



DG2

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Universidad de Buenos Aires
Cátedra Melón
Profesor Adjunto: Gabriel Mateu
Docente Ayudante: Macarena Hernández
Docente Ayudante: Mariana Porsia

TP4 > Diseño de identidad

Objetivos:

- Diseñar una marca con sus correspondientes aplicaciones.
- Introducirse en el estudio de la identidad visual.
- Definir partido conceptual y gráfico.
- Incorporar conocimientos de síntesis visual.
- Delinear contenidos conceptuales relevantes que conduzcan el proyecto.
- Articular correctamente todas las partes constitutivas de una marca.

Consigna:

El trabajo práctico se desarrollará en equipos de 2 (dos) alumnos .
Al equipo le será asignada una galería de arte de la Ciudad de Buenos Aires a la cual aplicará el proyecto de marca.

Si el grupo considerará necesaria la búsqueda de otra opción solo debe constatar su propuesta con el equipo docente.

Para la presentación del TP será indispensable la realización de la guía de identidad en formato y desarrollo a decisión del equipo, lo mismo para todo material anexo.

Duración:

El trabajo práctico se desarrollará en 7 (siete) clases.



MODERNA MUSEET

Whitechapel Gallery

Biografía sobre identidad:

«La imagen corporativa»
Teoría y práctica de la
identificación institucional
Norberto Chaves
Colección GG Diseño
17 x 24 cm, 212 páginas,
Rústica
ISBN: 9788425220791
2012, 3ª edición revisada
y ampliada
Disponible en eBook (PDF)

Louvre > Atelier de Creation Graphique / PROA > Spin, Toni Brook / Musee d'Orsay > Jean Widmer, Bruno Monguzzi /
Moderna Museet > Stockolm design lab / Whitechapel Gallery > O-SB Design London / MoMA > Paula Scher, Julia
Hoffmann / Centre Pompidou > Jean Widmer / Tate Gallery > Wolff Olins

MoMA
The Museum of Modern Art



MODERN
TATE

MODERN
TATE