|  |
| --- |
| Logo Solucion |

|  |
| --- |
|  Curso On Line |

|  |
| --- |
| **Técnicas de diseño gráfico corporativo (UF2400)** |

|  |
| --- |
| **Temario:** |
| **UNIDAD DIDÁCTICA 1. Imagen e identidad corporativa**1.1- Identidad corporativa1.1.1 La marca y la imagen de la empresa.1.1.2 Construcción y refuerzo de la imagen corporativa y de la marca1.1.3 Manual de comunicación de la empresa y Manual de identidad corporativa: diferencias y contenidos de cada uno.1.2- Imagen gráfica1.2.1 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 composición2.1.1 Equilibrio, armonía, proporción, contraste, forma, contraforma, entre otros.2.2- Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva.2.3- Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación.2.3.1 Lema publicitario o eslogan: Características y elementos del lema publicitario.2.3.2 Objetivo2.3.3 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 grafica 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. |