

PROYECTOS VIII: IMAGEN, ESPACIO Y TIEMPO

I. Datos Informativos

Código	: 3084105
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2020 2
Ciclo	: 8° ciclo
Categoría	: Formación Profesional
Créditos	: 04
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

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje. Las técnicas

didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, lectura reflexiva, trabajos en equipos pequeños, producción de ensayos en forma individual y de temas particulares, conversación, exposición, práctica guiada y práctica autónoma, investigación de repositorios y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas estandarizadas con estrategias de cada docente, videos seleccionados para reforzamiento, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos.

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.

Todo trabajo desarrollado debe ser sustentado.

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.