

PROYECTOS VIII: IMAGEN, ESPACIO Y TIEMPO

I. Datos Informativos

| | |
|---------------|-----------------------------------|
| Código | : 3084105 |
| Carrera | : Diseño Gráfico Publicitario |
| Semestre | : 2019 - 1 |
| Ciclo | : 8° ciclo |
| Categoría | : Formación Profesional |
| Créditos | : 03 |
| Pre-requisito | : Proyectos VII: Imagen y Espacio |
| Docente | : Antonio Palacios Villacorta |

II. Sumilla

Este curso de formación profesional tiene como objetivo aplicar los principios fundamentales de las imágenes en movimiento y del uso de audio para su aplicación en el desarrollo de proyectos audiovisuales gráfico-publicitarios.

El contenido a tratar esta referido a: Procesos de la producción publicitaria. Aplicación de imágenes en movimiento en proyectos gráfico-publicitarios ubicados en un espacio y tiempo determinado. Relación entre el diseño gráfico-publicitario y los medios basados en el tiempo como películas, videos personales y comerciales. Crear secuencias de titulares y créditos para TV, videos, entre otros. Realización de proyectos audiovisuales tales como spots publicitarios, videoclips, videos institucionales, etc. Aplicar los procesos de Diseño, realización, edición y post producción que se deben empear para la realización de trabajos que deberán ser sustentados. Se trabajara con software y equipos especializados para la producción, realización y edición de proyectos.

III. Competencias

- **General:**
El alumno se familiariza con las herramientas del medio audiovisual para la creación de sentido aplicándolas al diseño a través de diversos productos.
- **Específicas:**
 - Conoce el formato y estructura de un guión.
 - Utiliza adecuadamente el lenguaje audiovisual.
 - Se organiza en cargos de rodaje.
 - Aplica las herramientas de la edición y la postproducción en sus productos audiovisuales.
 - Investiga, conceptualiza y crea un producto libre aplicando las herramientas antes mencionadas.

IV. Contenidos

1ª Semana

- El spot publicitario como medio de comunicación. EJERCICIO 1: Planteamiento de un problema publicitario.

2ª Semana

- Estructura de un guión de ficción audiovisual.
- Formatos de guión. EJERCICIO 1: Asesoría de investigación.
- EJERCICIO 1: Asesoría de conceptualización.
- EJERCICIO 1: Asesoría de guión.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- EJERCICIO1: Presentación y discusión de GUIÓN.
- Lenguaje Audiovisual y puesta en escena. Storyboarding.

4ª Semana

- Edición: Herramientas básicas.
- EJERCICIO 1: Asesoría de storyboard. Cargos de rodaje.
- EJERCICIO 1: Presentación y discusión de STORYBOARD y PLAN DE RODAJE.

5ª Semana

- EJERCICIO 1: Rodaje.
- EJERCICIO 1: Edición.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Presentación y discusión de SPOT PUBLICITARIO.
- Adobe After Effects: Entorno básico.
- Adobe After Effects: Animación.
- Adobe After Effects: Efectos y máscaras.

7ª Semana - Examen Parcial + Clase

8ª Semana

- Adobe After Effects: Capas en 3D. EJERCICIO 2: Planteamiento de una animación.

9ª Semana

- EJERCICIO 3: Planteamiento del trabajo final.

10ª Semana

- EJERCICIO 3: Asesoría de investigación.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- EJERCICIO 3: Presentación de INVESTIGACIÓN.
- EJERCICIO 3: Asesoría de conceptualización.

12ª Semana

- EJERCICIO 3: Presentación de BRIEF.

13ª Semana

- Revisión de avances de proyecto final.
- Asesoría final.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

15ª Semana - Examen Final

16ª Semana – Evaluación con Jurado / Entrega de Notas

v. Metodología

- Exposición conceptual sobre la imagen.
- Análisis de lenguaje audiovisual.
- Visionado de material audiovisual.

- Prácticas de realización – narración.
- Asesoría técnica y conceptual de los proyectos.
- Debates.
- Elaboración grupal de proyectos.

VI. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular de curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de una investigación que sustente el video de campaña a desarrollar desde la semana 9.

VII. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.
El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (20%)
- Evaluación Continua(40%)→ Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (40%) → Dos evaluaciones (Docente del curso 20% y Jurado 20%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VIII. Fuentes

| N° | CÓDIGO CIDOC | FUENTE |
|----|----------------------|--|
| 1 | 741.6014/L36 | Ledesma, M. (2009). <i>Comunicación para diseñadores</i> . Buenos Aires: Nobuko. |
| 2 | 658.83/G27 | Zaragoza, R. (2014). <i>Designpedia: 80 Herramientas para construir tus ideas</i> . España: LID. |
| 3 | 006.696/M/2012 | Promopress. (2012) <i>Nuevas direcciones en el movimiento de diseño gráfico en movimiento</i> . Barcelona: Promopress. |
| 4 | EBSCO: Art Source | Krause Publications (1999) <i>Motion Graphics</i> . Recuperado desde: http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=e07f1375-5f65-4d9f-9910-7c80cdc57d81%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4101 |
| 5 | EBSCO: Art Source | Manovich, L. <i>After Effects, or Velvet Revolution</i> (2007) Recuperado desde: http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=52d45d3b-2297-4728-9b85-ad76957be739%40sessionmgr4008&vid=0&hid=4101 |
| 6 | EBSCO: Art Source | Canemaker, J. (2006) <i>Thinking Images</i> . Recuperado desde: http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=d9401bbf-68a0-4e1c-b671-fb9c0b7f2eb8%40sessionmgr4010&vid=0&hid=4101 |
| 7 | Repositorio UCAL | Palacios, C. (2005) <i>El diseño gráfico y el cine: Saul Bass, el pionero del encuentro</i> . Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/154 |

Fuentes complementarias

Wheeler, A; Katz, J. (2011). *Brand atlas: branding intelligence made visible*. New Jersey: John Wiley & Sons.