

**Ciudad Universitaria Carlos Monge Alfaro**  
**Sección de Artes Plásticas**  
**CURSO AP-8001 Taller especializado I**

**Periodo I-2017**

Créditos: 8

Requisitos: AP-7016

Profesores:

Mag. Laura Saborío Taylor, [saborio.laura@gmail.com](mailto:saborio.laura@gmail.com)

Mag. Carolina Parra Thompson, [cpoccidente@gmail.com](mailto:cpoccidente@gmail.com)

Dr. Henry O. Vargas Benavides, [henry.vargas@ucr.ac.cr](mailto:henry.vargas@ucr.ac.cr)

Horario:

Lunes de 8:00 a.m. a 11:50 a.m. con Henry Vargas

Miércoles de 8:00 a.m. a 11:50 a.m. con Laura Saborío

Viernes de 8:00 a.m. a 11:50 a.m. con Carolina Parra

Atención a estudiantes (Oficina SAP). Coordinar con cada profesor.

**Descripción del curso**

Este curso taller intensivo permite orientar a los estudiantes en aspectos metodológicos sobre sus proyectos finales de graduación. Por tanto, el taller especializado se centra en la producción e investigación de los seminarios o proyectos de graduación a través de cada uno de los temas debidamente aprobados por la Comisión de Trabajos Finales de Graduación.

El taller especializado I y II abarca los dos semestres con el fin de que los estudiantes ahonden en aspectos más complejos que analizaron a lo largo de su formación académica y los implementen directamente a cada uno de sus proyectos o seminarios de graduación.

**Objetivo general**

Desarrollar temáticas basadas en los objetivos de estudio de los proyectos de graduación escogidos por los estudiantes de los estudiantes de quinto año de la Carrera de Diseño Gráfico con el fin de aplicar sus conocimientos a los proyectos y seminarios de graduación a los que pertenecen.

**Objetivos específicos**

1. Ahondar en aspectos sobre la imagen de marca y aplicarlo al diseño integral de las propuestas a investigar.
2. Emplear modelos de diseño editorial en los planes de cada TFG que beneficien las exigencias de los usuarios o clientes.
3. Aplicar la producción audiovisual con el fin de contar con medios novedosos de la mano con la desarrollo de modelos acordes a las necesidades de proyectos.

## Contenido

Los cambios tecnológicos deben ir de la mano con la relación diseñador con el cliente. La primera parte del taller se orientará a investigar las bases en cuanto al público meta y el propósito de cada una de sus propuestas. A continuación se propone el desarrollo de tres grandes áreas: diseño de marca, diseño editorial y producción audiovisual. Durante el taller se realizarán visitas guiadas y charlas con especialistas referentes a los contenidos del curso, que se programa con antelación.

### **I. Diseño de marca**

conceptualización identidad de marca

misión-visión

Anteproyecto

Diseño adaptativo

Libro de marca

Branding

Diseño del espacio

### **II. Diseño editorial**

Tipografía

Ilustración

Imagen de marca

Retícula

Diseño del espacio

### **III. Producción audiovisual**

Guión

Redes sociales

Web

Stopmotion

App

Técnicas de presentación de un concepto

**Cronograma**

Semana	Fecha	Asistencia	Módulo Temático	Actividades
1	13-Mar	<b>TODOS</b>		Lectura del programa y cronograma de actividades
1	15-Mar	Grupo Laura	<b>Investigación metodológica (IM)</b>	Trabajo en cada propuesta de proyecto o seminario de graduación con su director.
1	17-Mar	Grupo Carolina	IM	
2	20-Mar	Grupo Henry	IM	
2	22-Mar	Grupo Laura	IM	
2	24-Mar	Grupo Carolina	IM	
3	27-Mar	Grupo Henry	IM	
3	29-Mar	Grupo Laura	IM	
3	31-Mar	Grupo Carolina	IM	
4	3-Apr	Grupo Henry	IM	
4	5-Apr	Grupo Laura	IM	
4	7-Apr		<b>FERIADO</b>	<b>Traslado feriado 11 abril</b>
5	10-Apr		<b>FERIADO</b>	<b>Semana Santa</b>
5	12-Apr		<b>FERIADO</b>	<b>Semana Santa</b>
5	14-Apr		<b>FERIADO</b>	<b>Semana Santa</b>
6	17-Apr	Grupo Henry		
6	19-Apr	Grupo Laura		
6	21-Apr	<b>TODOS</b>	<b>Diseño de Marca (DM)</b>	Conceptualización identidad de marca
7	24-Apr	Grupo Henry		
7	26-Apr	Grupo Laura		
7	28-Apr	<b>TODOS</b>	DM	Anteproyecto
8	1-May	Grupo Henry	<b>FERIADO</b>	<b>Día del Trabajador</b>
8	3-May	Grupo Laura		
8	5-May	<b>TODOS</b>	DM	Libro de marca y branding
9	8-May	Grupo Henry		
9	10-May	Grupo Laura		
9	12-May	<b>TODOS</b>	DM	Diseño adaptativo y del espacio
10	15-May	<b>TODOS</b>	<b>Diseño de Marca</b>	Tipografía y el diseño editorial

			(DM) y Diseño Editorial (DE)	
10	17-May	Grupo Laura		
10	19-May	<b>TODOS</b>		<b>Evaluación Módulo 1</b>
11	22-May	<b>TODOS</b>	DE	Ilustración editorial
11	24-May	Grupo Laura		
11	26-May	Grupo Carolina		
12	29-May	<b>TODOS</b>	DE	Imagen de marca y deconstrucción de la retícula
12	31-May	Grupo Laura		
12	2-Jun	Grupo Carolina		
13	5-Jun	<b>TODOS</b>	DE	Diseño del espacio
13	7-Jun	Grupo Laura		
13	9-Jun	Grupo Carolina		
14	12-Jun	<b>TODOS</b>		<b>Evaluación Módulo 2</b>
14	14-Jun	<b>TODOS</b>	<b>Diseño Editorial (DE) y Producción Audiovisual (PA)</b>	Introducción a la producción audiovisual. Guión
14	16-Jun	Grupo Carolina		
15	19-Jun	Grupo Henry		
15	21-Jun	<b>TODOS</b>	PA	Administración de las redes sociales y diseño web
15	23-Jun	Grupo Carolina		
16	26-Jun	Grupo Henry		
16	28-Jun	<b>TODOS</b>	PA	Diseño de apps para dispositivos móviles y animación 2D
16	30-Jun	Grupo Carolina		
17	3-Jul	Grupo Henry		
17	5-Jul	<b>TODOS</b>	PA	<b>Evaluación Módulo 3</b>
17	7-Jul	Grupo Carolina		
18	10-Jul	Grupo Henry		
18	12-Jul	Grupo Laura		
18	14-Jul	<b>TODOS</b>	<b>Evaluación Final</b>	

## Metodología

El taller será un elemento dinámico en donde se combina el conocimiento adquirido por los estudiantes durante su proceso formativo. A la vez requiere del análisis de herramientas metodológicas que luego se emplearán en el desarrollo de cada uno de los tres módulos.

Al final de cada fase, los estudiantes realizan exposiciones verbales orales que les facilitará concretar sus propuesta ante la clase, los profesores y la preparación ante para la defensa ante sus clientes y por último ante el tribunal examinador del TFG o bien su defensa pública final.

## Evaluación

Cada profesor evaluará el desarrollo de productos y las metodologías proyectuales específicas en sus módulos.

Módulo 1: 20 %
Módulo 2: 20 %
Módulo 3: 20 %
Aprovechamiento: 10 %
Propuesta conceptual: 30 %
<b>Total 100 %</b>

## Bibliografía

- Ambrose, G.; Harris, P.; Guiu Navarro, S. (c2010). *Diccionario visual de preimpresión y producción*. Barcelona, España : Index Books, S.L.
- Baines y Haslam. (2002) *Tipografía: función, forma y diseño*. 1. Edición. México. Ed G.G.
- Blackwell, Lewis. (2004) *Tipografía del siglo XX*. 1. Edición. Barcelona. Ed. G.G.
- Chaves Norberto (2001). *La Imagen Corporativa*. Barcelona: Ed. G.G..
- Costa Joan (1998). *La Esquemática*. Barcelona: Ed. Paidos.
- Dabbs, A.; Campbell, A. (c2005). *Biblia del diseñador digital: la guía definitiva para la optimización del trabajo de diseñadores gráficos y de páginas web*. Köln : Taschen.
- Dabner, D. (2005). *Diseño, maquetación y composición: comprensión y aplicación*. 1. edición. Barcelona: Blume.
- E. England; A. Finney.(1999). *Managing Multimedia. Project Management for Interactive Media*. Essex: Addison-Wesley
- Fawcett-Tang, R.; Faraudo Gener, X. (2007). *Acabados de impresión y edición de folletos y catálogos*. 1. edición. Barcelona: Promopress.
- Frascara Jorgen (1994). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Argentina: Ed. Infinito.
- Frutiger Adrian (2002). *Signos, Símbolos, Marcas, Señales*. Barcelona: Ed. G.G.
- Gómez Palacio, B.; Vit, A.; Foz Casals, M. (2011). *Guía completa del diseño gráfico: compendio visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico*. 1. edición. Barcelona, España: PAD.
- Gordon, B. ; Gordon, M. ; Jiménez, D. (c2007). *Manual de diseño gráfico digital*. Barcelona: GG.

- Graver, A. ; Jura, B. (c2012). *Best practices for graphic designers : grids and page layouts : an essential guideline for understanding & applying page design principles*. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers.
- Itten Johannes (2002). *El Arte del Color*. Ed. México: Noriega.
- Lidwell W. et All (2005). *Principios Universales de Diseño*. Barcelona: Ed. Blume.
- Mijksenaar Paul (2001). *Diseño de la información*. México: Ed. G.G.
- Munari Bruno (2002). *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Ed. G.G.
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. 1. edición. Barcelona: Ed. GG.
- Sesma, Manuel. (2004). *Tipografismo*. 1. Edición. Buenos Aires. Ed. Paidós
- Sexe, N. (2001). *Diseño.com*. 1. Edición. (Estudios de comunicación). Buenos Aires: Paidós