

Boletín de inscripción

Apellidos _____
Nombre _____
DNI _____
Fecha de nacimiento _____
Lugar de nacimiento _____
Nacionalidad _____
Domicilio _____
Población _____ CP _____
Provincia _____
Teléfono _____
Profesión. Si se es estudiante, especificar la titulación _____

Correo-e _____

INSCRIPCIÓN: 30 Euros*

Código del curso GR1

* Ingreso o transferencia bancaria indicando código del curso y nombre completo de la persona que se matricula a:

Cursos Centro Mediterráneo. Universidad de Granada.

Banco Mare Nostrum (CajaGranada),

C/C: ES78-0487-3000-72-2000071392

Nota: Remitir a Secretaría del Centro Mediterráneo el resguardo del ingreso/transferencia junto con el boletín debidamente cumplimentado y una copia del DNI.

En _____ a _____ de _____ de 2016

Firma _____

Los datos personales recogidos serán incorporados y tratados en el fichero "Alumnos", cuya finalidad es la Gestión de los cursos impartidos por el Centro Mediterráneo, inscrito en el Registro General de Protección de Datos, con las cesiones previstas en la Ley. El órgano responsable del fichero es el Centro Mediterráneo de la UGR y la dirección donde la persona interesada podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición es Complejo Administrativo Triunfo, Cuesta del Hospicio s/n 18071 Granada, de todo lo cual se informa en cumplimiento del artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

No deseo recibir información del Centro Mediterráneo _____

Este taller se enmarca en una serie de actividades emprendidas por el Vicedecanato de Extensión Cultural de la Facultad de Bellas Artes de Granada y la Asociación Cultural y Universitaria OnGoing.

OnGoing es un proyecto formativo y de extensión cultural concebido para potenciar la escena del arte emergente en Granada a través de actuaciones que favorezcan la profesionalización de estudiantes y la creación de empleo en el sector cultural.

OnGoing se concibe como un espacio de formación complementario dentro del contexto de la Universidad de Granada orientado específicamente a servir de plataforma donde se favorezcan sinergias entre los ámbitos académico y profesional.

Líneas de formación activadas por el proyecto OnGoing:

Línea A. Comisariado y gestión de proyectos expositivos. Orientada a aquellas personas interesadas en la gestión integral de proyectos expositivos (recepción de obras, diseño y montaje expositivo, museografía, etc.)

Línea B. Identidad visual, diseño y comunicación gráfica de proyectos culturales. Orientada a aquellas personas interesadas en el diseño gráfico, branding, comunicación visual, edición y desarrollo visual de materiales y soportes de difusión.

Línea C. Difusión y mediación de proyectos culturales. Orientada a aquellas personas interesadas en desarrollar estrategias de mediación cultural: actividades didácticas, creación de materiales didácticos, actividades de visitas y divulgación con grupos, generación de textos y otros materiales de divulgación, etc.

Información e inscripción:

Centro Mediterráneo

Complejo Administrativo Triunfo

Cuesta del Hospicio s/n, 18071 Granada

Tel. 958242922 / 958246201 Fax 958242886

cemed@ugr.es

www.centromediterraneo.com

Vicerrectorado de Extensión Universitaria

DIRECCIÓN DEL CURSO

Antonio Collados y Marisa Mancilla



IDENTIDAD VISUAL, DISEÑO Y COMUNICACIÓN GRÁFICA DE PROYECTOS CULTURALES

9 / 10 / 11 / 16 / 17 / 18 / 23 / 24
DE ENERO DE 2017

IMPARTE

Rosario Velasco y Joan Sáenz



30 HORAS / 30 EUROS / 20 PLAZAS

Organiza: Centro Mediterráneo y On Going-BBAA

BREVE DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El desarrollo de Identidades visuales es uno de los trabajos más reconocidos y significantes de entre las distintas disciplinas del Diseño. Sin embargo pocas veces se reconoce la amplitud y complejidad de estos proyectos. El diseño de Identidades visuales alcanza a la mayoría de las comunicaciones, actos y objetos con los que nos relacionamos, en casi todo encontramos el signo, el tono, el ambiente, y hasta el climax en el que la identidad visual marca, diferencia, singulariza e individualiza, al tiempo que asocia, colectiviza o reafirma la suerte de pertenencia. Explorar la sofisticación de los recursos de la Identidad visual, desarrollada tradicionalmente en los ámbitos de actuación mercantilista, propone un conjunto de potentes herramientas para la comunicación y la actuación en ámbitos públicos y culturales.

El desarrollo del diseño de Identidad aplicado a proyectos culturales debe reconocer la particularidad de su objeto como sujeto tipológico, con unas características y necesidades específicas. Localizarlas y ubicar procedimientos estratégicos en la configuración de identidades visuales sólidas y de calidad es el objetivo final de este curso.

OBJETIVOS

1. Conocer e identificar las categorías de los sujetos de la Identidad Visual.
2. Conceptualizar un programa de identidad conforme a las necesidades proyectuales.
3. Estimular las capacidades creativas y técnicas de aplicación para el desarrollo de proyectos con calidad gráfica e interés conceptual.
4. Desarrollar criterios objetivos para la evaluación crítica de los procesos y resultados del trabajo de Identidad Visual.

COMPETENCIAS DE LOS ALUMNOS

1. Aprendizaje de los principios, características y estrategias propios del proyecto de Identidad visual.
2. Adquisición de recursos metodológicos para proyectos de comunicación gráfica.
3. Conocimiento de recursos procedimentales, medios y aplicaciones.
4. Adquisición de competencias para la configuración de programas de identidad visual orientada a su aplicación en proyectos culturales.

NOTA

En cada sesión se reservará media hora para tratar dudas y tutorizar los proyectos que los alumnos trabajarán de manera autónoma e independiente. De este modo se subsanarán las sesiones de tutorías que no aparecen registradas en el esquema temporal.

PROGRAMA DEL CURSO

BLOQUE I. EL PROYECTO DE IDENTIDAD VISUAL

Día 1: Lunes 9, 17 a 20 h, Facultad de Bellas Artes

Presentación del curso.
¿Qué es Identidad Visual? Contextualización histórica
La Marca
Historia de las marcas.
Características y estrategias.

**Día 2: Martes 10, 17 a 20 h
Facultad de Bellas Artes**

La identidad Visual Corporativa.
Historia de la IVC.
Identidad e imagen corporativa e identidad visual corporativa.
La imagen global
Política, comunicación, percepción y memoria social.

BLOQUE II. IDENTIDAD VISUAL EN PROYECTOS CULTURALES

Día 3: Miércoles 11, 10 a 13 h, Facultad de Bellas Artes

Identidad Visual de Proyectos Culturales
Identidad visual como estrategia de comunicación.
Contextualización IVC frente a IVPC.
Marcos tipológicos y comportamientos.

Día 4: Lunes 16, 17 a 20 h, Facultad de Bellas Artes

Metodología proyectual del diseño
Metodología proyectual.
Claves de la sistemática de procesos.
Análisis casuístico e investigación referencial.
Metodología proyectual orientada
Definiciones del proyecto. Pliego de necesidades.
Ámbito de actuación y aplicaciones.

BLOQUE III. RECURSOS Y PROCEDIMIENTOS

Día 5: Martes 17, 17 a 20 h, Facultad de Bellas Artes

El diseño de programas
Principios para el diseño de programas de identidad.
La configuración de comportamientos gráficos programáticos.
El programa orientado a medios y aplicaciones.

Día 6: Miércoles 18, 10 a 13 h, Facultad de Bellas Artes

Recursos I
Tipografía.

Día 7: Lunes 23, 17 a 20 h, Facultad de Bellas Artes

Recursos II
Imagen.
Forma.
Color.

Día 8: Martes 24, 17 a 20 h, Facultad de Bellas Artes

Medios y aplicaciones
Medios gráficos.
Medios Audiovisuales.
Medios Tridimensionales.

