



PROGRAMA DEL CURSO: AP7112 TALLER GRÁFICO III • Ciclo Lectivo I/2014

Grupo: 01 • Créditos: 3 Requisitos: AP 7106 Correquisitos: AP 7111

Horas contacto: 6 horas Martes, 8:30 a 12:00 pm Viernes, 8:30 p.m. a 12 :00 pm

Horas extra clase: 6 horas Tutoría: Jueves 1:30 am a 5:00 pm

Profesor(a): MFA Carolina Parra Thompson email: cpoccidente@gmail.com

Justificación y Descripción: El taller se presenta como un espacio teórico práctico, que implica horas de investigación y trabajo extra clase para desarrollar en proyectos de Imagen Visual Corporativa y Diseño de la Información para el entorno/contexto. Este taller se entiende como una unidad integral que apoya la generación de procesos de aprendizaje con carácter proyectual en los cuales los estudiantes podrán generar, revisar y aplicar conocimientos adquiridos en el manejo creativo de la comunicación visual desde su concepción hasta la producción y presentación final. 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 irá acompañado de conceptualización de la idea. Los proyectos que desarrollarán los estudiantes les confrontarán a situaciones específicas de la práctica cotidiana del diseño gráfico. El curso contemplará sesiones grupales donde profesor(a) y alumno(a)s podrán intercambiar ideas y analizar contenidos del diseño procurando la formación de criterio en el estudiante en la solución e implementación de diseño.

Objetivo General

Introducir conceptos básicos, en la creación y desarrollo de la Imagen Visual Corporativa y del Diseño de la Información para el entorno/contexto.

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 libro de marca.

Metodología: La modalidad de este taller es (teórico-práctico), segmentado en 32 sesiones comprendidas en 16 semanas. El taller se desarrolla bajo con trabajo paralelo de laboratorio y trabajo en clase. Además del trabajo en clase y participación en las críticas el estudiante deberá asignar 18 horas para trabajo extra clase para la ejecución de los proyectos asignados para este curso.

CRONOGRAMA AP-7112 TALLER GRÁFICO III ICICLO -2014

SEMANA 1 Marzo 11	Discusión programa y actividades del taller Corto Logorama Discusión Marca País Discusión Proyecto cliente comentario
--------------------------	--

SEMANA 1 Marzo 14	FID 4 - 2014 COSTA RICA Investigación Proyecto cliente
SEMANA 2 Marzo 18	Identidad corporativa e imagen gráfica Revisión Proyecto Corto Marca País Presentación Proyecto cliente
SEMANA 2 Marzo 21	Arte Final Proyecto Corto Marca País Proyecto cliente lluvia de ideas Bocetos discusión trabajo en clase Crear formatos de entrevista
SEMANA 3 Marzo 25	Revisión General
SEMANA 3 Marzo 28	Gira - Visita Cliente Entrevistas
SEMANA 4 Abril 1	Sistematización de datos Definición de grupos de trabajo
SEMANA 4 Abril 4	Proceso creativo Proyecto cliente
SEMANA 5 Abril 8	Proceso creativo Proyecto cliente Asignación Proyecto Personal
SEMANA 5 Abril 11	FERIADO
SEMANA 6 Abril 15 Abril 18	SEMANA SANTA
SEMANA 7 Abril 22 Abril 25	Revisión General SEMANA UNIVERSITARIA
SEMANA 8 Abril 29	Revisión informe escrito, proceso bocetos asignación Proyecto Personal
SEMANA 8 Mayo 2	Preproducción Imagen Grafica Proyecto cliente
SEMANA 9 Mayo 6	Preproducción Imagen Grafica Proyecto cliente
	Preproducción Imagen Grafica Proyecto cliente

SEMANA 9 Mayo 9	
SEMANA 10 Mayo 13	Preproducción Imagen Grafica Proyecto cliente
SEMANA 10 Mayo 16	EVALUACIÓN: Imagen Gráfica Proyecto cliente Fase 1 Proyecto Personal
SEMANA 11 Mayo 20	Gira – Validación Visita Cliente
SEMANA 11 Mayo 23	Diseño de Campaña Proyecto cliente

SEMANA 12 Mayo 27	Diseño de Campaña Proyecto cliente
SEMANA 12 Mayo 30	Diseño de Campaña Proyecto cliente
SEMANA 13 Junio 3	Diseño de Campaña Proyecto cliente
SEMANA 13 Junio 6	Diseño de Campaña Proyecto cliente
SEMANA 14 Junio 10	Diseño de Campaña Proyecto cliente
SEMANA 14 Junio 13	Campaña Proyecto cliente
SEMANA 15 Junio 17	Implementación Campaña Proyecto cliente
SEMANA 15 Junio 20	Implementación Campaña Proyecto cliente
SEMANA 16 Junio 24	Implementación Campaña Proyecto cliente
SEMANA 16 Junio 27	Revisión
SEMANA 17 Julio 1	Revisión

SEMANA 17 Julio 4	Revisión
SEMANA 18 Julio 8	EVALUACIÓN: Campaña Proyecto cliente Fase 2
SEMANA 18 Julio 11	EVALUACIÓN

Evaluación

- **Proyectos cortos 15 %**
- **Asignación personal 25%:** bitácora proceso informe resultado
- **Proyecto cliente primera fase 35% :** bitácora proceso documentación ejecución trabajo colaborativo.
- **Proyecto cliente segunda fase 25% :** bitácora proceso-ejecución – trabajo colaborativo –validación-memoria final.

Bibliografía

- Costa Joan. La Esquemática. Ed. Paidos. 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.