| FACULTAD | ARTES VISUALES Y APLICADAS |
| --- | --- |
| PROGRAMA | DISEÑO GRÁFICO |
| SEMESTRE | 2023-1 |
| ASIGNATURA | Diseño VI - Identidad Visual I |
| CÓDIGO | 11406 |
| INTENSIDAD HORAS SEMANA | 6 Horas |
| CRÉDITOS | 4 |
| (PRE) REQUISITOS | Diseño III |
| CORREO ELECTRÓNICO | lgordillo@bellasartes.edu.co |
| DOCENTE(S) | Libia Patricia Gordillo |

**MICRODESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA (límites y alcances)**

En esta asignatura se estudian los tipos básicos de estrategias de construcción de marca y se desarrollan proyectos de elaboración de la misma. De igual manera se analizan las herramientas necesarias para la implantación de la imagen de marca y para su comunicación efectiva.

**PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA**

Esta asignatura hace parte del área proyectual, la cual se constituye como columna vertebral de la carrera de diseño gráfico, la asignatura de Diseño VI- Identidad Visual I plantea desde la comprensión y desarrollo de proyectos de identidad visual y creación de marca como elemento fundamental en la construcción proyectual profesional en Diseño Gráfico, continuando así con los elementos vistos en las asignaturas previas y dejando las primeras nociones de identidad visual y marca para la siguiente asignatura.

En ese sentido, esta asignatura destaca los conceptos relacionados con la identidad visual, y a su vez retoma la importancia del uso óptimo de la tipografía, el color, la composición y la diagramación como elementos fundamentales para la expresión y comunicación visual adecuada. Todo esto para el desarrollo proyectual de identidades visuales circunscritas dentro de un proyecto profesional del Diseño Gráfico.

La asignatura está enfocada en promover la capacidad de elaborar elementos de relevancia visual teniendo en cuenta la situación social y al público objetivo a quién va direccionado, fomentando en el estudiante la capacidad de observación del entorno físico y del contexto social creando identidades con mensajes claros, con sentido estético y con total conocimiento que la imagen es el eje central que le permitirá proyectar propuestas comunicativas efectivas. El diseño de identidad visual promueve en el estudiante el pensamiento creativo que le permita al estudiante tener la capacidad de aportar desde su disciplina a la solución de problemáticas en el entorno socio cultural, creando espacios de intervención utilizando la expresión gráfica y las tecnologías de la información como herramientas para comunicar la visión del entorno actual.

**OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA**

* **Objetivo General:**

Acompañar a los estudiantes de la asignatura Identidad visual en el proceso creación proyectos de identidad visual corporativa a partir de la aplicación de conceptos de composición, tipografía, color y funcionalidad, que permitan al estudiante realizar propuestas comunicativas efectivas en el entorno socio cultural.

* **Objetivos Específicos:**
* Reconocer elementos propios de la identidad visual que permitan al estudiante diferenciar entre logotipo, isotipo, imagotipo, isologo logo símbolo para facilitar la creación de identidades visuales que den respuesta a problemáticas del Público objeto de estudio.
* Elaborar un estudio diagnóstico que permita identificar las necesidades del entorno frente al desarrollo de una identidad visual
* Determinar las características conceptuales necesarias para el planteamiento de un manual de identidad corporativa que de respuesta al planteamiento del problema identificado en el diagnóstico a través de elementos visuales.

**DESARROLLO DE LA ASIGNATURA**

**UNIDAD 1 COMPONENTES DE LA IDENTIDAD VISUAL EN EL DESARROLLO DE LA MARCA PERSONAL**

Asumir el rol de cliente y diseñador desde el planteamiento de ejercicios creativos donde se propone la creación de la marca personal aplicando conceptos del diseño como la identificación del símbolo, logotipo, logosímbolo, imagotipo, composición de formas y usos cromáticos

* INTRODUCCIÓN
* Elementos de iconicidad
* Conceptualización
* Brief personal
* Isologo, Isotipo, Logotipo, imagotipo
* Usos cromáticos
* Elementos tipográficos

**UNIDAD 2 DESARROLLO DE MARCA CIUDAD DESDE LA CONSTRUCCIÓN CREATIVA**

Entender el concepto de Marca Ciudad como tendencia que suple una necesidad global de identificar entornos socio – culturales planteamientos de manual de identidad visual con elementos gráficos. Tipográficos. Cromáticos. Compositivos en el desarrollo de un manual básico de identidad visual.

* Que es marca ciudad
* Usos cromáticos
* Elementos de investigación de la marca
* Brief marca ciudad
* Elementos tipográficos
* Elementos precolombinos
* Historia del contexto de la marca
* ¿Qué es una tendencia?
* Aplicación audiovisual

**UNIDAD 3 PLANTEAMIENTO DE SOLUCIÓN DE IDENTIDAD VISUAL A CLIENTE REAL**

Brindar solución de identidad visual a una unidad de negocio en un entorno que les permita ser visibles y reconocidos en una sociedad saturada por marcas, implementando elementos creativos y estrategias visuales para lograr recordación, pregnancia, sonoridad y visibilidad.

* Identificación del problema
* Contexto del problema
* Análisis de categorías del producto o servicio
* Brief
* Desglose de especificaciones
* Usos cromáticos
* Usos tipográficos
* Servicio al cliente

**COMPETENCIAS (POSTERIORMENTE RESULTADOS DE APRENDIZAJE)**

* **COMPETENCIAS DE LENGUAJE** 
  + Capacidad de lectura e interpretación del signo (semiología).
  + Conocimiento y utilización de lenguajes digitales e informáticos relacionados con el diseño y la comunicación gráfica.
  + Competencia para argumentar proyectos de diseño tanto conceptual como formalmente.
* **COMPETENCIAS DE COMUNICACIÓN VISUAL** 
  + Conocimiento de la relación de la imagen con el campo perceptivo y de valoración estética
  + Conocimiento de la imagen como elemento central de la comunicación visual (semiología de la imagen)
  + Conocimiento de la comunicación, de la óptima factura del mensaje y de los medios con los que este se formaliza y se difunde.
* **COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS** 
  + Conocimiento básico de metodologías de investigación del diseño.
  + Capacidad de observación del entorno físico e interlocución con el contexto social.
  + Descripción y análisis de entorno y contexto, en términos de diseño
  + Capacidad de interpretación para aportar soluciones adecuadas desde el ámbito de la comunicación visual.
* **COMPETENCIAS DE DESARROLLO PROYECTUAL**
  + Capacidad para discernir a partir de ideas de terceros, para valorar críticas y sugerencias, y así interpretar mensajes y transformarlos en herramientas útiles para su labor profesional, como, por ejemplo: el brief de diseño.
  + Conocimiento de técnicas para la conceptualización y métodos para la producción de mensajes y contenidos de diseño gráfico
  + Formalización de propuestas de diseño para instituciones y/o comunidades

**MÉTODO**

**Aprendizaje por proyectos**

Se plantean proyectos dentro de cada corte de la asignatura donde se entregan herramientas que se deben aplicar y ejecutar en el desarrollo del proyecto esto permite que el estudiante desarrolle un proceso didáctico, apropiándose del conocimiento y creando estrategias a partir de conocimientos iniciales impartidos desde el discurso de la asignatura.

En la explicación del proyecto se establecen las normas y el tiempo de ejecución, utilizando el tiempo de clase como desarrollo del mismo y se establece el trabajo independiente como espacio para la investigación e indagación de material necesario para trabajo en clase.

Esto permite hacer un seguimiento y reconocer el avance del estudiante durante la asignatura

**EVALUACIÓN**

Dentro del modelo de evaluación, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

* Desarrollo conceptual.
* Proceso de los ejercicios en clase.
* Aptitud y actitud del estudiante en clase.
* Desarrollo óptimo de las entregas parciales y finales.
* Es importante la entrega y socialización de los trabajos en clase y trabajos parciales y final en la fecha y hora estipulada. Las entregas fuera de la hora se calificarán sobre 4. La presencia de cada integrante en los trabajos grupales será indispensable
* Los proyectos grupales no pueden disolverse durante el proceso y los estudiantes deben ser capaces de solucionar las adversidades grupales de forma interna. En la dinámica de trabajo grupal se otorgan roles, que permiten evaluar a cada estudiante según su desempeño en el proyecto.
* Es responsabilidad del estudiante ponerse al día con sus compañeros más no con sus docentes sobre los temas tratados.
* **Primer parcial**
  + Corresponde al 30% del valor de la nota final.
  + De la semana 1 a la semana 6 del periodo académico.
* **Segundo parcial.**
  + Corresponde al 30% del valor de la nota final.
  + De la semana 7 a la semana 12 del periodo académico.
* **Evaluación final.**
  + Corresponde al 40% del valor de la nota final.
  + De la semana 13 a la semana 18 del periodo académico.

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA (Obligatoria)**

* *Identificación institucional*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
* Costa, J. (2009). *Identidad corporativa*. México: Editorial Trillas.
* Costa, J.(2004). *La imagen de marca, un fenómeno social*. Barcelona: Editorial Paidós.
* Chaves, N. (2010). *La imagen corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
* Costa, Joan. IMAGEN CORPORATIVA EN EL SIGLO XXI
* LA CRUJÍA, Buenos Aires. 2006

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

* Mono Design (2006). *Identidad Corporativa: Del Brief a la Solución Final*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
* Carlos Carpintero
* Sistemas de Identidad, sobre marcas y otros artificios
* Editorial Argonauta, 2007 Buenos Aires

**PERFIL DEL DOCENTE**

Diseñadora de la comunicación Gráfica Universidad Autónoma de occidente Cali, Cuento con 10 años de experiencia docente, adelantando procesos educativos en el sector de población vulnerable, ejecución de proyectos educativos – culturales y desarrollo de asignaturas a nivel catedrático en universidad de la ciudad, he desarrollado estudios de Maestría en la Universidad Icesi de la ciudad de Cali en gerencia de proyectos enfocándose en metodologías de la innovación, actualmente soy candidata para doctorado de la Universidad Complutense de Madrid España en innovación educativa, me he interesado por cualificarme en mi actividad profesional, realizando diplomados que me permitan contar con herramientas académicas para implementar en cada una de las asignaturas impartidas.