

## **ONV1UF1422 Técnicas de diseño gráfico corporativo (60 horas)**

### **Objetivos:**

Te capacitará para aplicar técnicas de comunicación persuasiva e identificar los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa para la elaboración y difusión de materiales publipromocionales

### **Índice:**

Unidad Didáctica 1. Imagen e identidad corporativa

- 1.1 Identidad corporativa
- 1.1.1 La marca y la imagen de la empresa.
- 1.1.2 Construcción y refuerzo de la imagen corporativa y de la marca.
- 1.1.3 Manual de comunicación de la empresa y Manual de identidad corporativa: diferencias y contenidos de cada uno.
- 1.2 Imagen gráfica
- 1.2.1 El logotipo y otros elementos de identidad visual.
- 1.2.2 Símbolos, iconos y señalética a considerar en la imagen corporativa.
- 1.2.3 Isotipo: color, tipografía, u otros.
- 1.3 Diseño gráfico y comunicación corporativa.
- 1.3.1 Formato y composición de soportes publicitarios y materiales publipromocionales: carteles y folletos.
- 1.3.2 Adaptación de la imagen a la identidad de la empresa.
- 1.4 Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad.

Unidad Didáctica 2. Elaboración de materiales de marketing y comunicación sencillos

- 2.1 Principios y elementos de composición
- 2.1.1 Equilibrio, armonía, proporción, contraste, forma, contraforma, entre otros.
- 2.2 Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva.
- 2.3 Elaboración de mensajes publipromocionales para los materiales de marketing y comunicación.
- 2.3.1 Lema publicitario o eslogan: Características y elementos del lema publicitario.
- 2.3.2 Objetivo
- 2.3.3 Redacción del mensaje.
- 2.4 Fuentes de información y bancos de imágenes:
- 2.4.1 Derechos de autor: especificaciones y licencias de uso.
- 2.4.2 Cita de autores: normas y criterios.
- 2.4.3 Derechos del consumidor y publicidad.
- 2.4.4 Motores de búsqueda de información e imágenes.
- 2.4.5 Buscadores de imágenes de dominio público: Creative Commons, GNU u otros.
- 2.5 Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa

Unidad Didáctica 3. Autoedición de folletos y materiales de comunicación sencillos

- 3.1 La línea gráfica impresa: papelería corporativa.
- 3.2 Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales sencillos.
- 3.2.1 Formato y composición de los materiales publi promocionales: folletos, carteles y anuncios sencillos.
- 3.2.2 Aplicación de la teoría del color y la composición en bocetos publipromocionales.
- 3.3 Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario.