



CARRERA:	110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.
DOCUMENTO:	Propuesta programática para el curso AP8001.
CURSO:	AP8001 Taller Especializado I.
GRUPO:	01.
MODALIDAD:	Semestral.
REQUISITO:	AP7116 Diseño Interactivo.
CREDITOS:	08 créditos.
NIVEL:	IX Nivel. Quinto Año. Ciclo Especializado.
HORARIO DE CLASE:	Lunes 8 a 11:50 am Profesor Julio Blanco (JB). Miércoles 8 a 11:50 am Profesora Laura Saborío (LS). Viernes 8 a 11:50 am Profesor Henry Vargas (HV).
HORAS CONTACTO:	12 horas presenciales.
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	Cuanto menos 06 horas semanales.
HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO:	JB K y J 8 a 9 Con cita. SAP/Biblioteca.
CICLO LECTIVO:	I Semestre I Ciclo Lectivo 2019.
PROFESORES:	Magister Julio Blanco-Bogantes Magister, Laura Saborío Taylor Dr. Henry Vargas Benavides
Correos:	julio.blancobogantes@ucr.ac.cr laura.saborio_t@ucr.ac.cr henry.vargas@ucr.ac.cr

Descripción del curso

Este curso-taller 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 implementan 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 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 el diseño gráfico al diseño del espacio de la mano con le 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: identidad visual e imagen coordinada, diseño editorial y aplicación del diseño gráfico al diseño del espacio. Durante el taller se realizarán visitas guiadas y charlas con especialistas referentes a los contenidos del curso, que se programa con antelación.

a. Módulo I. Identidad Visual e Imagen Visual Coordinada

La “Colección” como eje transversal en la identidad visual (unidad-diversidad)

Conceptualización y desarrollo de la imagen visual coordinada (identidad-sistematización-consistencia)

Programación, organización y adaptabilidad de la identidad visual e imagen coordinada en una colección (marca, colaterales, insumos, interfases, espacios)

b. Módulo II. Diseño editorial

Definición de las tipografías adecuadas a las propuestas

Concepto y desarrollo de las ilustraciones

Implementación de la imagen de marca

Tipos de retícula y adecuación al concepto de diagramación



Diseño de ambientes y adaptabilidad reticular

c. Módulo III. Diseño del espacio

Cronograma

Semana 01	Marzo 11 - 16	Presentación y lectura del Programa de Curso. Módulo I: Identidad Visual. Lunes 8:00-11:50. Dirección. Presentación.
Semana 02	Marzo 18 - 23	Módulo I: Identidad Visual. Lunes 8:00-11:50. Dirección. Proceso.
Semana 03	Marzo 25 - 30	Módulo I: Identidad Visual. Lunes 8:00-11:50. Dirección. Proceso.
Semana 04	Abril 01 - 06	Módulo I: Identidad Visual. Lunes 8:00-11:50. Dirección. Proceso.
Semana 05	Abril 08 - 13	Módulo I: Identidad Visual. Lunes 8:00-11:50. Dirección. Evaluación.
Semana 06	Abril 15 - 20	<i>Semana Santa</i>
Semana 07	Abril 22 - 27	<i>Semana Universitaria</i>
Semana 08	Abril 29 - Mayo 04	Módulo II: Diseño Editorial.
Semana 09	Mayo 06 - 11	Módulo II: Diseño Editorial.
Semana 10	Mayo 13 - 18	Módulo II: Diseño Editorial.
Semana 11	Mayo 20 - 25	Módulo II: Diseño Editorial.
Semana 12	Mayo 27 - Junio 01	Módulo II: Diseño Editorial.
Semana 13	Junio 03 - 08	Módulo III: Diseño del Espacio.
Semana 14	Junio 10 - 15	Módulo III: Diseño del Espacio.
Semana 15	Junio 17 - 22	Módulo III: Diseño del Espacio.



Semana 16	Junio 24 - 29	Módulo III: Diseño del Espacio.
Semana 17	Julio 01 - 06	Módulo III: Diseño del Espacio.
Semana 18	Julio 08 - 13	Ampliación.

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 se emplearán en el desarrollo de cada uno de los tres módulos.

Al final de cada fase, los estudiantes realizan exposiciones 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.

Es responsabilidad del estudiantado hacer llegar sus tareas o proyectos en fecha y hora de entrega al profesor, de lo contrario tendrá una nota de cero "0".

Sin excepción NO se aceptarán resultados para ser evaluados cuyo proceso no haya sido elaborado, presentado, conocido, revisado y corregido por el profesor durante el desarrollo del Módulo.

El estudiantado debe saber que, según el reglamento de orden y disciplina de los estudiantes de la Universidad de Costa Rica, existen faltas y sanciones relacionadas con su comportamiento y con el cumplimiento de los rubros de evaluación de los cursos, siendo el plagio una falta muy grave, sancionada con la suspensión como estudiante regular por no menos de seis meses y hasta por seis años (www.cu.ucr/normativ/orden_y_disciplina.pdf)



Módulo I: 20 %
Módulo II: 20 %
Módulo III: 20 %
Aprovechamiento: 10 %
Propuesta conceptual: 30 %
Total 100 %

Módulo 1: Identidad Visual e Imagen Visual Coordinada 20%

Los aspectos formativos a valorar serán:

- i. Base teórica y documentación.
- ii. Proceso de Diseño.
- iii. Propuesta conceptual y coherencia visual.
- iv. Experimentación y Prototipado.
- v. Acabado y presentación.

Módulo 2: Diseño editorial 20%

Los aspectos formativos a valorar serán:

- i. Definición de las tipografías adecuadas a las propuestas
- ii. Concepto y desarrollo de las ilustraciones
- iii. Implementación de la imagen de marca
- iv. Tipos de retícula y adecuación al concepto de diagramación
- v. Diseño de ambientes y adaptabilidad reticular

Módulo 3: Diseño del espacio 20%

Los aspectos formativos a valorar serán:

- i. Espacio arquitectónico
- ii. Formas en el espacio
- iii. Diseño y percepción espacial
- iv. Materiales y métodos
- v. Puesta en escena

La evaluación se pactará con al menos una semana de anticipación.

El aprovechamiento cuantitativo de cada módulo se desglosa así:



Proceso de diseño y asimilación.	8%
Trabajo extra clase (Documentación y seguimiento)	6%
Propuesta visual final y presentación	6%
TOTAL	20%

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. Paidós.
- 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 Jorge (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
- Wucius, Wong, (2002). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: G. Gili.

Tesis:

Aguilar Paniagua, Fressy, (2018): *A través de la forma: un estudio visual del espacio arquitectónico* / Fressy Aguilar Paniagua ; [director del proyecto de graduación Pablo Bonilla Elizondo]. [San José, Costa Rica], 2018.