



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES

OFICINA DE PLANIFICACION DE LA EDUCACION SUPERIOR
APARTADO 374, SAN PEDRO DE MONTES DE OCA
SAN JOSE, COSTA RICA — TELEFONO: 24-30-66

Autofijado 652
R/M
16-3-89

00000007

21 de febrero de 1989
OPES N°101-89-D

Señor
Rafael Garzona Messeguer
Secretario General
CONESUP
S. O.

Estimado señor:

Hemos recibido para su respectivo análisis, los estudios de factibilidad de las siguientes carreras:

- Br. y Lic. en Administración del Colegio Magister
- Br. en Sistemas de Computación del Colegio Magister
- Br. y Lic. en Administración del Colegio Sapientia
- Br. y Lic. en Contaduría Pública del Colegio Sapientia
- Br. y Lic. en Arquitectura del Colegio San Agustín
- Br. y Maestría en Diseño Publicitario del Colegio San Agustín

Le saluda cordialmente,

J. C. M.
Jose Andrés Masís Bermúdez
Director OPES

JAMB/adch.

c.c. Archivo

ORIGINAL



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Tels. 21-21-76 y 22-08-64 - Apartado 1425, Código 1002
San José, Costa Rica

00000006

San José, 30 de enero de 1989

Señor
Rafael Garzona Messeguer
Secretario General
CONESUP
Presente

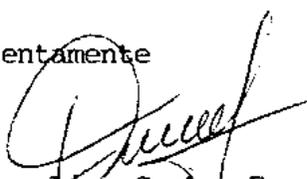
Estimado Don Rafael :

Atendiendo la solicitud expresada en el oficio 15-89 CONESUP, el Colegio San Agustín de la Universidad Panamericana se permite muy respetuosamente presentar, por este medio, los documentos relativos a la Carrera de Bachillerato y Licenciatura en Arquitectura y Bachillerato y Maestría en Diseño Publicitario.

Agradeciendo la atención a la presente, se despide.

Atentamente


Dr. Gil Chaverri
RECTOR


Lic. Carlos Ferreiro
PRESIDENTE

CC: Arch.



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Tels. 21-21-76 y 22-08-64 – Apartado 1425, Código 1002
San José, Costa Rica

R. Messeguer
31-1-89

San José, 30 de enero de 1989

Señor
Rafael Garzona Messeguer
Secretario General
CONESUP
Presente

Estimado Don Rafael :

Atendiendo la solicitud expresada en el oficio 15-89 CONESUP, el Colegio San Agustín de la Universidad Panamericana se permite muy respetuosamente presentar, por este medio, los documentos relativos a la Carrera de Bachillerato y Licenciatura en Arquitectura y Bachillerato y Maestría en Diseño Publicitario.

Agradeciendo la atención a la presente, se despide.

Atentamente

Gil Chaverri
Dr. Gil Chaverri
RECTOR

Carlos Ferreiro
Lic. Carlos Ferreiro
PRESIDENTE

CC: Arch.

CONESUP	
Recibido	<i>[Signature]</i>
Fecha:	31-1-89
Hora	10:00

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

00000004

San José, 30 de enero de 1989

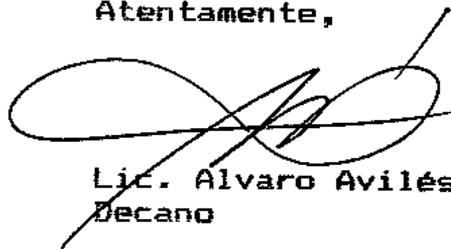
Señor
Lic. Carlos Ferreiro, Presidente
Universidad Panamericana
Presente

Estimado Señor Ferreiro:

De acuerdo a su solicitud le remito los documentos de la carrera de Bachillerato y Licenciatura en Arquitectura y Bachillerato y Maestría en Diseño Publicitario.

Agradeciendo la atención a la presente, se despide.

Atentamente,



Lic. Alvaro Avilés Vargas
Decano

AAV/amt*
cc: Archivo

CONESUP	
Recibido
Fecha:
Hora

00000003

10 de abril de 1989

Señor
Lic. Pablo Arce G., Vicecanciller
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA
Apartado 7637 - 1000
San José

Estimado señor:

Atentamente transcribo a usted el Artículo Noveno de la Sesión No. 132-89 celebrada el 5 de los corrientes.

"Se conoce Oficio No. R-467-89 firmado por Pablo Arce G., Vicecanciller de la UACA. Se refiera a lo resuelto por este Consejo en la sesión extraordinaria No. 130-89 del miércoles 8 de marzo -Artículo Tercero-. Manifiesta que en esa Universidad el Colegio San Agustín tiene autorizadas 4 carreras: Administración, Arquitectura, Diseño Publicitario y Relaciones Públicas. Por tanto no tiene asidero en la lógica aplicada al caso, autorizar la MAESTRIA EN DISEÑO PUBLICITARIO, por haber de hecho un error, ya que las mencionadas carreras sólo las ofrecía, el mencionado colegio en el nivel de Bachillerato. En razón de lo expuesto solicita en nombre de la Universidad se excluya de las carreras autorizadas por el CONESUP al Colegio San Agustín la carrera de Maestría en Diseño Publicitario.

Respecto de lo anterior, el Consejo ACUERDA con carácter de firme:

Manifestar a la Universidad Autónoma de Centro América que, de conformidad con el Artículo Segundo del Acta No. 50-85 que modifica al Acta No. 49-85 de 9-1-85, la Carrera de Maestría en Diseño Publicitario del Colegio San Agustín, afiliado a la UACA, quedó autorizada por el Transitorio II de la Ley 6693."

cordialmente, lo saluda.

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General
CONESUP

Copia: Señores Miembros del CONESUP



Sesión # 132-89 de 5-4-89.

00000002

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

27 de marzo de 1989

R-467-89

R. M. Uca
20-3-89

Señor Lic.
D, Rafael Garzona M.
Secretario General del CONESUP
S.O.

Estimado señor:

Con la presente me refiero a lo resuelto por el CONESUP en su sesión extraordinaria No. 130, efectuada el miércoles 8 de marzo, Artículo Tercero, parte resolutive.

El Senado Académico de esta Universidad, en sesión celebrada el 16 del corriente, conoció ese asunto y dispuso manifestar al CONESUP, por su digno medio, lo siguiente:

1-No se refiere el Senado con la presente ni al parecer de la División Jurídica del MEP ni al modo como el CONESUP ha tratado la controvertida cuestión de la homonimia de colegios ni toda la materia concernida.

2-La libertad de enseñanza es materia fundamental que con ocasión de este asunto no cuestiona la U. A. C. A.

3-En esta Universidad el Colegio San Agustín tiene autorizadas cuatro carreras Administración, Arquitectura, Diseño Publicitario y Relaciones Públicas. Por lo tanto, no tiene asidero en la lógica aplicada al caso, autorizarle la MAESTRIA EN DISEÑO PUBLICITARIO, por haber de hecho un error, ya que las mencionadas carreras sólo las ofrecía el mencionado Colegio en el nivel de Bachillerato.

En razón de lo expuesto, solicita la Universidad que se excluya de las carreras autorizadas por el CONESUP al Colegio San Agustín, Acta y Artículo mencionados, la carrera de Maestría en Diseño Publicitario,

Lo saluda con su mayor consideración

Pablo Arce
PABLO ARCE GUTIERREZ
Vicecanciller

Cc: Señor Rector
Señor Canciller
Consecutivo

REQUISITOS PARA LA APROBACION DE UNA CARRERA

- a) Nombre de la carrera: Diseño Pulverizado
- b) Perfil Profesional:
- c) Plan de estudio:
- d) Duración y créditos:
- e) Requisitos de ingreso y de graduación:
- f) Programa de los cursos:
- g) Programa de trabajo comunal o servicio social:
- h) Necesidades de biblioteca o laboratorio:
- i) Títulos y grados que se otorgarán:
- j) Costos de matrícula y mensualidades: No 6 tiene

1798

1798

CONSEJO NACIONAL DE ENSEÑANZA SUPERIOR
UNIVERSITARIA PRIVADA

Acta Nº 130

Fecha de aprobación: 8-3-89

Bach y Maestría.

U.P.R.

COLEGIO SAN AGUSTIN

DISEÑO PUBLICITARIO

UNICEN *

1798

0000227

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

CARRERA DE DISEÑO PUBLICITARIO

CONESUP	
Recibido	31-1-89
Fecha:	10:00
Hora	<i>[Signature]</i>

San José, Costa Rica
1989

INDICE

Estudio de Factibilidad de la carrera	I-XVI
Introducción Plan de Estudios	1
Perfil profesional	10
Plan de estudios bachillerato	11
Desarrollo de los cursos	14
Plan de estudios maestría	95
Desarrollo de los cursos	97
Comparación de planes de estudio	123
Programa trabajo comunal	128
Requisitos de ingreso y graduación	129
Duración y créditos de la carrera	131
Distribución del tiempo semanal	133
Necesidades de biblioteca y laboratorio	136
Títulos y grados que se otorgan	138
Bibliografía general	140
Bibliografía por áreas	144
profesorado de la carrera, y sus respectivos títulos autenticados.	

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

0000225

San José, 30 de enero de 1989

Señor
Lic. Carlos Ferreiro, Presidente
Universidad Panamericana
Presente

Estimado Señor Ferreiro:

De acuerdo a su solicitud le remito los documentos de la
carrera de Bachillerato y Licenciatura en Arquitectura y
Bachillerato y Maestría en Diseño Publicitario.

Agradeciendo la atención a la presente, se despide.

Atentamente,



Lic. Alvaro Avilés Vargas
Decano

AAV/amt*
cc: Archivo

0000224

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA
DESARROLLAR LA CARRERA DE
DISEÑO PUBLICITARIO

Nivel: Bachillerato y Maestría.

Colegio: COLEGIO SAN AGUSTIN DE LA U.P.A.

Año: 1988.

Responsable del Estudio: M.A. Ligia Meneses Sanabria, Master en Administración y Lic. Alvaro Avilés Vargas, Licenciado en Ciencias Económicas, especialidad en Estadística. Miembros del Colegio Profesional de Licenciados en Ciencias Económicas.

Se hace la aclaración que este estudio se basa en parte en el estudio que se hizo para el Colegio Sapientia en la rama de Publicidad; ello es así, porque tienen mucho de común a la vez que mucho de diferente ambos campos; pero trabajan en la misma rama, la publicidad complementándose uno al otro.

¿ Qué es un diseñador publicitario y cuál es su campo de acción ?.

El objetivo fundamental de un diseñador publicitario es el de comunicar a un público determinado una información tendiente a educar, informar y provocar una acción. Es así como en el campo del comercio, la acción que se desea provocar es el consumo de un determinado producto; mientras que cuando se trata del interés social, lo que se pretende es educar, o inducir a un cambio de actitudes que mejoren la situación del ser humano; así en Costa Rica en los últimos tiempos hemos notado campañas tendientes a prevenir las consecuencias de los terremotos, proteger la fauna y flora de nuestro país, campañas que han llevado a cabo tanto la Fundación de Parques Nacionales como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, así como las campañas para prevenir accidentes efectuadas por el INS, el MOPT como el uso del cinturón de seguridad, la campaña para que los conductores disminuyan la velocidad, o como la campaña que actualmente se desarrolla con el objeto de que el ciudadano comprenda que no debe ensuciar su país, etc. O sea que es un profesional que por medio de la combinación de la imagen con los textos o palabras comunica y enseña a través de los medios de comunicación de masas por lo que se considera un especialista en la comunicación.

Es un profesional que puede desde el punto de vista anterior ejercer su profesión como UN PROFESIONAL LIBERAL, o bien puede desarrollarla en un Ministerio, Agencia de Publi-

cidad, directamente en una empresa comercial o de artes gráficas, etc.

Está totalmente capacitado para desarrollar revistas de todo género y por eso en el mundo actual, está destinado a jugar un papel de primer orden.

Potencial profesional del Diseñador Publicitario:

El Potencial profesional del diseñador publicitario se encuentra desde las piezas gráficas pertenecientes al campo de la impresión, afiches, anuncios de prensa, volantes, exhibidores, diseño de empaques y etiquetas, hasta el desarrollo de una campaña publicitaria como las descritas anteriormente.

En otras palabras su potencial profesional es tan vasto que no podemos definir un campo específico de acción concreto que nos visualice en que lugares o empresas únicamente podría trabajar; se trata de uno de esos casos en que como profesional puede actuar prácticamente con todos los otros profesionales: en el campo de la medicina, desarrollando conjuntamente con estos profesionales campañas o afiches o anuncios, etc. que eduquen o aclaren o hagan que el público siga aquellas indicaciones que desean estos profesionales que se sigan.

Igualmente podríamos hablar del campo de la odontología, del de la farmacia, y dentro de esta a manera de ejemplos las campañas destinada a la no automedicación o a prevenir que los infantes ingieran medicinas que los adultos dejan a su alcance, etc.

Igualmente podríamos situar a este profesional en el campo educativo, desarrollando campañas tendientes a educar a los niños en la prevención de accidentes al cruzar las calles, o a tener cuidado con las drogas etc.

Ni que decir de este profesional ayudando al publicista a promover un artículo o servicio por medio del desarrollo de las técnicas comunicacionales al servicio del hombre.

La actividad del diseñador publicitario dentro de la publicidad:

La publicidad se define como la actividad comercial e industrial que informa la presencia en el mercado de artículos y servicios destinados al consumo.

El anuncio utiliza todos los servicios y medios de comunicación y de información con el objeto de transmitir su mensaje.

Antiguamente el anuncio consistía apenas de la representación del fabricante con el artículo que producía. Así era frecuente observar zapatos como anuncio de una zapatería, dientes como sinónimo de clínica dental, etc.

Con el correr del tiempo y a medida que la imprenta, las artes gráficas, la radio y la televisión aparecieron, el anuncio acrecentaba su eficacia.

Hoy día el anuncio es una actividad industrial organizada, con un vasto radio de acción, que incluye hasta el anuncio y la publicidad política.

Las industrias, el comercio, las organizaciones financieras, religiosas, políticas, etc., hacen uso de la publicidad con el objeto de vender o de atraer adeptos.

De la premisa, de quien no anuncia no vende, las empresas destinan sumas enormes de su presupuesto para el rubro de propaganda. No se puede concebir ningún negocio, grande o pequeño que pueda prescindir de la publicidad, so pena de fracasar.

Precisamente aquí es donde entra en juego el diseñador publicitario al desarrollar un método ordenado de diseño y la presentación de los bocetos terminados de los diferentes anuncios que se vayan a usar, o a ordenar y desarrollar el mensaje. La carrera en sí prepara al estudiante para que este mensaje sea claro, concreto y adecuado a la situación que se maneja.

LA PUBLICIDAD Y EL MERCADO.

Una vez que se fabrica un artículo o un producto cualquiera es preciso darlo a conocer, destacando sus características, sus virtudes, el servicio que presta, lo que lo diferencia de los similares, las ventajas que ofrecen a quienes lo consumen, etc.

Pero además de lo anterior, el publicista se preocupa de la calidad y buena presentación del mismo, ya que si el artículo está pobremente presentado y su precio es alto, la competen

cia tenderá con su publicidad a menospreciarlo y a minarlo.

He aquí por que es tan importante el diseñador publicitario en la venta de un artículo; ya que éste por sí solo, no puede, a menos que sea de primera necesidad promoverse a sí mismo; es indispensable que el producto sea dado a conocer con todas las virtudes que el mismo tiene.

De igual manera el anuncio, boceto o campaña publicitaria puede modificar la conducta de los consumidores o de la sociedad, con el objeto de que se den condiciones positivas, como las campañas en bien de la salud, de la educación, tal y como se enunciarion anteriormente, y como la del no al consumo de drogas, etc.

FUNCION ECONOMICA Y SOCIAL DE LA PUBLICIDAD.

La publicidad no sólo es imprescindible para dar a conocer productos nuevos y servicios, sino como utilizarlos de la mejor manera, en busca de una racionalización económica. A este respecto bien vale analizar la campaña que tiene el I.C.E. con el objeto de bajar el consumo de electricidad en el país y así economizar divisas y energía. También, y aunque el mercado esté lo suficientemente abastecido de un producto, una campaña publicitaria bien dirigida, tiene efectos inmediatos, no sólo sobre el aumento de las ventas, sino también en la reducción de costos de producción. La publicidad también juega un papel sumamente importante, marcando derroteros a

las diversas clases sociales y económicas para que puedan comprar artículos o conseguir servicios más eficientes al menor costo.

El diseñador publicitario desarrolla las ideas, mensajes, oportunidades e informa sobre artículos y servicios, valiéndose de panfletos, revistas, catálogos, transmisiones radiales y televisivas, etc.

LA ETICA DE LA PUBLICIDAD.

Nada más peligroso que una publicidad sin control; es por esto que los diseñadores publicistas tienen que tener un sentido de responsabilidad social muy alto, ya que en sus manos está en juego toda la sociedad; es por ello que sus mensajes tienen que tener toda la responsabilidad que se pueda exigira este profesional con el objeto de proteger al consumidor de los peligros que encerraría una publicidad o campaña publicitaria "sucía". Imaginemos por un momento, a la publicidad haciendo ver los detalles milagrosos de las drogas por medio de la radio, la televisión o el periódico; gritaríamos en coro: ¡Dios salve a la humanidad !.

Es por ello, que el diseñador publicitario, debe estar imbuido de una gran ética, ya que en sus manos puede estar el destino de muchas personas.

CAMPO DE ACCION DE LA PUBLICIDAD.

El campo de acción de la publicidad es tan vasto, que comprende prácticamente a todos los sectores que componen la sociedad. El gobierno por ejemplo, tiene que realizar campañas publicitarias destinadas a marcar el derrotero por donde se ha de orientar nuestra sociedad. Así, vemos campañas tendientes a informar y prevenir sobre distintos tipos de cánceres, sobre enfermedades venéreas, sobre el SIDA, uso del cinturón de seguridad por parte de los conductores de vehículos, uso racional de la electricidad y del teléfono, etc., etc..

Mencionar el campo de la acción privada, es casi caer en ridículo; ¿qué empresa, fábrica o sociedad no requiere de publicidad?. Precisamente la falta de ella, hace que la dinámica empresarial se limite, no crezcan tanto las empresas como deben hacerlo y hasta es posible un fracaso. Esta es una de las razones por las cuales muchas empresas deportivas fracasan; sin publicidad no se llenan estadios, no hay buenos deportistas, etc.

Sin publicidad no se venden casas, carros, bicicletas, productos alimenticios y demás.

Podemos entonces afirmar que el campo del publicista se encuentra inmerso en toda actividad humana.

DEMANDA SOCIAL.

Partiendo de las consideraciones anteriores, tenemos que toda empresa mediana o grande en Costa Rica (sin menospreciar a la pequeña), requiere de publicidad permanente.

Los diseñadores publicistas deben atender conjuntamente con los publicistas a empresas, negocios, etc, afiliados a:

Cámara costarricense de :

Corredores de bienes raíces.

Hoteles y afines.

Construcción.

Industria alimenticia.

Restaurantes y afines.

Agentes de aduanas.

Azucareras.

Comercio de Costa Rica.

Cámara de exportadores.

Cámara de industrias de Costa Rica.

Cámara de porciculturas.

Cámara de representantes de casas extranjeras.

Cámara de turismo.

Cámara de artesanía y pequeña industria.

Cámara de comerciantes (minoristas, detallistas, mayoristas).

Cámara de medios de comunicación colectiva.

Cámara de productores de leche.

Cámara de radio.

Cámara de televisión.

como eventuales clientes de publicidad.

Haciendo una discriminación de empresas utilizadoras de publicidad afiliadas a las cámaras anteriormente citadas, podemos establecer el número en ocho mil empresas utilizadoras de publicidad permanente. A modo únicamente de ejemplo, podemos citar:

Fábrica de cerveza.

Fábrica de cigarrillos.

Fábrica de productos alimenticios.

Fábrica de jabones.

Fábrica de ceras para pisos.

Fábrica de materiales para la construcción.

Fábrica de electrodomésticos.

etc.

Agencias de automóviles.

Agencias de viajes (más de sesenta y cinco de reconocido prestigio).

Líneas aéreas (LACSA, SAM, COPA, IBERIA, LANICA, ETC.).

Productos de:

Leche (Dos Pinos, Borden) y todos sus derivados.

Aceites para automóviles (SHELL, HAVOLINE, ES-

SO, etc.).

Distribuidoras de:

Computadoras.

Herramientas.

Accesorios para vehículos, etc.

Servicios profesionales de todo tipo.

Como la lista es interminable, y estableciendo sólo 8.000 empresas que clasifican para nuestro fin, podemos ver que el mercado para estos profesionales es demasiado grande comparado con las posibilidades reales de graduación de los mismos, como lo estudiaremos más adelante.

A modo de ejemplo sobre lo que hemos hecho referencia, el señor Carlos Garnier Nieto, representante de artes gráficas, nos comentaba que el problema que ellos tienen, es que este tipo de profesional debe hacerse en la empresa, por lo que nunca llega a tener la solidez de conocimientos que le depara una universidad. Incluso grandes editoriales como la EUNED, no tienen gente graduada en este campo para sus actividades, y el problema no es de contratar o no personal, sino que como lo analizaremos, el número de graduados comparados con el mercado que hemos analizado es demasiado pequeño.

OFERTA DE OPORTUNIDADES ACADÉMICAS.

La oferta de oportunidades académicas en Costa Rica es

muy pobre, ya que sólo dos instituciones de educación superior universitaria ofrecen estos estudios. Una de estas instituciones, la decana de los estudios universitarios en Costa Rica, ofrece esta carrera en la Escuela de Artes Plásticas Estudios también con restricción.

Otra institución que ofrece también esta carrera, es la Universidad Autónoma de Centro América, entidad privada, que la ofrece por intermedio de tres colegios afiliados, los cuales son:

COLEGIO VERITAS

COLEGIO ARTES PLASTICAS

Y EL COLEGIO SAN AGUSTIN EL CUAL PERTENECE ACTUAL-
MENTE A LA UPA

Esta oferta de oportunidades fue tomada por su orden de los documentos: "POSIBILIDADES DE ESTUDIO EN LA EDUCACION SUPERIOR UNIVERSITARIA ESTATAL DE COSTA RICA" OPES 27/07/87 V.1 y de ORDENANZAS Y ANUARIO UNIVERSITARIO 1989, U.A.C.A.

MATRICULA Y GRADUACION EN DISEÑO PUBLICITARIO

Según la información brindada por la U.A.C.A. en ORDENANZAS Y ANUARIO UNIVERSITARIO DE 1989, página 594, tenemos una matrícula de 248 alumnos, distribuída de la siguiente manera:

COLEGIO VERITAS 149 alumnos.

COLEGIO ARTES PLASTICAS 45 alumnos.

COLEGIO SAN AGUSTIN	<u>54 alumnos.</u>
total	<u>248 alumnos.</u>

En el cuadro 1.1.6 del documento ESTADISTICA DE LA EDUCACION SUPERIOR 1986, OPES 11/11/97 V.1 página 17, se muestra una matrícula total en la Escuela de Artes Plásticas sin poder determinar que alumnos en el primer ciclo semestre se matricularon en éste énfasis, ya que no existe el desgloce, ni en la escuela nos pudieron suministrar el dato.

El número de graduados, según las fuentes mencionadas son: en la U.A.C.A., 22 títulos de bachiller entregados (página 516), de 1976 a 1988, por lo que si tomamos sólo los últimos cinco años para efectos de graduados, la esperanza matemática quedaría reducida para efectos de esta Universidad en cuatro graduados por año en esta carrea. En el cuadro 1.3.5. de OPES, tenemos únicamente 9 diplomados en Artes Plásticas con ENFASIS en diseño publicitario. En el nivel de licenciatura no existen graduados.

SITUACION DEL EMPLEO DEL PROFESIONAL EN DISENO PUBLICITARIO

Existen debidamente registrados como empresas o agencias dedicadas a la publicidad:

- 102 agencias en publicidad.
- 4 publicidad en cines.
- 2 publicidad en medios.

8 publicidad en servicios.
16 publicitarias.
29 EMPRESAS DE ARTES GRAFICAS

161 en total.

(Fuente ASCAP (Asociación Costarricense de Agencias de Publicidad.)(Y DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA Y CENSOS.).

Sobre un estudio preliminar llevado a cabo sobre veinte empresas dedicadas a este fin , se encontró que la mayoría de ellas (92%) no tienen diseñadores publicistas graduados como tales sino que cuentan con personas con conocimientos sobre esta materia producto de haber estudiado campos de diseño y dibujo y que fundamentalmente se han formado en la empresa.

CONCLUSION.

Siendo tan importante el campo del diseño publicitario como lo hemos descrito, en la introducción y títulos subsiguientes, es necesario que se incentive su estudio con el objeto de que pueda darse un servicio adecuado en este campo. No es posible que un país que vive de una publicidad tan intensa como el nuestro, no cuente con los profesionales idóneos graduados para ejercer esta profesión. Es imprescindible por efectos de ética y como orientadores de una sociedad de consumo, que las instituciones de educación

superior universitaria hagan un esfuerzo para atraer y graduar jóvenes en este campo. El diseño publicitario como medio cada vez más tecnificado y refinado, requiere de profesionales sumamente capacitados, que de acuerdo con los datos analizados, no los tenemos. Ni siquiera existe un colegio profesional que la regule siendo de tanto valor para la sociedad, pues ella mueve no sólo la economía nacional, sino que mueve la opinión acerca de distintas formas de comportamiento social. Por lo tanto, se debe establecer como premisa, la apertura de más oportunidades académicas y de más incentivos para tener excelentes graduados que beneficien a la sociedad costarricense.

Es necesario aclarar por último, que el Colegio San Agustín no aporta nuevos estudiantes ni nuevos graduados al sistema, ya que se encuentra funcionando con esta carrera desde 1981 y, todos sus datos y graduados están refundidos en las estadísticas anteriores; pero la importancia de esta carrera hace que se deba hacer un esfuerzo por parte del sistema de educación superior para acrecentarlo.

INTRODUCCION AL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE DISEÑO PUBLICITARIO

Para poder describir una carrera de Diseño Publicitario es necesario definir DISEÑO Y DISEÑO PUBLICITARIO, lo que se hará a continuación.

Diseño:

Diseñar es ordenar, organizar y distribuir los pasos o maneras de comunicar información, o llevar a cabo una acción a partir de una idea determinada.

El diseño comunica información basada en los conocimientos previos del público; éste término es tan viejo como el arte mismo, en pintura se le conoce como composición, que significa en realidad el diseño de la obra.

Sin embargo se hace una diferenciación de los objetivos de un artista y de un diseñador, el artista desea intensificar la percepción de la realidad por parte de cada persona, el diseñador desea comunicar algo para que el público lo experimente y lo comprenda.

El diseño está ligado al quehacer diario ya sea en arquitectura, diseño industrial, artes gráficas, diseño publicitario o la vida diaria.

Diseño Publicitario:

El objetivo del Diseño Publicitario es comunicar a un público determinado una información tendiente a educar, informar y provocar una acción. En el caso de las actividades comerciales la acción que se quiere provocar es el consumo de un determinado producto o servicio, cuando es una actividad de interés social, lo que se pretende es educar, o inducir a un cambio de actitudes que mejoren la situación del ser humano. El Diseño Publicitario combina la imagen con los textos o palabras para comunicar sus propósitos, está en función de los medios de comunicación de masas y se considera una especialización de la comunicación.

Carrera de Diseño Publicitario:

El énfasis de la Carrera de Diseño Publicitario en el Colegio San Agustín es el aspecto comunicacional del diseño, al estar incluida dentro de los campos de la comunicación y del arte, es decir la comunicación visual, consideramos muy importante formar al estudiante para que pueda abarcar eficazmente ambos aspectos.

El objetivo de la Carrera es formar a un profesional creativo; y con un claro dominio de las técnicas gráficas necesarias para ejercer su profesión.

El curriculum se estructura en cuatro grandes áreas, la primera y más importante es el área de **Diseño Argumental y Comunicacional**, área central que genera las necesidades técnicas de que se ocupan las otras tres. La segunda es el área de **Representación Gráfica**, en la que se imparten las técnicas de impresión, litografía, diseño tipográfico, offset, así como la preparación de los originales para su reproducción, también se capacita al estudiante en los otros medios de comunicación audiovisuales, como la radio y la televisión y la preparación de las ideas para su posterior producción. En las otras dos áreas se cubre, en una de ellas, todo el bagaje teórico necesario para sustentar el ejercicio de la carrera, en ésta se imparte Mercadeo, Comunicación, Historia del Arte, Sociología del Arte, Castellano y Publicidad, en la otra, se capacita al estudiante en **las Técnicas de Expresión**, enfocada al desarrollo de la ilustración, con materias como dibujo, pintura, aerógrafo y fotografía.

Es importante destacar la necesidad de que el estudiante, más que un técnico sea una persona creativa, que sepa enfrentar los problemas inherentes a su profesión de una forma propia y audaz, que sea versátil, ya que el Diseño Publicitario involucra la tecnología cambiante de la época actual. Consideramos que el área de trabajo de un Diseñador Publicitario es muy amplia, y puede desempeñar diferentes roles relacionados con el diseño gráfico, puede ser ilustrador, creativo de una agencia publicitaria, actuar como profesional liberal, trabajar en una editorial o como coordinador de publicidad en una empresa comercial, de ahí la importancia de no limitar excesivamente su formación, ya que lo que se quiere es un profesional humanista capaz de adaptarse a los cambios de la sociedad, que no se estanque, sino que se enfrente a los retos y dé soluciones creativas.

Un diseñador Publicitario debe ser capaz de coordinar los esfuerzos de un equipo de trabajo, enfocándolo a conseguir una meta común, ser una persona capaz de trabajar en conjunto, adaptable a los requerimientos de una agencia de publicidad.

El diseño Publicitario como disciplina es relativamente nuevo en el país, en este momento hay pocos graduados en el campo, pero el interés por estudiarlo es muy grande. El desarrollo y la madurez de la profesión llegará cuando los graduados y la experiencia de los mismos se acumule con el paso del tiempo; sin embargo las escuelas que lo imparten, deben prever los cambios que se producen en el campo de acción de la misma, para poder adaptar y mejorar los currículum y así no producir profesionales obsoletos y con conocimientos desfasados. Es conveniente una revisión periódica del plan de estudios, para así poder llevar a cabo esta mejora.

AREA DE DISEÑO ARGUMENTAL COMUNICACIONAL

Como se definió con anterioridad, ésta es el área principal en la carrera de Diseño Publicitario, es el eje y genera las necesidades que norman las otras áreas.

Desarrolla la creatividad del estudiante, le da conocimientos teóricos y los aplica en diferentes asignaciones enfocadas al logro de la comunicación visual.

Por ser el Diseño Publicitario una disciplina dirigida a lograr un objetivo, ya sea el incremento del consumo, o un cambio de actitud, los ejercicios prácticos están delimitados por esta situación.

Forma en el estudiante una disciplina de diseño, una metodología de trabajo y una actitud para resolver problemas de índole publicitario.

Esta materia se relaciona íntimamente con las demás materias que conforman el currículum de la carrera, a continuación se describirá brevemente los contenidos de esta área, para posteriormente estudiar las relaciones que se establecen con las otras materias, así como el orden en que se imparten estos contenidos.

CONTENIDOS DEL AREA

0000205

Composición:

Lo primero que el estudiante necesita para poder comunicar sus ideas es aprender el lenguaje gráfico, o código apropiado de la comunicación visual, es necesario que se capacite en la manipulación de los elementos gráficos como el punto, la línea, el plano y el espacio, como ordenarlos de forma coherente en un espacio formato de dos dimensiones.

Estos elementos se articulan sintácticamente utilizando las relaciones determinadas por algunos de los siguientes conceptos, áreas de interés, balance, ritmo, equilibrio, tensión, contraste y otros, confiriéndoles significados para que los receptores los interpreten.

A la vez que se capacita en el manejo del código de la comunicación visual, se adiestra en una forma de enfocar los problemas, en un método de trabajo, una disciplina que lo preparará para enfrentar los problemas que se le presentarán más adelante.

Color:

Parte muy importante del lenguaje gráfico, el manejo del color incrementa la capacidad de comunicar sentimientos y sensaciones.

El color en el diseño gráfico se utiliza como un elemento primordial que cumple con varias funciones, provoca reacciones en el espectador, comunica sentimientos y capta la atención.

Siendo el color un fenómeno físico, y utilizándose en artes gráficas de dos formas, es importante dar a conocer al estudiante las diferencias a que se enfrentará, un enfoque es el color como pigmento, como regularmente se utiliza en pintura y el otro como luz, concepto determinante para comprender los sistemas de impresión y de reproducción (fotomecánica).

El color tiene todo un código de interpretación que se debe aprender, manejar conceptos simbólicos y manipular contrastes y armonías, así como desarrollar la sensibilidad en la percepción del mismo. Un profesional de Diseño debe ser capaz de discriminar las diferencias tonales y de reconocer el matiz exacto que necesita para la reproducción de un original.

Comunicación visual:

• Una vez que el estudiante maneja el lenguaje propio de este tipo de comunicación se enfrenta al diseño con una finalidad, un objetivo comunicacional, informar o provocar reacciones en el espectador.

Siempre manteniendo la rigurosidad en el desarrollo de los trabajos, se tratará de incrementar su creatividad, enfrentándolo a problemas de diseño que involucren la interpretación y la posterior codificación en elementos gráficos con un objetivo definido.

Se empieza a relacionar la ilustración con la palabra escrita, tratando de que ambas correspondan y se apoyen mutuamente.

Comunicación visual publicitaria:

La comunicación visual publicitaria tiene un objetivo específico, influir sobre la conducta de un receptor, provocar cambios de actitud e informar, por lo que el estudiante debe conocer y aplicar conceptos propios de la disciplina para conseguirlo.

En esta etapa del aprendizaje, se amplía el conocimiento sobre el proceso de la comunicación, en términos definidos por la publicidad, se hace énfasis en la definición del perfil del receptor y de qué manera puede ser afectado.

Se utilizan primero piezas gráficas pertenecientes al campo de la impresión, afiches, anuncios de prensa, volantes, exhibidores, así como el diseño de los empaques y etiquetas. Se comienza a estudiar las características propias de los medios de comunicación y como los diseños deben adaptar su lenguaje a cada uno de ellos.

Conforme se va avanzando en el conocimiento de esta materia, los ejercicios se van volviendo más complejos, se desarrolla la noción de Campaña Publicitaria, como un proyecto coordinado de comunicación con una finalidad común. En una campaña se utilizan varios medios de comunicación, algunos primarios y otros secundarios, se conoce y explora las posibilidades de cada medio, y se aplican dependiendo de la definición del público objetivo.

Se especifican las diferencias existentes entre los distintos medios de transmisión del mensaje, y la mejor forma de utilizarlos para conseguir los objetivos de campaña.

En el desarrollo de las campañas publicitarias, se empieza desarrollando una campaña comercial de un producto específico, definiendo como objetivos el incremento del consumo de dicho producto, las campañas de tipo comercial pueden ser de varios tipos, de lanzamiento, mantenimiento y relanzamiento o cambio de imagen, posteriormente se desarrollarán campañas en las que el énfasis estará centrado en un grupo de productos o servicios sin especificar marca, es decir campañas de tipo genérico.

Una vez que se domina la aplicación en el campo comercial, se pasará al desarrollo de investigaciones en el campo social, desarrollando problemáticas de interés público, definiendo en éstas las características del problema, las causas y las consecuencias, el enfoque adecuado y los objetivos a alcanzar, determinando el público meta, y la estrategia a seguir para llegar a este público.

En el desarrollo de estas campañas se enfatiza la utilización de un método ordenado de diseño y la presentación de los bocetos terminados de los diferentes anuncios que se vayan a usar.

Los estudiantes deben determinar la pauta de los medios, coordinándola con los costos actuales de difusión y de producción.

El desarrollo de una Campaña Publicitaria de cualquier tipo y especialmente una de interés social hace que los estudiantes se esfuercen por aplicar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera, además de vincularlos con la sociedad en que se encuentran inmersos, desarrollando así su sensibilidad.

ORDEN DE CONTENIDOS Y RELACIONES CON LAS OTRAS MATERIAS

La materia de Diseño Argumental y Comunicacional se apoya en las demás materias que conforman el Currículum de la carrera, algunas veces toma los conocimientos que se han desarrollado con anterioridad en éstas y los aplica en los ejercicios de que se ocupa, otras coordina las actividades que se llevan a cabo simultáneamente el mismo cuatrimestre, y en otras ocasiones brinda temas para un posterior desarrollo.

Como anteriormente se mencionó, el programa de estudios del Colegio San Agustín se divide en cuatro grandes áreas, una de ellas es la materia principalísima de que se ha estado hablando, otra de estas áreas es una muy importante que figura como materia de apoyo, la de Técnicas de Representación que se desarrolla paralela al área principal.

Esta tiene como objeto facilitar el aprendizaje de las técnicas de representación, impresión y reproducción, una síntesis de sus contenidos es la siguiente: Historia y antecedentes del Diseño Gráfico y Publicitario, diseño tipográfico, proporción y perspectiva, rectángulos estáticos y dinámicos, sistemas de retículas, diagramación, formatos de papeles, sistemas de impresión, elaboración de artes finales para separación de color manual, montaje de negativos, fundamentos de fotomecánica, metodología para el diseño, elaboración de marca y logotipo, desarrollo de imagen coordinada, medios audiovisuales, pre, pro y pos producción de anuncios, radio y televisión en publicidad y animación con computadora.

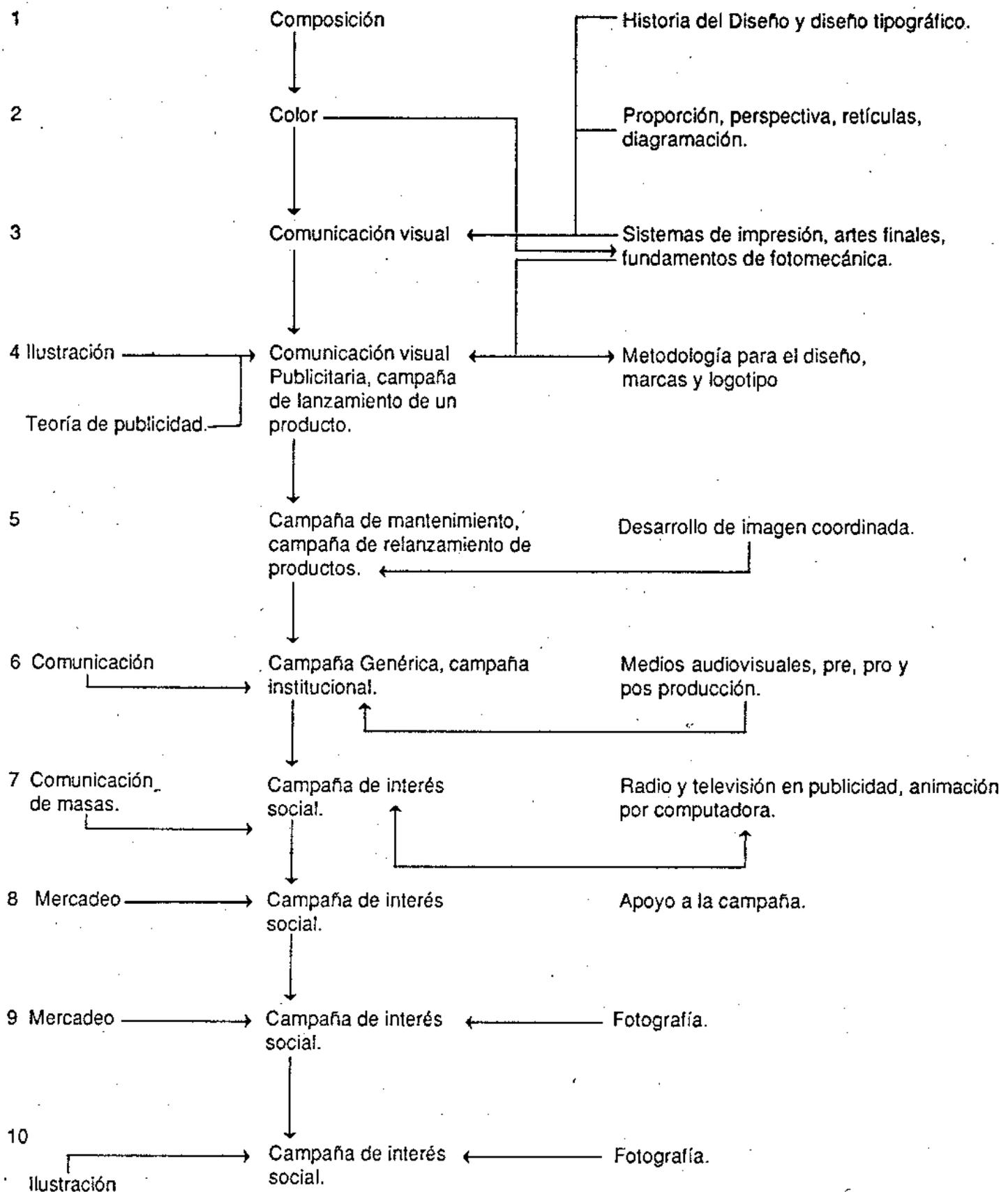
La carrera se desarrolla en diez cuatrimestres y la forma en que se ordenan los contenidos y las relaciones entre las materias se explica en el siguiente gráfico:

OTRAS

AREA DE DISEÑO ARG.

COM.

TEC. DE REP. GRAF.



Las flechas en un solo sentido significa que la materia apoya a la principal, en doble sentido significa que las dos trabajan coordinadamente.

METODOLOGIA DE LA ENSEÑANZA DE LA MATERIA PRINCIPAL.

Por ser una materia teórico práctica la metodología empleada es mixta, se combina la clase expositiva con la clase participativa, el estudiante determina la velocidad de su avance en relación con los plazos de entrega que le brinda el profesor.

Se combina el trabajo individual con el trabajo de grupo, para lograr incrementar la capacidad de trabajo en equipo. Se le da una gran importancia al proceso de desarrollo de los diseños, planteando la necesidad de bocetar y comparar estos con el resultado final.

La enseñanza del Diseño Publicitario y de esta materia en particular debe ser una enseñanza individualizada que contemple las diferencias entre los estudiantes y trate de motivar a cada uno según sus necesidades e intereses.

Uno de los objetivos más importantes es despertar la creatividad, lo que se logra dando al estudiante la oportunidad de exponer sus ideas y de desarrollarlas bajo una guía que respete sus opiniones.

Como se dijo anteriormente el diseño requiere de disciplina, así que a pesar de dar mucha libertad al estudiante en su creatividad, se le fijan plazos de entrega, y requisitos a sus proyectos una vez discutidos y aceptados.

La evaluación de la materia está determinada por su carácter, se emplean exámenes escritos, orales y la presentación de sus proyectos, se hace énfasis en la presentación oral de las campañas y se trata de que esta ocurra no solamente ante sus compañeros de nivel, sino que se invita a los demás estudiantes a participar.

En este colegio se impulsa la relación que se establece entre los estudiantes de los diferentes niveles, ya que actúa como un retroalimentador de los conocimientos y favorece el desarrollo de la personalidad y la conciencia de grupo del estudiantado.

PERFIL PROFESIONAL

Un profesional graduado en Diseño Publicitario en el Colegio San Agustín de la Universidad Panamericana, debe ser capaz de:

- 1.- Resolver problemas de diseño gráfico.
- 2.- Plantear y realizar campañas Publicitarias tanto sobre productos, como sobre problemáticas de interés social.
- 3.- Diagramar libros y revistas.
- 4.- Crear ilustraciones para diferentes temas.
- 5.- Planificar y realizar videos.
- 6.- Dominar las diferentes técnicas de impresión y preparar los originales para su posterior reproducción.
- 7.- Manejar sistemas computadorizados de ayudas de diseño.
- 8.- Elaborar investigaciones sobre temas relacionados con la publicidad.
- 9.- Confeccionar fotografías publicitarias.

Además un profesional graduado en esta Universidad será también una persona que domine conocimientos en Comunicación, Historia del Arte y Sociología del Arte.

El Diseñador Publicitario podrá trabajar como profesional liberal, con el sistema de oferta libre; podrá integrar un equipo en una agencia de Publicidad en la cual tendrá el rol de creativo.

Podrá también supervisar el trabajo de los dibujantes, por su capacitación en dicho campo, así como integrar equipos de ilustradores, animadores y de diseño por computadora.

Organizar departamentos de publicidad en Instituciones Estatales y Privadas. Trabajar como diseñador residente en una imprenta o periódico.

BACHILLERATO Y MAESTRIA EN DISEÑO PUBLICITARIO

BACHILLERATO

<u>CODIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>CREDITOS</u>
I CUATRIMESTRE		
301	Taller de Introducción Diseño Comunicación	3
302	Técnica de Representación Gráfica	3
304	Taller de Expresión y Comunicación I	3
335	Grafoescriturales I	3
II CUATRIMESTRE		
305	Taller de Introducción Diseño Argumental	3
306	Técnica de Representación Gráfica I	3
308	Taller de Expresión y Comunicación II	3
337	Grafoescriturales II	3
III CUATRIMESTRE		
303	Introducción Diseño Bi-Tri Dimensional I	3
309	Taller de Diseño I	3
310	Técnica de Representación Gráfica II	3
312	Taller de Expresión y Comunicación III	3

IV CUATRIMESTRE

307	Introducción Diseño Bi-Tri Dimensional II	3
313	Taller Diseño Argumental Com. 1	3
314	Técnicas de Representación Gráfica III	3
316	Taller de Expresión y Comunicación IV	3

V CUATRIMESTRE

317	Taller Diseño Argumental Comun. II	3
318	Técnicas de Representación Gráfica IV	3
319	Taller de Expresión y Comunicación V	3
323	Envolturología	3

VI CUATRIMESTRE

311	Diseño Bi-Tri Dimensional I	3
320	Teoría Gráfica Publicitaria I	3
321	Taller de Diseño Argumental Comun. III	3
322	Técnica de Representación Gráfica V	3

VII CUATRIMESTRE

315	Diseño Bi-Tri Dimensional II	3
324	Teoría Gráfica Publicitaria II	3
325	Técnicas de Representación Gráfica VI	3
334	Historia del Arte I	3

VIII CUATRIMESTRE

326	Psicología de Imagen I	3
327	Teoría Técnica del Mercadeo I	3
329	Taller de Representación Gráfica I	3
338	Historia del Arte II	3

IX CUATRIMESTRE

328x	Fotografía I	3
331	Sociología del Arte I	3
332	Teoría Técnica Mercadeo II	3
333	Taller de Representación Gráfica II	3

X CUATRIMESTRE

330	Fotografía II	3
336	Sociología del Arte II	3
339	Taller Diseño Total	3
340	Tesis	3

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Introd. Diseño Comunicación

CODIGO: 301

OBJETIVO GENERAL: Diseño Básico: Lograr que el alumno comprenda los elementos básicos del diseño.

OBJETIVOS:

- Definir el acto de componer en una creación artística.
- Redescubrir a través de la observación, partes importantes que amplíen el conocimiento de destrezas.
- Estimular la sensibilidad del estudiante en la percepción de los principios de diseño.

CONTENIDOS:

- El acto del diseño.
- Los elementos básicos de la comunicación visual; punto, línea, forma, color, textura, y otros.
- Conceptos de relación de los elementos básicos; equilibrio, tensión, balance, contraste, ritmo.
- Metodología del diseño.
- Clases de composición.

0000194

ACTIVIDADES:

- Lectura y discusión en grupo.
- Clase expositiva.
- Ejercicios de aplicación de los conceptos.
- Elaboración de diseños creativos.
- Examen escrito.

RECURSOS: Pizarra, tiza, módulos audiovisuales, lápices, marcadores, papel bond, ledger, bristol, colores.

EVALUACION:

Prácticas en el aula	40%
Trabajo Inv.	20%
Ejerc. de culminación	20%
Tareas	10%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Técnicas de Representación Gráfica

CODIGO: 302

OBJETIVO GENERAL: Introducir al estudiante en el conocimiento de la tipografía, su uso correcto. Historia de las artes gráficas.

OBJETIVOS:

- Desarrollar el dominio manual en la caligrafía.
- Dominar las técnicas de lecturas de letras.
- Mostrar o manejar adecuadamente los conocimientos del diseño tipográfico.
- Introducir las artes gráficas por medio de su historia.

CONTENIDOS:

- Diseño de letras.
- Rotulación
- Caligrafía:
 - pesos de las letras
 - legibilidad
 - Soluciones estéticas
- Diseño Tipográfico
- Historia de las artes gráficas

0000192

ACTIVIDADES:

- Exposición del profesor, práctica de materiales.
- Trabajo de investigación.
- Trabajo final.

RECURSOS:

- Materiales de los alumnos
- Instrumentos de dibujo de los alumnos

EVALUACION:

Evaluación de los trabajos prácticos	70%
Investigación	20%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Grafoescriturales I

CODIGO: 337

OBJETIVO GENERAL: Reafirmar conocimientos y corregir vicios en el empleo del castellano.

OBJETIVOS:

- Repasar los conocimientos adquiridos con anterioridad en el idioma castellano.
- Lograr que el estudiante se exprese correctamente en forma oral y escrita.

CONTENIDOS:

- Ortografía:
 - Barbarismos, anglicismos, galicismos.
 - Vicios de dicción y de construcción.
 - Homófonos, Monosílabos acentuados, sinónimos y parónimos.
 - Escritura de numerales.
 - Acentuación
- Gramática:
 - Concordancia gramatical. Pronombres enclíticos,
 - Verbos impersonales, Reglas de Puntuación.
- Redacción:
 - Problemas de redacción

Tipos de párrafos

Estilos de escritura

Figuras retóricas

ACTIVIDADES:

- Exposición de parte del profesor.
- Práctica de los alumnos

EVALUACION:

Examen paarcial	30%
Participación y tareas	20%
Trabajo final	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Expresión y Comunicación I

CODIGO: 304

OBJETIVO GENERAL: Introducir los medios para la expresión plástica.

OBJETIVOS:

- Que el alumno comprenda y experimente que la mano y el instrumento intervienen activamente en la realización plástica.
- Conocer los materiales y su aplicación.
- Desarrollar una disciplina de trabajo

CONTENIDOS:

- Conocimientos de los materiales: El gráfito, papeles, goma, cuchillos, saca puntas, fijativos.
 - . Búsqueda de un trazo seguro, limpio, seguido.
 - . La línea curva y la línea recta.
 - . La mancha, base para el sombreado.
 - . Superficies de diferentes valores pero uniformes.
 - . Graduación de tono a través de la línea y la mancha.
- Conocimiento de los materiales
 - . La tinta china
 - . Plumas de mojes

- . Plumas de depósitos
- . Tinta para dibujo.
- . Papeles

Técnicas:

- Aplicación de la tinta
- Tonos y sombras
- Efectos especiales.
- Tiempos de secado.
- Borriones y borrados
- Movimientos de una pincelada, técnicas mixtas.

Texturas

- Sensibilización de una superficie aplicando la propia inventiva del estudiante con un efecto uniforme.
- Observación del mundo natural y artificial en búsqueda de textura. Rarefacción y densificación de la textura.

ACTIVIDADES:

- Recomendaciones.
- Ejercicios de trazo.
- La mancha.
- El esfumado
- Composición
- Lecturas de complemento "La necesidad del Arte"
Cap. 2 de Ernst Fischer.

RECURSOS:

- Tinta china, lápiz gráfico, rapidógrafos,
pinceles.

EVALUACION:

Participación directa de los alumnos	40%
2 Evaluaciones técnicas	40% c/u.
Prueba escrita	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller . Int. Diseño Argumental

CODIGO: 305

OBJETIVO GENERAL: Profundizar en el dominio de los elementos de la comunicación visual.

OBJETIVOS:

- Reafirmar conocimientos de composición.
- Conocer y aplicar la teoría del color.
- Incrementar la capacidad perceptiva.

CONTENIDOS:

- Teoría del color.
- Repaso de elementos de composición.
- Percepción, forma y color.

ACTIVIDADES:

Cada semana se dará una asignación en base a:

- la teoría del color.
- círculo cromático.
- armonías
- contrastes
- colores fríos y cálidos
- Diseños
- Diseño de símbolos
- Ejercicios de percepción de la forma

RECURSOS:

- Varios: Lápiz, papel, pincel, cartulina, goma, marcadores, pizarra, tiza, cuchilla, tijeras, rapidógrafo, borrador, fotografía, revista, temperas, cartón de presentación.

EVALUACION:

- Cada semana se evaluará por asignación dando puntos a la presentación y asistencia.

Trabajos prácticos	40%
Tareas	20%
Exámenes	10%
Proyecto final	20%

NOMBRE DEL CURSO: Técnica. Repr. Gráfica I

CODIGO: 306

OBJETIVO GENERAL: Introducir al estudiante en los principios de la diagramación y la metodología del diseño gráfico.

OBJETIVOS:

- Introducir la diagramación.
- Formar una disciplina de diseño.

CONTENIDOS:

- Proporción y perspectiva.
- Rectángulos Estáticos y Dinámicos.
- Sistemas de retículas.
- Diagramación.
- Formatos de papeles.

ACTIVIDADES:

- Exposición del profesor. Análisis de los conocimientos de los alumnos.
- Trabajos prácticos de los alumnos
- Diagramación.
- Elaboración de trabajos de rectángulos dinámicos.

EVALUACION:

Evaluación de trabajo, práctica	70%
Investigaciones teóricas	20%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Grafoescriturales II

CODIGO: 337

OBJETIVO GENERAL: Desarrollar la habilidad de comunicar ideas en un orden lógico.

OBJETIVOS:

- Desarrollar el hábito de la comunicación escrita.
- Crear un orden lógico en la exposición de ideas.

CONTENIDOS:

- Componentes de la oración.
- Repeticiones viciosas.
- Uso de las preposiciones
- Figuras retóricas:
 - Construcción y reconocimiento
 - El párrafo, tipos.
- Comentario de texto.
- Técnicas del arte de escribir:
 - a- descripción
 - b- narración
 - c- biografía
 - ch- resumen
 - d- esquema
 - e- crítica
 - f- ensayo

ACTIVIDADES:

- Exposición del profesor y práctica de los estudiantes.
- Conferencias.

EVALUACION:

Examen parcial.	30%
Participación y tareas	20%
Trabajo final	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Expresión y Comunicación II

CODIGO: 308

OBJETIVO GENERAL: Formar una visión más amplia de los medios de Expresión y Comunicación artística a través del dibujo.

OBJETIVOS:

- La función de la línea
- Percepción de los diferentes valores tonales en el campo visual.
- El contraste
- Cualidades de la sensación visual.

CONTENIDOS:

- El contorno como revestimiento de una calidad gráfica.
- La línea descontinua.
- Origen plástico de la línea.
- La línea en relación con un espacio plástico:
 - a) Línea de recorte
 - b) Línea de contorno
- La sensación de relieve y profundidad. Función de los valores en la percepción.
- Cualidades tonales. Valor - matiz - intensidad.

ACTIVIDADES:

- Aplicación diferentes técnicas.
- Ejercicios a mano alzada.
- Ejercicios de figura - fondo
- Dibujos rápidos.

RECURSOS:

- Papel, lápiz, borrador, pincel, plumas, tinta.

EVALUACION:

2 evaluaciones técnicas	40%
1 evaluación escrita	10%
concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de diseño I

CODIGO: 309

OBJETIVO GENERAL: Desarrollar una idea a base de una secuencia de diseño.

OBJETIVOS:

- Incrementar la creatividad del estudiante.
- Interpretar y codificar.
- Desarrollar la metodología del diseño.
- Aplicar los conocimientos adquiridos.

CONTENIDOS:

- Interpretación de temas por medio de una solución ilustrativa.
- Relacionar sonidos, sentimientos con los elementos gráficos.
- Desarrollo de temas de percepción visual.

ACTIVIDADES:

- Diseño de carteles
- Relacionar la tipografía con la ilustración.
- Diseño de cubiertas para disco.
- Interpretación de cuento, película u otro tema por medio de la ilustración.
- Desarrollo de ejercicios creativos.
- Investigación teórica.

RECURSOS: Plumas, lápiz, pincel, cartulina, reglas, escuadra, plantillas, borrador, pizarra, tiza, tinta, plantilla de círculo, ovalos.

EVALUACION:

Trabajos gráficos	30%
Investigación	20%
Trabajo Final	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Técnica de Representación Gráfica II

CODIGO: 310

OBJETIVO GENERAL: Facilitar al estudiante una idea precisa sobre las diferentes técnicas de impresión gráfica.

OBJETIVOS:

- Impartir un conocimiento general de las diferentes técnicas de impresión.
- Capacitar al estudiante en la elaboración de artes finales.

CONTENIDOS:

- Antecedentes e historia de las técnicas de impresión.
- Procesos de impresión : imprenta, serigrafía, litografía, off set.
- Elaboración de artes finales: negativos, color key, montaje de negativos.

ACTIVIDADES:

- Exposición del profesor
- Trabajo práctico
- Visita taller e imprentas.
- Tareas

RECURSOS:

- Cartón de presentación, acetato, set de color key, negativos.

EVALUACION:

Tareas	10%
Trabajos prácticos	20%
Investigación	20%
Trabajo final	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Introd. Diseño Bi-tri Dimensional I

CODIGO: 303

OBJETIVOS GENERAL: Desarrollar el concepto de módulo como generador del diseño bidimensional.

OBJETIVOS:

- Ubicar el concepto de módulo con sus campos de aplicación.
- Diseñar con módulos.
- Concepto de módulo, repetición y gradación, contraste, estructura.
- Reticulas
- Estructuras radiales
- Aplicaciones modulares:
 - Subdivisión del espacio
 - Figura-fondo
 - diseños textiles.

ACTIVIDADES:

- Elaboración de un módulo.
- Elaboración de diseños modulares.
- Aplicación de estructuras radiales.
- Diseño de portada, afiche o diseño textil.
- Investigación.
- Exposición teórica por el profesor.

RECURSOS:

- Gráficos, papel, lápiz, rapidógrafos, colores.

EVALUACION:

Trabajos prácticos	40%
Investigación	20%
Proyecto final	30%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Exp. y Comunicación III

CODIGO: 312

OBJETIVO GENERAL: Lograr que el alumno a base de copias desarrolle su destreza e introduzca algunos cambios y comprenda el estilo y la técnica de otros diseñadores.

OBJETIVOS:

- Conocer y aplicar la luz en el paisaje.
- Aplicar la realidad e imaginación en el paisaje.
- Aplicar la realidad en el paisaje a través de la línea.

CONTENIDOS:

- Dibujo de los elementos auxiliares en el paisaje.
- Sensación de relieve y profundidad.
- Valores en la percepción del paisaje.
- Trazo dinámico.
- Líneas de fuerza.

ACTIVIDADES:

- Dibujo directo de plantas ornamentales, árboles, analizando: línea de contorno, estructura, textura, forma.
- Sintetizar y aplicar la realidad al paisaje.
- Memorización visual.
- Interpretación.

RECURSOS:

- Tinta, pincel, pluma, cartulina, lápiz, borrador, libros de arte, fotografía, libros de arquitectura, copias xerox.

EVALUACION:

2 evaluaciones técnicas	40% c/u
1 evaluación escrita	10%
concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller. Dis. Arg. y Comunicación I

CODIGO: 313

OBJETIVO GENERAL: El primer contacto del alumno con la estructuración de una campaña publicitaria por medio de la programación en el Diseño.

OBJETIVOS:

- Lograr que el alumno comprenda el concepto de campaña.
- Relacionar la actividad del diseño a la publicidad y al acto de la venta.
- Crear hábitos de investigación.
- Reafirmar en el estudiante la disciplina del diseño.

CONTENIDOS:

- Publicidad: conceptos sociales y económicos.
- Organización de la publicidad en Costa Rica.
- El acto de compra.
- Campaña Publicitaria, conceptos, estrategias creativas.
- Bocetos

ACTIVIDADES:

- Clases expositivas
- Investigación teórica sobre publicidad y exposición oral.
- Diseño de afiches y rediseño de productos.
- Campaña Publicitaria de producto.

RECURSOS:

- Papel, lápiz, libros, pizarra, tiza, colores, exposiciones de arte.

EVALUACION:

Investigación	20%
Trabajo práctico	30%
Campaña	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Representación Gráfica III

CODIGO: 314

OBJETIVO GENERAL: Conocimientos de los diferentes procesos de diseño de una marca, y la legislación correspondiente.

OBJETIVOS:

- Desarrollar el proceso de diseño de una marca.
- Continuar desarrollando una metodología de diseño gráfico.
- Concepto de marca y logotipo.
- Aplicación de la marca.
- Procedimiento de inscripción de marcas.
- Proceso de diseño.
- Investigación teórica.

ACTIVIDADES:

- Diseño de logotipo.
- Aplicación de logotipo, papel membretado, sobre, tarjeta, publicidad.
- Investigación teórica.
- Trabajos Prácticos.

EVALUACION:

Concepto	10%
Trabajos prácticos	30%
Investigación	20%
Trabajo final	40%

NOMBRE DEL CURSO: Introducción al Diseño Bi-Tri Dimensional II

CODIGO: 307

OBJETIVO GENERAL: Comprender la función del módulo en el diseño tridimensional.

OBJETIVOS:

- Comprender el concepto de espacio.
- Comprender el concepto de volumen

CONTENIDOS:

- Módulos tridimensionales.
- Planos seriados.
- Pared.
- Estructura de sólidos.

ACTIVIDADES:

- Charla teórica introductoria
- Investigación escrita
- Trabajo práctico
- Análisis de los proyectos por el grupo.

RECURSOS:

- Cartón, colores, goma, cuchilla, cartulina.

EVALUACION:

Investigación	25%
3 Proyectos	20% c/u
Participación	5%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Expresión y Comunicación IV

CODIGO: 316

OBJETIVO GENERAL: El alumno buscará en la naturaleza, ideas que le sugieran motivos, composición y colores. Aplicación de técnicas aprendidas.

OBJETIVOS:

- Estilización e interpretación de elementos de la naturaleza.
- Búsqueda de una unión perfecta entre el diseño y las limitaciones y posibilidades impuestas por los materiales.
- Búsqueda de un estilo original y creador.

CONTENIDOS:

- Principios que intervienen en la estilización de un elemento.
 - . apreciación del modelo
 - . motivos más destacados
 - . medios para su realización
 - . carácter de la obra, realce de sus cualidades, expresión y plástica.

- El esquema

- . Realce de las características, 5 furd del modelo, supreción de lo superfluo.
- . Búsqueda del grafismo y técnicas correspondientes a la técnica.

ACTIVIDADES:

- Establecer repertorio de formas.
- Destacar algunos detalles microscópicos
- Experimentaciones técnicas
- Visitas a exposiciones.
- Demostraciones.

RECURSOS:

- Elementos de la naturaleza, tinta china, acuarelas, rapidógrafo, reglas, escuadras.

EVALUACION:

Evaluación técnica	40%
Evaluación final	50%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller Dis. Arg. y Comunicación II

CODIGO: 317

OBJETIVO GENERAL: Reafirmar el concepto de Campaña Publicitaria.

OBJETIVOS:

- Reafirmar la disciplina del diseño en el estudiante.
- Definir como se utilizan los medios masivos de comunicación en una campaña publicitaria.
- Definir una estrategia creativa para cada medio de acuerdo a sus características.

CONTENIDOS:

- Repaso de publicidad.
- Medios publicitarios, proceso de comunicación, selección de medios, presupuesto publicitario.
- Código de ética publicitaria.
- Campaña relanzamiento
- Campaña mantenimiento.

ACTIVIDADES:

- Clases expositivas
- Investigación teórica
- Dos campañas publicitarias.
- Bocetos terminados
- Exposición oral

EVALUACION:

Investigación	20%
Trabajos	60%
Exposición	10%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Representación Gráfica IV

CODIGO: 318

OBJETIVO GENERAL: Lograr la aplicación de los conocimientos teóricos en problemas concretos de diseño gráfico.

OBJETIVO:

- Proporcionar los conocimientos teóricos y prácticos para el diseño de la imagen coordinada.

CONTENIDOS:

- Análisis para la creación de una imagen coordinada.
- Aplicación de imagen coordinada.
- Bocetos y Artes finales de las aplicaciones de la imagen coordinada.

ACTIVIDADES:

- Clases expositivas
- Preparación de bocetos y Artes Finales de las aplicaciones de la imagen coordinada.
- Investigación teórica.

EVALUACION:

Investigación	20%
Trabajo de proceso	30%
Trabajo final	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Expresión y Comunicación V

CODIGO: 319

OBJETIVO GENERAL: Dominar la técnica de la tempera y la acuarela.

OBJETIVOS:

- Simplificar y estilizar como recurso de la ilustración.
- Lograr una buena calidad de ilustración realista.
- Desarrollar la creatividad del estudiante.
- Establecer una disciplina de trabajo.

CONTENIDOS:

- Los colores y su presentación.
- Colores de poster y en polvo.
- Pinceles y caballetes.
- Zonas planas sólidos elaboración con tonos oscuros-medios y claros.
- Lavados planos.
- Repintado y rociado.
- Texturas.
- Enmascaramiento.
- La tempera con otros medios.
- El contraste del color en si mismo.
- Contraste claro-oscuro.
- Contraste caliente frío.

- Contraste de los complementarios.
- Contraste cualitativo.
- Contraste cuantitativo.
- Contraste simultáneo.

ACTIVIDADES:

- Exposición del profesor.
- Discusión acerca del tema.
- Prácticas orientadas.
- Experimentación libre.

RECURSOS:

- Papeles, pinceles, paleta, pinturas.

EVALUACION:

Evaluación por semana	50%
Evaluación final	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Envolturología

CODIGO: 323

OBJETIVO GENERAL: Comprender el proceso de diseño de todo tipo de envolturas.

OBJETIVOS:

- Establecer las características de los productos que determinan las diferencias en las envolturas.
- Lograr la mayor creatividad posible partiendo de una análisis elaborado.

CONTENIDOS:

- Características de los empaques.
- El empaque y su relación con el mercado del producto.
- La psicología del color y el diseño del empaque.

ACTIVIDADES:

- Exposición del profesor.
- Investigación teórica sobre embalajes.
- Crítica de diferentes envolturas existentes en el mercado.
- Rediseño de empaques.
- Empaques y Display.

RECURSOS:

- Papel, lápiz, pizarra, tiza, cartón, colores.

EVALUACION:

Investigación	30%
Diseños	60%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Diseño Argumental Comun. III

CODIGO: 321

OBJETIVO GENERAL: Comprender las diferencias existentes entre los medios de comunicación masiva y su relación con la creación gráfica.

OBJETIVOS:

- Reafirmar la disciplina del diseño.
- Incentivar la creatividad del estudiante.
- Adiestrar al estudiante en la presentación oral y defensa de sus ideas.
- Relacionar los conceptos publicitarios con los conceptos comunicativos.

CONTENIDOS:

- Esquemas de transmisión.
- Encuestas publicitarias.
- Efectividad publicitaria.
- Campaña publicitaria genérica.
- Campaña publicitaria Institucional.
- Influencia de la tecnología.

ACTIVIDADES:

- Investigación teórica.
- Clases expositivas
- Realización de campañas
- Exposición oral de campañas.
- Bocetos para diferentes medios.

RECURSOS:

- Papel, lápiz, marcadores, tiza, pizarra, medios audiovisuales, colores, levantado de texto.

EVALUACION:

Investigación	15%
Campañas	60%
Exposiciones	15%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Representación Gráfica V

CODIGO: 322

OBJETIVO GENERAL: Lograr un conocimiento integral de planeamiento y realización de un trabajo de Diseño Gráfico enfocado a la comunicación.

OBJETIVOS:

- Capacitar al estudiante en la coordinación y producción de material audiovisual.
- Sensibilizar al estudiante en la percepción de los efectos de la manipulación de la imagen.

CONTENIDOS:

- Medios Audiovisuales
- Elementos de comunicación
- La imagen
- Psicología de la imagen
- Etapas de preparación en la producción audiovisual.
- Bocetos para producir:

guión

imagen

audio

ACTIVIDADES:

- Exposición teórica
- Investigación de los alumnos
- Proyecto de los alumnos
- Práctica de realización
- Visita canal de televisión y productora.

RECURSOS:

- Slides, grabaciones, cartón, acetato, útiles de dibujo, proyector, tocacassette.

EVALUACION:

Tareas	10%
Evaluación trab. práctico	20%
Investigación	20%
Trabajo final	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Diseño Bi-Tri Dimensional I

CODIGO: 311

OBJETIVO GENERAL: Capacitar al estudiante en el manejo de una técnica de presentación actual, el aerógrafo o pincel de aire.

OBJETIVOS:

- Adiestrar en el manejo del aerógrafo.
- Capacitar al estudiante para producir efectos de utilidad en publicidad.

CONTENIDOS:

- El aerógrafo
- Fondos planos
- Fondos de gradados
- Efectos:
 - brillos
 - texturas
- Pintura realista
- Aplicaciones publicitarias:
 - anuncio
 - ilustración
 - fotomontaje
 - retoque

ACTIVIDADES:

- Clases expositivas. Teóricas.
- Exposición de ejemplos.
- Trabajo práctico en clase
- Proyectos

RECURSOS:

- Aerógrafo, compresor, pinturas, medios de soporte, papel enmascarador, acetato, goma spray.

EVALUCION:

- | | |
|--------------------|---------|
| - Trabajo en clase | 40% |
| - 2 Proyectos | 20% c/u |
| - Investigación | 10% |
| - Concepto | 10% |

NOMBRE DEL CURSO: Teoría Gráfica Publicitaria I

CODIGO: 320

OBJETIVO GENERAL: Comprender el proceso de la comunicación y su relación con el diseño publicitario.

OBJETIVOS:

- Analizar los procesos comunicativos.
- Comprender el proceso de emisión y recepción del mensaje.

CONTENIDOS:

- Teorías comunicativas, proceso, modelos de comunicación.
- La comunicación en la historia.
- Medios de comunicación de masas.
- Cultura y comunicación.
- Educación y comunicación.
- Arte y Comunicación
- Semiología -Semiótica
- Tipos de mensajes visuales.

ACTIVIDADES:

- Exposición del procesor y discusión dirigida.
- Lecturas a discusión.
- Análisis de mensajes

RECURSOS:

- Papel, lápiz, pizarra, tiza, medios audiovisuales

EVALUACION:

Tareas	25%
Examen parcial	25%
Participación en clase	10%
Examen final	30%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Técnica de Rep. Gráfica VI

CODIGO: 325

OBJETIVO GENERAL: Capacitar al estudiante en el diseño de material audiovisual.

OBJETIVOS:

- Capacitar en la producción de audiovisuales.
- Percibir los efectos de la manipulación de la imagen.

CONTENIDOS:

- Producción audiovisual:
 - sonoviso
 - video
 - grabación
- Utilización de la computadora en la producción audiovisual.
- Animación
- Post producción:
 - edición
 - montaje

ACTIVIDADES:

- Exposición teórica profesor.
- Análisis
- Preparación de bocetos maquetas y story board.
- Producción de proyecto.

RECURSOS:

Proyector slides
toca cassette
cámara video
televisor

EVALUACION:

Tareas	10%
Trabajo en clase	20%
Investigación	20%
Trabajo final	40%
concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Diseño Bi-Tri Dimensional II

CODIGO: 315

OBJETIVO GENERAL: Reforzar los conceptos de campaña publicitaria adquiridos con anterioridad.

OBJETIVOS:

- Reafirmar conocimientos
- Aplicar métodos de investigación
- Aplicar metodología de diseño
- Aplicar conocimientos de comunicación.

CONTENIDOS:

- Desarrollo de investigación que fundamente una campaña.
- Selección de medios en relación a público meta.
- Desarrollo de ideas gráficas para cada medio.
- Presupuesto.
- Análisis de campaña en relación con la legislación publicitaria.

0000144

ACTIVIDADES:

- Exposición teórica de parte del profesor.
- Trabajo práctico de parte del estudiante.
- Exposición oral de campaña.
- Investigación.

EVALUACION:

3 entregas parciales	20% c/u
entrega final y exposición	30%
concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Teoría Gráfica Publicitaria II

CODIGO: 324

OBJETIVO GENERAL: Comprender la naturaleza de la comunicación de masas y su relación con la ideología del consumidor.

OBJETIVOS:

- Comprender la relación entre la comunicación y el consumidor.
- Establecer las bases para comprender los sistemas de información.
- Analizar los cambios que provoca la tecnología en la comunicación.

CONTENIDOS:

- Visión del mundo de una sociedad.
- El arte, creación, conocimiento e ideología.
- Cultura de masas
- Publicidad comercial
- El mito
- El mensaje radiofónico y sus características semióticas.
- La televisión, comunicación y expresión.
- Relación con el público.
- La canción
- Los comics.

- La prensa, información y propaganda.
- El costarricense: estereotipos y medios de comunicación masivos.

ACTIVIDADES:

- Exposición de parte del profesor.
- Discusión dirigida.
- Realización de lecturas y de informe.
- Análisis crítico de mensajes varios.

EVALUACION:

Informes de lecturas orales y escritos	30%
Participación en clase	20%
Trabajo final	40%
Concepto	10%

0000141

NOMBRE DEL CURSO: Historia del Arte I

CODIGO: 334

OBJETIVO GENERAL: Conocer las características generales de las diferentes épocas antiguas y su arte.

OBJETIVOS:

- Relacionar la forma social y económica con la expresión artística.
- Saber distinguir los estilos artísticos de cada época a estudiar.

CONTENIDOS:

- Prehistoria:
 - Paleolítico
 - Neolítico
- Asirios, Caldeos, Mesopotamia
- Egipto
- Arte precolombino
- Micénicas - Creta - Grecia
- Etruscos - Roma
- Arte Bizantino
- Edad Media
- Renacimiento

0000140

ACTIVIDADES:

- Investigación y exposición oral
- Repaso por el profesor

RECURSOS:

- Slides, láminas, medios audiovisuales, pizarra y tiza.

EVALUACION:

3 exámenes parciales	20%
resúmenes	20%
exposiciones orales	50%
concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Repres. Gráfica I

CODIGO: 329

OBJETIVO GENERAL: Desarrollar actividades integradas de modelos y actividades visuales.

OBJETIVOS:

- Utilización de los conocimientos teóricos para la realización de los diferentes proyectos.
- Coordinar las diferentes actividades enfocadas a una actividad común.

CONTENIDOS:

- Desarrollo de modelos
- Programación del desarrollo del proyecto.
- Cronograma
- Realización del proyecto.

0000138

ACTIVIDADES:

- Todo este proyecto se trabajará con base en el análisis conjunto (del grupo), y de un trabajo individual (profesor - alumno), en la corrección de los mismos.

EVALUACION:

Trabajo en clase	40%
Proyecto	50%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Historia del Arte II

CODIGO: 338

OBJETIVO GENERAL: Introducir al estudiante al proceso evolutivo del arte desde el Renacimiento.

OBJETIVOS:

- Relacionar la forma social y económica con la expresión artística.
- Distinguir estilos artísticos.

CONTENIDOS:

- Barroco
- Neoclasicismo
- Romanticismo
- Realismo
- Impresionismo, Postimpresionismo, neoimpresionismo.
- Muralismo mexicano
- Modernismo
- Fauvismo
- Expresionismo
- Escultura moderna
- Arquitectura moderna
- cubismo
- surrealismo
- Opt. Art.

ACTIVIDADES:

- Exposición del profesor
- Investigación y exposición oral por parte del estudiante.

RECURSOS:

- Proyector, slides, pizarra, tiza.

EVALUACION:

2 exámenes de	30% c/u
resúmenes	10%
expresión oral	20%
concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Psicología de la Imagen I

CODIGO: 326

OBJETIVO GENERAL: Estructurar campañas que utilicen mensajes visuales o de otras modalidades en base a la constitución, psicológica del receptor.

OBJETIVOS:

- Investigar exhaustivamente un tema de interés social.
- Situar al estudiante en la realidad nacional.
- Comprender la idiosincracia del receptor.

CONTENIDOS:

- Campaña publicitaria de interés social:
- Investigación
- Planteamientos gráficos de acuerdo al mensaje y a la psicología y actitudes del receptor.
- Medición de la efectividad de la campaña.

ACTIVIDADES:

- Exposición teórica por parte del profesor.
- Revisiones periódicas del trabajo.
- Elaboración de piezas gráficas.
- Exposición oral del proyecto de cada estudiante y discusión.

RECURSOS:

- Papel, lápiz, pizarra, tiza, películas, fotografías, libros, lápices de color, marcadores, acuarelas.

EVALUACION:

Entregas parciales	15% c/u
Entrega final .	30%
Exposición oral	30%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Teoría Técnica del Mercadeo I

CODIGO: 327

OBJETIVO GENERAL: Se le dará al estudiante una visión global sobre el campo del mercadeo por medio de conceptos básicos que le servirán como instrumentos para poder relacionar el mercado real con los conocimientos adquiridos. Se entrenará al estudiante en casos reales.

OBJETIVOS:

- Que el estudiante conozca los conceptos básicos de mercadeo, su desarrollo y el papel que ha jugado en la historia. Estará en capacidad de conocer las limitaciones del mercadeo con el medio ambiente, la industria, y los factores no controlables que lo rodean.
- Conocerá y determinará hábitos de compra. Podrá determinar las características que deben acompañar al producto para lograr una determinada reacción del consumidor, reacción psicológica.
- Estará en capacidad de sacar sus propias conclusiones, como el tomar medidas de cambio, modificación, adaptación de los productos en el mercado.

0000132

CONTENIDOS:

- Conceptualización de la dirección de mercadeo .
La conducta del consumidor. Investigación de
mercados. Organización de un departamento de
mercadeo. Estrategia de mercado.

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Repr. Gráfica II

CODIGO: 333

OBJETIVO GENERAL: Recopilar y aplicar los conocimientos adquiridos con anterioridad en un ejercicio de diseño publicitario.

OBJETIVOS:

- Reafirmar conocimientos
- Detectar vacíos y solucionarlos
- Prácticas la solución de problemas de índole gráfica.

CONTENIDOS:

- Repaso de conocimientos:
 - conceptos publicitarios
 - conceptos comunicativos
 - conceptos gráficos
 - programación de medios
 - presupuestos
- Maquetas para cada medio seleccionado.

0000130

ACTIVIDADES:

- Investigación teórica sobre tema asignado.
- Confrontación de ideas con el profesor y los compañeros.
- Elaboración de campaña publicitaria
- Exposición oral de la campaña.

RECURSOS:

- Materiales de pintura
- fotografía
- videos
- slides
- proyectores
- grabaciones

EVALUACION:

Plan de trabajo	10%
Revisión semanal	30%
Campaña	30%
Exposición	20%
Concepto	10%

0000129

NOMBRE DEL CURSO: Mercadeo II

CODIGO: 332

OBJETIVO GENERAL: En este curso se le dará al estudiante las armas necesarias para que pueda llevar a cabo un estudio completo y bastante exhaustivo del mercado, tomando en cuenta todos los factores controlables e incontrolables que giran alrededor de él. Conocerán propiamente el mercado de consumo, así como los del producto, el distribuidor y el gobierno.

OBJETIVOS:

- Situar al estudiante en el ámbito de la investigación de mercados. ¿Qué es? y ¿cómo funciona?
- Proveer al estudiante con los conocimientos y las variables interrelacionadas en una investigación interna como son: análisis de ventas, productos, y planeación publicitaria.
- Proveer al estudiante con los conocimientos y las variables interrelacionadas en una investigación externa como son: estudios de distribución y pruebas de productos.
- Desarrollar una investigación de mercado clasificado cada paso de acuerdo a su importancia y posición en la planeación de la investigación.

CONTENIDOS:

- Aspectos introductorios
- Investigación Interna
- Investigación Externa
- Fases cronológicas de una investigación de mercados
- Casos Prácticos

NOMBRE DEL CURSO: Fotografía I

0000127

CODIGO: 328

OBJETIVO GENERAL: Desarrollar habilidad técnica y sensibilidad en la solución de problemas específicos de fotografía.

OBJETIVOS:

- Manejar el equipo fotográfico correctamente.
- Manejar los conocimientos necesarios para tomar fotografías.
- Conocer los materiales fotográficos
- Emitir juicios valorativos mediante la interrelación de conocimientos de fotografía, diseño y comunicación.

CONTENIDOS:

- La luz
- Comportamiento de la luz
- La cámara y su uso.
 - lentes y objetivos
 - distancia focal
 - círculo de iluminación
 - cobertura visual
 - profundidad de campo
 - luminosidad
 - tipos de lentes

RECURSOS:

- Cámara fotográfica, negativo, papel, ampliadora,
químicos.

EVALUACION:

Participación en críticas	5%
Asignaciones y exámenes	30%
Fotografías asignadas	55%
Concepto	10%

0000124

NOMBRE DEL CURSO: Sociología del Arte I

CODIGO: 331

OBJETIVO GENERAL: Enfocar el desarrollo del arte como un reflejo de la cultura en que se crea.

OBJETIVOS:

- Comprender el acto de crear una obra de arte.
- Establecer la relación entre el arte y la sociedad.

CONTENIDOS:

- Significado del arte.
- Definición de sociología
- Cultura y sociedad
- Sociología y Psicología
- Comunicación
- Arte y público
- Construcción Imagen Publicitaria
- Exposición teórica del profesor
- Investigación y exposición oral
- Discusión en clase de conceptos.

RECURSO:

- Slides, láminas, proyectores.

EVALUACION:

- Resúmenes 20%
- Exposiciones orales 30%
- Participación 10%
- Proyecto final 30%
- Concepto 10%

NOMBRE DEL CURSO: Sociología del arte II

CODIGO: 336

OBJETIVO GENERAL: Comprender el quehacer artístico actual como un reflejo de la sociedad.

OBJETIVO:

- Observar la historia del arte como un reflejo vivo de los cambios sociales.

CONTENIDOS:

- Introducción a la Historia del arte contemporáneo.
- Naturaleza de la historia contemporánea.
- Arte en el mundo contemporáneo.
- Función de las artes en la sociedad actual.
- Arte y propaganda.
- Los lenguajes del arte.
- Análisis de Obra de Arte

ACTIVIDADES;

- Exposición teórica del profesor
- Investigación y exposición oral
- Dirección en clase de conceptos

0000121

RECURSOS:

- Slides, láminas, revistas, películas,
proyectores, fotografías.

EVALUACION:

Resúmenes	20%
Exposiciones orales	30%
Participación	10%
Proyecto final	30%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Fotografía II

CODIGO: 330

OBJETIVO GENERAL: Aplicar la fotografía al campo publicitario.

OBJETIVOS:

- Desarrollar conocimientos sobre películas negativas en color.
- Desarrollar conocimientos sobre revelado de películas negativas en color.
- Aplicar conocimientos sobre diseño, tipografía y diagramación en la elaboración de trabajos publicitarios.
- Aplicar conocimientos sobre comunicación y publicidad a la elaboración de fotografía publicitarias.

CONTENIDOS:

- Marco teórico para una fotografía publicitaria.
- Problemas de exposición e iluminación.
- Películas negativas de color.
- El revelado en color
- Diagramación de las fotografías

ACTIVIDADES:

- Clases expositivas.
- Análisis de tareas.
- Discusión en grupo.
- Trabajos prácticos.
- Prácticas de iluminación.
- Prácticas de laboratorio.

RECURSOS:

- Materiales fotográficos. Blanco y negro y color.
- Cámara fotográfica
- cuarto oscuro
- materiales de diseño

EVALUACION:

- | | |
|----------------|-----|
| - Asignaciones | 30% |
| - Examen final | 5% |
| - Fotografías | 55% |
| - Concepto | 10% |

NOMBRE DEL CURSO: Taller de Diseño Total

CODIGO: 339

OBJETIVO GENERAL: Recopilar trabajo gráfico para conformar una carpeta de ilustración.

OBJETIVOS:

- Guiar al estudiante en la confección de su portafolio.
- Recordar técnicas de ilustración.
- Preparar trabajos para exposición.

CONTENIDOS:

- Trabajos de ilustración de diferentes escalas.
- Trabajos publicitarios.
- trabajos artísticos.
- Mejoramiento técnico.
- Confección de portafolio.

ACTIVIDADES:

- Charla inicial de parte del profesor.
- Trabajos creativos
- Portafolio

RÉCURSOS:

- Materiales de diseño

EVALUACION:

Bocetos	20%
Trabajos finales	30%
Portafolio	40%
Concepto	10%

NOMBRE DEL CURSO: Tesis

CODIGO: 340

OBJETIVO GENERAL: Preparación de tesis para evaluación de los conocimientos del alumno.

OBJETIVO:

- Planear con los alumnos en varios trabajos, la orientación del curso se dirigirá a la preparación de la presentación a la prueba de grado.

CONTENIDOS:

- Temas relacionados con el diseño publicitario.
- Redacción, estilo, y lenguaje publicitario, gráfica de presentación, psicología de publicidad y sentido crítico.
- Exposición del tema.

ACTIVIDADES:

- Reuniones periódicas con los estudiantes para aclarar los aspectos más importantes, que orienten y definan la ideología del proyecto escogido.

0000115

RECURSOS:

Varios

EVALUACION:

5 Revisiones periódicas a decidir con el estudiante según su plan de trabajo	40%
Entrega final y exposición	50%
Concepto	10%

CARRERA: MAESTRIA EN DISEÑO PUBLICITARIO-COMUNICACIONAL.

<u>CODIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>CREDITOS</u>
I CUATRIMESTRE		
341.	Investigación de Mercados.	3.
342.	Fotografía Artística	3.
343.	Diseño de Empaques I	3.
344.	Análisis Diseño de Encuestas.	3.
II CUATRIMESTRE		
345.	Tratamiento Gráfico de la Información.	3.
346.	Fotografía Comercial	3.
347.	Diseño de Empaques II.	3.
348.	Teoría Económica	3.
III CUATRIMESTRE		
349.	Contabilidad Gerencial.	3.
350.	Sicología del Consumidor.	3.
351.	Diseño Industrial.	3.
352.	Etica Profesional.	3.

IV CUATRIMESTRE

353.	Legislación Aplicada a los medios de Comunicación	3.
354.	Procesamiento Electrónico de la Infor- mación.	3.
355.	Sociología del Consumidor.	3.
356.	Seminario de Investigación I.	3.

V CUATRIMESTRE

357.	Taller Creativo.	3.
358.	Arquitectura Interior.	3.
359.	Organización de la Estructura Profe- sional.	3.
360.	Seminario de Investigación II.	3.

VI CUATRIMESTRE

361.	Seminario de Graduación.	6.
------	--------------------------	----

NOMBRE DEL CURSO: Investigación de Mercados

CODIGO: 341

OBJETIVO GENERAL: Desarrollo de métodos y técnicas aplicadas al proceso de obtener información, dirigida a prever y resolver problemas en el área de mercadeo. Desarrollar la importancia de un sistema de información para el mercadeo, incluyendo las labores de investigación de mercado necesaria para el establecimiento de estrategias y tácticas de la empresa.

OBJETIVOS:

- Desarrollar en el estudiante la capacidad de búsqueda de información relacionada con los mercados.
- El estudiante estará en capacidad de determinar la importancia de la publicidad para satisfacer la oferta de la empresa y la demanda del consumidor.
- Estará en capacidad de asesorar a la empresa en la toma de decisiones sobre la combinación productor-publicidad-consumidor.
- El estudiante debe comprender el papel de la publicidad dentro del concepto de mercadeo; asimismo estará en capacidad de seleccionar los medios publicitarios más idóneos con el fin de que la empresa pueda vender sus productos.

CONTENIDOS:

- Bancos de información y sistemas de información
- la publicidad y el mercado
- la publicidad y la empresa
- precio y publicidad
- los medios publicitarios y su utilización más idónea
- medición de la eficiencia de la publicidad
- estudio, análisis y solución de casos.

NOMBRE DEL CURSO: Fotografía Artística I

CODIGO: 342

OBJETIVO GENERAL: Que los estudiantes conozcan los elementos fundamentales: teóricos, técnicos y prácticos de la fotografía artística y publicitaria aplicadas.

OBJETIVOS:

- El estudiante será capaz de manejar los fundamentos de la fotografía artística y publicitaria.
- El estudiante será capaz de entender y aplicar dentro de su carrera las técnicas más importantes de la fotografía artística y publicitaria.
- El estudiante conocerá el uso del laboratorio fotográfico.

CONTENIDOS:

- Estudio de la luz: su naturaleza e importancia dentro de la fotografía.
- Composición de la fotografía.
- Aplicación de luz y diseño a la composición de la fotografía.
- Cuarto oscuro.
- Técnicas de laboratorio.
- Arquitectura.
- Fotografía de color.
- Revelado.

NOMBRE DEL CURSO: Análisis y Diseño de Encuestas

CODIGO: 344

OBJETIVO GENERAL: Las encuestas como guía de una publicidad eficiente, tendrán que ser desarrolladas y analizadas por los estudiantes. Comprenderá las ventajas y desventajas del muestreo, y aprenderá en que consiste el muestreo aleatorio irrestricto, muestreo estratificado, sistemático, derazón, par conglomerados.

OBJETIVOS:

- Fundamentalmente desarrollará el concepto de encuesta de opinión y se familiarizará con las distintas formas de elaborar preguntas y su grado de confianza.
- Conocerá las características fundamentales de muestreo así como el uso e importancia de los diversos tipos de muestreo.

CONTENIDOS:

- Concepto de encuesta,
- tipos de encuestas
- tipos e importancia de las preguntas. Grado de confiabilidad de cada una de ellas.
- naturaleza general de las encuestas muestrales
- Muestreo: concepto y desarrollo.
- Ventajas y desventajas de ciertos tipos de muestreo.

NOMBRE DEL CURSO: Diseño de Empaques I.

CODIGO: 343

OBJETIVO GENERAL: El estudiante deberá ser capaz de aplicar conocimientos sobre el diseño del empaque (forma, composición y color) en las técnicas de diseño publicitario.

OBJETIVOS:

- Actualizar los conocimientos teóricos del estudiante en torno a la teoría y los procesos del diseño de empaques.
- Que el estudiante maneje en forma práctica el conocimiento de la composición de empaques y la importancia del empaque en las relaciones públicas.
- Dotar al estudiante de un sentido empresarial para el diseño de empaques, relacionando esta actividad con el incremento en las ventas.
- Enseñar al estudiante las implicaciones sugestivas del color y la forma en el diseño de empaques.

0000107

CONTENIDOS:

- Composición.
- Estudio del color.
- Forma.
- Envoltorios.
- Envases.
- Embalages.
- Coordinación de diseño y empaque.
- Funciones del Empaque.
- El alcance del Empaque.
- Importancia del Empaque en las relaciones públicas.
- El envase y las ventas.

NOMBRE DEL CURSO: Tratamiento Gráfico de la Información.

CODIGO: 345

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante sea capaz de expresar gráficamente todo tipo de comunicación.

OBJETIVOS:

- Dar al estudiante los recursos metodológicos para que pueda expresar en forma gráfica todo tipo de comunicación.
- Proponer al estudiante situaciones de práctica para que sean resueltas por él.

CONTENIDOS:

- Técnicas de estampa.
- Visualización de un producto.
- Técnicas de ilustración.
- Composición de un libro.
- La revista y el periódico.
- Técnicas fotográficas
- Técnicas estroboscópicas.
- Líneas y color.
- Composición tipo figurativa.
- El anuncio.
- El catálogo.
- El levantamiento de la información, material, estructura, la etiqueta y el Calendario.

NOMBRE DEL CURSO: Fotografía Comercial

CODIGO: 346

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante sea capaz de conocer los fundamentos teóricos y técnicos de la Fotografía Comercial y Publicitaria aplicada dentro de su carrera.

OBJETIVOS:

- Que el estudiante domine los principios teórico prácticos de la fotografía comercial.
- Posibilitar al estudiante el manejo de prácticas de laboratorio en la fotografía comercial.
- Proporcionar al estudiante los elementos necesarios para que mediante su propia investigación, realice un audiovisual.

CONTENIDOS:

- Aplicación de la luz a productos publicitarios.
- Composición.
- Modelaje.
- Fotografía a color.
- Cuarto oscuro.
- Técnicas de laboratorio.
- Preparar un audiovisual por medio de la fotografía, con fines comerciales.

NOMBRE DEL CURSO: Empaques II

CODIGO: 347

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante sea capaz de crear el diseño de empaques a través del estudio de casos específicos de los mismos.

OBJETIVOS:

- El estudiante conocerá sobre la forma, estética, materiales usuales y la producción en los empaques.
- A fin de que el estudiante promueva su espíritu creativo en la realidad del propósito de su carrera, se le orientará en la investigación de un proyecto final de curso.

CONTENIDOS:

- Formas de los empaques.
- Materiales.
- Producción.
- Cajas para laboratorio.
- Estuches.
- Etiquetas para envases.
- Creación de un envase.
- Modelaje en arcilla y preparación del trabajo final en yeso.

0000103

NOMBRE DEL CURSO: Teoría Económica

CODIGO: 348

OBJETIVO GENERAL: Este curso pretende dar las bases más sólidas acerca de la economía, sobre todo aplicándola a la economía nacional. El estudiante obtenga los conocimientos necesarios e indispensables para comprender el mundo de la publicidad y su relación con la economía.

OBJETIVOS:

- Que el estudiante conozca la evolución histórica de las formaciones económicas.
- Que el estudiante conozca la teoría del consumidor.
- Que el estudiante reconozca las funciones del dinero y su importancia en la economía moderna.
- Que el estudiante conozca las implicaciones que tiene la política económica cuando se aplica a países en desarrollo y haciendo comparaciones con países desarrollados.
- Que el estudiante conozca la realidad y perspectivas de Costa Rica con el desarrollo.

CONTENIDOS:

- La solución de los economistas clásicos: la teoría del mercado, curva de la demanda, curva de la oferta, ley de la oferta y la demanda, punto de equilibrio.
- Medición y componentes de la producción total.
- Introducción a la estimación de costo: valor del dinero y su relación con el tiempo, introducción al cálculo de costos.
- Determinación del ingreso nacional.
- Inflación y recesión.
- Comercio internacional
- Los países subdesarrollados
- las empresas multinacionales
- conclusiones.

NOMBRE DEL CURSO: Contabilidad Gerencial

CODIGO: 349

OBJETIVO GENERAL: Este curso tiene como finalidad impartir al estudiante conocimientos sólidos de la contabilidad que necesita para comunicarse efectivamente con el mundo de los negocios. La primera parte trata de contabilidad financiera y la segunda es de orientación administrativa.

OBJETIVOS:

- El estudiante conocerá sobre las ventajas y desventajas de las principales sociedades mercantiles costarricenses, así como las más importantes cargas sociales y tributarias que conllevan las empresas en Costa Rica.

- El estudiante analizará las principales cuentas del balance general y de resultados con el fin de lograr una clara distinción entre las cuentas que muestran resultados y las que presentan la situación financiera de la empresa:
 - 1- el estudiante conocerá los elementos fundamentales que componen el costo de un producto.
 - 2- el estudiante será capaz de aplicar e interpretar los elementos básicos en la determinación de la situación financiera

de la empresa.

3- el estudiante conocerá los principales valores negociables en Costa Rica y su transacción en la Bolsa de Valores así como las principales políticas crediticias del Sistema Bancario Nacional.

4- el estudiante conocerá los principales documentos de importación de mercaderías y su trámite desde el pedido hasta el ingreso a las bodegas de la compañía.

CONTENIDOS:

- Elementos de legislación comercial y tributaria.
- Elementos contables básicos.
- Elementos del costo.
- Interrelación de estados financieros.
- Inversiones en valores y créditos bancarios.
- Importaciones.
- Exportaciones.

NOMBRE DEL CURSO: Psicología del Consumidor

CODIGO: 350

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante domine los aspectos medulares del conocimiento de la Psicología del consumidor.

OBJETIVOS:

- Procurar al estudiante el dominio de los aspectos conductuales del consumidor en una sociedad de masas.
- Que el estudiante investigue y aplique los conocimientos adquiridos en el diseño comunicacional.

CONTENIDOS:

- Teoría y métodos de la Psicología del consumidor.
- La apetencia del consumidor en torno a:
 - el alimento
 - el vestido
 - el mobiliario
 - los electrodomésticos
 - la música
 - la vivienda
 - el placer.

NOMBRE DEL CURSO: Diseño Industrial

CODIGO: 351

OBJETIVO GENERAL: Ofrecer al estudiante los conocimientos más importantes acerca del diseño industrial indispensables para el diseño comunicacional.

OBJETIVOS:

- Que el estudiante conozca la importancia del diseño industrial como medio de comunicación.
- Llevar al estudiante tras una base teórica a la experimentación.
- Simulación de situaciones de diseño industrial a fin de que el estudiante aprenda a resolver necesidades funcionales y de comunicación que se presentan en el diseño industrial.

CONTENDIOS:

- Antecedentes históricos.
- Combinación de estética y forma.
- Combinación de funcionabilidad con forma y estética.
- Principios de ergonomía.
- Figura y estilo.
- Problemas del hombre. Su necesidad y el ambiente.
- La tecnología y el diseño.
- El diseño industrial y su importancia comunicacional.

NOMBRE DEL CURSO: Etica Profesional

CODIGO: 352

OBJETIVO GENERAL: Este curso tendrá como finalidad ofrecer al estudiante el marco lógico fundamental dentro del cual inscribir la ulterior reflexión moral sobre los fenómenos sociales, en general y sobre el ejercicio de la profesión en particular. Pretenderá ofrecer al alumno la oportunidad de analizar críticamente algunos de los principales problemas contemporáneos en relación con su profesión.

OBJETIVOS:

- El curso pretende analizar éticamente tópicos de actualidad desde el punto de vista de la publicidad.
- Enriquecer la información y formación del estudiante como medio para contribuir a que elabore su propia síntesis personal.
- El estudiante será capaz de analizar y evaluar la experiencia histórica de los sistemas democráticos.

CONTENIDOS:

- ética
- ética y publicidad
- modalidades del bien moral
- acercamiento a la conciencia moral
- concepto de ley y ley moral
- libertad y libertad moral
- el publicista y la moral

NOMBRE DEL CURSO: Legislación aplicada a los medios de Comunicación.

CODIGO: 353

OBJETIVO GENERAL: En este curso se desarrollarán los conceptos y temas generales del derecho tales como fines del derecho, eficacia jurídica, etc. Planteamiento de los organismos públicos y sus funciones. Aspectos jurídicos que tengan mayor relevancia en el ejercicio de la profesión.

OBJETIVO:

- Dotar al estudiante de los conocimientos necesarios del derecho a fin de que pueda desarrollarse adecuadamente desde el punto de vista jurídico.
- Que el estudiante sea capaz de conocer derechos y obligaciones concernientes al campo de la actividad publicitaria.

CONTENIDOS:

- concepto y temas generales del derecho.
- fines del derecho.
- legislación de prensa.
- legislación sobre los medio de publicidad.
- decretos ejecutivos que afectan a la publicidad.
- la publicidad, la ética y la legislación.

NOMBRE DEL CURSO: Procesamiento Electrónico de la Información.

CODIGO:354

OBJETIVO GENERAL: Introducir al estudiante en el conocimiento indispensable del procesamiento electrónico de la información.

OBJETIVOS:

- Que el estudiante aprenda el uso del procesamiento electrónico de la información.
- Que el estudiante aprenda un lenguaje de programación (BASIC).

CONTENIDOS:

- Estructura de un computador.
- Sistemas periféricos.
- Estructura y funciones de la unidad central.
- Generaciones de computadores.
- Elementos de programación.
- Programación BASIC
- Uso práctico del computador.

NOMBRE DEL CURSO: Sociología del Consumidor.

CODIGO: 355

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante conozca un modelo interpretativo del comportamiento del consumidor y la influencia del grupo.

OBJETIVOS:

- Dar al estudiante la metodología interpretativa de la acción del grupo en las decisiones del consumidor.
- El consumo mixto como producto de un comportamiento grupal será ofrecido al estudiante para su aplicación.

CONTENIDOS:

- El consumidor dentro del grupo.
- El ambiente social del consumidor.
- Modelos interpretativos del movimiento del consumo.
- Comportamiento del consumidor y la influencia del grupo.
- Investigación del control del consumidor dentro de un grupo de influencia.
- Aplicaciones.

NOMBRE DEL CURSO: Seminario de Investigación I.

CODIGO: 356

OBJETIVO GENERAL: Iniciar al estudiante en su trabajo de investigación de maestría.

OBJETIVOS:

- Otorgar al estudiante la guía necesaria para el inicio de su trabajo de investigación para graduarse.
- Encauzar las inquietudes del estudiante hacia una investigación electiva que satisfaga su interés profesional.

CONTENIDOS:

- Guía para la exploración del interés profesional del estudiante.
- Metodología de la investigación.
- Recolección y tratamiento de la información.
- Planeamiento de la investigación.
- Organización de la investigación.
- Inicio de la investigación para el trabajo de graduación.

0000091

NOMBRE DEL CURSO: Taller Creativo

CODIGO: 357

OBJETIVO GENERAL: Ofrecer al estudiante la orientación necesaria para que desarrolle al máximo su creatividad en el diseño publicitario (Comunicacional).

OBJETIVOS:

- Mediante 3 tipos diferentes de campañas, el estudiante deberá desarrollar óptimamente su capacidad creativa en el diseño comunicacional.
- Que el estudiante se capacite mediante la investigación en el desarrollo de su creatividad profesional.

CONTENIDOS:

- Concepto sobre creatividad.
- El creativo de una empresa en el diseño comunicacional.
- La creatividad y el medio.
- Importancia de la investigación para el desarrollo de una campaña comunicacional.
- Campaña Institucional.
- Campaña de Imagen.
- Campaña netamente comercial.

0030090

NOMBRE DEL CURSO: Arquitectura Interior.

CODIGO: 358

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante de diseño arquitectónico de interiores, a fin de que sus mensajes interpreten fielmente gustos y necesidades de los usuarios.

OBJETIVOS:

- Dotar al estudiante del conocimiento acerca del espacio interior.
- Que el estudiante aprenda diferentes métodos para el planeamiento del espacio interior y su funcionalidad.
- Procurar que el estudiante resuelva problemas de distribución del espacio interior mediante el dominio de la planimetría básica.

CONTENIDOS:

- Planeamiento.
- Fundamentos históricos de la arquitectura.
- Interpretación de gráficos.
- Planimetría de interiores.
- Investigación aplicada a la perspectiva del espacio interior.
- Distribución del espacio interior.

NOMBRE DEL CURSO: Organización de la Estructura profesional.

CODIGO: 359

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante conozca la organización de la estructura de su profesión dentro de su país y fuera de él con el propósito de que ejerza su profesión con propiedad y sea capaz de hacer innovaciones dentro de ella.

OBJETIVO:

- Imponer al estudiante un riguroso conocimiento de la estructura de su campo profesional, a fin de que conozca sus limitaciones y campo de acción dentro de la profesión.
- Que el estudiante sepa:
 - . Oferta y demanda profesional.
 - . Proyección futura de la profesión.
 - . Innovaciones de la profesión.

CONTENIDOS:

- Mercado de trabajo profesional.
- La calificación dentro de la profesión.
- Organización de una empresa de Diseño Comunicacional.
- Conocimiento profundo acerca de la actividad de la comunicación visual.
- Presentación de un proyecto de organización de una empresa de diseño comunicacional.

NOMBRE DEL CURSO: Seminario de Investigación II

CODIGO: 360

OBJETIVO GENERAL: Orientar al estudiante en su trabajo de investigación profesional para optar su graduación.

OBJETIVOS:

- Dar continuidad al proceso de guía académica que el estudiante requiera para llevar a cabo su trabajo de graduación.
- Intercambiar experiencias teórico prácticas con el estudiante.
- Ofrecer alternativas de solución a la problemática planteada en la investigación del estudiante.

CONTENIDOS:

- Coordinación del proyecto de graduación.
- Avance de la investigación.
- Análisis de la investigación desde un punto de vista de sistemas.
- Orientación del estudiante hacia una especialización de su conocimiento sobre la materia elegida por él para su investigación.
- Reconocimiento del avance de la investigación.

NOMBRE DEL CURSO: Seminario de Graduación

CODIGO: 361

OBJETIVO GENERAL: Que el estudiante termine su trabajo de investigación -requisito para optar su graduación-

OBJETIVOS:

- Concretar los resultados finales de la investigación.
- Proporcionar al estudiante la ayuda académica final que necesita para terminar su trabajo de graduación.
- Revisar y aprobar el trabajo final para su defensa.

CONTENIDOS:

- Aquellos relacionados con el tema elegido por el estudiante para su graduación.
- Control de la ejecución del estudio de investigación que realiza el estudiante para graduarse.

0000086

COMPARACION DE PLANES DE ESTUDIO
PLAN DE ESTUDIO DEL
COLEGIO VERITAS
CON EL
PLAN DE ESTUDIOS DEL COLEGIO
SAN AGUSTIN

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

COLLEGIUM VERITAS

PROGRAMA : DISEÑO PUBLICITARIO

<u>I CUATRIMESTRE</u>	<u>UNIDADES</u>
311 Diseño I	3
312 Dibujo I	3
315 Rotulación y delineado	3
314 Castellano I	3
BA 1.015 Castellano	
<u>II CUATRIMESTRE</u>	
321 Diseño II	3
322 Dibujo II	3
342 Técnicas de presentación I	3
323 Castellano	3
<u>III CUATRIMESTRE</u>	
341 Diseño Publicitario	3
332 Dibujo III	3
352 Técnicas de presentación II	3
362 Publicidad	3
<u>IV CUATRIMESTRE</u>	
355 Diseño Publicitario	3
333 Fotografía I	3
346 Redacción Publicitaria	3
373 Publicidad II	3
<u>V CUATRIMESTRE</u>	
365 Diseño Publicitario III	3
345 Fotografía II	3
363 Producción Gráfica	3
354 Mercadeo	3

0000084

VI CUATRIMESTRE

375 Diseño Publicitario IV	3
351 Comunicación I	3
372 Técnicas audiovisuales	3
324 Historia del arte I	3

VII CUATRIMESTRE

385 Diseño Publicitario V	3
361 Comunicación II	3
371 Psicología de la publicidad I	3
335 Historia del arte II	3

VIII CUATRIMESTRE

364 Técnicas de impresión	3
381 Psicología de la Publicidad II	3
384 Téc. presentación de informes	3
343 Psicología del arte	3
BA 4.085 Instalaciones Electromecánicas I	2

TOTAL DE UNIDADES 96

EL COLEGIO VERITAS NO OFRECE NADA MAS QUE EL TITULO DE BACHILLER EN DISEÑO PUBLICITARIO.

Comparando los planes de estudio de los colegios San Agustín y del Colegio Veritas, se observa que el Colegio San Agustín tiene una carrera cuya duración es de 10 cuatrimestres comparados con los ocho del Veritas. La carrera en el San Agustín consta de 120 créditos, mientras que la del Veritas de 96.

El Colegio San Agustín imparte ocho diseños con un total de 24 créditos, mientras que el Colegio Veritas imparte 7 con un total de 21 créditos. El Colegio San Agustín imparte 4 cursos de Historia con un valor de 12 créditos, mientras que el Veritas imparte dos cursos, con un valor de 6 créditos.

El Colegio San Agustín tiene 7 cursos de Representación Gráfica con un total de 21 créditos, mientras que el Veritas tiene 6 con un total de 18 unidades. Técnicas Grafo escriturales, el Colegio San Agustín tiene dos cursos con 6 créditos e igualmente el Veritas tiene dos de castellano con 6 créditos. En Publicidad, ambos colegios presentan dos cursos con 6 créditos en total. El Colegio San Agustín da tres cursos de fotografía, con el nombre de Taller, mientras que el Veritas ofrece dos cursos. Los cursos de dibujo los da el Veritas con

ese nombre y ofrece tres cursos, el colegio San Agustín, los ofrece con el nombre de Diseños bi-tri dimensionales y ofrece tres cursos con 9 créditos en total.

El Colegio San Agustín ofrece dos cursos de mercadeo con un total de seis créditos, mientras que el Colegio Veritas lo hace con un curso de tres créditos.

En psicología, el Colegio Veritas ofrece dos cursos con un total de seis unidades, mientras que el Colegio San Agustín ofrece una con tres créditos.

En Comunicación, el Veritas ofrece dos cursos con un total de seis unidades académicas, mientras que el Colegio San Agustín ofrece cuatro cursos con un total de 12 créditos.

El curso de sociología del arte que da el Veritas con tres unidades académicas, lo da el San Agustín también con tres créditos.

El curso de técnicas audiovisuales y técnicas de impresión que imparte el Colegio Veritas con seis créditos, son impartidas por el Colegio San Agustín con dos materias también de seis créditos.

Como se observa el programa del Colegio San Agustín tiene un total de 120 créditos y 10 cuatrimestres, mientras que el del Colegio Veritas tiene 96 unidades académicas y 8 cuatrimestres.

0000082

PROGRAMA DE TRABAJO COMUNAL

0000081

PROGRAMA DE TRABAJO COMUNAL

El estudiante para graduarse en Diseño Publicitario requiere realizar un trabajo supervisado no remunerado, el cual deberá estar de acuerdo con las disposiciones que sobre trabajo comunal regula el Estatuto y el Reglamento respectivo de la Universidad Panamericana.

0000080

REQUISITOS DE INGRESO

Y

GRADUACION

REQUISITOS DE INGRESO Y
GRADUACION

DE INGRESO:

Los requisitos de ingreso a la carrera son los contemplados en el artículo VI - Admisión y reconocimiento de estudios - del Reglamento Académico de la Universidad Panamericana.

DE GRADUACION:

Los contemplados en el artículo VIII - Reglamento de Graduación - del Reglamento Académico de la Universidad Panamericana.

DURACION Y CREDITOS DE LA CARRERA

DURACION Y CREDITOS DE LA
CARRERA

Del Plan de Estudios se determina que la carrera de Diseño Publicitario a nivel de bachillerato consta de un total de 120 créditos distribuidos en 10 cuatrimestres y la maestría consta de 66 créditos distribuidos en seis cuatrimestres.

El Bachillerato consta de 40 materias las cuales tienen doce créditos cada una, para un total de ciento veinte créditos.

La maestría consta de seis cuatrimestres, veintiuna materias, de las cuales 20 constan de tres créditos, una de seis créditos.

0000076

DISTRIBUCION DEL TIEMPO SEMANAL
DE LAS MATERIAS DEL
PLAN DE ESTUDIOS

Código materia	créditos	horas clase	horas F/L	horas estud.	total
301	3	3	4	5	12
302	3	3	4	5	12
303	3	3	4	5	12
304	3	3	4	5	12
305	3	3	4	5	12
306	3	3	4	5	12
307	3	3	4	5	12
308	3	3	4	5	12
309	3	3	4	5	12
310	3	3	4	5	12
311	3	3	4	5	12
312	3	3	4	5	12
313	3	3	4	5	12
314	3	3	4	5	12
315	3	3	4	5	12
316	3	3	4	5	12
317	3	3	4	5	12
318	3	3	4	5	12
319	3	3	4	5	12
320	3	3	4	5	12
321	3	3	4	5	12
322	3	3	4	5	12
323	3	3	4	5	12
324	3	3	4	5	12
325	3	3	4	5	12
326	3	3	4	5	12
327	3	3	4	5	12
328	3	3	4	5	12
329	3	3	4	5	12
330	3	3	4	5	12
331	3	3	4	5	12
332	3	3	4	5	12
333	3	3	4	5	12
334	3	3	4	5	12
335	3	3	4	5	12
336	3	3	4	5	12

337	3	3	4	5	12
338	3	3	4	5	12
339	4	3	4	5	12
340	2	2	2	5	9

NECESIDADES DE BIBLIOTECA

Y

LABORATORIO

NECESIDADES DE BIBLIOTECA Y LABORATORIO

Las necesidades de biblioteca que requiere la carrera de Diseño Publicitario están contenidas en la bibliografía de los programas de los cursos, cuyo resumen se anexa como bibliografía general y por áreas.

En cuanto a laboratorio, el Colegio cuenta con el número adecuado de mesas de dibujo, de luz, proyectores de diapositivas, laboratorio fotográfico y cámaras de fotografía, así como con microcomputadoras para el desarrollo de esta carrera.

0000071

TITULOS Y GRADOS QUE SE
OTORGAN

TITULOS Y GRADOS QUE SE
OTORGAN

Una vez que el estudiante de la Carrera de Diseño Publicitario haya ganado todos los cursos del programa y los cinco exámenes que determina el Estatuto Orgánico de la Universidad Panamericana y cumpla con los 120 créditos, se le otorgará el título de Bachiller en Diseño Publicitario.

El grado de Master se le otorga al final de la carrera, una vez que haya cumplido con los 186 créditos de la misma y haya aprobado conforme a las normas dictadas por la Universidad Panamericana las pruebas correspondientes.

0000069

BIBLIOGRAFIA
GENERAL

0000068

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- Antonio Martín Dibujando con rotuladores ISBN -71.30-8
- Calderón A. Dibujando la figura humana ISBN-71.20-0
- Tubau I. Dibujando Carteles ISBN - 71.02-2
- Tubau I./Velazco J. Como Utilizar instrumentos de dibujo.
ISBN -71.28-6
- Varios Cerámica esmaltada española 7301-2
- Lewell, John Aplicaciones gráficas del ordenador 001-6443
- Brewster, A. Introducción a la publicidad 659.1/b848i
- Ferrer, E. La Publicidad: textos 659.1/F385p2
- Largaespada, L. Publicidad y promoción 659.1/L298p
- Dirksen, Ch. Principios y problemas de la publicidad
659.11/D599 p
- Beigbeder, O. La Simbología AB 704.946/8422s
- Azcarate, R. Historia del Arte. 709/A992h
- Ferrero, Luis Sociedad y Arte en la Costa Rica del siglo IXX
709/F386s
- Le Cobusier El modulador 724.9/L433m3
- Greater, Council Introducción al Diseño Urbano en áreas resi-
denciales. 728.3/G786i
- Martin, Judy Guía completa del aerógrafo 741.29/M38ig
- Missteat, C. Aerografía Avanzada. 741.29/M67Ba
- Owen, Peter. El Manual de Aerografía. 741.29/O-97m

- Smith, Stan. Dibujar y Pintar la Figura. 743.4/S661d
- ITCR Diseño Industrial Italiano. 745.2/I59d
- Maldonado, T. El Diseño Industrial Reconsiderado. 745.2/M244d
- Papanek, V. Diseñar para el Mundo Real. 745.2/P213d
- Selle, G. Ideología y Utopía del Diseño. 745.2/S464i
- Guía Completa de Ilustración y Diseño.
745.4/G943g
- Jones, Ch. Métodos de Diseño. 745.4/J76m3
- Guía Completa de Pintura y Dibujo. 751.2/G643g
- Bayón, Damian. Artistas Contemporaneos de América Latina.
759.06/B361a
- Dawson. Guía Completa de Grabado e Impresión. 760/G943g
- El Libro de la Fotografía Creativa.
770.09/L697-1
- Freeman, M. El Estilo en Fotografía. 770.11/F854e
- Feininger, A. La Nueva Técnica Fotográfica. 770.28/299n2
- Langford, M. Manual del Laboratorio Fotográfico.
770.28/L278m
- Hedgecoe, J. Fotografía Avanzada. 770.28/H453f
- Hedgecoe, J. Manual de Técnica Fotográfica. 770.28/H453m
- Hedgecoe, J. El Arte de la Fotografía en Color. 770.6/H449a
- Largaespada, L. Publicidad y promoción 659.1/L 298 p
- Dirksen, Ch. Principios y problemas de la publicidad
659.11/D599 p.
- Beigbeder, D. La Simbología AB 704.946
- Azcarate, R. Historia del Arte 709/A992h
- Arnheim, R. Arte y Percepción Visual. AF 3

- Arnheim, R. Hacia una Psicología del Arte. Arte y Entropía
 AF 13
- Arnheim, R. El Poder del Centro. AF 45
- Francastel, P. Sociología del Arte. LB 568
- Panofsky, E. El Significado en las Artes Visuales. AF 4
- Satue, E. El Diseño Gráfico. AF s/n

0000065

B I B L I O G R A F I A
P O R
A R E A S
D E
E S T U D I O

0000064

Taller de Expresión y Comunicación

Burden, Ernest	Técnicas de presentación de proyectos
Plazola,	Técnicas de presentación
Gatz,	Forma y Color en Arquitectura
Kandinsky,	Punto y línea sobre el plano
Ching, Franck	Manual de Dibujo Arquitectónico
García-Ramos, F.	Prácticas de Dibujo arquitectónico
Scott Vandyko,	De la Línea al Dibujo. Comunicación, Diseño y Grafismo
Colin Hayes, E.	Guía Completa de pintura y Dibujo.
Mumari, B.	Diseño y Comunicación Visual. Edit. Gill S.A.
	Vincent Van Gogh Editorial Hernando
B. Babinet; Leda, E.	Dibujo Creador
García R., Domingo	Arquitectura y Artes Decorativas
Tapier, Antoni	La Práctica del Arte
Berger, René	El conocimiento de la pintura No. 3

Grafoescriturales

- Diccionario^o Larousse Ilustrado. México D.F., México: Ediciones Larousse; 1984.
- Diccionario Sopena de Dudas y Dificultades del Idioma. Barcelona, España; Editorial Ramón Sopena S.A.; 1981
- González Picado, Jézer. Curso fundamental de gramática castellana. San José, Costa Rica: Edit. Alma Mater; 1986
- Lapesa, Rafael. Historia de la lengua española. Octava Edición. Madrid, España; Edit. Gredos; 1980
- Ortega, Wenceslao. Ortografía Programada. Tercera Edic. Buenos Aires, Argentina: Editorial Gredos; 1980.
- Pazos J., Ethel. Frecuentes errores en el uso de la lengua. San José, C.R.: Editorial UNED; 1985.
- Pérez-Rioja, J.A. Gramática de la lengua española. Sexta Edición. Madrid, España. Edit. Tecnos; 1971.
- Real Academia Española. Esbozo de una nueva gramática de la lengua española. Madrid, España: Editorial Espasa-Calpe S.A. 1978
- González Picado, Jézer. La Comunicación escrita. S.J. C.R., Editorial Alma Mater; 1986
- Quijano, Luis Fernando. Texto Programado: Lectura. San José, Costa Rica, Edit. Fernández-Arce; 1976.
- Vivaldi, G. Martín. Curso de Redacción. Madrid, España; Paraninfo; 1982

Fotografía

Langford, Michael,

La fotografía paso a paso, Edit.
Blume

Hedgecoe, John,

Manual de técnica fotográfica.
El arte de la fotografía en color
Editorial Blume

Instituto Parramon

Así se revelan clises y copias
fotográficas. Edit. Barcelona

Time Life Books

The Print

Historia del Arte

- Bron, Juan Esbozo de Historia Universal, Edit.
Grijalba, S.A., México
- Hauser, A. Historia Social de la Literatura y
el Arte., Edit.Labor, España.
- Las Bellas Artes. Edit. Cumbre.
Grolier, México.
- Grombrieh, Historia del Arte. Edit. Alianza
Forma, España
- Payne, R. El Mundo del Arte. Gráficas Román.
- Huyfhw, E. El arte y el Hombre. Edit. Planeta.
España
- Read, H. Breve Historia de la Pintura
Moderna. Edit. del Serbal. España
- Flinigan, G., Como entender el arte moderno. Edit.
Nova- Argentina.

Sociología

- Goodman, N. Los Lenguajes del Arte, Edit. Seix Barral, España.
- Goffrey y Barrachoveh. Introd. a la Historia del Arte. Edit. Cremos. España.
- Hauser, A. Sociología del Arte, Edit. Labor. España
- Frawens Tel, P. Sociología del Arte.
- Malrieu. P. La Construcción de lo Imaginario. Edit. Guadarrama, España
- Phillips, B. "Sociología" Del campo a la práctica. Libros Mc Graw-Hill, México.

Teoría Gráfica Publicitaria

- Fernández Lobo, Mario. Comunicación y Cultura. San José, Costa: Editorial Fernández-Arce; 1982
- Cátedra de Lengua y Literatura. Centro de Estudios Generales, Universidad de Costa Rica. Antología: Lengua, Literatura y Folclor. Editorial Nueva Década; 1988.
- Berger, Rene. Arte y Comunicación. España Editorial Gustavo Gili, S.A.; 1972
- De Moragas Spa, Miguel. Semiótica y Comunicación de Masas. Barcelona: Fontanella; 1980.
- Fisher, Ernant. Lenguaje y Arte. Buenos Aires: Cuadernos de Semiótica, Rodolfo Alamo, Edit. S.R.L.; 1972
- Guiraud, Pierre. La Semiología. Argentina: Siglo XXI; 1972
- Malmberg, Bertil. Teoría de los Signos. México: Siglo XXI; 1977
- Mounin, George. Introducción a la Semiología. Barcelona: Anagrama; 1972
- Read, H. Educación por el Arte. Buenos Aires: Editorial Paidós; 1973
- Al-Ghassani, Anwar. Guía General de Investigación de los Medios de Comunicación de Masas en Costa Rica. (Folleto mimeografiado), UNA, Heredia, Costa Rica; 1980
- Cersósimo, Gaetano. Los Estereotipos del Costarricense. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica; 1986
- Eco, Humberto. La Estructura Ausente: Introducción a la Semiótica. España: Editorial Lumen; 1981
- Gutiérrez, H. Los Medios de Comunicación Colectiva. México: Editorial UNAM
- Naranjo, Carmen. La Aventura de los Dubujados. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica; 1986

0000058

- x -

Schaff, Adam.

El Proceso Ideológico. Editorial Con
temporaneo; 1970

0000057

Profesorado de la Carrera de
Diseño Publicitario

<u>Nombre</u>	<u>cédula</u>	<u>grado</u>	<u>materia</u>
Alicia Báez Barahona	1501483	Bachiller	Historia
Ma. Eugenia Vega Aguilar	1448315	Arquitecta	Diseño
Fernando Bolaños Baldioceda	41051174	Licenciado	Sociología
William Monge Guesada	1495711	Arquitecto	Rep. Graf.
Ligia Meneses Sanabria	3240168	Master	Contabil. Economía
Alvaro Avilés Vargas	1334104	Licenciado	Mercadeo Dis.Encues
Maribel León Fernández	1560197	Licenciada	Grafoesc.
Jorge Hernández Chavarría	1527192	Ingeniero	Diseño
Ana Cecilia Sánchez Rojas	1353268	Licenciada	Taller D.
Margarita Lucke Veragua	9026814	Master	Diseño
Miguel Herrera Gallegos	1464506	Arquitecto	Diseño
Francisco Jiménez Villalobos	1231393	Master	Investig.
Gerardo Chavarría Peña	1517639	Arquitecto	Téc. Rep.
Enrique Castillo Camacho	3239477	Arquitecto	Envoltu.
Enrique Avila Durán	1421891	Arquitecto	Dis.Tot.
Roberto Hall Retana	1509610	Bachiller	Historia
Olga Murillo Ugalde	2286898	Master	Artes

Universidad de Costa Rica

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva
se confiere a

Maria Eugenia Vega Aguilar

el grado académico

Licenciada en Arquitectura

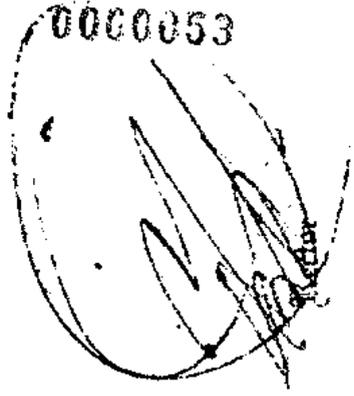
con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
el *28 de agosto de 1980*

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



[Signature]
Presidente Consejo Universitario



0000054

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

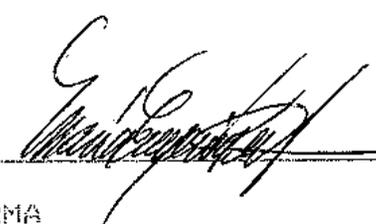
COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, *M^o Eugenia Vega Squilar*, mayor, soltera, cédula de identidad N^o. 1-448-315, vecino de *Desamparados,*

El Porvenir

graduada en *Arquitectura U. Costa Rica*, con el título de *licenciatura*

, acepto dar lecciones en la Carrera de *Diseño Publicitario* en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA:



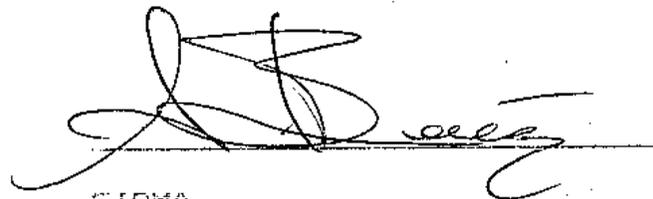
San José, _____

0000056

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, Lidia Baez Barahona, mayor, SOLTERA cédula
de identidad N. 1-501-483, vecino de San Juan de Tibas, S. J.
Del Bco Anglo 100 oeste y 50 sur,
graduado en Pintura. U.C.R., con el título de Bachiller
en Artes Plásticas, acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño
Publicitario en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 1-501-483.

San José,

20-1-89.



Universidad de Costa Rica

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,

se confiere a

Alicia María Báez Barahona

el grado académico de **Bachiller en Artes Plásticas con énfasis en Pintura,**

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

el 28 de octubre de 1988.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



Decano
Facultad de Bellas Artes

Lucio Barahona
Rector

000055

0000052

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

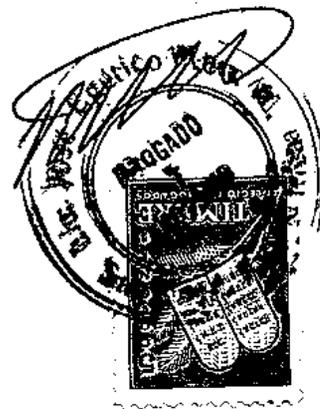
yo, Fernando Bolzanos Baldioceda, mayor, casado, cédula de identidad No. 4-105-1174, vecino de Heredia, 475 Norte Bomba Lizano, Calle 10, Avs Central y Primera, graduado en Sociología, con el título de Licenciado, acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño Publicitario en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 4-105-1174

San José, 25 enero 1989



0000051

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
VICERRECTORIA DE VIDA ESTUDIANTIL
OFICINA DE REGISTRO

Fecha: 25 de noviembre, 1988.

EL SUSCRITO JEFE DE LA OFICINA DE REGISTRO DE LA UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Hace constar:

Que FERNANDO BOLAÑOS BALDIOCEDA cumplió con los requisitos necesarios para obtener el título de LICENCIADO EN
SOCIOLOGIA, el cual le será formalmente entregado cuando cumpla con el requisito reglamentario de juramentación.

VICTOR HIDALGO M.
SUR JEFE
OFICINA DE REGISTRO



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

0000050

Yo, *William Morge Quesada*, mayor, ~~cartero~~, cédula
de identidad No. *1495 711*, vecino de *Tirvasos de Curridabat*

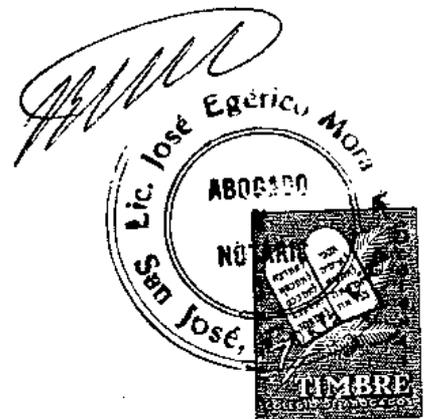
graduado en *Universidad de C.R.*, con el título de *Licenciado*
en Arquitectura, acepto dar lecciones en la Carrera de
Arquitectura en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: *1495 711*

San José, *25 de enero 1989*



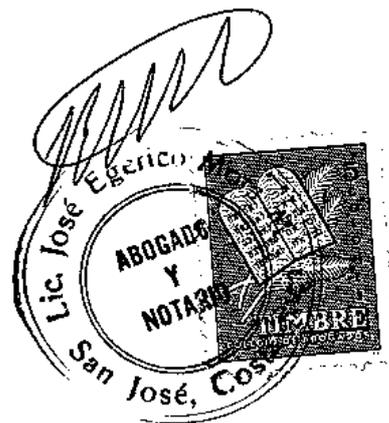
Yo, *William Monge Fuesada*, mayor, *cartero*, cédula de identidad No. *149571*, vecino de *Tirrazes de Curridabat*

graduado en *Universidad de Costa Rica*, con el título de *Licenciado en Arquitectura*, acepto dar lecciones en la Carrera de *Diseño Publicitario* en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA:



San José,

25-1-89

Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos de Costa Rica

Por cuanto

William Monge Quesada

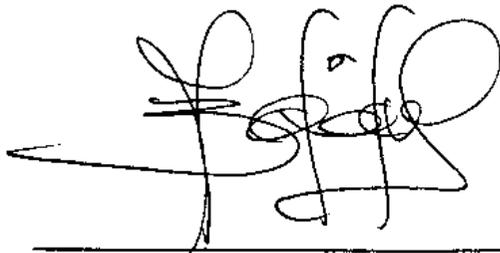
previos los requisitos legales, ha sido juramentado como miembro activo de este colegio,

se le extiende el presente Certificado que lo autoriza para ejercer la

profesión en la rama de:

Arquitectura

Dado en la ciudad de San José, a los 25 días del mes de NOVIEMBRE de mil novecientos OCHENTA Y OCHO.

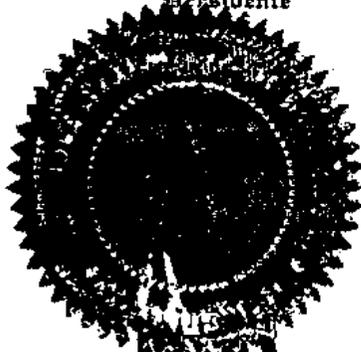


Presidente

Registro No. A-5039



Director Ejecutivo



Contralor

0000048

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,
se confiere a

William Monge Quesada

el grado académico de *Licenciado en Arquitectura,*

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

el 28 de octubre de 1988.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



Ucruca
Decano

Facultad de Ingeniería

L. B. Lita
Rector

0000047

The University of Florida College of Architecture

certifies that

William Monge Quesada

has successfully completed course No. **2** of the
Preservation Institute: Caribbean
offered as an integral part of the

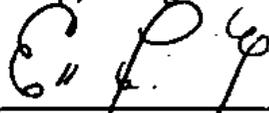
Plan CARIMOS

Plan for Monuments and Sites in the Wider Caribbean,
conducted from May 25 to July 17 in Santo Domingo, Dominican Republic
in cooperation with the Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña,
Oficina de Patrimonio Cultural and Museo de las Casas Reales of the
Dominican Republic, and co-sponsored by the
Organization of American States

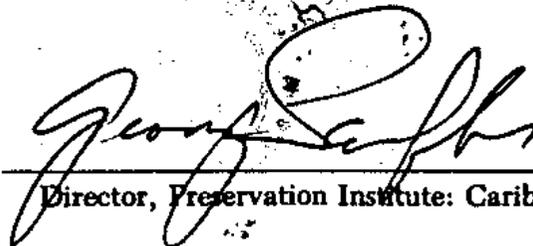
July 17, 1987, Santo Domingo, Dominican Republic



Dean, College of Architecture



Coordinator, Plan CARIMOS



Director, Preservation Institute: Caribbean



0000046

The University of Florida

College of Architecture

certifies that

William Monge Quesada

has successfully completed course No. **1** of the

Preservation Institute: Caribbean

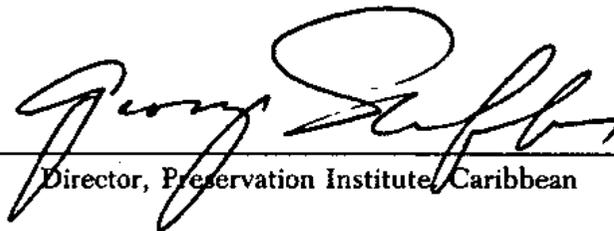
conducted from June 18 to August 12, 1986, on the University of Florida campus,
co-sponsored by the Organization of American States and the
Plan CARIMOS for Monuments and Sites in the Wider Caribbean

August 12, 1986, Gainesville, Florida



A. J. Catalano

Dean, College of Architecture



George S. ...

Director, Preservation Institute Caribbean



0000045

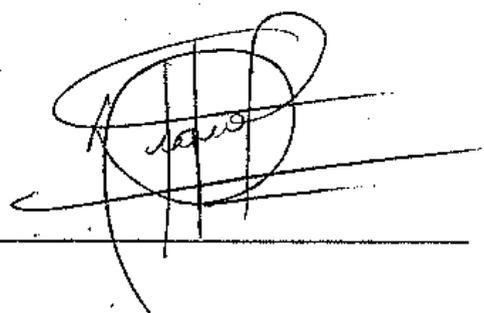
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

0000044

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, *digia Meneses Sanabria*, mayor, *Soltera*, cédula de identidad No. *3-240-168*, vecino de *Cartago*.

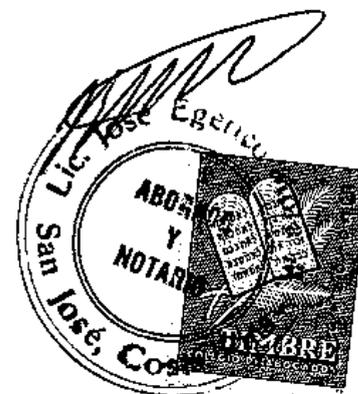
graduado en *Administración Pública*, con el título de *Maestría*, acepto dar lecciones en la Carrera de *Diseño Publicitario* en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 3-240-168

San José, 25 de enero de 1989.





F. 8 (Consular)

Nº 36200

DERECHOS PAGADOS \$ 2,500.00 m.n.

LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES CERTIFICA:
que la C. LAURA ELENA CASTILLO SALDANA, era Jefe del
Departamento de Legalización de Firmas de la Secretaría
de Gobernación, el día diecinueve de febrero de mil no-
vecientos ochenta y seis.



y que es suya la firma que antecede.

Tlatelolco, D.F., 24 de febrero de 1986.

P.O. DEL C. SECRETARIO,
EL SUBDIRECTOR DE
SERVICIOS CONSULARES

Ramon Xilotl Ramirez

CONSUL RAMON XILOTL RAMIREZ

ssll*



SECRETARIA NO ASUME
RESPONSABILIDAD ALGUNA
POR EL CONTENIDO DEL DO-
CUMENTO QUE SE LEGALIZA.



El suscrito Manuel Emilio Morales Mejicanos
(Nombre del funcionario consular)

Cónsul General de Costa Rica en México, D. F.
(Título y lugar donde está acreditado)

REPUBLICA DE COSTA RICA
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
Y CULTO
SERVICIO CONSULAR

CERTIFICA:

FORMULA DE AUTENTICACION
(Fórm. 10-SC)

que la firma que aparece en el documento adjunto que dice: Cónsul
Ramón Xilotl Ramirez es auténtica por ser la que
acostumbra usar en los documentos que autoriza, en calidad de *****
Subdirector de Servicios Consulares

En fe de lo cual firmo y sello lo presente, en la ciudad de México
Distrito Federal a las doce horas del
día once del mes de marzo de 1986

(El funcionario consular no asume responsabilidad alguna en cuanto al contenido del adjunto documento)

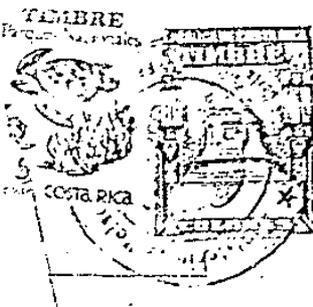
Manuel Emilio Morales Mejicanos
Funcionario consular

Nº de orden .. 0263-
Nº de tarifa .. 18-
Derechos \$... 40-

San José, 23 ABR. 1986 de 1986

La firma que antecede, del Cónsul
de Costa Rica en México

ES AUTENTICA
ILEANA DURAN BARQUERO
Notaria Pública



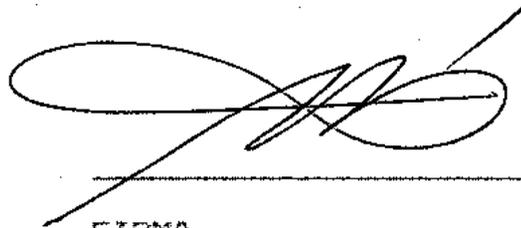
0000042

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, *Alvaro Aníbal Vargas*, mayor, *casado*, cédula
de identidad No. *1-334-104*, vecino de *Cunindabut*

graduado en *Ciencias Económicas*, con el título de *Licenciado*
en Estadística, acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño
Publicitario en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: *1-334-104*



San José, *25/1/89.*

0000041

Universidad de Costa Rica

por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva

se confiere a

Alvaro Quilés Vargas

el grado académico

Licenciado en Estadística

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
el 4 de Enero de 1978
En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



M. Eugenia Sepúlveda
Presidenta Consejo Universitario

Rector

0000040

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, Maribel León Fernández, mayor, casada, cédula de identidad N. 1-560-197, vecino de San José

graduado en Filología Española (UCR), con el título de Licenciada en Lingüística, acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño Publicitario en el Colegio San Agustín.

Maribel León Fernández

FIRMA

CEDULA: 1-560-197

San José, 20-1-89



0000039

COLEGIO de LICENCIADOS y PROFESORES en LETRAS, FILOSOFIA, CIENCIAS y ARTES

Por cuanto

Br. Maribel Alejandra Leon Fernández

Ha sido incorporado y juramentado como miembro del Colegio, según lo dispone su ley constitutiva, se le extiende el presente certificado que lo autoriza para el ejercicio de la profesión.

Dado en la Ciudad de San José, a los 12 días del mes de abril de mil novecientos 85.

Donaldo Jiménez Cascante
PRESIDENTE

Abelardo Durán Vásquez
FISCAL

María Luisa Montenegro Hdez.
SECRETARIO

Lic. Donaldo Jiménez Cascante. Prof. Abelardo Durán Vásquez. Lic. María Luisa Montenegro Hdez.

Universidad de Costa Rica

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,
se confiere a

Maribel Alejandra León Fernández

el grado académico de **Bachiller en Filología Española,**

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
el 10 de abril de 1985.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



[Handwritten signature]
ano
Facultad de Letras

[Handwritten signature]
Rector

Universidad de Costa Rica

0000037

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,
se confiere a

Maribel León Sernández

el grado académico de **Bachiller en la Enseñanza
del Castellano y Literatura,**

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
el 16 de abril de 1985.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



[Signature]

Decano
Facultad de Educación

[Signature]
Rector

0000036

Universidad de Costa Rica

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios

de la carrera respectiva,

se confiere a

MARIBEL LEÓN FERNÁNDEZ

el grado académico de **Licenciada en Lingüística,**

con todos los derechos y deberes inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

el 28 de octubre de 1988.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



[Handwritten signature]
Rector

[Handwritten signature]
Rector

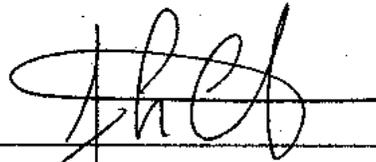
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

0000035

Yo, Jorge Hernández Chavarría, mayor, soltero, cédula de identidad No. 1-527-192, vecino de Heredia, Ciudadela Miraflores casa 365

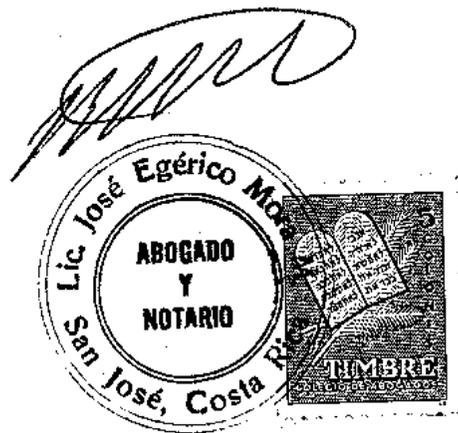
graduado en Rumanía, Inst. Const. Bucarest, con el título de Ingeniero Civil, acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño Publicitario en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 1-527-192

San José, 28-1-89



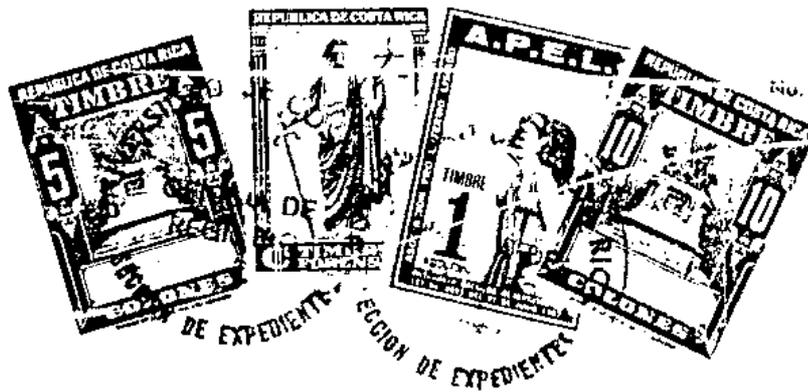
0000033

[Handwritten signature]
ABOGADO
ESCRIBANO
S. José
Esdrás Mora M.
S. José





OFICINA DE REGISTRO



R-8046

0000032

CERTIFICA

Que HERNANDEZ CHAVARRIA JORGE E., se incorporó a la Universidad de Costa Rica el veintisiete de junio de mil novecientos ochenta y cinco, como LICENCIADO EN INGENIERIA CIVIL, mediante el reconocimiento del título de MASTER OF SCIENCE-EDIFICACIONES CIVILES, INDUSTRIALES Y AGRICOLAS, Instituto de Construcción de Bucarest, Rumanía, el cual se encuentra inscrito en esta Oficina bajo el N°7-1335.

Se extiende en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio a solicitud del interesado a los veinte días del mes de setiembre de mil novecientos ochenta y cinco. Nula sin el sello manco de la Oficina de Registro y la firma del Jefe o Sub-Jefe de la misma Oficina de Registro

[Handwritten Signature]
 VICTOR HIDALGO MIRANDA
 SUB-JEFE

[Handwritten Signature]
 JOSE EDGARDO VILLALOBOS F
 ENCARGADO CERTIFICACIONES

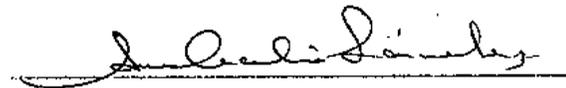


0000031

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

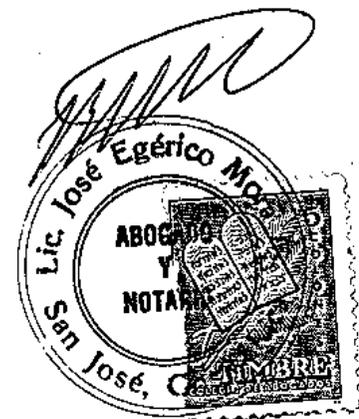
Yo, Ana Cecilia Sánchez Rojas, mayor, soltera, cédula de identidad No. 1-353.268, vecino de Carrida bat. Presidencial, Hacienda Vieja, graduado en Universidad de Costa Rica, con el título de Licenciada en Bellas Artes, acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño Publicitario en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 1-353.268

San José, 20 de enero de 1989



La Universidad de Costa Rica

confiere el título de

*Licenciada en Bellas Artes
con especialidad en Pintura*

a *Ana Cecilia Sánchez Rojas*

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios de la
carrera respectiva.

En fe de lo cual suscriben los funcionarios autorizados y se
agrega el sello de la Institución.

San José de Costa Rica, *6 de enero de 1975*



[Handwritten signature]
Rector

[Handwritten signature]

Presidente Consejo Universitario

0000030

Ministerio de Hacienda Pública
Cancillería de la Universidad
Lec. No. 767, 1975

La Universidad de Costa Rica

confiere el título de

*Licenciada en Bellas Artes
con especialidad en Pintura*

a *Ana Cecilia Sánchez Rojas*

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios de la
carrera respectiva.

En fe de lo cual suscriben los funcionarios autorizados y se
agrega el sello de la Institución.

San José de Costa Rica, *6 de enero de 1975*

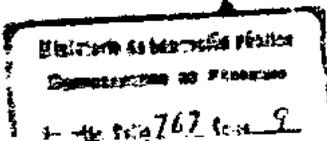


[Handwritten signature]
Rector

[Handwritten signature]

Presidente Consejo Universitario

0000029



La Universidad de Costa Rica

confiere el título de

Profesor de Segunda Enseñanza

en el ramo de

Artes Plásticas

a *Ana Cecilia Sánchez Rojas*

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios de la carrera respectiva.

En fe de lo cual suscriben los funcionarios autorizados y se agrega el sello de la Institución.

San José de Costa Rica, *6 de Enero de 1945*



Sheenan Thomas

Presidente Consejo Universitario

Depto. Registro No.

0000028

La Universidad de Costa Rica

confiere el título de
Profesor de Segunda Enseñanza

en el ramo de

Artes Plásticas

a *Ana Cecilia Sánchez Rojas*

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios de la
carrera respectiva.

En fe de lo cual suscriben los funcionarios autorizados y se
agrega el sello de la Institución.

San José de Costa Rica, *6 de Enero de 1975*



[Handwritten signature]

Shemaw Thomas

Presidente Consejo Universitario

0000027

Depto. Registro No.



**Colegio de Licenciados y Profesores en
Letras, Filosofía, Ciencias y Artes**

*Teléfono: 25-20-18 - 24-14-39
San José - Apdo. 8-4880*

0000025

**BR. ISABEL VARGAS MORA
SECRETARIA JUNTA DIRECTIVA**

HACE CONSTAR:

Que LUCKE VERGARA MARGARITA cédula # 9-026-814
carné # 8327 graduado en UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Es miembro activo de esta Corporación Profesional y por lo tanto está debidamente inscrito y goza de los beneficios que la Ley Orgánica y los Reglamentos del Colegio establecen y está respaldado por los requisitos que se estipulan en esa Ley para poder desempeñar la función profesional, en la especialidad de MAESTRIA EN CIENCIAS DE LAS ARTES. (RECON. U.C.R.)

ES CONFORME. Se extiende la presente a-solicitud del interesado a los 2 del mes de junio de mil novecientos ochenta y seis y rige por treinta días.....

bmar*



THE CZECHOSLOVAK SOCIALIST REPUBLIC

RIOR

* 006062

DIPLOMA

Mrs. *Margarita Lücke de Fernandez*

born on *March 30* 19*44* in *Santiago, Chile*

having duly completed a university course by the required final examination in the Faculty of *Arts*

of Comenius University in Bratislava, has acquired according to the Law on Universities, No. 19/1966 of the State Code of Laws, the university-level qualification in the field of

Theory of Fine Arts

and may enjoy the rights and the title attached to the degree of

V. Čech *Master of Arts*

Dean



M. Vanová
Rector

Dated Bratislava, the *25th of November 1975*

SEVT - 96 048 0

IV/68

TSNP-6 904/68

006062

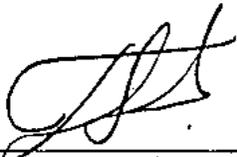
COLEGIO DE LICENCIADOS Y PROFESORES
EN LETRAS, FILOSOFIA, CIENCIAS Y ARTES

Por cuanto

Máster Margarita Lucke Veraga

Ha sido incorporado y juramentado como miembro del Colegio,
según lo dispone su ley constitutiva, se le extiende el presente
certificado que lo autoriza para el ejercicio de la profesión.

Dado en la Ciudad de San José, a los 25 días del mes de abril de mil novecientos ochenta y seis.



Presidente



Fiscal



Secretario



0000023

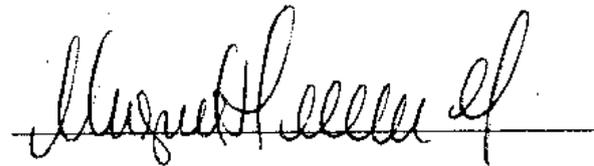
0000022

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, MIGUEL HERRERA GALLEGOS, mayor, CASADO, cédula
de identidad No. 1-464-506, vecino de GUADALUPE

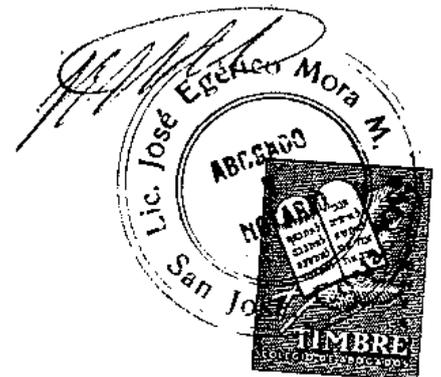
graduado en UNIVERSIDAD DE COSTA RICA, con el título de LICENCIADO
EN ARQUITECTURA, acepto dar lecciones en la Carrera de
Arquitectura en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 1-464-506

San José, 20 ENERO 1989



Yo, MIGUEL HERRERA GALLEGOS , mayor, CASADO , cédula
de identidad No. 1-464-506 , vecino de MONTELIMAR DE GUADALUPE

graduado en UNIVERSIDAD DE COSTA RICA (1984) , con el título de LICENCIADO
EN ARQUITECTURA , acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño
Publicitario en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 1-464-506

San José, 27-ENERO 1989



Universidad de Costa Rica

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,
se confiere a

Miguel Herrera Gallegos

el grado académico de **Licenciado en Arquitectura,**

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
el 28 de setiembre de 1984.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



Alcira
Decano
Facultad de Ingeniería

[Signature]
Rector

000000

Unión de Arquitectos de Costa Rica

Arq. Miguel Herrera Ballgos

por cuanto

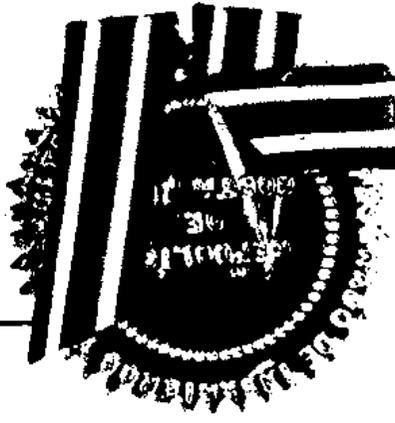
precios los requisitos legales, ha sido juramentado como miembro activo de este colegio, se le extiende el presente Certificado que lo autoriza para ejercer la

profesión en la rama de:

Arquitectura

Dado en la ciudad de San José, a los 27 días del mes de OCTUBRE de mil novecientos 1964

Registro No. 7-3658



Presidente
H. B. B. B. B.

Presidente

Director Ejecutivo

H. B. B. B. B.

Contralor

F. S. C. F.

6100000

0000018

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, *Francisco Jiménez Villalobos*, mayor, *Casado*, cédula
de identidad No. _____, vecino de *Moravia*

graduado en *Investigación*, con el título de *Master*
, acepto dar lecciones en la Carrera de *Diseño*
Publicitario en el Colegio San Agustín.


FIRMA

CEDULA: *1-231.393*

San José,

24 de Enero de 1989.



0000017

La Universidad de Costa Rica

confiere el titulo de

Bachiller en Física y Matemáticas

a *Francisco Jiménez Villalobos*

por haber cumplido con los requisitos reglamentarios en la

Facultad de Ciencias y Letras

Departamento de Física y Matemáticas

En fe de lo cual suscriben los funcionarios autorizados y se agrega el sello de la Institución.

San José de Costa Rica, 6 de Enero de 1972

[Signature]
RECTOR

[Signature]
SECRETARIO GENERAL

[Signature]
MINISTRO DE EDUCACION PUBLICA
[Signature]
DECANO DE LA FACULTAD



0000016

LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

POR CUANTO:

FRANCISCO JIMÉNEZ VILLALOBOS



ha cumplido con los requisitos que los Estatutos y Reglamentos de la institución prescriben para obtener el grado académico de

M A E S T R I A

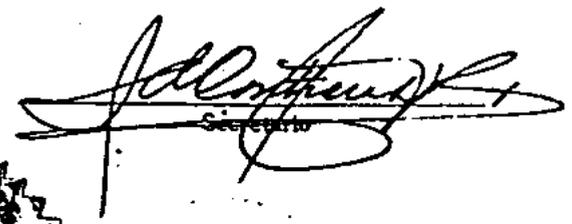
EN

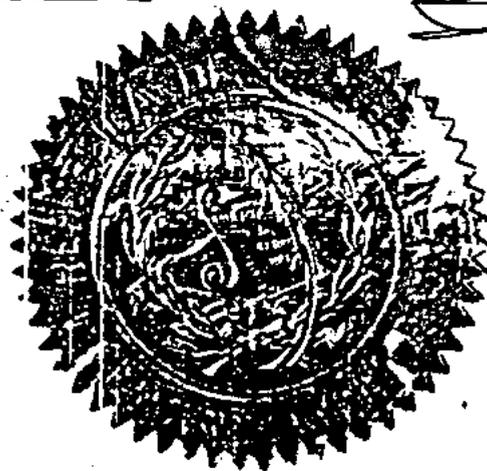
MEDICIÓN, EVALUACIÓN E INVESTIGACIÓN EDUCATIVAS

le otorga, en base a la autorización que le confieren los artículos 101 y 102 de la Constitución de la República, el presente diploma que lo faculta para el ejercicio profesional correspondiente, con las obligaciones y preeminencias inherentes a su rango académico.

Dado en la ciudad de Guatemala, a los dieciocho días del mes de marzo de mil novecientos ochenta.


Rector


Secretario



0000015

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

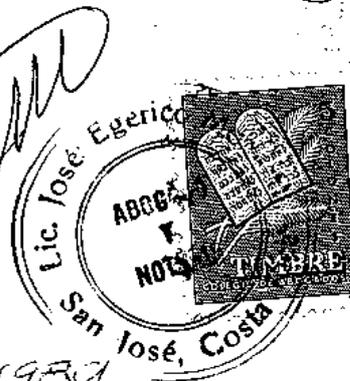
Yo, GERARDO CHAVARRA PENA, mayor, CASADO, cédula de identidad No. 1517639, vecino de BARRO ESCALANTE.

graduado en ARQ. UNIVERSIDAD DE COSTA RICA, con el título de LICENCIADO EN ARQUITECTURA, acepto dar lecciones en la Carrera de Arquitectura en el Colegio San Agustín.


FIRMA

CECULA: 1517639

San José, 18 DE DICIEMBRE DE 1989



DOCUMENTOS ENTREGADOS

Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos de Costa Rica

Por cuanto

Gerardo Antonio Chavarría Peña

previos los requisitos legales, ha sido juramentado como miembro activo de este colegio,

se le extiende el presente Certificado que lo autoriza para ejercer la

profesión en la rama de:

Arquitectura

Dado en la ciudad de San José, a los 25 días del mes de NOVIEMBRE de mil novecientos OCHENTA Y OCHO.



Presidente

Registro No. A-4970



Director Ejecutivo



Contralor

0000014

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,
se confiere a

Gerardo Antonio Chavarría Peña

el grado académico de **Licenciado en Arquitectura,**

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

el 28 de octubre de 1988.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



Ucua
Decano

Facultad de Ingeniería

L. P. Santa
Rector

0000019

The University of Florida College of Architecture

certifies that

Gerardo Chavarria Peña

has successfully completed course No. 2 of the

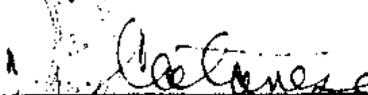
Preservation Institute: Caribbean

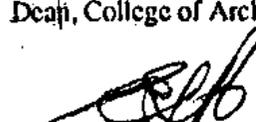
offered as an integral part of the
Plan CARIMOS

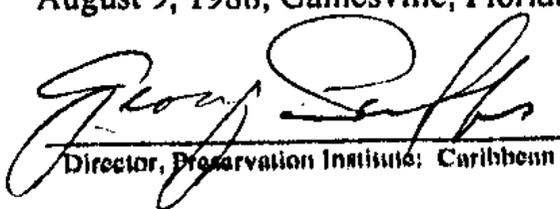
Plan for Monuments and sites in the Wider Caribbean,
conducted from June 15 to August 9 on the University of Florida campus,

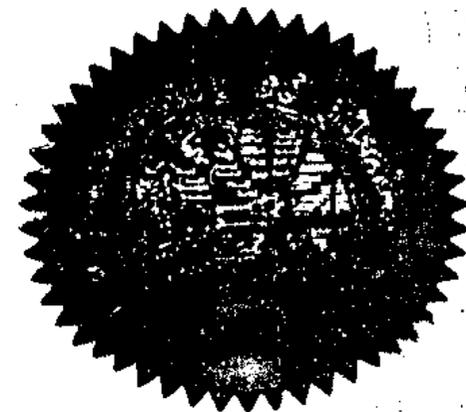
co-sponsored by the
Organization of American States

August 9, 1988, Gainesville, Florida


Dean, College of Architecture


Coordinator, Plan CARIMOS


Director, Preservation Institute: Caribbean



0000012

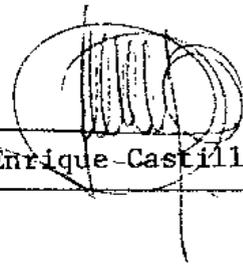
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

0000011

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, Enrique Castillo Camacho , , mayor, casado , cédula
de identidad No. 3-239-477 , vecino de La Unión Tres Ríos, Cartago

graduado en UNAM, México , con el título de Licenciado en
Arquitectura , acepto dar lecciones en la Carrera de
Arquitectura en el Colegio San Agustín.



Arq. Enrique Castillo Camacho

FIRMA

CEDULA: 3-239-477

San José, 24 de enero, 1989






Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos de Costa Rica

Por cuanto

Enrique Castillo Camacho

previos los requisitos legales, ha sido juramentado como miembro activo de este colegio,

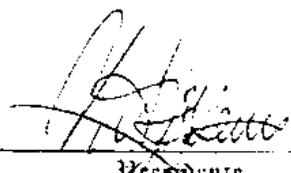
se le extiende el presente Certificado que lo autoriza para ejercer la

profesión en la rama de:

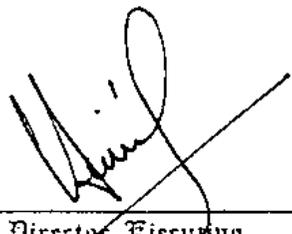
Arquitectura

Dado en la ciudad de San José, a los 30 días del mes de OCTUBRE de mil novecientos OCHENTA Y SEIS.

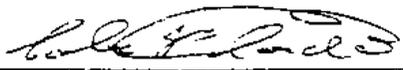
Registro No. A-4334



Presidente



Director Ejecutivo



Contralor



0000010



0000009

La Universidad Nacional Autónoma de México



otórgase
José Enrique de Jesús Castillo Camacho
el título de
Arquitecto

*en atención a que demostró tener hechos los estudios
conforme a los planes autorizados por el Consejo
Universitario y haber sido aprobado con*

Mención Honorífica

*en el examen profesional que sustentó el día 27 de
junio de 1985, según constancias archivadas en
la misma Universidad.*

Por mi Raza hablará el Espíritu
Dado en la ciudad de México, Distrito Federal,
el día 14 de agosto de 1985

El Secretario General

U. G. José R. Sarro Robles



El Rector

Dr. Jorge Cuarpiga

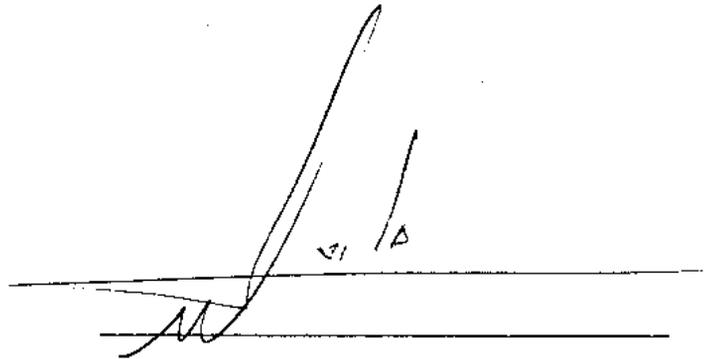
0000008

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, Manuel Enrique Avila Durán, mayor, casado, cédula de identidad No. 1-421-891, vecino de Ciudad Colon de Mora

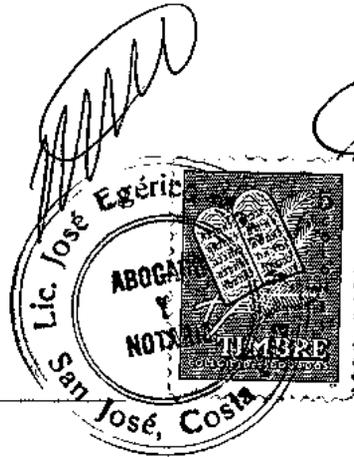
graduado en Universidad de Costa Rica, con el título de Lic. en Arquitectura, D.P. 1984, acepto dar lecciones en la Carrera de Arquitectura en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 1-421-891

San José, 23 Enero 1989.



Universidad de Costa Rica

haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,
se confiere a

Manuel Enrique Avila Durán

el título de **Licenciado en Arquitectura,**

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

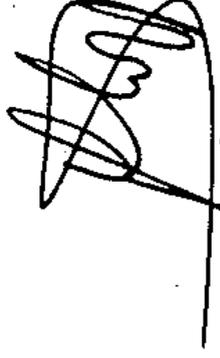
Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
el 12 de abril de 1985.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



Decano

Facultad de Ingeniería



Rector

0000007

de mil novecientos

9000000

Requisitoria

profesión en la rama de:

se le extiende el presente Certificado que lo autoriza para ejercer la

ellos los requisitos legales, ha sido juramentado como miembro activo de este colegio,

D. Manuel Enrique H. de la Cruz

por cuanto

Collegio Federal de Ingenieros
y de Arquitectos de Costa Rica

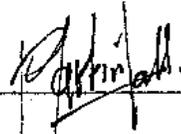
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

0000005

COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, ROBERTO HALL REYANA, mayor, CASADO, cédula de identidad No. 1-509-610, vecino de CURRIDABAT. (JOSE MA ZELEDÓN CASA L-20.

graduado en Universidad Autónoma de Centroamérica, con el título de BACHILLER EN ARQUITECTURA, acepto dar lecciones en la Carrera de Diseño Publicitario en el Colegio San Agustín.



FIRMA

CEDULA: 1-509-610.

San José, 25-1-89.





UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

PRUEBAS PARA GRADOS

0000004
13 6 88
Sem Agosto
87

ARQ. CARLOS ML ESCIANTE
carrera de: ARQUITECTURA
sidad Autónoma de Centro América

Presidente del Jurado Examinador de la
de la Univer-

POR CUANTO

ROBERTO HALL RETANA

Candidato al grado de: BACHILLER

Presentó las pruebas para grados prescritas en las ordenanzas universitarias de la Universidad Autónoma de Centro América, con voto superior a 80 sobre 100 en cada una de ellas,

POR TANTO

El Jurado Examinador le ha conferido el grado de

BACHILLER EN ARQUITECTURA

con mención de:

- PROBATUS (DE 80 A 84.99 SOBRE 100 DE PROMEDIO)
- BENE PROBATUS (DE 85 A 89.99 SOBRE 100 DE PROMEDIO)
- CUM LAUDE PROBATUS (DE 90 A 94.99 SOBRE 100 DE PROMEDIO)
- SUMMA CUM LAUDE PROBATUS (DE 95 A 100 DE PROMEDIO)

Lo que comunicamos a las autoridades competentes, para que se le otorgue el grado correspondiente al candidato.

Firmamos los Miembros del Jurado y el Representante del Ministerio de Educación en San José, a los 11 días del mes de Octubre

del año 1988

ARQ. CARLOS ML. ESCIANTE
Presidente del Jurado

Representante del Ministerio
de Educación

ARQ. EDDY HERNANDEZ.
Profesor de

ARQ. RAJUL GODDARD
Profesor de

ARQ. LEONARDO SILVA

ARQ. FRANCISCO SOLIS
Profesor de

ARQ. HUMBERTO MALAOSI

0000003

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
COLEGIO SAN AGUSTIN

Yo, OLGA MURILLO UGALDE, cédula de identidad 2-286-898, mayor, soltera, vecina de Lourdes de Montes de Oca, MASTER OF ARTS de la Universidad de Kansas, título reconocido por la Universidad de Costa Rica, el 17 de Junio de 1981 como equivalente al grado de Magister, acepto impartir lecciones en el COLEGIO SAN AGUSTIN de la Universidad Panamericana, en las carreras de Arquitectura y Diseño Publicitario,

Firma: *Olga M. Ugalde*
Cédula: 2-286-898

San José, 30 de Enero de 1989.



The University of Kansas

upon recommendation of the faculty of the

Graduate School

has conferred upon

Olga Marta Murillo

the degree of

Master of Arts

Linguistics

with all the honors, rights and privileges appertaining thereto.
In Witness Whereof, the seal of the University of Kansas
and the proper signatures are hereunto affixed.

Given at Lawrence, Kansas, October 9, 1978.

State Board of Regents



<i>Frank Sawyer</i>	Chairperson
<i>James Barber</i>	<i>W. Rudenra Hutton</i>
<i>E. Samuel Franklin</i>	<i>Nobert H. 67nd</i>
<i>John H. Hovine</i>	<i>W. K. K. K.</i>
<i>Walter A. K. K.</i>	<i>E. L. Smith</i>

Richard R. Lykes
Chancellor

Frances Regan Horowitz
Dean

Gilbert Lyck
Dean of Admissions and Records



0000002



17 agosto de 1987

OFICINA DE REGISTRO

MURILLO UGALDE OLGA MARTA (VIENE DEL FOLIO NO. 0038625).

La Universidad de Costa Rica le reconoció los siguientes títulos: el 17 de junio de mil novecientos ochenta y uno, el título de MASTER OF ARTS, LINGUISTICS, Universidad de Kansas, Estados Unidos, como equivalente al grado de MAGISTER y el 17 de junio de mil novecientos ochenta y uno el título de MASTER OF ARTS, SPANISH, Universidad de Kansas, Estados Unidos, como equivalente al título de ESPECIALISTA, los cuales se encuentran inscritos en esta Oficina bajo los Nos. 120-252 y 130-16 respectivamente.

OBSERVACIONES NSP= No se presentó a examen final.

RJ= Retiro Justificado.

P= Curso perdido sin derecho a examen extraordinario.

OFICINA DE REGISTRO

[Handwritten signature]
RAMIRO PORRAS QUESADA
DIRECTOR

CONFECCIONO: *[Handwritten signature]*
REVISO: *[Handwritten signature]*