

Ciclo:

Segundo Ciclo

Área:

Proyectual

Es el área que se caracteriza por la tallerización de sus asignaturas, con programas particulares que expresan diversas posturas conceptuales frente a la teoría, la praxis y las didácticas apropiadas al proyecto como protagónico en la formación del diseñador.

Nombre de la unidad curricular:

ROSARIO Florece contigo : Experiencias de diseño de marca ciudad, como estrategia de fortalecimiento y participación ciudadana.

Organización temporal:

Semestral.

Semestre:

Primer Semestre

Responsables:

Prof. Adjunta GR3 Beatriz Leibner

Prof Adjunta GR3 Lucía Bogliaccini

Equipo docente:

Prof. Adjunta GR3 Beatriz Leibner

Prof Adjunta GR3 Lucía Bogliaccini

Docente Asistente GR2 Germán Dotta

Régimen de cursado:

No presencial

Régimen de asistencia y aprobación:

Aprobación con evaluación continua de conocimientos y entrega de productos dentro de los cuales destaca la bitácora del proyecto.

Inicio: jueves 15 de abril

Días: jueves de 18:30 a 20:30

Créditos:

5 créditos.

Horas totales:

75 (15 horas por 24 créditos)

Horas aula:

25

Año de edición del programa:

2021

Conocimientos previos recomendados:

Según lo establecido en el Plan para la inscripción de actividades de extensión.

La experiencia está diseñada para que convivan estudiantes de distintos niveles de formación.

Los estudiantes deberán tener conocimientos sobre diseño y desarrollo de sistemas de identidad de baja complejidad, conceptos básicos sobre tipografía y composición de sistema de piezas de comunicación. Se valorará experiencia en diseño y desarrollo de identidad de territorio pero no es un requisito excluyente.

Objetivos:

Definir y llevar a cabo, en función de las características del proyecto, el marco metodológico y las herramientas metodológicas más adecuadas para desarrollar el diseño de la marca ciudad de rosario y el lanzamiento del evento una rosa en tu puerta, con lógicas de diseño participativo.

Estudiar la categoría “marca ciudad” asociada al fortalecimiento del sector turístico y productivo local y sus alcances en una estrategia para el fortalecimiento del sentimiento de pertenencia local, el impulso a explorar propuestas culturales y gregarias entre la población y un posible desarrollo de un campo económico vinculado a valores propios presentes en el territorio.

Desarrollar saberes específicos en Diseño de Identidad y saberes profesionalizantes en el desarrollo de un proyecto con un comitente real bajo modalidades horizontales que permitan el reconocimiento de saberes y sensibilidades populares.

Diseñar la marca ciudad de Rosario y una estrategia de comunicación asociada al evento “una rosa en tu puesta” a través de formas de trabajo participativas que incluyan a referentes y a la población en general en la toma de decisión. A partir de esta estrategia, diseñar las diferentes piezas de comunicación necesaria.

Desarrollar experiencias integrales al vincular enseñanza, investigación y vinculación con el medio.

Reflexionar sobre las experiencias participativas, el rol del diseñador en proyectos de esta naturaleza y el trabajo en equipo.

Metodología de Enseñanza:

Se basa en experiencias de aprendizaje significativo, en contextos de vinculación directa con el medio como espacio de formación integral. La modalidad será Aprendizaje Basado en Proyectos, con instancias sincrónicas que combinan trabajo en taller, instancias de discusión y reflexión, asignación de tareas y roles con dispositivos de autoevaluación y evaluación por pares y un tiempo autónomo de dedicación para la elaboración y seguimiento de las pautas definidas colectivamente.

Las instancias sincrónicas serán 2 horas por semana a definir día y horario según disponibilidad de la mayoría de las personas inscritas a la actividad.

Metodología de proyectual:

Se ampara en una metodología proyectual base, con tres etapas definidas: investigación, desarrollo e implementación, acompañadas por una serie de dispositivos de verificación. Las herramientas aplicadas a cada etapa serán consideradas y definidas por el colectivo de actores participantes, como parte del proceso de enseñanza y aprendizaje, incluyendo al comitente dentro de una estructura de trabajo horizontal.

Bibliografía básica:

AROCENA, J., BERVEJILLO, F., MARSIGLIA, J., PODESTA, E., TRILESINSKY, F. (1994). Iniciativa local y desarrollo en la región de Rosario. Manuscrito inédito.
Ávalos, C. (2013) La marca: identidad y estrategia. Buenos Aires: La Crujía.
Chaves, N. (2012). La imagen corporativa. (3ª Ed.) Barcelona: G. Gili.
Chaves, N. y Belluccia, R. (2008) La marca corporativa: gestión técnica del diseño de signos identificatorios institucionales. Buenos Aires: Paidós.
Costa, J. (2004) La imagen de marca. Un fenómeno social. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
Frascara, J. (2011). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ed. Infinito.

Bibliografía complementaria:

Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de identidad corporativa. Santiago de Chile: Colección de Libros de la Empresa.
Capriotti, P. (2007) Gestión de la marca corporativa. Buenos Aires: La Crujía.
Capriotti, P. (2009). La imagen de la empresa. Barcelona: El Ateneo, S. A.
Carpintero, C. (2007). Sistemas de identidad. Buenos Aires: Ed Argonauta.
Costa, J. (1994). Imagen Global. (3ª Ed.). Barcelona: Grupo Editorial Ceac, S.A.
Lacasa, A. (1998). Gestión de la Comunicación Empresarial. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
Lang, D, Wiek, A, Bergmann M at all *Transdisciplinary research in sustainability science: practice, principles, and challenges*. Sustain Sci (2012) 7 (Supplement 1): 25-43

Meroni, Anna. Problemáticas Emergentes del Diseño : Sentando las bases para la innovación social. Colección Conferencias FADU Montevideo, 2016

Wilensky, A. (2003). La promesa de la Marca. Claves para diferenciarse en un escenario caótico. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.