



Técnicas de diseño gráfico corporativo

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y auto editables, publi-promocionales e informativos.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA.

Identidad corporativa:

- La marca y la imagen de la empresa.
- Construcción y refuerzo de la imagen corporativa y de la marca.
- Manual de comunicación de la empresa y Manual de identidad corporativa: diferencias y contenidos de cada uno.

Imagen gráfica:

- El logotipo y otros elementos de identidad visual.
- Símbolos, iconos y señalética a considerar en la imagen corporativa.
- Isotipo: color, tipografía, u otros.

Diseño gráfico y comunicación corporativa:

- Formato y composición de soportes publicitarios y materiales publipromocionales: carteles y folletos.
- Adaptación de la imagen a la identidad de la empresa.

Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN SENCILLOS.

Principios y elementos de composición:

- Equilibrio, armonía, proporción, contraste, forma, contraforma, entre otros.

Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva.



Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación.

- Lema publicitario o eslogan: Características y elementos del lema publicitario.
- Objetivo.
- Redacción del mensaje.

Fuentes de información y bancos de imágenes:

- Derechos de autor: especificaciones y licencias de uso
- Cita de autores: normas y criterios.
- Derechos del consumidor y publicidad.
- Motores de búsqueda de información e imágenes.
- Buscadores de imágenes de dominio público: Creative Commons, GNU u otros.

Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AUTOEDICIÓN DE FOLLETOS Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN SENCILLOS.

La línea gráfica impresa: papelería corporativa.

Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales sencillos:

- Formato y composición de los materiales publi promocionales: folletos, carteles y anuncios sencillos.
- Aplicación de la teoría del color y la composición en bocetos publi promocionales.

Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario.