



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Recinto Universitario “Rubén Darío”
Facultad de Educación e Idiomas
Departamento de Tecnología Educativa
Diseño Gráfico y Multimedia

**PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA.**

Título: Productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés de la Facultad de Educación e Idiomas, Recinto Universitario “Rubén Darío” de la UNAN-Managua, Diseño Gráfico y Multimedia, V año, I y II Semestre del año 2019.

Autor(a)s:

Br. Kevin Noel Alemán Hernández.
Br. Diana Samantha Narvaez Espinoza.
Br. Vera Franchesca Quintero Manujina.

Tutor:

Lic. Marvin Gutiérrez Rodríguez.

Fecha de Entrega:

20 de Febrero del 2020.

Carta Aval del Tutor

Dedicatoria y Agradecimiento



Kevin Noel Alemán Hernández, Diana Samantha Narvaez Espinoza y Vera Franchesca Quintero Manujina, dedicamos el presente Proyecto de Graduación a nuestro Dios Padre Celestial, por habernos dado la vida y fuerzas para permitirnos llegar al día de hoy; momento importante en nuestra formación profesional.

Agradecemos la confianza, apoyo y cariño brindado por nuestras familias. A nuestros docentes, quienes durante estos cinco años, con paciencia y dedicación compartieron sus conocimientos y enseñanzas.

Finalmente nos damos las gracias como equipo de trabajo, por toda la entrega, responsabilidad y compañerismo, que han hecho posible este proyecto.

A todos, muchas gracias por formar parte nuestra formación profesional y personal.



Resumen Ejecutivo

El presente proyecto aborda el desarrollo de un manual de marca, productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés, de la Facultad de Educación e Idiomas del Recinto Universitario “Rubén Darío” de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua. Elaborado por estudiantes de quinto año de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia, del Departamento de Tecnología Educativa, de la Facultad de Educación e Idiomas, de esta misma alma mater; como parte de la modalidad de Proyecto de Graduación.

El proyecto parte con la aplicación de una entrevista al director del Departamento de Francés, con el fin de recopilar información acerca del Departamento y sus carreras (Francés, Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras y Turismo Sostenible), también conocer y evaluar mediante una matriz, la calidad de los productos gráficos con los que cuenta actualmente. Otro instrumento empleado son cotizaciones a empresas dedicadas a Diseño Gráfico y Producción Audiovisual; tomando en cuenta sus precios y costos por servicios básico y maquinaria, el proyecto resulta en un aproximado de \$2.271.00 dólares.

Todo lo anterior permite diseñar una propuesta basada en Branding (Imagotipo, Manual de marca), diagramación de dossier, brochure, tarjeta de presentación, diploma, y banner. Asimismo, la producción de piezas audiovisuales tales como spot publicitario y video documental.

El uso de la Suite Adobe Creative Cloud, entre los que figuran los software: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Premiere, Adobe Audition y Adobe After Effects; en conjunto con los conocimientos en el área de Diseño Gráfico y Multimedia, adquiridos en los últimos cinco años, son indispensables para la entrega y finalización de este proyecto, desarrollado a partir de septiembre del 2019 a enero del presente año.

El proyecto da respuesta a la necesidad de identidad visual, productos gráficos y audiovisuales para publicitar el Departamento de Francés, expresada por el director del mismo.

Índice

Carta Aval del Tutor	1
Dedicatoria y Agradecimiento	3
Resumen Ejecutivo	4
Índice	5
1 Generalidades del proyecto	7
1.1 Descripción del proyecto.....	7
1.2 Objetivos del proyecto.....	8
1.3 Justificación	9
1.4 Articulaciones entre planes, programas y proyectos.....	10
1.5 El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país...	12
1.6 Grupo meta y beneficiarios.....	13
1.7 Ciclo de vida del proyecto	15
1.8 Resultados esperados	16
1.9 Matriz del enfoque del marco lógico.....	17
2 Estudio de mercado	19
2.1 Definición del producto o servicio.....	19
2.2 Demanda real.....	22
2.3 Oferta real.....	22
2.4 Análisis de costes y precios	23
2.5 Proveedores de materia prima	23
2.6 Comercialización o servicios.....	24
3 Estudio Técnico	25
3.1 Tamaño del proyecto y capacidad de producción	25
3.2 Localización del proyecto	26
3.3 Proceso productivo	27
3.4 Usos de tecnologías	28
3.5 Maquinaria y equipos	28
3.6 Aspectos administrativos	29
3.6.1 Aspectos legales del proyecto	29
3.6.2 Aspectos sociales del proyecto	29

3.6.3	Aspectos ambientales	29
4	Estudio financiero	31
4.1	Ingresos y Egresos	31
5	Conclusiones	32
6	Recomendaciones.....	33
7	Bibliografía	34
8	Anexos.....	36
8.1	Entrevista	36
8.2	Briefing	42
8.3	Matriz de materiales gráficos y audiovisuales.....	44
8.4	Cronograma de trabajo	45
8.5	Cotizaciones	49
8.5.1	Cotización productos gráficos	49
8.5.2	Cotización productos audiovisuales	50
8.6	Producción Audiovisual.....	51
8.6.1	Guión Literario	51
8.6.2	Guión Técnico.....	53
8.7	Diagrama de Gantt.....	55

1 Generalidades del proyecto

1.1 Descripción del proyecto

“Un manual de identidad corporativa es un instrumento didáctico que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática la información sobre objetivos, atribuciones, conceptos gráficos y demás procedimientos usados por la propuesta visual de una marca. En el sentido simple, acaso menos exacto, pero mucho más directo, un manual de identidad corporativa tiene como premisa fundamental decir cómo debe ser usada una marca.” (Santa María, 2013).

“La identidad visual, hace referencia a la representación gráfica de la identidad corporativa, en forma de símbolos y señales como marcas, logotipos, decoración, estilo, vestuario del personal, etc.” (Currás, 2019).

El presente proyecto contempla el desarrollo de productos gráficos y audiovisuales, para el Departamento de Francés, los cuales toman como punto de referencia normas y pautas contempladas en el Manual de Marca Institucional de la UNAN-Managua, donde define el uso correcto de una identidad visual, es decir: logo oficial, tipografías corporativas principales y auxiliares, uso del color, versiones, elementos de construcción como: retículas, acotaciones, tamaño mínimo y máximo, área de respeto, uso correcto e incorrecto y aplicaciones.

Manual de marca, diseño de logo, diagramación de dossier, brochure, tarjeta de presentación, diploma, banner, spot publicitario y video documental; son los elementos que conforman la propuesta de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.

El proyecto tiene como propósito fortalecer la identidad institucional del Departamento de Francés, dotando de coherencia visual los productos gráficos y audiovisuales pertenecientes a este, con el fin de proyectar solidez en su marca y mejorar sistema publicitario e informativo.

1.2 Objetivos del proyecto

Objetivo General

- Diseño de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés de la Facultad de Educación e Idiomas, Recinto Universitario “Rubén Darío” de la UNAN-Managua.

Objetivos Específicos

- Analizar el Manual de marca de la UNAN-Managua, para el diseño de productos gráficos y audiovisuales del Departamento de Francés.
- Evaluar los productos gráficos y audiovisuales publicitarios con los que cuenta el Departamento de Francés.
- Definir el Manual de marca para el Departamento de Francés, tomando como referente el Manual de marca de la UNAN-Managua.
- Propuesta de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.

1.3 Justificación

Según el director, el Departamento de Francés actualmente cuenta con productos gráficos tales como tarjetas de presentación, diagramación de dossier, brochure, diploma, banner y dos logos; de las carreras Francés, Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras y Turismo Sostenible, el Departamento como tal carecen de uno. El problema con estos productos, es que están diseñados en base a la imagen de la UNAN-Managua, privando al Departamento de una identidad visual propia. Los materiales audiovisuales son inexistentes.

El desarrollo de este proyecto es una oportunidad para el Departamento de Francés, en cuanto a reconocimiento visual ante la comunidad universitaria y público en general. Los productos gráficos y audiovisuales propuestos persiguen diferenciar la imagen institucional de la Alma Mater con la del Departamento de Francés, al mismo tiempo guardando coherencia y puntos en común entre ambas.

Brindar este servicio beneficia al Departamento, puesto que contará con los productos gráficos y audiovisuales necesarios para mejorar la transmisión de información, haciéndola visualmente más atractiva.

Cabe destacar que los servicios contemplados en el proyecto tienen la posibilidad de ser ofertados como parte del portafolio; dentro y fuera de las instalaciones de la UNAN-Managua, de manera independiente donde los autores trabajen como diseñadores Freelance.

1.4 Articulaciones entre planes, programas y proyectos

El proyecto se articula con otros previamente desarrollados en la UNAN-Managua y la Universidad Centroamericana (UCA).

Durante el año 2018 y principios del 2019, como parte de la modalidad de Técnico Superior, dos grupos de estudiantes de tercer año de Diseño Gráfico y Multimedia de la Facultad de Educación e Idiomas, realizaron una propuesta de línea grafica para la Biblioteca Central Salomón de la Selva, ubicada en el Recinto Universitario Rubén Darío. El proyecto titulado *“Materiales Gráficos y Audiovisuales de apoyo al proceso de Marketing y Gestión del Sistema Bibliotecario de la UNAN-Managua”*, fue dirigido por MSc. Gerald Flores Gutiérrez, coordinador de la carrera.

“El Sistema Bibliotecario de la UNAN-Managua es una de las principales instituciones que brinda sus servicios a todos los estudiantes y trabajadores de la misma, sin embargo, durante mucho tiempo no ha tenido una marca; de tal modo que se realizó una propuesta y definió de esta manera una nueva marca, dicha marca quedó establecida como la identidad institucional oficial.” (Morán, Díaz, & Rugama, 2019).

Otro caso que guarda relación, es la renovación de imagen institucional que tuvo lugar durante el año 2016 en la Universidad Centroamericana, con el propósito de lograr una arquitectura de marca y un sistema de identidad común entre todas las instancias que conforman la universidad.

“En continuidad con el plan estratégico institucional año 2016-2020 y a la política institucional de comunicación y mercadeo, hemos renovado nuestra identidad visual. Lo hacemos con el propósito de lograr un sistema de identidad común para toda la universidad y así proyectar a la UCA de forma cohesionada y sólida a nivel nacional e internacional.” (Universidad Centroamericana, 2017).

Este proyecto también cumple con intereses del área de divulgación de la UNAN-Managua. La Oficina de Divulgación es la encargada de gestionar la información del quehacer académico de la UNAN-Managua. La Universidad cuenta con medios

informativos como sitio web, redes sociales y el canal en línea TV-UNAN, mediante los cuales se informa a la comunidad universitaria y público en general sobre las actividades que efectúa la institución en las funciones sustantivas de docencia, investigación, gestión, proyección y extensión e internacionalización. Esta unidad pertenece a la Dirección de Relaciones Públicas e Internacionales, que está bajo la coordinación de Secretaría General, órgano oficial de comunicación de la Universidad, según establece el Capítulo V, Artículo 28 de la Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación Superior, Ley número 89. (UNAN-Managua, s.f.).

1.5 El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país

El proyecto da salida al eje número VII “**DESARROLLO SOCIOPRODUCTIVO**” del Programa Nacional de Desarrollo Humano 2018-2021, el cual se cita a continuación:

VII. “DESARROLLO SOCIOPRODUCTIVO”

I. Servicios en General

1. Desarrollar una cultura de calidad de los servicios, dirigida a mejorar la satisfacción de los usuarios.
2. Fomentar el uso de tecnologías que mejoren la eficiencia en la prestación de los servicios. (Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, 2017).

El proyecto promueve calidad en los diseños de los productos gráficos y audiovisuales, mejorando los productos ya existentes y proponiendo nuevos, para así lograr una comunicación visual efectiva entre el Departamento de Francés y la comunidad universitaria.

Para la creación de los productos, es necesario el uso de tecnologías; hardware y softwares, asimismo conocimientos en el área de Diseño Gráfico y Multimedia que permitan la correcta manipulación, creación y edición de imágenes, vectores, vídeos, textos, audio y vídeo.

Gracias a la tecnología, hoy las empresas e instituciones pueden aprovechar diversos canales y herramientas para destacar, agilizar su información y captar mayor interés por parte de su audiencia en general.

1.6 Grupo meta y beneficiarios

El **grupo meta** del proyecto es la Facultad de Educación e Idiomas, principal Institución Académica del país y productora de Licenciados en Educación, su preparación científica y pedagógica, la capacita para su desempeño en Educación Media, Educación Primaria, Educación Infantil y Educación Inclusiva. Además, cuenta con las Licenciatura en Francés, Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras, Turismo Sostenible y Diseño Gráfico y Multimedia.

El mayor impacto de la Facultad, se logra a través del Programa de Profesionalización por encuentros en cursos sabatinos, cuyo objetivo es la profesionalización de educadores empíricos en la Educación Media, procedentes de las diferentes regiones del país.

- **Cronología de la Facultad**

1960 - Escuela de Ciencias de la Educación.

1980 - Facultad de Ciencias de la Educación.

1994 - Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades.

2006 - Facultad de Educación e Idiomas.

- **Misión**

Forma profesionales y técnicos en los campos de la Educación e Idiomas, con un pensamiento autónomo, crítico, reflexivo y a través de generar las competencias necesarias para continuar aprendiendo durante toda la vida y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de la nación nicaragüense.

- **Visión**

La Facultad de Educación e Idiomas, en el año 2014, goza de prestigio nacional por la excelencia en la formación de profesionales y técnicos en los campos de las ciencias de la educación y los idiomas, competentes, éticos y patrióticos; autónomos, líderes, emprendedores, críticos y reflexivos; promotores del desarrollo en armonía con el medio ambiente y capaces de aprender a aprender

permanentemente, producto de un modelo académico que promueve la interdisciplinariedad y combina enseñanza-aprendizaje e investigación. (Facultad de Educación e Idiomas, 2014).

El **grupo beneficiario** es el Departamento de Francés, unidad facultativa que se ha dado a la tarea de formar profesionales en el área de Francés, capacitados para ejercer en los diferentes niveles educativos: Pre-escolar, primaria, secundaria. Actualmente el Departamento cuenta con modernos laboratorios de idiomas, salas audiovisuales, sala de informática y una excelente biblioteca. (Departamento de Francés, 2018).

- **Misión**

El Departamento de Francés de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, UNAN-Managua, tiene como misión formar profesionales altamente calificados en las disciplinas del saber tales como la enseñanza del Francés, la Traducción y el Turismo Sostenible, que responden a las exigencias de la sociedad y del mercado laboral, ser líder en conocimiento científico y en educación, con una actitud humanística, prepositivo, emprendedor, investigativo y sensible ante la problemática de la nación y equidad social, vinculado al quehacer de las instituciones públicas como privada, todo ello con el fin de contribuir significativamente al mejoramiento del desarrollo nacional.

- **Visión**

El Departamento de Francés de la UNAN-Managua tendrá como visión principal la formación de profesionales altamente competentes y poseedores de valores humanísticos orientados al fortalecimiento de la identidad nacional y el respeto a la libertad de expresión, la diversidad cultural, política y de género y capaces de enfrentar y buscar soluciones a las diferentes situaciones que se le presentan tanto en el ejercicio de la profesión como en la vida cotidiana. (Departamento de Francés, 2018).

1.7 Ciclo de vida del proyecto



Esquema 1: Ciclo de vida del proyecto

1.8 Resultados esperados

Los resultados esperados al finalizar este proyecto son los siguientes:

- Lograr aceptación del proyecto por parte del cuerpo docente y estudiantil del Departamento de Francés.
- Proyectar al Departamento de Francés con una imagen fresca, renovada y funcional dentro y fuera de la comunidad universitaria.
- Proporcionar al Departamento de Francés, productos gráficos y audiovisuales necesarios para publicitarse.

1.9 Matriz del enfoque del marco lógico

Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Resultados esperados
Diseño de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés de la Facultad de Educación e Idiomas, Recinto universitario “Rubén Darío” de la UNAN-Managua.	Productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista a director del Departamento de Francés. 	Diseño de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.
Analizar el Manual de marca de la UNAN-Managua, para el diseño de productos gráficos y audiovisuales del Departamento de Francés.	Manual de marca de la UNAN-Managua.	<ul style="list-style-type: none"> Análisis del Manual de marca de la UNAN-Managua. 	Definir los elementos a tomar en cuenta del Manual de marca de la UNAN-Managua, en el diseño de los productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.
Evaluar los productos gráficos y audiovisuales publicitarios con los que cuenta el Departamento de Francés.	Productos gráficos y audiovisuales actuales del Departamento de Francés.	<ul style="list-style-type: none"> Matriz de evaluación de materiales gráficos y audiovisuales del Departamento de Francés. 	Definición del diseño o rediseño de los productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.
Definir el Manual de marca para el Departamento de Francés, tomando como	Manual de marca para el Departamento de Francés.	<ul style="list-style-type: none"> Manual de marca de la UNAN-Managua. 	Documento digital y físico del Manual de marca para el

<p>referente el Manual de marca de la UNAN-Managua.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de evaluación de materiales gráficos y audiovisuales del Departamento de Francés. 	<p>Departamento de Francés.</p>
<p>Propuesta de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.</p>	<p>Productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de productos gráficos y audiovisuales. 	<p>Productos en formato digital e impreso para el Departamento de Francés.</p>

Tabla 1: Matriz del enfoque del marco lógico

2 Estudio de mercado

2.1 Definición del producto o servicio

Los servicios ofertados al Departamento de Francés son los siguientes:

Diseño Corporativo

Es la representación física del concepto, la idea y el conjunto de unidad. El Diseño Gráfico, es el que se encarga de transmitir la visión de una empresa a través de sus productos e imagen corporativa. El proceso de desarrollo de los productos gráficos, consta de los siguientes pasos:

- **Briefing:** Un Briefing es un documento de carácter informativo que un cliente brinda a la empresa con toda la información importante y necesaria para realizar algún tipo de iniciativa. (NeoAttack, 2019).
- **Conceptualización:** Implica el desarrollo, construcción y ordenación de ideas que han sido obtenidas a partir de la experiencia y de la comprensión de aquello que nos rodea. (Morales, 2013).
- **Sistema visual:** Es el conjunto de los signos gráficos, colores, formas y palabras que simbolizan la empresa. Es difundida por medio de los diferentes medios de comunicación, también sirve para diferenciarse de los competidores, la forma más conocida es el logotipo, ya que este ocupa ante todo una función publicitaria, representar la imagen de la empresa, sus servicios y eventualmente sus valores. (Kaltner, 2013).
- **Proceso de selección final:** El cierre o la decisión final depende de la aprobación final del tutor, y en especial del director del Departamento.

Al finalizar este proceso, se procede a la creación de:

- **Logo del Departamento:** El Imagotipo (imagen y texto) contiene elementos que se representan a las tres carreras del Departamento: Torre Eiffel para Francés, pluma de escritura para Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras y ornamentos de origen vegetal para Turismo Sostenible.
- **Manual de marca:** Contiene el logo oficial del Departamento, tipografías corporativas principales y auxiliares, uso del color, versiones, elementos de

construcción como: retículas, acotaciones, tamaño mínimo y máximo, área de respeto, uso correcto e incorrecto y aplicaciones.

Diseño Editorial y Publicitario

Es la diagramación, maquetación y composición de todo tipo de documento, que contempla tipografía, color e imagen, dándole estética visual. Los productos propuestos son:

- **Diagramación de dossier:** La diagramación del dossier sirve como un formato estándar en los documentos de lectura, informes, guías de estudios y materiales de apoyo en cursos pertenecientes al Departamento.
- **Brochure:** Es un folleto doblado en tres partes. Permite informar al público, en especial a los alumnos de nuevo ingreso, acerca del Departamento, misión y visión, oferta académica e información de contacto.
- **Tarjeta de presentación:** Las tarjetas sirven como carta de presentación del director, coordinadores y cuerpo docente del Departamento de Francés. Contiene información como nombres y apellidos, cargo, número de teléfono.
- **Diseño de Diplomas:** Es un reconocimiento extendido por el Departamento de Francés como certificación de talleres, actividades, competencias. Incluye datos como: el nombre de la Institución y Departamento, nombres y apellidos del expositor o participante, mensaje o información a transmitir, lugar y fecha, sello y firma de quién otorga.
- **Banner:** El banner es una pieza publicitaria de contenido gráfico en formato impreso o digital. Contiene texto e imágenes que ayudan a generar interés sobre las carreras y actividades llevadas a cabo por el Departamento de Francés.

Producción Audiovisual

- **Spot publicitario:** El spot es una forma de publicidad audiovisual efectiva, con una duración menor a un minuto, logra dar a conocer el Departamento y captar estudiantes interesados en la oferta académica.

- **Video documental:** El documental informa en formato de una entrevista dirigida al director; sobre la historia, actividades y logros que ha tenido el Departamento de Francés a través de los años. Se apoya de fotografías tomadas en el Departamento, texto y audio.

2.2 Demanda real

El director del Departamento de Francés, durante la aplicación de la entrevista expresa el problema de imagen por el que pasa el Departamento, que, aunque cuentan con Brochure, tarjeta de presentación, diagramación de dossier y banner, estos van de acuerdo a la imagen institucional de la UNAN-Managua. También recalca la necesidad de un logo que represente al Departamento y sus carreras: Francés, Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras y Turismo Sostenible.

El Departamento de Francés demanda productos gráficos y audiovisuales, diseñados y diagramados con una identidad visual que los represente y destaque ante la comunidad universitaria; tomando en cuenta elementos de sus tres carreras como color, cultura y valores.

2.3 Oferta real

La oferta real del proyecto se visualiza en la siguiente tabla:

Servicio	Productos	Cantidad
Diseño Corporativo	Manual de marca	1
	Imagotipo	1
Diseño Publicitario	Banner	1
	Brochure	1
Diseño Editorial	Dossier	1
	Tarjeta de presentación	1
	Diploma	1
Producción Audiovisual	Spot Publicitario	1
	Video documental	1

Tabla 2: Oferta real

2.4 Análisis de costes y precios

El análisis de costes se realizó en base a la demanda del Departamento de Francés, donde se establece precios por los servicios planteados (véase 2.1 y 4.4.1) en el documento.

Tomando en cuenta las cotizaciones realizadas a empresas de Diseño Gráfico y Producción Audiovisual, y costos por servicios básicos, materia prima y maquinaria; se han definido los precios para los productos y el desarrollo de estos. Los cuales se detalla en el apartado de presupuesto del proyecto (véase en *Estudio Financiero Tabla 4: Ingresos y egresos*). Finalizando con la suma de \$2,271.00 dólares.

2.5 Proveedores de materia prima

En la siguiente tabla se visualiza los nombres de los principales proveedores de materias primas del proyecto, esto planteado desde el punto de vista de diseñadores Freelance:

Materia prima	Proveedor
Electricidad	DISNORTE-DISSUR
Internet	Claro
Hardware	Comtech
Software	Adobe Systems Incorporated
Impresión	Xerox
Papelería	Xerox

Tabla 3: Proveedores de Materia prima

2.6 Comercialización o servicios

Los productos gráficos y audiovisuales son entregados por medio del Departamento de Tecnología Educativa al Departamento de Francés, en formato digital. Los archivos son editables, lo cual permite añadir la información o datos correspondientes. El Departamento de Francés decide la aplicación y canales de difusión que estos tienen.

3 Estudio Técnico

3.1 Tamaño del proyecto y capacidad de producción

El proyecto se desarrolla en un periodo correspondiente a cinco meses, comprendidos entre septiembre del 2019 hasta enero del 2020.

Tomando en consideración el tiempo que los autores dedican a sus actividades académicas; la capacidad de producción se estima en los siguientes tiempos: (véase en Anexos Tabla 6: Cronograma de trabajo).

- **Diseño Gráfico**

Imagotipo: La creación del Imagotipo toma un mes, durante el cual se lleva a cabo lecturas acerca de la cultura francesa y conversaciones con el Director de Francés, para definir los elementos que lo componen. Se crean varias versiones de Imagotipo hasta llegar a un producto final.

Manual de marca: Contiene el Imagotipo, tipografías corporativas principales y auxiliares, uso del color, versiones, elementos de construcción como: retículas, acotaciones, tamaño mínimo y máximo, área de respeto, uso correcto e incorrecto. Al igual que el Imagotipo, se realiza en un plazo correspondiente a un mes.

Diseño Editorial: La maquetación de tarjetas de presentación y dossier se trabaja en dos semanas.

Diseño publicitario: El diseño de banner y brochure, toma dos semanas.

- **Producción Audiovisual**

El proceso para la producción del vídeo documental y spot publicitario cinco horas por día, durante cinco semanas, y se divide en tres etapas:

Preproducción: Elaboración de guión técnico y guión literario, selección de localización.

Producción: Grabación de audio y vídeo.

Posproducción: Edición de vídeo.

3.2 Localización del proyecto

El proyecto se lleva a cabo en las instalaciones de la UNAN-Managua, en el Recinto Universitario Rubén Darío; ubicado de la Rotonda Universitaria Rigoberto López Pérez 150 Metros al Este, 14172. Departamento de Francés, pabellón 28, de la Facultad de Educación e Idiomas.

3.3 Proceso productivo



3.4 Usos de tecnologías

El uso de la tecnología está presente en el desarrollo de los productos gráficos y audiovisuales. En los últimos veinte años, la influencia de la tecnología en la práctica profesional, se ha vuelto cada vez mayor; nuevos programas aparecieron en el mercado para facilitar la edición de imágenes, diagramación, maquetación, ilustración y edición, uno de los ejemplos más evidente e icónicos, que ha tenido impacto en el ambiente laboral del mundo creativo del Diseño Gráfico es la Suite Adobe Creative Cloud que contiene los diferentes los programas a utilizar: Adobe Photoshop (Retoque fotográfico), Adobe Illustrator (Vectorización), Adobe InDesign (Maquetación), Adobe After Effects (Animación), Adobe Premiere (Edición) y Adobe Audition (Audio).



3.5 Maquinaria y equipos

Los equipos utilizados durante el desarrollo de los productos gráficos son: tres laptop y una tableta. Para la producción del vídeo documental y spot publicitario, se emplean equipos audiovisuales como cámara, trípode y equipo de audio, para posteriormente pasar a la etapa de posproducción, para la cual es necesaria una computadora con buena capacidad de RAM y tarjeta de vídeo que permitan la edición y renderización de los vídeos.

3.6 Aspectos administrativos

3.6.1 Aspectos legales del proyecto

El proyecto se encuentra bajo normas que regulan los derechos y obligaciones que toda sociedad organizada establece para sus miembros. A continuación, se detalla los aspectos que se tomaron en consideración para el desarrollo de este.

Una de los aspectos legales más importantes para la disciplina de Diseño Gráfico y profesiones relacionadas al ámbito creativo e intelectual, es el Derecho de Autor (Ley No. 312). En la Constitución Política de Nicaragua se encuentran estipuladas leyes que protegen el Derecho de Autor, de una obra literaria, artesanal, artística o científica que corresponde al autor por el sólo hecho de su creación. (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, 1999).

Aprobada el 06 de Julio de 1999, Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos permite regular el plagio, principal enemigo de la ética y la profesión. Esta ley es importante considerarla, ya que el proyecto se centra en la creación de productos gráficos y audiovisuales fundamentados en ideas originales que no infringen las leyes mencionadas, de lo contrario, la UNAN-Managua puede enfrentar problemas legales.

Otro aspecto legal, es el derecho comercialización y consumo; bajo estas leyes se pueden adquirir las materias primas del proyecto: licencias originales y legales para el uso de Suite Adobe Creative Cloud, las tipografías y demás insumos necesarios.

3.6.2 Aspectos sociales del proyecto

Con la creación de un manual de marca e Imagotipo, el Departamento de Francés gana reconocimiento visual y distinción del resto de Departamentos que conforman la Facultad de Educación e Idiomas. Las producciones audiovisuales (documental y spot publicitario) y materiales gráficos como banner y brochure, facilitan la transmisión de información a estudiantes interesados en el Departamento, actividades a realizarse y su oferta académica.

3.6.3 Aspectos ambientales

El proyecto genera muy pocos impactos ambientales dañinos para la comunidad y su medio ambiente. Los residuos de papel generados a partir de los productos

gráficos impresos pueden ser reciclados bajo las políticas de cuidado ambiental de la UNAN-Managua.

4 Estudio financiero

4.1 Ingresos y Egresos

En caso que el proyecto se ponga en marcha de manera independiente, los ingresos y egresos son los siguientes:

Ingresos	
Recursos	Precio
Diseño Corporativo	\$830.00
Diseño Publicitario	\$100.00
Diseño Editorial	\$370.00
Producción Audiovisual	\$1,200.00
Total	\$2,500.00
Egresos Mensuales	
Recursos	Precio
Energía eléctrica	\$25.00
Internet	\$30.00
Tableta Gráfica	\$20.00
Computadora Portátil	\$34.00
Cámara Semiprofesional	\$67.00
Suite Adobe Creative Cloud	\$53.00
Total	\$229.00
Costo total del proyecto: \$2,271.00	

Tabla 4 Ingresos y egresos

5 Conclusiones

Finalmente, se indican las siguientes conclusiones del presente proyecto:

- Se logró terminar en tiempo y forma, la propuesta de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés.
- Se analizó el Manual de marca Institucional de la UNAN-Managua y se extrajeron elementos que forman parte del Manual de marca para el Departamento de Francés, guardando así relación entre ambos.
- Actualmente, el Departamento de Francés no cuenta con un Manual de marca, logo, carece de material audiovisual para publicitarse, y el material gráfico que posee va de acuerdo a la imagen institucional de la UNAN-Managua.
- Los aspectos retomados del Manual de marca Institucional de la UNAN-Managua para el Manual de marca del Departamento de Francés, es el uso de los colores rojo, amarillo y azul, y los valores que estos representan.
- Con la información obtenida mediante la aplicación de la entrevista, se elaboró una propuesta de productos gráficos y audiovisuales que comprende: Manual de marca, diseño de logo, diagramación de dossier, brochure, tarjeta de presentación, diploma, banner, spot publicitario y video documental.

6 Recomendaciones

- Respetar las pautas y elementos contemplados en el Manual de marca del Departamento de Francés.
- Ofrecer en eventos o ferias regalarías como pin, calcomanías y llaveros donde se aplique la identidad visual del Departamento, con el propósito de lograr una mejor conexión e identificación.
- Implementar el uso de la identidad visual en la página web y redes sociales correspondientes al Departamento de Francés.
- Reciclar los residuos de papel generados por los productos gráficos impresos.
- Dar seguimiento al proyecto mediante un refrescamiento de marca o la implementación de nuevos materiales gráficos y audiovisuales.

7 Bibliografía

- Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (1999). *Asamblea Nacional de Nicaragua*.
Obtenido de LEY DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS:
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aeea87dac762406257265005d21f7/834bc642ec6d73120625726c0061759f?OpenDocument>
- Currás, P. R. (26 de Agosto de 2019). *SCRIBD*. Obtenido de Identidad e imagen corporativas:revisión conceptual e interrelación:
<https://es.scribd.com/document/212446144/Dialnet-IdentidadElmagenCorporativasRevisionConceptualElnt-3233182-1>
- Departamento de Francés. (2018). *Departamento de Francés*. Recuperado el 05 de Agosto de 2019, de Misión y Visión: <http://fei.unan.edu.ni/frances/index.php/mision-y-vision/>
- Departamento de Francés. (2018). *Estudiar Francés Nicaragua*. Recuperado el 28 de Enero de 2020, de Departamento de Francés:
<http://fei.unan.edu.ni/frances/index.php/carreras/frances/>
- Facultad de Educación e Idiomas. (2014). *Home: Facultad de Educación e Idiomas*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de Facultad de Educación e Idiomas, UNAN-Managua:
<http://fei.unan.edu.ni/>
- Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional. (Diciembre de 2017). *EJES DEL PROGRAMA NACIONAL DE DESARROLLO HUMANO 2018-2021*. Obtenido de El 19 Digital:
<https://www.el19digital.com/app/webroot/tinymce/source/2018/00-Enero/Del22al28Enero/Viernes26Enero/EJES%20DEL%20PROGRAMA%20NACIONAL%20E%20DESARROLLO%20HUMANO.pdf>
- Google. (2019). *Google Maps*. Obtenido de Departamento de Francés:
<https://www.google.com/maps/place/Departamento+de+Franc%C3%A9s/@12.1050007,-86.2710292,19z>
- Kaltner, D. S. (23 de Agosto de 2013). *Cátedra Cosgaya*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de ¿Qué es una identidad visual?: <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/que-es-una-identidad-visual/>
- Makertan. (2019). *La Prestampa*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de ¿Cuáles son las etapas de proceso gráfico?: <https://laprestampa.com/proceso-grafico/>
- Morales, A. (2013). *Significados*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de Significado de Conceptualización: <https://www.significados.com/conceptualizacion/>
- Morán, A. F., Díaz, F., & Rugama, O. (2019). *Materiales Gráficos y Audiovisuales de apoyo al proceso de Marketing y Gestión del Sistema Bibliotecario de la UNAN-Managua*. Managua.
- NeoAttack. (2019). *NeoAttack | Neowiki*. Recuperado el 26 de Agosto de 2019, de ¿Qué es Briefing y para qué sirve?: <https://neoattack.com/neowiki/briefing/>

- Robles Romero, M., Guevara Cerda, M., & Mejía Sanchez, K. (2019). *Materiales gráficos y audiovisuales de apoyo al proceso de marketing y gestión del sistema bibliotecario de la UNAN-Managua*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Santa María, L. (30 de Mayo de 2013). *Staff Creativa - Rincón Creativo*. Recuperado el 05 de Agosto de 2019, de Manual de marca ¿qué es?: <http://www.staffcreativa.pe/blog/manual-marca/>
- UNAN-Managua. (s.f.). Recuperado el 19 de Julio de 2019, de Divulgación - UNAN- Managua: <http://www.unan.edu.ni/index.php/oficina-de-divulgacion-y-comunicacion>
- Universidad Centroamericana. (2016). *Universidad Centroamericana UCA de Nicaragua*. Obtenido de UCA: Renovamos nuestra imagen: <https://www.uca.edu.ni/index.php/19-publicaciones/contenido-boletin-campus/1754-uca-renovamos-nuestra-imagen>
- Universidad Centroamericana. (12 de Enero de 2017). *Universidad Centroamericana UCA de Nicaragua*. Obtenido de Tratamiento de nuestro imagotipo: <https://www.uca.edu.ni/images/2017/enero2017/campus-e30/tratamiento-de-nuestro-imagotipo-y-logotipo-UCA.png>

8 Anexos

8.1 Entrevista

ENTREVISTA

Departamento de Francés

Entrevista al director del Departamento de Francés de la Facultad de Educación e Idiomas de la UNAN-Managua.

Estimado maestro, somos estudiantes de V año de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia, del Departamento de Tecnología Educativa de la Facultad de Educación e Idiomas.

- Br. Kevin Noel Alemán Hernández.
- Br. Diana Samantha Narvaez Espinoza.
- Br. Vera Franchesca Quintero Manujina.

Actualmente estamos iniciando el proyecto de graduación en la asignatura Investigación Aplicada con Maestra Lilliam Navarrete. El título del proyecto de desarrollo es:

Productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés de la Facultad de Educación e Idiomas, Recinto Universitario Rubén Darío de la UNAN Managua.

Con base en lo anterior, se realiza la presente entrevista con el fin de obtener información sobre el Departamento en general, así mismo conocer los productos gráficos y audiovisuales publicitarios con los que cuentan y valorar la necesidad de la disposición de un Manual de marca. Así mismo se quiere conocer los tipos de productos gráficos publicitarios que usted considera necesarios sean diseñados para este Departamento.

La propuesta de productos gráficos a elaborar como parte del proyecto son los siguientes:

- Banner
- Brochure
- Diseño de Diplomas
- Diagramación de dossier
- Logo del Departamento
- Tarjetería de presentación docente

- Video documental del departamento
- Spot publicitario

Se le agradece de antemano, toda la información que pueda usted proporcionarnos.

Departamento: Departamento de Francés.

Nombre del director: MSc. Sergio José Herradora Ramos.

Hora: 02:00 p.m.

A continuación, le invitamos a responder las siguientes preguntas:

Historia

1. ¿En qué año se fundó el Departamento de Francés?

Departamento de Francés se fundó en el año 1966. Con la primera Directora Eleonora Montiel. La historia comenzó desde en 1966 año que se fundó, posteriormente nace la carrera Traducción Francesa (1er nombre que se utilizó para la carrera de Francés) en 1980, ya en 1994 se renombro Traducción Francesa a Francés y a la misma vez se fundó la carrera de Traducción e Interpretación Francesa, por último, se fundó la carrera de Turismo Sostenible en 1998.

- **Dirección:**

Eleonora Montiel

- **Planta docente:**

16 docentes de planta

3 docentes administrativos

- **Oferta académica.**

Francés

Traducción e Interpretación Francesa

Turismo Sostenible

2. ¿Cuáles son las principales técnicas publicitarias que se han aplicado en el Departamento en todos estos años?

En ferias y eventos promovidos por la UNAN-Managua se utilizan banner y se reparten brochure. También se han impulsado concursos de creación de logo, en los que participan

los últimos años de las carreras Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras y Turismo Sostenible.

Actualidad

3. ¿Cuál es la Misión y Visión del Departamento?

Misión

El Departamento de Francés de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua, tiene como misión formar profesionales altamente calificados en las disciplinas del saber tales como la enseñanza del Francés, la Traducción y el Turismo Sostenible, que responden a las exigencias de la sociedad y del mercado laboral, ser líder en conocimiento científico y en educación, con una actitud humanística, prepositivo, emprendedor, investigativo y sensible ante la problemática de la nación y equidad social, vinculado al quehacer de las instituciones públicas como privada, todo ello con el fin de contribuir significativamente al mejoramiento del desarrollo nacional.

Visión

El Departamento de Francés de la UNAN-Managua tendrá como visión principal la formación de profesionales altamente competentes y poseedores de valores humanísticos orientados al fortalecimiento de la identidad nacional y el respeto a la libertad de expresión, la diversidad cultural, política y de género y capaces de enfrentar y buscar soluciones a las diferentes situaciones que se le presentan tanto en el ejercicio de la profesión como en la vida cotidiana.

4. ¿Cuáles son las fortalezas y oportunidades de crecimiento del Departamento?

El Departamento de Francés promueve intercambios culturales entre Francia, Europa y Nicaragua. También actividades que desarrollan habilidades y motivación, tales como exposiciones de arte, gastronomía, música, proyección de películas y concursos diversos.

¿Cuál es la oferta académica actual del Departamento?

- **Grado**

Francés

Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras

Turismo Sostenible

- **Posgrado**

Turismo Sostenible

5. ¿Indique la planta docente actual del Departamento?

La planta de docentes es información confidencial del Departamento.

6. Tomando en cuenta el qué hacer y oferta académica actual del Departamento.

Si tuviera que describirlo, en una palabra, ¿Cuál sería?

Colectividad

7. ¿El Departamento de Francés cuenta con materiales publicitarios gráfico y multimedia?

El Departamento de Francés cuenta con tarjetas de presentación, diagramación de dossier, broshure, diploma y banner.

8. ¿Qué necesidades tiene el Departamento de Francés en cuanto al área visual?

En el Departamento es necesario tener una identidad visual y también contar en físico todo aquel material gráfico identificador, para fomentar la información en la comunidad educativa.

9. ¿El Departamento tiene un logo actualmente?

Actualmente el Departamento de Francés no cuenta con un logo, solo el de las carreras Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras y Turismo Sostenible.

En caso de que su respuesta sea positiva responda la siguiente pregunta:

¿Le gustaría rediseñarlo o crear uno nuevo? Sí

10. ¿Qué elementos o concepto visualiza en el diseño o rediseño del logo del Departamento?

Para el diseño del logo del Departamento de Francés, rescatar aspectos de la cultura francesa y nicaragüense, también representar al medio ambiente, a los docentes y al traductor.

11. ¿Qué colores, considera representan o identifican al Departamento?

Los colores representativos de la bandera de la UNAN-Managua: rojo, amarillo, azul. También los colores de la bandera del país de Francia que son los mismos, exceptuando el color amarillo.

Cada carrera dentro del departamento tiene un color que la representa: rosa viejo (Francés), turquesa (Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras) y verde (Turismo Sostenible).

12. *Un manual de identidad corporativa es un instrumento didáctico que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática la información sobre objetivos, atribuciones, conceptos gráficos y demás procedimientos usados por la propuesta visual de una marca. En el sentido simple, acaso menos exacto, pero mucho más directo, un manual de identidad corporativa tiene como premisa fundamental decir cómo debe ser usada una marca.*

Dicho lo anterior, ¿Considera necesario el desarrollo de un manual de marca para el Departamento?

Se considera necesario porque el Departamento de Francés quiere obtener una buena identidad visual.

13. ¿De la siguiente propuesta de productos gráficos considera pertinente el desarrollo de los productos que se listan a continuación?

- Banner
- Brochure
- Diseño de Diplomas
- Diagramación de dossier
- Logo del departamento
- Tarjetería de presentación docente
- Video documental del departamento
- Spot publicitario

Todo el material antes mencionado fue aprobado.

14. ¿Considera que hace falta en la oferta de productos gráficos anterior, otro producto necesario para la publicidad del Departamento?

Si además de los materiales antes mencionado el Departamento considera necesario los siguientes productos:

- Aplicaciones

- Logos de las tres carreras
- Papel membretado
- Sello

15. ¿Cuáles serían los beneficios que usted percibe para el Departamento una vez desarrollados los productos gráficos y audiovisuales descritos anteriormente?

Promover el Departamento de Francés y sus carreras, dar a conocerse con una identidad visual propia y distintiva, mejorar la forma en que se presenta información.

8.2 Briefing

Nombre: MSc. Sergio Herradora.

Nombre del Departamento: Departamento de Francés.

Información del Departamento: El Departamento de Francés, es una unidad académica facultativa dedicada a formar profesionales altamente calificados en las disciplinas del saber tales como la enseñanza del Francés, la Traducción y el Turismo Sostenible, que responden a las exigencias de la sociedad y del mercado laboral.

Proyecto: Diseño de productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Francés de la Facultad de Educación e Idiomas de la UNAN-Managua.

Requerimientos del proyecto: Manual de marca, banner, brochure, diseño de diplomas, diagramación de dossier, logo del departamento, tarjetería de presentación docente, video documental del departamento y spot publicitario.

Objetivo: Publicitar el Departamento de Francés con una imagen que refleje sus valores, dando a conocer el trabajo y actividades que se realizan en el Departamento y la oferta académica para la captación de estudiantes.

Problema a resolver: El Departamento de Francés no cuenta con un manual de marca, logo, carece de material audiovisual para publicitarse, y el material gráfico que posee es de acuerdo a la imagen institucional de la UNAN-Managua.

Público meta: Estudiantes que forman parte o deseen formarse y especializarse en el área de Francés, Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras y Turismo Sostenible.

Valores del Departamento: Colectividad.

Ventaja diferencial: El Departamento de Francés promueve intercambios culturales entre Francia, Europa y Nicaragua. También actividades que desarrollan

habilidades y motivación, tales como exposiciones de arte, gastronomía, música, proyección de películas y concursos diversos.

Antecedentes publicitarios: Las principales técnicas publicitarias que se han aplicado en todos estos años es la distribución de brochure a estudiantes, banner en ferias, eventos, página web y facebook del Departamento.

8.3 Matriz de materiales gráficos y audiovisuales

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE MATERIALES GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES DEL DEPARTAMENTO DE FRANCÉS							
Material	Parámetro 1	0 a 4	Parámetro 2	0 a 3	Parámetro 3	0 a 3	Calificación 0 a 10
Logotipo Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras	Uso correcto de la tipografía		Uso correcto de la tipografía		Buena composición		
Logotipo de Turismo Sostenible	Uso correcto de la tipografía		Uso correcto de la tipografía		Buena composición		
Brochure	Uso correcto de la tipografía		Uso correcto de la tipografía		Buena composición		
Banner	Uso correcto de la tipografía		Uso correcto de la tipografía		Buena composición		

Tabla 5: Matriz de materiales gráficos y audiovisuales

8.4 Cronograma de trabajo

Semanas	Fases	Tutoría	Fecha	Recursos
Semana 1	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tutor designado y el equipo de trabajo. Planificación de los días de encuentros entre tutor y equipo de trabajo. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	17/09/2019	<ul style="list-style-type: none"> Documento del proyecto <ul style="list-style-type: none"> Hoja de papel Lapiceros
Semana 2	<ul style="list-style-type: none"> Intercambio de información del Director del Departamento de Francés, tutor y equipo de trabajo. Realización de cronograma de trabajo, 	Tutor: Marvin Gutiérrez	24/09/2019	<ul style="list-style-type: none"> Briefing Entrevistas Informe
Semana 3	<ul style="list-style-type: none"> Recolección de ideas, para la creación del Imagotipo para el Departamento de Francés. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	01/10/2019	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Hoja de papel Lapiceros y Grafito Google Drive Informe
Semana 4	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de conceptos propios del Departamento y sus carreras. Definición de paleta de colores. Primeros bocetos del Imagotipo para el Departamento de Francés. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	08/10/2019	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Adobe Illustrator <ul style="list-style-type: none"> Bocetos Hoja de papel Lápiz de grafito
Semana 5	<ul style="list-style-type: none"> Recolección de información acerca Francia y Departamento de Francés de la UNAN-Managua. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	15/10/2019	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Libros del Departamento de Francés <ul style="list-style-type: none"> Google Drive
Semana 6	<ul style="list-style-type: none"> Recolección de información. 	Tutor:	22/10/2019	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Libros

	<ul style="list-style-type: none"> • Se identificó y se aprobó ornamentos para estampados. • Se seleccionaron artistas nacionales y franceses para ilustraciones propias. • Búsqueda de tipografías. 	Marvin Gutiérrez		<ul style="list-style-type: none"> • Bocetos • Hoja de papel • Lapiceros y Grafito • Google Drive • Informe
Semana 7	<ul style="list-style-type: none"> • 1ra entrega de bocetos del Imagotipo para el Departamento de Francés. • Selección de colores finales. • Selección de tipografías para el Imagotipo para el Departamento de Francés. • Primeras ideas para la realización de maquetación de la papelería del Departamento de Francés. • Sugerencias para el documento final del proyecto. • Ideas para el Manual de marca. <ul style="list-style-type: none"> • Ilustraciones de artistas nacionales y franceses. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	29/10/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Tableta gráfica • Adobe Illustrator • Adobe Photoshop <ul style="list-style-type: none"> • Bocetos • Hoja de papel • Lapiceros • Google Drive • Informe
Semana 8	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de los cambios del Imagotipo para el Departamento de Francés. • Selección de tipografías para título, subtítulo, texto corrido, capitulares, numeración, signos etc. para el Manual de marca para el Departamento de Francés. • Selección de tipografía para la maquetación de la papelería para el Departamento de Francés. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	05/11/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Adobe Illustrator • Adobe Indesign <ul style="list-style-type: none"> • Google Drive • Informe

Semana 9	<ul style="list-style-type: none"> • 2da revisión de los cambios del Imagotipo para el Departamento de Francés. • Ideas para la Producción Audiovisual. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	12/11/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Hoja de papel • Lapiceros y Grafito <ul style="list-style-type: none"> • Drive • Informe
Semana 10	<ul style="list-style-type: none"> • Aprobación del Imagotipo del Departamento de Francés. • Aprobación de tipografías. • 1ra revisión de guiones para la Producción Audiovisual. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	19/11/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Guion Literario • Guion Técnico • Google Drive
Semana 11	<ul style="list-style-type: none"> • Maquetación del Manual de marca para el Departamento de Francés. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	26/11/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Adobe InDesign
Semana 12	<ul style="list-style-type: none"> • Maquetación de papelería para el Departamento de Francés 	Tutor: Marvin Gutiérrez	03/12/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Adobe Illustrator • Adobe Indesign
Semana 13	<ul style="list-style-type: none"> • 1ra revisión. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	10/12/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Google Drive
Semana 14	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación y aprobación de los guiones de Producción Audiovisual para el Departamento de Francés. 	-	17/12/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Guión literario • Guión técnico
Semana 15	<ul style="list-style-type: none"> • Producción audiovisual. 	-	06/01/2020	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara • Micrófono • Guión literario • Guión técnico
Semana 16	<ul style="list-style-type: none"> • Últimos retoques de Imagotipo, papelería y Manual de marca. • Post-producción y producción final. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	13/01/2020	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Adobe Illustrator • Adobe InDesign • Adobe Premiere • Adobe After Effects • Adobe Audition

Semana 17	<ul style="list-style-type: none"> • Retoques finales para la Producción Audiovisual 	-	20/01/2020	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Adobe Audition • Adobe After Effects • Adobe Premiere
Semana 18	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega final del proyecto. 	Tutor: Marvin Gutiérrez	31/01/2020	<ul style="list-style-type: none"> • Documento final • Manual de marca <ul style="list-style-type: none"> • Papelería • Spot publicitario • Video documental

Tabla 6: Cronograma de trabajo

8.5 Cotizaciones

8.5.1 Cotización productos gráficos



COTIZACIÓN

SUCURSAL: Bolonia

N.º A 152501

FECHA: 15/08/2019

CLIENTE:	Departamento de Francés de la UNAN-Managua	ATENCIÓN:	
TELÉFONO:		TELÉFONO:	
EMAIL:	mongeronald9@gmail.com	EMAIL:	
DIRECCIÓN:	NO TIENE		

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	DESCUENTO (C\$)	C.UNITARIO (C\$)	PRECIO (C\$)
6	Roller Up impresos en lonas brillante a full color una cara, con estructura metálica y bolso, tamaño: 85x200 cms.	0.00	1,266.4100	7,598.46
6	Mantas pintadas, estándar, impresas en lona brillante a full color una cara, tamaño: 6x1 mt.	0.00	930.3100	5,581.86
500	Flyer- volantes impresos en Bond 40 a full color una cara, un arte, tamaño: 5.5x8.5" media carta.	0.00	4.0600	2,030.00
400	Brochure impresos en Satinado brillante 120 grs a full color dos caras, doblados, tamaño abierto: 8.5x11" carta. UN ARTE	0.00	6.4200	2,568.00
100	Carteles o Afiches impresos en Satinado brillante 120 grs a full color una cara, un arte, tamaño: 12x18.5" tabloide.	0.00	22.2300	2,223.00
500	Papel u hojas membretado impresas en Bond 40 a full color una cara, un arte, tamaño: 8.5x11" carta.	0.00	4.4500	2,225.00
100	Tarjetas de presentación impresas en cartulina Opalina blanca a full color una cara, tamaño: 3.5x2"	0.00	1.5900	159.00
200	Diplomas impresos en cartulina Opalina de mayor grosor a full color una cara, un arte, tamaño: 8.5x11", carta.	0.00	18.2700	3,654.00

NOTAS: SE NECESITA ANTICIPO DEL 60% Y 40% CONTRA ENTREGA. CUENTA BAC: 359-96648-8 CORDOBAS.

Precios incluyen IVA

ELABORAR CHEQUE A NOMBRE DE: Desarrollos BP, S.A.	SUB TOTAL	26,039.32
	ADICIONALES	0.00
	DESCUENTO	0.00
	SUB TOTAL	26,039.32
	IVA	3,905.90
	TOTAL	29,945.22

Importante:

Valores válidos hasta 04/09/2019

Autores: Kevin Noel Alemán Hernández, Diana Samantha Narvaez Espinoza y Vera Franchesca Quintero Manujina.

8.5.2 Cotización productos audiovisuales

ABCDE STUDIO	
DETALLE PREPRODUCCION	DIAS
SCOUTING DE LOCACION	1
TRANSPORTE STAFF ALOCACIONES	1
GUIONISTA	1
DETALLE EQUIPO TECNICO	DIAS
CAMARAS 5	1
ACCESORIOS	1
EQUIPO DE ILLUMINACION BASICO (LUCES FALCON Y GRIPERIA)	1
DETALLE STAFF	DIAS
DIRECTOR DE VIDEO	1
CAMAROGRAFO Y ASISTENTE DE CAMARA	1
DIRECTOR DE ARTE	1
DETALLE PROPS, LOCACION Y OTROS	DIAS
ALIMENTACION PARA STAFF	1
TRANSPORTE STAFF	1
DETALLE POST-PRODUCCION	CANTIDAD
EDICION DE VIDEO HASTA 2 MINUTOS	1
ANIMACION 2D INTRO Y CIERRE	1
COLORIZACION NACIONAL	1
AMBIENTACION CON MUSICA DE LIBRERIA	1
ENMO ELECTRONICO	1
SUBTOTAL	\$1,688.60

Presupuesto válido por 30 días.

Nota: La cantidad en dólares norteamericanos puede ser cancelada en córdobas al tipo de cambio oficial del día en que se cancela la factura.

Preparado por: MBO

Forma de Pago: 50% de Adelanto y 50% contra entrega.

Total:	\$1,688.60
---------------	-------------------

- 1 Emitir con nombre de Fulano de Tal (Negociable)
- 2 Al ser aprobado este presupuesto emitir Orden de Compra.
- 3 RUC#: 123456789
- 4 Somos cuota fija

8.6 Producción Audiovisual

8.6.1 Guión Literario

GUIÓN LITERARIO
SPOT PUBLICITARIO
"DEPARTAMENTO DE FRANCÉS"

Narración: Kathia

Producción: Kevin Noel Alemán Hernández, Diana Samantha Narvaez Espinoza y Vera Franchesca Quintero Manujina.

Tiempo: 40s/Spot publicitario informativo.

KATHIA

Narración:

Imagínate pertenecer a la comunidad donde tienes la
oportunidad de aprender varios idiomas.

¡Esta es tú oportunidad!

El Departamento de Francés de la UNAN-Managua, Recinto
Universitario "Rubén Darío" te ofrece las Licenciaturas en:

- Francés.
- Traducción e Interpretación de Lenguas Extranjeras.
- Turismo Sostenible
Y Postgrado en Turismo Sostenible

En nuestras Licenciaturas, mejoras tus oportunidades
laborales y sociales, además de desarrollarte
profesionalmente.

También contamos con:

Becas

Programas de Intercambio Estudiantil

Talleres culturales y educativos

Laboratorios especializados

Y mucho más...

Más información en fei.unan.edu.ni/frances/, o visítanos en el pabellón número 28, Recinto Universitario "Rubén Darío".

¡La meta final de la verdadera educación, es no solo hacer que la gente haga lo que es correcto, sino que disfrute haciéndolo! John Ruskin.

8.6.2 Guión Técnico

GUIÓN TÉCNICO ENTREVISTA DEPARTAMENTO DE FRANCÉS

Especialista: MSc. Sergio Herradora.

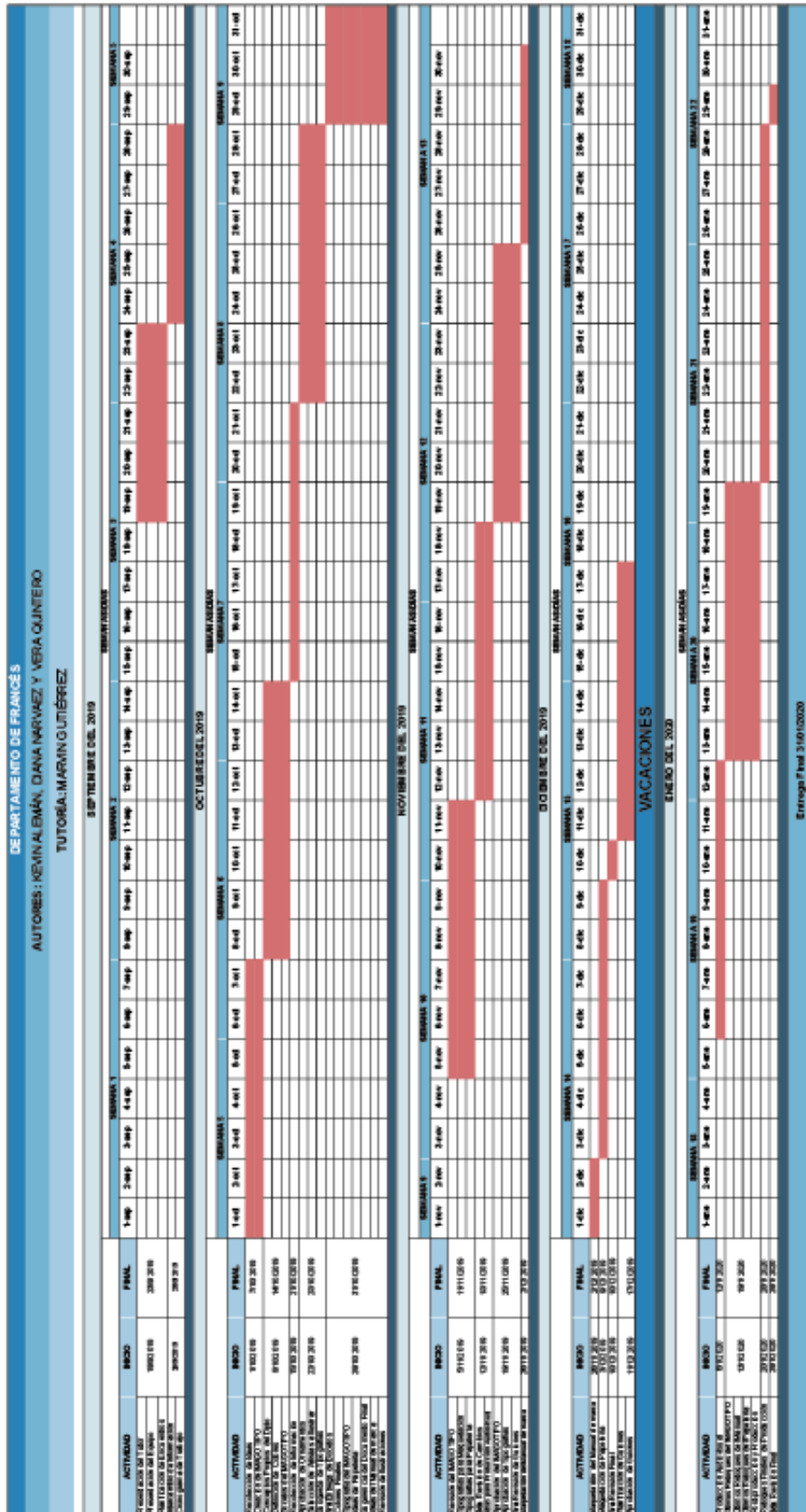
Duración: Aproximadamente 10 minutos.

Escena	Plano	Encuadre	Movimiento	Acción	Texto/Preguntas	Sonido	Tiempo
ESC 1				Intro del Logo del Departamento de Francés	Departamento de Francés	Música de fondo (Escape)	5s
	P1	Plano medio	Normal	El Director cuenta historia del Dpto.	¿Cómo surgió el Departamento de Francés?	Música de fondo (Escape)	2min
	P2	Plano medio	Normal	El Director explica Misión y Visión.	¿Cuál es la Misión y Visión del Departamento?	Música de fondo (Escape)	2min
	P3	Plano medio	Normal	El Director da a conocer la cifra de ingresados y egresados y carrera con más demanda.	¿Cuántos ingresan y egresan cada año? ¿Cuál es la carrera más demandada?	Música de fondo (Escape)	2min
	P4	Plano medio	Normal	El director enumera las actividades que realiza el Dpto.	¿Cuáles son las actividades más relevantes que se realizan cada año?	Música de fondo (Escape)	2min

Autores: Kevin Noel Alemán Hernández, Diana Samantha Narvaez Espinoza y Vera Franchesca Quintero Manujina.

	P5	Plano medio	Normal	Narración: El director lista los programas del Dpto.	¿Cuáles son los programas de intercambio con los que cuenta el Departamento?	Música de fondo (Escape)	2 min
				Salida del logo del Departamento de Francés.	Departamento de Francés	Música de fondo (Escape)	5s

8.7 Diagrama de Gantt



Autores: Kevin Noel Alemán Hernández, Diana Samantha Narvaez Espinoza y Vera Franchesca Quintero Manujina.

Tarjetas de presentación



Autores: Kevin Noel Alemán Hernández, Diana Samantha Narvaez Espinoza y Vera Franchesca Quintero Manujina.

Carpeta y Diagramación de Dossier



Autores: Kevin Noel Alemán Hernández, Diana Samantha Narvaez Espinoza y Vera Franchesca Quintero Manujina.

Volante



Brochure



Banner

