CARRERA: 110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.
DOCUMENTO: Propuesta programática para el curso AP8001.
CURSO: AP8001 Taller Especializado I. 01.
GRUPO: Semestral.
MODALIDAD: AP7116 Diseño Interactivo. 08
REQUISITO: créditos.
CREDITOS: IX Nivel. Quinto Año. Ciclo Especializado.
NIVEL: Martes: 8 a 11:50 am **M2** Julio Blanco Bogantes (**29 de abril**).
HORARIO DE CLASE: Miércoles: 8 a 11:50 am **M3** Laura Saborío Taylor (**03 de junio**).
Jueves: 13:30 a 16:50 pm **M1** Henry Vargas Benavides (**11 de marzo**).
HORAS CONTACTO: 12 horas presenciales.
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE: Cuanto menos 06 horas semanales.
HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO:
JBB: Jueves 1:00 p.m. a 3:00 p.m. Previa cita. Oficina SAP.
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 2024
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.

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 beneficien 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 para el proyecto final de graduación (unidad-diversidad)
- Conceptualización y desarrollo de la imagen visual coordinada para el proyecto final de graduación (identidad- sistematización-consistencia)
- Programación, organización adaptabilidad y gestión de la identidad visual e imagen coordinada en un programa/sistema visual para el proyecto final de graduación (marca, manual de 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	Marzo 11-16	**Inicia Módulo I HVV**
Semana 02	Marzo 18-23	Módulo I
Semana 03	*Marzo 25-30*	*Semana Santa*
Semana 04	Abril 01-06	Módulo I
Semana 05	Abril 15-20	Módulo I (*Lunes 15, asueto por el traslado del 11)****
Semana 06	Abril 22-27	Módulo I Evaluación

Semana 07	Abr 29 - May 04	**Inicia Módulo II JBB K- 8:00 a 11:50**
Semana 08	Mayo 06-11	Módulo II
Semana 09	Mayo 13-18	Módulo II
Semana 10	Mayo 20-25	Módulo II
Semana 11	May 27 - Jun 01	Módulo II - Evaluación
Semana 12	Junio 03-08	**Inicia Módulo III LST**
Semana 13	Junio 10-15	Módulo III
Semana 14	Junio 24-29	Módulo III
Semana 15	Julio 01-06	Módulo III
Semana 16	Julio 08-13	Módulo III - Evaluación

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 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%**

z

- **Proyecto Final:** **40%**
  - *Expresión/Presentación:* *10%*
  - *Prototipos Alfa:* *10%*
  - *Aprovechamiento:* *10%*
  - *Propuesta conceptual:* *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)

Según el Artículo 10 del Reglamento de la UCR en contra del Hostigamiento Sexual establece la **obligatoriedad de informar a la población estudiantil,** sobre la existencia del reglamento y los mecanismos de denuncia correspondientes. De acuerdo con la **Circular VD-11-2023** se informa e incentiva la apertura de espacios de diálogo en relación con la prevención y la erradicación de la violencia sexual en la academica y demás ámbitos de la convivencia social. Se adjunta el enlace a la normativa al respecto https://www.cu.ucr.ac.cr/normativ/hostigamiento_sexual.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 diseñño 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.