

A blurred background image of a person's hand using a computer mouse. A vertical column of seven white circles of varying sizes is positioned on the right side of the page. A semi-transparent grey rounded rectangle is located on the left side, containing the text.

UF2400. Técnicas de diseño gráfico corporativo

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Preparar el contenido, texto e imágenes para la elaboración de materiales sencillos de marketing y comunicación en soportes convencionales y «on line» respetando los derechos de autor y normativa vigente.
- Realizar materiales, sencillos y autoeditables, de acciones publicitarias y informativas aplicando técnicas de diseño y comunicación con software de diseño y edición a nivel de usuario.
- Realizar la difusión de materiales sencillos y autoeditables para su transmisión eficaz al público objetivo respetando la normativa vigente en publicidad e identidad corporativa.

□ **Objetivos Específicos**

- 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 publicitario e informativo en diferentes soportes convencionales y online.
- 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 publicitarios.
- Seleccionar contenidos, imágenes y textos, necesarios para la elaboración de folletos, carteles y materiales publicitarios sencillos, de acuerdo a criterios preestablecidos y respetando la normativa vigente e identidad corporativa.
- Elaborar bocetos de materiales de carácter publicitario, folletos y carteles no complejos, aplicando técnicas de diseño y utilizando aplicaciones informáticas de diseño a nivel usuario.

Contenidos

UF2400. Técnicas de diseño gráfico corporativo	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Imagen e identidad corporativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad corporativa. <ul style="list-style-type: none"> ○ La marca y la imagen de la empresa. ○ Construcción y refuerzo de la imagen corporativa y de la marca. ○ «Manual de comunicación de la empresa» y «Manual de identidad corporativa»: diferencias y contenidos de cada uno. • Imagen gráfica. <ul style="list-style-type: none"> ○ El logotipo y otros elementos de identidad visual. • Diseño gráfico y comunicación corporativa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicación comercial y corporativa. ○ Los elementos del diseño gráfico. ○ Jerarquía del diseño. ○ Formato y composición de soportes publicitarios y materiales publipromocionales: carteles y folletos. ○ Adaptación de la imagen a la identidad de la empresa. • Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad. <ul style="list-style-type: none"> ○ El proceso de planificación publicitaria. 	<p>19 horas</p>
Examen UA 01	<p>30 minutos</p>
Actividad de evaluación UA 01	<p>30 minutos</p>
Tiempo total de la unidad	<p>20 horas</p>
<p>Unidad 2: Elaboración de materiales de marketing y comunicación sencillos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios y elementos de composición. <ul style="list-style-type: none"> ○ El equilibrio en una composición. ○ La armonía. ○ La proporción. ○ El contraste. ○ La forma. • Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva. <ul style="list-style-type: none"> ○ La comunicación persuasiva. ○ Comunicación no persuasiva. ○ Comunicación social y persuasión. 	<p>26 horas</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de mensajes publipromocionales para los materiales de marketing y comunicación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Lema publicitario o eslogan: Características y elementos del lema publicitario. ○ Objetivo. ○ Redacción del mensaje. • Fuentes de información y bancos de imágenes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Derechos de autor: especificaciones y licencias de uso. ○ Cita de autores: Normas y criterios. ○ Derechos del consumidor y publicidad. ○ Motores de búsqueda de información e imágenes. • Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Marketing de contenidos. 	
Examen UA 02	30 minutos
Actividad de evaluación UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	27 horas
<p>Unidad 3: Autoedición de folletos y materiales de comunicación sencillos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La línea gráfica impresa: Papelería corporativa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Generalidades. • Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales sencillos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Formato y composición de los materiales publipromocionales: folletos, carteles y anuncios sencillos. ○ Aplicación de la teoría del color y la composición en bocetos publipromocionales. • Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario. 	11 horas
Examen UA 03	30 minutos
Actividad de evaluación UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	12 horas
Examen final UF2400	1 hora
3 unidades	60 horas