive, cubriendo distintas áreas no excluyentes del diseño gráfico a partir de los proyectos asignados.

El taller propiciará la pro-actividad del estudiante quien será en su totalidad responsable de los contenidos y la conclusión satisfactoria de sus proyectos, estimulando la valoración del proceso mediante la discusión individual y abierta de las experiencias generadas durante la complitud de los mismos.

El taller se desarrollará bajo la combinatoria de trabajo de laboratorio y el trabajo de clase que asignará proyectos teórico-prácticos que generen la conceptualización, organización e identificación de los elementos y condiciones básicas requeridas para el desarrollo, diseño y producción del proyecto.

La participación activa y responsable del estudiante en las tareas, seguimiento y desarrollo de sus proyectos será fundamental en el proceso de aprendizaje y complitud de los objetivos planteados por el taller.

Además del trabajo en clase el estudiante deberá asignar 18 horas para trabajo extra clase y aportar experiencias producto de los programas de las clases pre-requisito.

Ejercicios Lecturas.
 Ponencias.
 Proyecto 01 Modos Expresivos de Language Visual.
 Proyecto 02 Imagen Visual Corporativa.
 Proyecto 03 Diseño de la Información para el entorno/contexto.
 Ejercicios complementarios.

Ejes Temáticos Proyecto 01 Concepto y función del Lenguaje Visual como solución de comunicación.
 Proyecto 02 Concepto y función del Logo, la Marca y la Imagen Corporativa.
 Proyecto 03 Diseño de la Información y el Espacio.

Cronograma	II Semestre		
1ª Semana	04 Marzo	Presentación del Taller.	
2ª Semana	11	Proyecto 01.	
3ª Semana	18	Proyecto 01. Semana Santa.	
4ª Semana	25	Proyecto 01.	
5ª Semana	01 Abril	Proyecto 01.	
6ª Semana	08	Proyecto 01. Evaluación.	
7ª Semana	15	Proyecto 02.	
8ª Semana	22	Proyecto 02.	
9ª Semana	29	Proyecto 02.	
10ª Semana	06 Mayo	Proyecto 02.	
11ª Semana	13	Proyecto 02. Evaluación.	
12ª Semana	20	Proyecto 03.	
13ª Semana	27	Proyecto 03.	
14ª Semana	03 Junio	Proyecto 03.	
15ª Semana	10	Proyecto 03.	
16ª Semana	17	Proyecto 03. Evaluación.	

Evaluación Los aspectos a evaluar serán: la base teórica, el proceso, la técnica, la propuesta y el montaje. El aprovechamiento del taller se desglosa así:

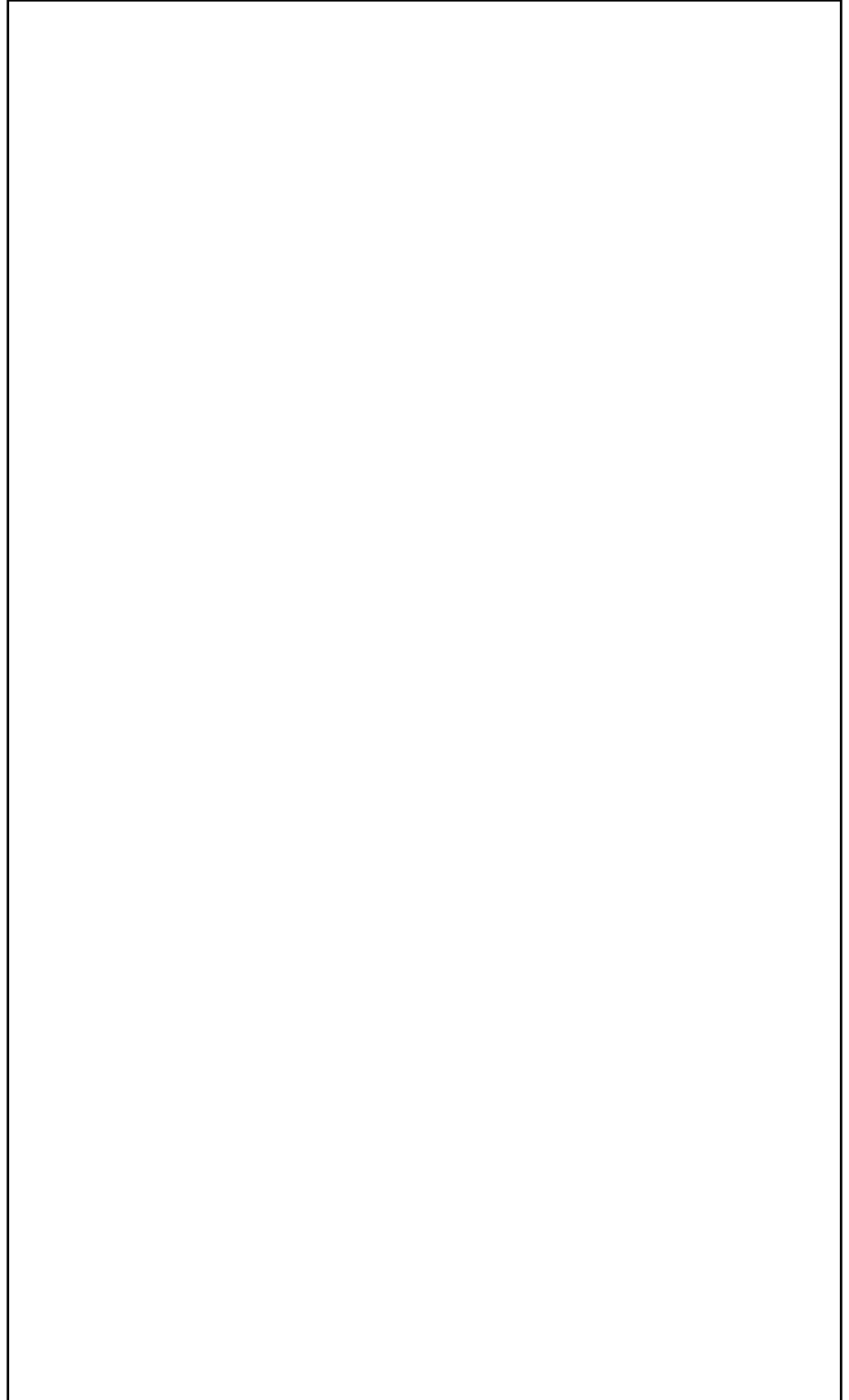
Aprovechamiento, Seguimiento y Trabajo Extra Clase	15%
Ponencias e Informes finales	10%
Proyecto 01	25%
Proyecto 02	25%
Proyecto 03	25%

No se aceptarán trabajos para ser evaluados cuyo proceso no haya sido conocido en el desarrollo del taller.

Materiales y Equipo Bitácora de proceso creativo y desarrollo proyectual.
 Materiales para ilustración; Impresiones a color; CD-Roms.
 Los materiales y/o contenidos necesarios para el desarrollo y cumplimiento de los proyectos serán definidos por cada estudiante según la temática seleccionada y objetivos. Estos serán necesarios según cada ejercicio.
 El hardware y software básico será accedido en el Laboratorio, para uso individual extra clase será responsabilidad de cada estudiante.

- Bibliografía** Costa Joan. La Esquemática. Ed. Paidós. Barcelona. 1998.
- Chaves Norberto. La Imagen Corporativa. Ed. G.G. Barcelona. 2001.
- Frascara Jorge. Diseño Gráfico y Comunicación. Ed. Infinito. Argentina. 1994.
- Frutiger Adrian. Signos, Símbolos, Marcas, Señales. Ed. G.G. Barcelona. 2002.
- Itten Johannes. El Arte del Color. Ed. Noriega. México. 2002.
- Lidwell W. et All. Principios Universales de Diseño. Ed. Blume. Barcelona. 2005.
- Mijksenaar Paul. Diseño de la información. Ed. G.G. México. 2001.
- Munari Bruno. ¿Cómo nacen los objetos? Ed. G.G. Barcelona. 2002.

Apuntes

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for students to take notes during the lecture.