ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE DEL ÉXITO

Guía del Curso

UF2400 Técnicas de Diseño Gráfico Corporativo

Modalidad de realización del curso: A distancia y Online

Titulación: Diploma acreditativo con las horas del curso

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF2400 Técnicas de diseño gráfico corporativo, incluida en el Módulo Formativo MF2189_3 Elaboración de materiales de marketing y comunicación autoeditables, regulada en el Real Decreto 614/2013, de 2 de agosto, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y auto editables, publi-promocionales e informativos.

CONTENIDOS

UNIDAD FORMATIVA 1. TÉCNICAS DE DISEÑO GRÁFICO CORPORATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

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

5. Imagen gráfica:
6. - El logotipo y otros elementos de identidad visual
7. - Símbolos, iconos y señalética a considerar en la imagen corporativa
8. - Isotipo: color, tipografía, u otros
9. Diseño gráfico y comunicación corporativa:
10. - Formato y composición de soportes publicitarios y materiales publipromocionales: carteles y folletos
11. - Adaptación de la imagen a la identidad de la empresa
12. Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad

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

1. Principios y elementos de composición
2. - Equilibrio, armonía, proporción, contraste, forma, contraforma, entre otros
3. Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva
4. Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación
5. - Lema publicitario o eslogan: Características y elementos del lema publicitario
6. - Objetivo
7. - Redacción del mensaje
8. Fuentes de información y bancos de imágenes:
9. - Derechos de autor: especificaciones y licencias de uso
10. - Cita de autores: normas y criterios
11. - Derechos del consumidor y publicidad
12. - Motores de búsqueda de información e imágenes
13. - Buscadores de imágenes de dominio público: Creative Commons, GNU u otros
14. Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa

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

1. La línea gráfica impresa: papelería corporativa

2. Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales sencillos:
3. - Formato y composición de los materiales publi promocionales: folletos, carteles y anuncios sencillos
4. - Aplicación de la teoría del color y la composición en bocetos publi promocionales
5. Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario

C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga

Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941

www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es

ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS