AP-7111 Diseño Gráfico III

PROGRAMA DE CURSO

CICLO LECTIVO:	I Ciclo - 2023
CARRERA:	110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.
GRUPO:	001.
MODALIDAD:	Semestral.
REQUISITO:	AP7106 Diseño Gráfico II y AP7112 Taller Gráfico II.
COREQUISITO:	AP7112 Taller Gráfico III.
CREDITOS:	03 créditos.
NIVEL:	VII Nivel. Cuarto Año.
HORARIO DE CLASE:	martes de 9:00 am a 11:50 am y viernes de 1:00 a 4:00 pm
HORAS CONTACTO:	03 horas presenciales.
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	03 horas semanales, cuanto menos.
HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO:	martes 1:00 pm a 3:00 pm
PROFESORADO:	Jessica Barrientos Ortega
EMAIL:	jessica.barrientos@ucr.ac.cr
NÚMERO CELULAR:	8873-9464

1. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso de carácter teórico-práctico se enfoca en el estudio de sistemas propios de la comunicación visual y a la creación de programas visuales de diseño por medio de la metodología proyectual.

Después de haber estudiado y practicado, en cursos anteriores, elementos fundamentales del Diseño Gráfico, se aborda ahora la concepción y producción de trabajos creativos y experimentales de carácter sistémico. La visión micro da paso a un concepto macro. El planeamiento y conceptualización del trabajo trasciende el enfoque unitario e individual, dando paso a un enfoque mayor, de conjunto.

La teoría de sistemas y el diseño de programas visuales gráficos son el punto de partida para trabajos de mayor envergadura y complejidad. Se desarrolla la capacidad de concebir la creación gráfica en forma coordinada, de modo que un producto final, compuesto de muchas partes, tenga unidad, fuerza y coherencia, como conjunto, a partir de sus interrelaciones, desarrollando propuestas de identidad integrales e inclusivas. El campo laboral del diseño gráfico y la comunicación visual, están llenos de semejantes retos.

Este curso ofrece el espacio para la experimentación, mediante proyectos creativos, que capacitan para el enfrentamiento de cualquier creación gráfica sistémica y coordinada idóneo.

Este curso ofrece un espacio para la profundización teórica del diseño de la comunicación visual, la realización de proyectos creativos experimentales y la búsqueda de soluciones conceptuales y técnicas en la consecución de mensajes asertivos según el contexto y la audiencia. Aborda los elementos de la gramática visual y sus relaciones en soluciones de diseño de comunicación visual sistémica y coordinada.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Estudiar la importancia y el comportamiento de los sistemas en la comunicación visual, aplicando adecuadamente el concepto de la coordinación en el diseño visual, diseñando sistemas de comunicación visual e investigando las posibilidades comunicativas de los sistemas visuales.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Distinguir las partes y el todo en sistemas de diseño visual.
2. Reconocer aciertos y desaciertos en sistemas de diseño visual.
3. Realizar sistemas de diseño utilizando recursos tipográficos, la imagen y el color.
4. Conseguir unidad en proyectos gráficos macro, de carácter coordinado.
5. Crear sistemas de diseño, bi- y tridimensionales.
6. Utilizar el color como recurso para la coordinación de sistemas visuales.
7. Desarrollar sistemas visuales para determinados contextos culturales.
8. Verificar la legibilidad de sistemas visuales.
9. Asumir la investigación y la experimentación como parte del trabajo creativo.
10. Concebir, proyectar y crear sistemas visuales creativos, con alto sentido de profesionalismo.

3. CONTENIDOS TEMÁTICOS

Desarrollo de los contenidos:

Eje Proyectual

- Diseño de programas visuales.
- El programa como método.
- Color y comunicación visual.
- Secuencias.
- Sistemas modulares.
- Administración del proceso de diseño.
- El diseño y la investigación.

- Análisis de datos.

Eje del Conocimiento

- Teoría general de sistemas.
- Estructura y caos en diseño visual.
- El principio de unidad en proyectos de naturaleza múltiple.
- Sistemas / lenguajes.
- Construcción de la legibilidad.
- Importancia de la continuidad visual.
- Secuencias gráficas.

Eje Tecnológico

- Manejo de instrumentos y medios análogos, digitales y mixtos

4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGÍA DIDÁCTICA

El presente curso combina lo teórico con lo práctico.

Rol del Facilitador:
El docente ira desarrollando los contenidos progresivamente a partir de un acercamiento a los aspectos fundamentales de cada tema.

Rol del Participante:
Los proyectos a realizar por el estudiantado se centran en el desarrollo de la imagen coordinada en el diseño gráfico y la comunicación visual con énfasis en la experimentación creativa como método para el desarrollo de aprendizajes. En estos proyectos el estudiantado investigará y aplicará diversos conceptos en la solución profesional de la problematización del diseño gráfico, la imagen coordinada y la comunicación visual. Los procesos de enseñanza y de aprendizaje son individualizados y grupales.

Las actividades y proyectos que se desarrollan están enmarcados en situaciones reales. Lo anterior implica la necesidad de que los estudiantes consideren, desde el principio, las variables del cliente, de los recursos con que se cuenta, de los medios de impresión o reproducción, el público meta y el contexto sociocultural.

Toda actividad se desarrolla sobre los principios proyectuales, con abordajes teóricos y con ejercicios técnicos. Los integrantes del Taller deben actuar como equipo, de modo que la discusión y el análisis objetivo, así como el intercambio de opiniones acerca del trabajo, juegan un papel determinante, fortaleciendo la solidaridad, la comunicación interpersonal y la capacidad de argumentar y sustentar ideas y acciones, capacidades fundamentales en la práctica profesional.

Como complemento del curso se utilizará la plataforma institucional Mediación Virtual para colocar: documentos, videos, presentaciones, asignaciones y otros recursos. Eventualmente se utilizarán medios de apoyo como WhatsApp y otros.

Nota: Las horas de trabajo en el laboratorio son exclusivas para los proyectos o tareas del Taller, el estudiante que use el tiempo, el equipo y el espacio del laboratorio para asuntos personales o ajenos al Taller se les descontará hasta un 10% del rubro de seguimiento.

CRITERIOS EVALUACIÓN

- Acertada concepción y aplicación del principio del sistema, trabajos seriados .
- El manejo correcto del color, la tipografía y la iconografía en secuencias visuales.
- El dominio del principio de coordinación en trabajos gráficos de naturaleza múltiple.
- La experimentación conceptual y técnica.
- La capacidad de producir diseños seriados genuinos, expresivos y estéticos.
- La actitud crítica y analítica ante el trabajo personal y el de los compañeros
- El cumplimiento de tareas y asignaciones

5. CRONOGRAMA

Semana	Fecha	Tema	Actividad
1	14 MARZO	- Presentación e inicio del curso. - Sistemas de comunicación visual/El lenguaje visual.	- Lectura y discusión del programa. - Presentación del tema - Introducción al Ejercicio 1: investigación
	17 MARZO	- Introducción Imagen Corporativa	- Inicio ejercicio 2: caligrama
2	21 MARZO	- Rediseño de marca - Branding corporativo	- Presentación del tema del día - Revisión de ejercicios
	24 MARZO		- Avanzar en ejercicio 1 y 2
3	28 MARZO		- Presentación de propuesta final de caligramas - Revisión de avance final de investigación
	31 MARZO	- Monogramas - Personalidad de marca - El brief	- Presentación de caligramas - Introducción proyecto 1: monograma - Elaboración de instrumento para entrevista
4	4 ABRIL	**Semana Santa**	
	7 ABRIL		

5	**11 ABRIL**	Investigación de marca	- Exposiciones de la investigación - Revisión de información capturada para monograma
	14 ABRIL		- Presentación del tema del día - Revisión de propuestas para monograma personal - Avances del proceso para monograma
6	**18 ABRIL**	- La gestión de marca	- Presentación del tema del día - Últimos ajustes al monograma personal
	21 ABRIL	- El brief	Evaluación de proyecto 1. Monograma personal - Introducción proyecto 2: diseño de identificador visual para cliente. T: Ver video explicativo/Diseñar herramientas para recopilación de datos. Brief
7	**25 ABRIL**	**Semana U**	Revisión de herramientas para formulación y estructuración de preguntas para recopilar información / T: Recolectar datos
	28 ABRIL		Lectura: Indicadores de calidad.
8	**2 MAYO**		- Entrevista(s) con cliente(s) - Elaboración del brief: datos recopilados, anotaciones visuales, etc
	5 MAYO	- Estrategia de marca. - Indicadores de calidad.	- Presentación del tema del día - Revisión de información del cliente - Exposición de Briefs
9	**9 MAYO**		- Exposición de conceptos y necesidades - Resultados de validación con cliente - Desarrollo bocetos
	12 MAYO		- Revisión y análisis de bocetos
10	**16 MAYO**	¿Cómo presentar una propuesta?	- Presentación del tema del día - Última revisión de bocetos
	19 MAYO	El libro de marca	- Presentación del tema del día - Desarrollo de aplicaciones (proyecto2) - Preparación de documento de lineamientos de uso (libro de marca, proyecto2)
11	**23 MAYO**		- Avances del proceso
	26 MAYO		- Avances del proceso
12	**30 MAYO**	- Introducción proyecto 3: Diseño de sistema de señalética.	- Asignación de grupos de trabajo (proyecto. 3) T: Preparación de presentación final proyecto 2
	2 JUNIO		- Evaluación proyecto 2. - T: Preparación de herramientas de recolección.

13	6 JUNIO	- Señalética	- Presentación del tema del día - Visita a instalaciones /Recolección de datos
	9 JUNIO		- Revisión de información. - Desarrollo bocetos
14	13 JUNIO		- Revisión de bocetos
	16 JUNIO		- Avances del proceso para proyecto 3
15	20 JUNIO		- Avances del proceso para proyecto 3
	23 JUNIO		- Avances del proceso para proyecto 3
16	27 JUNIO		- Avances del proceso para proyecto 3
	30 JUNIO		- Avances del proceso para proyecto 3
17	4 JULIO		- Avances del proceso para proyecto 3
	7 JULIO	**Evaluación proyecto 3. Diseño de sistema de señalética**	

6. VALORACIÓN Y APROVECHAMIENTO

Los aspectos formativos por valorar serán: la base teórica, la investigación, el proceso, la propuesta y la presentación. Aprovechamiento: en este rubro se tomará en cuenta la participación en clase, el seguimiento de trabajos tanto en la clase como fuera de ella con el cumplimiento de asignaciones, los aportes personales, el trabajo activo, la asimilación de contenidos, el interés, compromiso, la asistencia y la puntualidad. Las presentaciones finales serán periódicas y se pactarán con al menos una semana de anticipación. El aprovechamiento cuantitativo del curso se desglosa así:

RUBRO	VALOR %
Ejercicio 1: investigación de marca.	12%
Ejercicio 2: Caligramas	12%
Proyecto 1: Monograma Personal	16%
Proyecto 2: Diseño de identificador visual para cliente real	30%
Proyecto 3: Diseño de sistema de señalética	20%
Aprovechamiento (Asimilación-Proceso-Seguimiento-Puntualidad)	10%
TOTAL:	**100%**

7. NORMAS DEL CURSO

Ante la imposibilidad de incluir en el programa todos los aspectos que afecten el desarrollo y evaluación del mismo, se hace necesario aclarar que es responsabilidad del estudiante mantenerse informado sobre las indicaciones e instrucciones referentes a la presentación de proyectos y posibles cambios en temática, objetivos y actividades programadas en todo el desarrollo del curso.

En cada sesión se tomará lista y se debe firmar el control de asistencia.

No se recibirán proyectos para ser evaluados cuyo proceso no haya sido conocido en el contexto del curso.

Cuando un estudiante no asista personalmente a una clase para la presentación de proyectos y asignaciones, debe hacer llegar estos en la fecha y horas establecidas para su entrega.

Si un estudiante goza de un incapacidad médica o enfrenta una situación personal que amerite ser considerada, este debe comunicarlo al profesor con la mayor brevedad.

La presentación final de proyectos para su evaluación será anunciada y convenida con una semana de anticipación. A la hora de inicio de la evaluación los proyectos deberán estar debidamente montados, ordenados e identificados en el espacio correspondiente para montaje y evaluación. De no ser así la nota sera de cero “0”.

Durante el proceso de evaluación podrán ser invitados profesores del énfasis y áreas complementarias, su participación se basa en recomendaciones para mejorar el trabajo del estudiante y desarrollo del curso.

Ante la imposibilidad de incluir en el programa todos los aspectos que afecten el desarrollo y evaluación del mismo, se hace necesario aclarar que es responsabilidad del estudiantado mantenerse informado sobre las indicaciones e instrucciones referentes a la presentación de proyectos y posibles cambios en temática, objetivos y actividades programadas durante todo el desarrollo del curso.

En los talleres y laboratorios siempre se deben contemplar medidas de seguridad a la vez que portar los permisos correspondientes para uso de equipos, maquinarias, herramientas y químicos.

BIBLIOGRAFÍA

Aicher, Otl. Sistemas de Signos en la Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili, Barcelona,

Bertin, Jacques. Semiología gráfica. Walter de Gruyter. Berlín, 1974.

Braun, Gerhard.: Fundamentos de la Comunicación Visual. Bruckmann. München, 1993.

Capriotti, Paul. Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión Estratégica de la Identidad Corporativa. Colección Libros de Empresa. 2009.

Capriotti, Paul. La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada, El Ateneo, Barcelona,1992.

Chávez, Norberto: La Imagen Corporativa. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1996.

Costa, Joan: Imagen Global. Ediciones CEAC S.A. Barcelona, 1987.

De Jong, Cees: Manual de Imagen Corporativa. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1991.

Dondis, D.A.: La Sintaxis de la Imagen. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1988.

Favre, JP / November A.: Color and Comunication. ABC Editions Zürich, 1979.

Gerstner, Karl. Diseñar Programas. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1979.

Heller, Eva.: Cómo afectan los colores. Büchergild Gutenberg. Frankfurt a. M, 1993.

Jay Diamond; Ellen Diamond: Contemporary visual merchandising and environmental design. Pearson Education Ltd. New Jersey, 2004.

Moles, Abraham: Grafismo Funcional. CEAC, Enciclopedia del Diseño. Madrid, 1997.

Munari, Bruno.: Diseño y Comunicación Visual. Editorial Gustavo Gili.

Olins, Wally.: Corporate Identity-Estrategia y diseño. Campus V. Frankfurt, 1990.

Sims, Mitzi: Gráfica del Entorno. Editorial Gustavo Gili, S. A. Barcelona, 1991.

Stankowski A. / Duschek. K.: Comunicación Visual. D. Reimer Verlag. Berlín, 1990.

Wong. W.: Fund. de Diseño Bi-y Tridimensional. Ed. Gustavo Gili. Barcelona,