

Curso: Técnicas de diseño gráfico corporativo

Familia Profesional: Comercio y Marketing

Modalidad: On-line (Teleformación)

Duración: 25 horas

Contenidos:

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 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 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 publicitarios sencillos.

3.2.1 Formato y composición de los materiales publicitarios sencillos: folletos, carteles y anuncios sencillos.

3.2.2 Aplicación de la teoría del color y la composición en bocetos publicitarios.

3.3- Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario.