

UF2400

Técnicas de diseño gráfico corporativo

Descripción:

Este curso está dirigido a aplicar criterios de identidad corporativa, trasladándolos de manera creativa al diseño publicitario y al medio de publicación. Además, se analizarán las características de distintos tipos de materiales de carácter publipromocional para así seleccionar imágenes y textos, necesarios para la elaboración contenidos.

Nº de horas:

60 horas

Objetivos:

- Elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publi-promocionales e informativos.
- 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 de elaboración y difusión de materiales publipromocionales.
- 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.

Requisitos y conocimientos:

No son necesarios conocimientos previos para cursar el módulo con aprovechamiento, sin embargo, es aconsejable disponer de nociones básicas de diseño gráfico y tener facilidad de expresión y comprensión verbal y lectora.

Contenido UF2400: Técnicas de diseño gráfico corporativo**Unidad didáctica 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.

Unidad didáctica 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.

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