

Programa del Curso: AP 4108 Taller Gráfico IV

Requisitos: AP 4107 **Correquisitos:** AP 3104•**Requisitos:**

Grupo: 01• **Ciclo Lectivo II /2010**

Horas contacto: 8 horas **Lunes 1:30 – 5:00 pm y Jueves 9:00 p.m. -12:00 pm**

Créditos: 6 **Horas extra clase:** 18 horas

Horas atención estudiante: Jueves 1:30 pm a 5:00 pm

Profesor(a): MFA Carolina Parra Thompson

e-mail: cpoccidente@gmail.com

Justificación y Descripción

El taller se presenta como un espacio teórico práctico, que contempla horas de investigación y trabajo extra clase para desarrollar en proyectos de Imagen Visual Corporativa y Diseño de la Información para el entorno/contexto con aplicaciones para grafica editorial y material divulgativo

Este taller comprende de 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 su presentación final.

Se llevarán a cabo dos proyectos relacionados con la creación y diseño de Imagen gráfica-corporativa-coordinada y el diseño de Información para material de carácter editorial y divulgativo para el entorno/contexto desde lo creativo, lo comunicativo y lo propositivo. Cada proyecto irá acompañado de conceptualización de la idea y proceso de diseño.

Al final de este curso los estudiantes serán capaces de desarrollar proyectos relacionados con 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 un criterio sólido en el estudiante para la solución e implementación del diseño.

Objetivo General

Introducir conceptos básicos, en la creación y desarrollo de la Imagen gráfica-corporativa-coordinada y del diseño de la Información para el entorno/contexto para material editorial y divulgativo.

Objetivos Específicos

Reconocer y aplicar las estructuras de comunicación efectiva de contenidos a diseñar para una adecuada recepción del público meta .

Aplicar los fundamentos básicos que componen el concepto de la Imagen gráfica - 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, ecología del diseño.

Desarrollar proyectos donde se implementen los parámetros básicas que deben respetarse en la creación de imagen gráfica para proyectos de caracter editorial y divulgativo.

Metodología

La modalidad de este taller es (teórico-práctico), segmentado en 32 sesiones comprendidas en 16 semanas. El taller se desarrolla con trabajo paralelo de laboratorio y trabajo en clase.

Además del trabajo en clase y participación en las criticas el estudiante deber asignar 18 horas para trabajo extra clase para la ejecución de los proyectos asignados para este curso

Cronograma

| | |
|--------------------------|---|
| 2»S. 16,19/08 | Introducción explicación / tarea proyecto 1 |
| 3» S. 23,08-2/09 | Revisión, explicación / análisis de propuestas, de equipos de trabajo proyecto 2 |
| 4» S. 6, 9/09 | Presentación oral, lluvia de ideas, discusión y crítica grupal proyecto 1 |
| 5» S. 13,16/09 | PRE-revisión proyecto 1 recopilación de datos proyecto 2 |
| 6» S. 20,23/09 | Correcciones proyecto 1 recopilación de datos proyecto 2 |
| 7»S. 27, 30/09 | Trabajo en equipos proyecto 2 recopilación de datos proyecto 2 |
| 8» S.4,7/10 | Evaluación proyecto 1 recopilación de datos proyecto 2 |
| 9» S. 11,14/10 | Trabajo en equipos proyecto 2 Propuesta conceptual proyecto 2 |
| 10» S.18,21//10 | Trabajo en equipos proyecto 2 |
| 11» S. 25,28/10 | Trabajo en equipos proyecto 2 |
| 12» S. 1,4/ 11 | Presentación oral, discusión y crítica grupal proyecto 2 |
| 13» S. 8,11/11 | diseño prototipos proyecto 2 |
| 14» S. 15,18/11 | diseño prototipos proyecto 2 |
| 15»S, 22, 25/11 | diseño prototipos Ultima semana de clases proyecto 2 |
| 16» S. 29,11 2/12 | Evaluación segundo Proyecto |
| 17» S.6, 9/12 | |
| | |

Evaluación

Los aspectos a evaluar serán: la base teórica, el proceso más bitácora, la técnica, la propuesta de diseño y el montaje.

Proceso-Bitácora 20%

- Evolución y coherencia de diseño 10%
- Nivel de exploración de diseño 5%
- Criterio y análisis de propuestas 5%

Trabajo en clase, rendimiento10%

- puntualidad, disciplina de trabajo 5%
- participación asertiva discusiones en clase 5%

Informes finales y tareas 15%

- Asignaciones puntuales 7.5%
- informes escritos u orales 7.5 %

Proyecto 1

25% Implementación de imagen gráfica-imagen corporativa-coordinada

- Diseño de logotipo 10 %
- Papelería 7,5%
- Aplicaciones productos-diseño espacio interno/externo 7,5%

Proyecto 2

30%implementación de material divulgativo o editorial equipos de trabajo

Trabajo en equipo **7,5%** Unidad en la propuesta de diseño **15 %** Artes finales presentación **7,5%**

Nota: No se evaluarán trabajos cuyo proceso no haya sido revisado en el desarrollo del taller.

Ejes Temáticos

Proyecto 1 Concepto y función del Logo, la Marca y la Imagen Corporativa.

Diseño de la Información y el Espacio.

Proyecto 2 Método proyectual trabajo en equipo sistematización de la información

Bibliografía

- Costa Joan. La Esquemática. Ed. Paidós. 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.
- Ilustración de libros infantiles Martin Salisbury. Ed Acanto SA. Barcelona. 2005.