



Técnicas de diseño gráfico corporativo

Sku: UF2400_V2

Horas: 60

OBJETIVOS

Aplicar criterios de identidad corporativa, trasladándolos de manera creativa al diseño publicitario y al medio de publicación, Analizar las características de distintos tipos de materiales de carácter publipromocional e informativo en diferentes soportes convencionales y «on line», 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 publi-promocionales, Seleccionar contenidos, imágenes y textos, necesarios para la elaboración de folletos, carteles y materiales publi-promocionales sencillos, de acuerdo a criterios preestablecidos y respetando la normativa vigente e identidad corporativa, Elaborar bocetos de materiales de carácter publi-promocional, folletos y carteles no complejos, aplicando técnicas de diseño y utilizando aplicaciones informáticas de diseño a nivel usuario,

CONTENIDOS

Tema 1. Imagen e identidad corporativa.

- 1.1 Identidad corporativa.
- 1.2 Imagen gráfica.
- 1.3 Diseño gráfico y comunicación corporativa.
- 1.4 Elaboración de un Briefing para una agencia de publicidad.

Tema 2. Elaboración de materiales de marketing y comunicación sencillos.

- 2.1 Principios y elementos de composición.
- 2.2 Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva.
- 2.3 Elaboración de mensajes Publipromocionales para los materiales de marketing y comunicación.
- 2.4 Fuentes de información y bancos de imágenes.
- 2.5 Selección de contenidos. imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa.

Tema 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.

3.3 Utilización de software de Diseño Gráfico en entornos de usuario.