



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: Martes: 13 a 16:50 pm **M2** Julio Blanco (**10 de mayo**).
Miércoles: 8 a 11:50 am **M3** Laura Saborío (**15 de junio**).
Jueves: 13:30 a 16:50 pm **M1** Henry Vargas (**31 de marzo**).
HORAS CONTACTO: 12 horas presenciales.
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE: Cuanto menos 06 horas semanales.
HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO:
JBB: Jueves 8:00 a.m. a 11:50 a.m.
HVB: Lunes de 10:00 a.m. a 11:50 a.m.
LST: Jueves de 8:00 a.m. a 11:50 a.m.
CICLO LECTIVO: I Semestre I Ciclo Lectivo 2022.
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

En atención y seguimiento de las medidas institucionales-país con motivo del COVID-19, el curso AP8001 durante el I ciclo lectivo 2022 se gestionará con Alta Virtualidad.



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.

Como complemento del curso se utilizará mediación virtual en modalidad alto virtual. Se utilizará la plataforma institucional Mediación Virtual para colocar documentos, videos, enlaces y otros materiales del curso. Además, se usará para realizar tareas, exámenes, foros y otras evaluaciones.

Objetivo general

Desarrollar temáticas basadas en los objetivos de estudio de los trabajos finales 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. Aplicar el diseño gráfico a diversos proyectos creativos y experimentales, acordes a las necesidades de cada proyecto o seminario.
2. Ahondar en aspectos sobre la imagen de marca y aplicarlo al diseño integral de las propuestas a investigar.
3. Emplear modelos de comunicación en los planes de cada TFG que benefician las exigencias de los usuarios o clientes.



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. Creando íconos: procesos creativos y experimentales

- A. Identificando a un cliente por medio de íconos (b/n).
- B. Identificando paletas de color con el cliente.
- C. Texturas y degradados (volumen).
- D. Ejercicios entre íconos y tipografías.

b. Módulo II. Identidad Visual e Imagen Visual Coordinada

- La "Identidad Visual" como eje transversal de la imagen visual coordinada (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 un programa/sistema visual (marca, colaterales, insumos, interfases, espacios).

c. Módulo III. Productos gráficos

- Conceptualización y adaptación de producto impreso y digital
- Estrategias de comunicación digital, multimedia, redes sociales, web.
- Productos digitales (Realidad aumentada, QR, Podcasts)

Cronograma

Semana 01	28 de marzo - 01 de abril	Lectura y discusión de la propuesta programática y actividades del Taller Especializado I AP8000
Semana 02 Presencial	04 al 08 de abril	Módulo I - J 13:20 - 16:50 pm HVB



Semana 03	11 al 15 de abril	Semana Santa
Semana 04	18 al 22 de abril	Módulo I - J 13:20 - 16:50 pm HVB
Semana 05	25 al 29 de abril	Semana Universitaria
Semana 06 Presencial	02 al 06 de mayo	Módulo I - J 13:20 - 16:50 pm HVB (Evaluación del módulo)
Semana 07	09 al 13 de mayo	Módulo II – K 13:00 – 16:50 pm JBB
Semana 08	16 al 20 de mayo	Módulo II – K 13:00 – 16:50 pm JBB
Semana 09	23 al 27 de mayo	Módulo II – K 13:00 – 16:50 pm JBB
Semana 10	30 de mayo al 03 de junio	Módulo II – K 13:00 – 16:50 pm JBB
Semana 11	06 al 10 de junio	Módulo II – K 13:00 – 16:50 pm JBB (Evaluación del módulo)
Semana 12	13 al 17 de junio	Módulo III – M 8:00 – 11:50 am LST
Semana 13	20 al 24 de junio	Módulo III – M 8:00 – 11:50 am LST
Semana 14	27 de junio al 01 de julio	Módulo III – M 8:00 – 11:50 am LST
Semana 15	04 al 08 de julio	Módulo III – M 8:00 – 11:50 am LST
Semana 16	11 al 15 de julio	Módulo III – M 8:00 – 11:50 am LST
Semana 17 Presencial	18 al 22 de julio	Evaluación Final

Metodología

Este curso es alto virtual en su versión del I semestre 2022 se utilizará la plataforma institucional Mediación Virtual para colocar los documentos, presentaciones, vídeos del curso, u otros. Las clases asincrónicas se realizan por medio de tareas, exposiciones y las actividades sincrónicas por medio de la aplicación Zoom. Para las clases sincrónicas se compartirá con antelación la fecha y el enlace a utilizar, que permita al estudiante preparar su espacio físico y dispositivos necesarios. Las clases presenciales se especifican en el cronograma del curso.

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 propuestas 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.

La evaluación se pactará con al menos una semana de anticipación. Los aspectos formativos por valorar serán:

Módulo I:

- i. Identificando a un cliente por medio de íconos (b/n). 5 pts.
- ii. Identificando paletas de color con el cliente. 5 pts.
- iii. Texturas y degradados (volumen). 5 pts.
- iv. Ejercicios entre íconos y tipografías. 5 pts.

Módulo II:

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

Módulo III:

- i. Base teórica y definición de productos visuales
- ii. Objetivo y características de productos visuales
- iii. Concepto y desarrollo de estrategia creativa
- iv. Concepto y desarrollo de estrategia digital
- v. Acabado y presentación

- | | |
|----------------------|------------|
| • Módulo I: | 20% |
| • Módulo II: | 20% |
| • Módulo III: | 20% |



• Proyecto Final:	40%
- <i>Expresión/Presentación:</i>	10%
- <i>Prototipos Alfa:</i>	10%
- <i>Aprovechamiento:</i>	10%
- <i>Propuesta conceptual:</i>	10%
TOTAL	100%

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)

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.
- Heller, S., & Anderson, G. (2018). *El libro de ideas para el diseño gráfico: Inspiración de la mano de 50 maestros*. Barcelona: Blume.
- 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.
- Sockwell, F., Potts, E., & Heller, S. (2018). *Crear iconos: Diseñar símbolos visuales efectivos*.
- 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.