



CARRERA:	110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.
DOCUMENTO:	Propuesta programática para el curso AP7111.
CURSO:	AP7111 Diseño Gráfico III.
GRUPO:	01.
MODALIDAD:	Semestral.
REQUISITO:	AP7106 Diseño Gráfico II
COREQUISITO:	AP7112 Taller Gráfico III.
CREDITOS:	03 créditos.
NIVEL:	VII Nivel. Cuarto Año. Ciclo Profesional.
HORARIO DE CLASE:	Martes de 1:00 pm a 4:50 pm.
HORAS CONTACTO:	04 horas presenciales.
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	02 horas semanales, cuanto menos.
HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE:	Martes de 1:30 pm a 3:30 pm. Oficina SAP.
CICLO LECTIVO:	I Semestre I Ciclo Lectivo 2017.
PROFESOR:	Carolina Parra Thompson.
eMail:	cpoccidente@gmail.com

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 identitarias integrales e inclusivas.

El campo laboral del diseño gráfico y la comunicación visual, están lleno 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.



OBJETIVOS GENERALES

1. Estudiar la importancia y el comportamiento de los sistemas en la comunicación visual.
2. Aplicar adecuadamente el concepto de la coordinación en el diseño visual.
3. Diseñar sistemas de comunicación visual.
4. Investigar y experimentar las posibilidades comunicativas de los sistemas visuales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.1. Distinguir las partes y el todo en sistemas de diseño visual.
- 1.2. Reconocer aciertos y desaciertos en sistemas de diseño visual.
- 2.1. Realizar sistemas de diseño utilizando recursos tipográficos, la imagen y el color.
- 2.2. Conseguir unidad en proyectos gráficos macro, de carácter coordinado.
- 3.1. Crear sistemas de diseño, - bi y tri - dimensionales.
- 3.2. Utilizar el color como recurso para la coordinación de sistemas visuales.
- 3.3. Desarrollar sistemas visuales para determinados contextos culturales.
- 3.4. Verificar la legibilidad de sistemas visuales.
- 4.1. Asumir la investigación y la experimentación como parte fundamental del trabajo creativo.
- 4.2. Concebir, proyectar y crear sistemas visuales creativos, con alto sentido de profesionalismo.

CONTENIDOS

Los contenidos del curso abordarán la comunicación visual, los sistemas visuales de comunicación y el diseño visual gráfico coordinado.

- 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 de 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 de tecnología:
 - Manejo de instrumentos y medios análogos, digitales y mixtos.



METODOLOGÍA Y ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El presente curso es teórico-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.

Actividades: En el transcurso del curso se desarrollarán hasta su complitud final, con calidad profesional, cuanto menos tres actividades o proyectos sobre la imagen, la imagen coordinada y los programas de comunicación visual integrales, mismos que podrán ser individuales, colaborativos o mixtos:

- Proyecto I **Rediseño de marca**
Proyecto II **Sello Costa Rica**
Proyecto III **Imagen Gráfica Personal**

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.

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.

CRONOGRAMA Y CALENDARIO TEMÁTICO

SEMANA 1	Marzo 14	Discusión programa y actividades del taller Corto Logorama Discusión Proyecto cliente comentario
SEMANA 2	Marzo 21	COSTA RICA? Marca País Discusión Asignación de Marca Exploración de los sentidos concepto Costa Rica
SEMANA 3	Marzo 28	Rediseño de marca proyecto individual Proceso de bocetos
SEMANA 4	Abril 4	Rediseño de marca proyecto individual Proyecto Sello Nacional proyecto grupal Exportaciones y consumo nacional



		Bocetos, discusión trabajo en clase
SEMANA 5	Abril 11	SEMANA SANTA
SEMANA 6	Abril 18	Exposiciones orales Rediseño de marca: línea de tiempo videos alusivos Revisión rediseño de marca digital, impreso
SEMANA 7	Abril 25	SEMANA UNIVERSITARIA Revisión rediseño de marca correcciones
SEMANA 8	Mayo 2	Revisión Rediseño de marca
SEMANA 9	Mayo 9	EVALUACIÓN: primer proyecto Rediseño de marca Entrega digital Rediseño de marca: reporte escrito/cuestionario Proyección video <i>Follow de Frog</i> Proceso creativo Sello Costa Rica Lluvia de ideas y mapa radial Revisión General Asignación Proyecto Personal
SEMANA 10	Mayo 16	Proceso creativo Sello Costa Rica Collage temático Definición de grupos de trabajo Asignación de tareas
SEMANA 11	Mayo 23	Proceso creativo Sello Costa Rica Avances trabajo Revisión de procesos
SEMANA 12	Mayo 30	Proceso creativo Sello Costa Rica Avances trabajo Revisión de procesos
SEMANA 13	Junio 6	EVALUACIÓN: segundo proyecto Sello Costa Rica
SEMANA 14	Junio 13	Imagen Gráfica Proyecto Personal Marca personal - CV + Portafolio digital – producto promocional Cuestionario bocetos iniciales
SEMANA 15	Junio 20	Mapa Radial Collage temático Prebocetos
SEMANA 16	Junio 13	Desarrollo de marca personal
SEMANA 17	junio 20	Desarrollo de marca personal
SEMANA 18	junio 27	Revisión
SEMANA 20	julio 4	Cine Foro
SEMANA 21	julio 11	EVALUACIÓN FINAL: Marca personal

SEMANA 22	julio 18	EVALUACIÓN FINAL: Marca personal



- **EVALUACIÓN:**

Las evaluaciones serán periódicas y se pactarán con al menos una semana de anticipación. El aprovechamiento cuantitativo del curso se desglosa así:

Primer proyecto Rediseño de marca: 30%

- Reporte de investigación 10%
- Exposición Oral 5
- Propuesta crítica y de rediseño de marca 15%

Asistencia y Aprovechamiento 15%

Segundo proyecto Sello Costa Rica 25%

Investigación trabajo en equipo, proceso bitácora resultado

Tercer proyecto Imagen Gráfica Personal: 30%

- Marca personal 10%
- CV +Portafolio digital 10%
- producto promocional 10%

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".

- **VALORACIÓN Y APROVECHAMIENTO**

•

- Los aspectos formativos a valorar serán:
 - i. Base teórica de los proyectos.
 - ii. Proceso y documentación.
 - iii. Propuesta conceptual y coherencia visual.
 - iv. Experimentación y técnica final.
 - v. Acabado y montaje.



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

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)

EQUIPOS Y MATERIALES

El hardware y software básico será accedido en el Laboratorio. Para uso individual este será responsabilidad de cada estudiante. Los materiales y contenidos necesarios para el desarrollo y complitud de los proyectos serán definidos particularmente, de manera que es responsabilidad de cada estudiante, según la temática seleccionada y objetivos planteados.

NORMAS DEL CURSO

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

No se recibirán proyectos para ser evaluados cuyo proceso no haya sido presentado y conocido en el Taller.

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 y montaje.

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

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 será 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

- Bergström Bo. Essentials of visual communication. Laurence King Pub. London. 2008.
- Chaves Norberto. La imagen corporativa. Ed. GG. Barcelona. 2001.
- Costa Joan. La esquemática. Ed. Paidós. Barcelona. 1998.
- Dabner D, Stewart S & Zempol E. Diseño Gráfico: Fundamentos y Prácticas. Ed. Blume. 2015.
- Dondis Donis A. La Sintaxis de la Imagen. Ed G.G. Barcelona, 1988.
- Estudio Mariscal. Intermultidisciplinarse. Ed. Línea. Barcelona. 2004. Frascara Jorge. Diseño gráfico y comunicación. Ed. Infinito. Argentina. 1994.
- Frutiger Adrian. Signos, Símbolos, Marcas, Señales. Ed. GG. Barcelona. 2002.
- González-Miranda E & T Quindós T. Diseño de Iconos y Pictogramas. Ed. U del PV. 2014.
- González Solas Javier. Identidad Visual Corporativa. Ed. Síntesis. Madrid. 2014.
- Leborg Christian. Visual Grammar. P. A. Press. New York. 2006.
- Lee S Terry. Managing the desing process. Ed. Rockport. Massachusetts. 2010.
- Lidwell W. y otros. Principios universales del diseño. Ed. Blume. Barcelona. 2005.
- Lupton E. Intuición, Acción, Creación: Graphic Design Thinking. Ed. G.G. Barcelona. 2014.
- Müller-Brockmann Josef. Historia de la comunicación visual. Ed. GG. Barcelona. 2001.
- Sherin Aaris. Elementos del Diseño: Fundamentos del color. Ed. PAD. Barcelona. 2013.
- Wheeler Alina. Diseño de marcas. Ed. Anaya. Madrid. 2014.