

LSDG1816 Identidad corporativa

Estimado colega:

Este curso tiene la finalidad de que el alumno aprenda lo más relevante acerca la identidad corporativa, como está conformada, como ésta puede ayudar a una empresa y sus productos. Se trata de dar a conocer al alumno en que consiste su participación como diseñador gráfico, en la generación todo lo correspondiente a la identidad e imagen de una empresa, desde logotipos, marcas, manuales, entre otros.

El curso es de 4 créditos y utiliza la técnica didáctica de aula invertida y la metodología POL (*Project Objective Learning*). Antes de asistir a la clase, el alumno leerá el módulo correspondiente, y los recursos solicitados, además llevará la tarea anterior para revisión. Como su maestro deberá orientar al alumno en la elaboración de la actividad correspondiente y mientras que se encuentre realizando su actividad, hará la revisión de su tarea previa de la cual darás tu retroalimentación basándote en tu propia experiencia y conocimiento del tema.

El libro de texto de este curso es muy actual y de plena vigencia, en el se hacen algunos estudios de casos que son verdaderamente interesantes por lo que te recomiendo incentivar su estudio. Se trata del siguiente libro versión digital que permitirle al alumno un fácil acceso a su contenido:

- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5ª ed.). [Edición Kindle]. Estados Unidos: Wiley.

El curso está dividido en tres módulos que contienen tres aspectos esenciales para el aprendizaje de la identidad corporativa

- El módulo 1 incluye los aspectos que dan fundamento a la identidad de una organización, aquello que la define y que la distingue, los conceptos y los componentes que hacen funcionar a la identidad corporativa.
- El módulo 2 habla acerca de las características que debe tener una buena identidad de marca, haciendo hincapié en su importancia y la necesidad de considerarlas al momento de trabajar en un proyecto de identidad corporativa.
- El módulo 3 estudia como se maneja y administra la identidad de una empresa una vez diseñada y lo que se debe realizar para que se respete su diseño a través de los diversos usos, contempla también el estudio de lo que debe incluir un manual de identidad corporativa y los *guidelines books*.

Este curso no tiene exámenes ya que es evaluado al final con un proyecto en el cual el alumno deberá realizar un manual de identidad corporativa en forma impresa y digital, además incluirá cinco prototipos de sus diseños de identidad. Encontrarás el manual del proyecto en el curso de Blackboard, te recomendamos que lo leas detenidamente. Al finalizar el curso el alumno deberá hacer entrega de lo antes mencionado acompañado por todos los prebocetos y bocetos que realizó en la ejecución del proyecto a manera de confirmación de su autoría.

En cada tema encontrarás un caso de estudio que constituye la actividad, este se basa en el análisis de la identidad corporativa de una empresa, incluye recursos que te recomendamos revisar para que puedas apoyar a tu alumno en el análisis del esfuerzo de identidad que ha realizado una empresa poderosa en el mercado, lo que le ayudará como ejemplo a seguir en su labor como diseñador de identidad corporativa.

Los casos de estudio están enfocados en la observación y análisis de diferentes aspectos de una identidad de éxito, lo que ayudará a tu alumno despertando su capacidad de observación y análisis, además que podrá sintetizar aquello que le sea mas conveniente de considerar en su propio proyecto.

Te comento que cuando he realizado un caso de estudio de este tipo he descubierto que se despiertan diversos atributos de diseñador profesional en los alumnos, los que te sorprenden con comentarios y observaciones muy interesantes, por ello te recomendamos que aportes tu propia experiencia al momento de estudiar el caso ya que para el alumno es muy conveniente conocer de primera mano una experiencia real y les puedes demostrar que conoces el tema por tu practica profesional.

Las tareas de cada tema llevan un hilo conductor hacia la realización del proyecto final del curso, de manera que este proyecto debe ir avanzando y se utilizarán las tareas para dicho objetivo. Por lo anterior, es importante que tu comunicación con el alumno sea muy fluida durante la elaboración de sus tareas, por tal motivo te recomendamos que mantengas una comunicación abierta y constante con él, podrías apoyarte dentro de la plataforma de Blackboard con la creación de foros en los que puedas responder sus preguntas y dar orientación.

Por último, es importante que como su maestro le invites a estudiar no sólo los temas en el libro de texto, sino otros que le puedan mostrar ejemplos, pues es le ayudarán a generar en él un hábito por estudiar e investigar acerca de los temas que le conciernen como profesional del diseño gráfico.



Competencia del curso

Al finalizar el curso el alumno habrá desarrollado la siguiente competencia:

Aplicar los conceptos del *brand* y *branding* en el diseño de un manual de identidad corporativa de una organización utilizando los softwares de diseño adecuados.

Módulo 1

En el tema uno se estudia lo que se entiende por identidad corporativa, que es lo que la hace tan importante para la organización y como puede colaborar con ella. Incluye los aspectos que fundamentan los objetivos de la identidad corporativa. El alumno realizará el estudio del caso de la identidad de Google e iniciará su proyecto final a través de la tarea.

El segundo tema identifica los niveles de comunicación en los que la identidad corporativa es importante y porqué. El alumno deberá comprender la importancia de considerar a todos los que tienen contacto con la empresa y con sus productos, deberá identificar las posibilidades de comunicación de la empresa y como interactúan a través de su identidad. El caso de estudio en este tema es de Procter and Gamble y continuará con su proyecto a través de la tarea.

El tercer tema trata de los elementos que usualmente componen la identidad corporativa de una organización o empresa. El alumno aprenderá a identificar los elementos que son indispensables, los mas básicos y aquellos que se definen por las características propias de la organización. En este tema realizará el estudio del caso de Starbucks y continuará con su proyecto a través de tu tarea.

El cuarto tema explica los elementos de identificación para una identidad corporativa, y que son los que permiten a la empresa llevar una comunicación mas eficiente con su público, sea consumidor o no de sus productos o servicios. El caso de estudio del tema es acerca de Apple, y el alumno continuará con su proyecto a través de la tarea, que en este caso incluirá un resumen de todas las tareas que ha hecho hasta el momento.

En este módulo el alumno estará iniciando su proyecto final mismo que irá realizando a lo largo del curso. Se debe prestar especial atención a las tareas para que pueda llevar su proyecto a buen termino.

Tema 1. Identidad corporativa

Este tema cubre los aspectos básicos que el alumno debe conocer acerca de la identidad corporativa e incluye los siguientes conceptos:

- a. Identidad corporativa
- b. Marca
- c. Interrelaciones

En este tema el alumno aprenderá lo que es la identidad corporativa, en que consiste y cual es su importancia. Distinguirá la marca de la identidad y aprenderá que todo lo que una empresa realiza envía un mensaje al público y que su identidad se expande entre las relaciones que tiene tanto dentro como fuera de ella.

Actividad 1. Caso de estudio-Google

Antes de iniciar la actividad puedes conversar con tus alumnos acerca de la identidad del caso de estudio, realiza preguntas previas para que el alumno pueda identificar lo que sabe como usuario o como público de dicha empresa. Esto sirve de preámbulo al estudio del caso ya que despierta la curiosidad del alumno.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema, así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de las características de la marca Google, que es lo que más destaca de ella, quienes son sus competidores, entre otras cosas.

Este caso ayudará al alumno en la creación de su propio proyecto ya que aprenderá acerca de la importancia de considerar las características visuales de su identidad además de apreciar que lo que diseñe será percibido por todo el público compitiendo con otras organizaciones sobre las cuales deberá destacar.

Usando Adobe InDesign, realiza un tríptico tamaño carta en el que plasma las respuestas anteriores, utiliza fotografías para ilustrar y considera la identidad de la marca para el diseño.

Tarea 1

El alumno deberá apegarse al método proyectual para definir la organización sobre la cual realizará su proyecto final. Establecerá su giro y sus características, y además de la descripción, le dará un nombre. Es posible que tu alumno no pueda visualizar la importancia de este punto, te recomendamos que lo ayudes a comprender la importancia de esta tarea en la creación de el fundamento adecuado para su proyecto.

El alumno deberá tomar algunas decisiones por si mismo en la elaboración de su tarea, incentívalo y al momento de dar tu retroalimentación dirígelo hacia el camino más conveniente para su proyecto.

Tema 2. Comunicación corporativa

Se ha dividido el contenido del tema en los siguientes subtemas:

- a. Comunicación
- b. Comunicación interna
- c. Comunicación externa

Con este tema se ayudará al alumno a comprender como la marca se comunica con los diferentes públicos con los que se relaciona, y de la importancia de considerarlos antes de diseñar, sobre todo las piezas que tengan que ver específicamente con ellos, por ejemplo, los vehículos, los uniformes, entre otros.

Actividad 2

Antes de iniciar la actividad prueba el conocimiento previo que tienen de la empresa de este caso de estudio ya que es posible que no la conozcan como tal sino a través de sus productos tales como shampoos, detergentes, entre otros. Invita al alumno a descubrir por si mismo la importancia de la empresa y su identidad.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de las características de la marca Procter and Gamble, su comunicación interna, cuáles son sus marcas, que es lo que más destaca de ella, y si considera que la identidad de Procter and Gamble la representa adecuadamente.

Con este caso de estudio el alumno comprenderá los tipos de comunicación en los que participa la identidad de una organización y porque es importante considerarlos ya que es tan importante la imagen de la empresa hacia fuera como al interior.

Usando Adobe InDesign, realiza un tríptico tamaño carta en el que plasma las respuestas anteriores, utiliza fotografías para ilustrar y considera la identidad de la marca para el diseño.

Tarea 2

En esta tarea, el alumno trabajará con el establecimiento de los lineamientos de diseño para su proyecto final, por lo que deberá trabajar, para hacerlo deberá estudiar otras organizaciones similares a la de su proyecto y realizará un análisis comparativo de sus características visuales.

Al determinar los lineamientos de diseño es frecuente que el alumno se pueda dejar llevar por características o rasgos que no son necesariamente duraderos o bien fundamentados, es importante que le hagas notar cosas como que la estética es importante, pero la funcionalidad también, y por encima de todo, su diseño debe de comunicar lo que es la cultura de la empresa.

El alumno deberá determinar lineamientos de diseño que deben establecer la base para el diseño de su identidad corporativa, es importante que en tu retroalimentación lo cuestiones acerca del fundamento sobre el cual está decidiendo las formas y los colores, así como los demás elementos.

Tema 3. Elementos de la identidad

Los subtemas que se estudian en este tema son los siguientes:

- a. Elementos de identidad corporativa
- b. Logotipo
- c. Tagline
- d. Tipografía

Este tema ayudará al alumno a comprender cuales son los elementos fundamentales para la creación de identidad particular para una empresa y conocer las características de dichos elementos.

Actividad 3

Utiliza la marca para generar expectativa en el alumno encontrarás algunas imágenes en el tema que te podrán ayudarte con esto. Puedes mostrar una taza de espaldas a ver si el alumno es capaz de identificar la marca sin verla, este ejercicio es utilizado con estudiantes para demostrarles que cuando la identidad está muy bien realizada genera una identificación inmediata por parte de los usuarios.

Este caso de estudio le ayudará al alumno a analizar los elementos de identidad básicos de una organización, pudiendo identificar las características que los hacen destacar para poder utilizarlos como inspiración al momento de hacer sus propios diseños.

Usando Adobe Illustrator, realiza un tríptico tamaño carta en el que plasma las respuestas anteriores, utiliza fotografías para ilustrar y considera la identidad de la marca para el diseño.

Tarea 3

Esta tarea incluye el establecimiento de los lineamientos de diseño para la identidad corporativa del proyecto final, para dar fundamento a su diseño de logotipo del cual realiza 20 prebocetos en su propio cuaderno de dibujo.

Tema 4. ¿Qué es una marca?

En este tema el alumno aprenderá lo que es una marca, su importancia y como se forma a partir del logotipo y el uso de una frase que lleve condensada la idea o concepto por la que la empresa se distingue.

Los conceptos estudiados en este tema se contemplan en los siguientes subtemas:

- a. Marca
- b. Componentes de la marca
- c. *Tagline*

Actividad 4

Esta es una empresa muy conocida puedes acudir a los recursos del tema en donde encontrarás algunos de sus comerciales, los mas interesantes, puedes establecer una mesa de discusión para que el alumno identifique *a priori* el valor o los valores de la empresa.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema, así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de la marca Apple, porqué es una de las más queridas por el público, cuál es el mensaje que trata de comunicar, que significa su tagline y tratar de describirla con sus propias palabras.

Con este caso de estudio el alumno comprenderá la importancia de considerar la reacción del público sobre su trabajo, esto le ayudará a crear diseños que consigan generar una imagen adecuada para la organización sobre la que trabaje.

Tarea 4

El alumno selecciona dos de los prebocetos creados en la tarea 3 realiza las pruebas de color que le parezcan más adecuadas para su diseño, generando al menos cuatro pruebas. Preparará además una presentación en la que describirá el trabajo realizado en sus tareas, lo que servirá de reporte de avance de su proyecto final.

Te puedes encontrar en esta tarea que el alumno trate de obviar los prebocetos e intentar trabajar directamente en la computadora, te recomendamos que insistas es que utilice su cuaderno de dibujo y elabore tantas ideas como le sean posibles, de esta manera se despertará en él una mayor creatividad.

El alumno deberá realizar suficientes ideas para que pueda tener de donde seleccionar al menos tres caminos distintos por los que se puede dirigir y que correspondan a la imagen que quiere lograr para la organización de su proyecto final.

En este caso, la tarea esta formada además por la preparación de una presentación de todas las tareas que ha realizado durante el módulo, ya que debe realizar un resumen de lo elaborado para que con ello pueda detectar aquello que aun no concluyo y pueda visualizar su posibilidad de ponerse al día, ya que será importante pues es parte de su proyecto final.

Módulo 2

En este módulo se incluye lo concerniente a las características óptimas que debe tener toda identidad corporativa con el fin de generar una imagen positiva y perdurar con éxito en el mercado. El estudio de estas características tiene mucha importancia, ya que son aspectos que de no ser considerados podrían llegar a perjudicar a la empresa.

En este módulo no se han incluido todas las características posibles en una identidad corporativa, pero son las más esenciales. Para conocer todas las características de la identidad corporativa y su importancia, puedes estudiar del libro de texto.

Los temas del módulo incluyen tres de las características seleccionadas para formar parte de este curso, su selección fue basada en la indispensabilidad de cada una de ellas y son las siguientes:

- a. Visión
- b. Significado
- c. Coherencia
- d. Autenticidad
- e. Flexibilidad
- f. Durabilidad
- g. Valor
- h. Compromiso
- i. Diferenciación

En el tema 8 encontrarás que se estudian los elementos que pueden componer la identidad corporativa, su estudio es importante pues el alumno estará creando los suyos propios en las tareas del curso.

Las tareas de este módulo corresponden al seguimiento del proyecto final, al alumno le corresponderá trabajar con el diseño de los elementos que debe tener la organización sobre la cual está trabajando.

El proyecto requiere un total de 16 elementos gráficos, y en el diseño de cada uno deberá considerar las características que aprenderá en cada tema.

Deberás orientar al alumno desde la selección de los elementos que debe diseñar hasta la elaboración de estos, revisa que considere los conceptos aprendidos al momento de diseñar.

Es importante que como su maestro le invites a estudiar no sólo los temas en el libro de texto, sino otros que le puedan mostrar ejemplos, pues es importante generar en él un hábito por estudiar e investigar acerca de los temas que le conciernen como profesional del diseño gráfico.

Tema 5. Visión, significado y coherencia

En este tema se estudiarán tres de una larga lista de características ideales para la identidad corporativa.

- a. Visión
- b. Significado
- c. Coherencia

El alumno aprenderá que existen características ideales para la identidad corporativa y que aplican para cualquier organización, producto o servicio, y que el diseño de la identidad debe ir más allá del aspecto funcional, debe ser parte de la impresión que el consumidor tenga de la organización, es decir, es parte del mensaje que ésta comunica.

Actividad 5

Esta marca tiene una imagen muy juvenil por lo que no te será difícil generar una discusión entre tus alumnos en los que opinen sus ideas acerca de la marca, sus elementos, su mensaje, y todo aquello que pueda ir surgiendo, pues te ayudará como una magnífica introducción al estudio de este caso.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema, así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de la marca Nike, porque es una de las más queridas por el público, si la marca representa a sus usuarios y tratar de describirla con sus propias palabras.

Tarea 5

Sirviéndose de la retroalimentación que le proporcionaste en su tarea anterior, el alumno trabajará en la digitalización o vectorización de los bocetos que realizó utilizando el software Adobe Illustrator, después los imprime a color y entrega de manera física y en formato PDF a través de Blackboard.

El alumno debe trabajar a mano hasta que llegue el momento de realizar la vectorización de lo prebocetado, es importante que lo orientes a realizar una vectorización de manera adecuada. El programa que utilizará es Adobe Illustrator y deberá dibujar utilizando la plumilla y sus documentos deben tener un mínimo de 300dpi para garantizar una buena reproducción en cualquier medio.

Es importante que el alumno conozca el programa Adobe Illustrator al menos de manera básica, puede revisar los tutoriales incluidos o visitar el sitio oficial de Adobe.

Tema 6. Autenticidad, flexibilidad y longevidad

Entre las características que toda marca o identidad de una empresa debe tener, existen algunas que no son comprobables en primera instancia, sino que la marca o identidad irá formando la imagen de la empresa de manera paulatina.

Las características ideales de la identidad que se estudian en este tema son las siguientes:

- a. Autenticidad
- b. Flexibilidad
- c. Durabilidad

Actividad 6

Antes de iniciar la actividad puedes invitar a tus alumnos a que realicen una lluvia de ideas acerca de las ventas en línea, dirigiendo la dinámica hacia el análisis de su identidad e imagen gráfica, enseguida puedes utilizar el video del recurso para hacer diversos señalamientos que tu tengas e invitarlos a que también opinen, esto te ayudará a despertar en el alumno el interés por marcas que para el mercado joven no parecieran tan atractivas pero que en realidad son muy exitosas.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de la marca Amazon, cuales son las características de su diseño, revisa la consistencia entre sus elementos de identidad, analiza su logotipo, establece si la marca Amazon representa lo que hace y para quién lo hace.

Este caso ayudará al alumno a analizar un diseño de éxito y descubrir cuales son los aspectos que son importantes al momento de diseñar una identidad para una organización, así como considerar la mejor representación para la misma.

Tarea 6

Como tarea el alumno decide los elementos de identidad que son los más importantes para la organización, seleccionará 16 de ellos e iniciará con el diseño de ocho de ellos, generando al menos tres bocetos de cada uno.

Es posible que el alumno no tenga suficiente práctica con el software por lo que su trabajo podría no cumplir con los requisitos indispensables, te recomendamos hacer hincapié en lo siguiente:

1. Trabajar con vectores
2. Usar un mínimo número de vectores por imagen
3. Uso de layers para organización
4. Manejo de color diferenciado según el fin de cada elemento
5. Eliminar elementos no utilizados tanto vectores como colores
6. No utilizar texturas ni patrones que no se graban como vectores

Es importante que el alumno se apoye en los recursos del curso en los que se incluyen tutoriales y que puedas darle los tips sobre tu propia experiencia con el software.

Tema 7. Valor, compromiso y diferenciación

Continuando con el estudio de las características ideales de una identidad corporativa que son esenciales para dar una personalidad visual a la marca o identidad de una empresa sin importar su tamaño o naturaleza de su negocio.

Es importante que su identidad refleje los ideales de la empresa utilizando los aspectos que permitan su mejor interpretación por parte del público, por lo que en este tema se estudian las siguientes características ideales de la identidad corporativa:

- a. Valor
- b. Compromiso
- c. Diferenciación

Actividad 7

Esta marca es sumamente conocida y es muy antigua, por lo que es casi seguro que tu alumno la conoce previamente, puedes invitarlo a tratar de recordar los diferentes elementos de identidad de McDonald's y los puedes dirigir hacia la realización de un análisis de lo que conoce, porque lo recuerda, y otros aspectos que le hagan reflexionar acerca de la imagen que se ha generado acerca de la marca, con esto podrá comparar su propia perspectiva a lo que la propia empresa esta tratando de comunicar.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de las marca McDonald's, describirá las características físicas de sus elementos de identidad, analizará si es y porqué una marca de éxito, identificará el tipo de publico al que va dirigida su marca, identificará elementos especiales de la misma, además revisará cuáles son los valores por los que se identifica.

En este caso el alumno podrá realizar un análisis de los elementos de uso interno, así como aquellos de uso externo para una organización, conocer como identificar su mejor manejo para generar una imagen apropiada de la organización, incluyendo aquello que represente su visión propia.

Tarea 7

Vectoriza los prebocetos seleccionados utilizando Adobe Illustrator, en este punto puede hacer uso de mockups. Inicia con los prebocetos para los siguientes 8 elementos de identidad.

El alumno debe de trabajar todo el tiempo considerando el aspecto global de su proyecto, no trabajar cada pieza como si no estuviera conectada una con la otra, es importante que en la retroalimentación procures dirigirlo a cumplir ese objetivo de unidad.

Tema 8. Marcas: logo, nombre, gráficos

En este tema se estudiarán los siguientes conceptos:

Marcas:

- a. Logotipo
- b. Nombre
- c. Gráficos

El alumno comprenderá que, al trabajar con el diseño de la identidad de una organización, es muy importante llevar a cabo una revisión metódica, analizar, descubrir, sintetizar, simplificar y clarificar ideas y conceptos. Comprenderá que se trata de un proceso combinado de pensamiento racional y creatividad lo que caracteriza a las mejores estrategias de identidad.

Actividad 8

Disney es una marca divertida te puede ayudar a generar expectativa en el alumno a manera de introducción, puedes utilizar algunos de los personajes que conozcas, invita a tus alumnos a compartir su percepción de la empresa y su identidad, compartiendo y comparando con el resto de la clase, de esta manera podrás sentar la base para identificar si esta marca funciona de manera adecuada y para el publico al que esta dirigido.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas

en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de las marca Disney, si su marca es fácil de recordar, si utiliza personajes como elementos de identidad, a quien esta dirigida su identidad, analizarla y concluir si es actual, si representa lo que ofrece.

Al estudiar este caso el alumno comprenderá la importancia de la durabilidad de la identidad de una organización y que al momento de diseñar considere que su diseño será utilizado durante mucho tiempo de manera funcional y atractiva desde su primer día.

Tarea 8

Vectoriza los prebocetos seleccionados utilizando Adobe Illustrator, en este punto puede hacer uso de mockups. Inicia con los prebocetos para los siguientes 8 elementos de identidad. Realiza un documento en el que haga un resumen de las tareas realizadas durante este módulo y un comparativo con el modulo anterior que le permita al alumno a distinguir su porcentaje de avance en el proyecto final.

Es posible que el alumno prefiera no trabajar a fondo en el diseño de sus elementos de identidad y a utilizar casi una copia de su diseño en cada uno, por lo que es importante que le ayudes en la selección de dichos elementos considerando que no se trate de algunos muy parecidos, por ejemplo no es indispensable que diseñe dos tipos de papelería.

La creación de sus propios mockups significa mayor trabajo que a la larga podría interferir con la conclusión de su proyecto, por esto te recomendamos que les invites a utilizarlos. En este punto podrías aprovechar de explicar a tu alumno de la conveniencia y el respeto que significa el uso de material con derechos libres de uso y reproducción, hay magníficos sitios en la web que ofrecen algunos mockups gratuitos y de uso libre o de uso limitado a no uso comercial, te recomendamos que sondees cuales consideras mejores para que los incluyas como parte de los requisitos de elaboración de su proyecto.

Módulo 3

En este módulo el alumno aprenderá todo lo que requiere saber acerca de el manual de identidad corporativa. Las tareas de este módulo corresponden al seguimiento del proyecto final, el alumno debe trabajar con el diseño del manual de identidad corporativa de la organización sobre la cual está trabajando.

Deberás orientar al alumno en el diseño del manual de identidad corporativa, revisa que considere los conceptos aprendidos al momento de diseñar.

Es importante que como su maestro le invites a estudiar no sólo los temas en el libro de texto, sino otros que le puedan mostrar ejemplos, pues es importante generar en él un hábito por estudiar e investigar acerca de los temas que le conciernen como profesional del diseño gráfico.

Tema 9. Branding y Brand strategy

En este tema trata lo correspondiente al trabajo de la identidad y el alumno debe reconocer que el diseñador trabaja como parte de un plan que debe ser trazado previamente.

Los subtemas que se estudian en este tema son:

- a. Branding
- b. Brand strategy

Actividad 9

Antes de iniciar la actividad puedes conversar con tus alumnos acerca de la identidad del caso de estudio, realiza preguntas previas dirigiendo al alumno en el análisis de la propia marca desde su propia perspectiva e invítalo a tratar de descifrar cual es su estrategia de marca, de esta manera el alumno podrá ir un poco más profundo en su estudio.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de la marca Ford, analizará las razones por las que se ha sostenido vigente por tanto tiempo, si considera que las diversas marcas de Ford son coherentes con su identidad, si su identidad llega a un público joven y si cree que la marca esté funcionando correctamente.

Este caso ayudará al alumno a comprender que el diseño de una identidad es parte de una estrategia de marca que lleva una guía que unifica todos los elementos de identidad, además de aprender la importancia que tiene la conservación de la misma con el paso del tiempo siempre reflejando el mismo mensaje.

Tarea 9

El diseño del manual de identidad es esencialmente el diseño de un libro, el alumno debe incursionar aquí en el diseño editorial, te recomendamos que vigiles su ejecución ya que es usual una de dos posibilidades una es que el alumno pida ayuda de alguien externo, o bien puede pensar que puede hacerlo sin tener el conocimiento suficiente y podría olvidarse de aspectos que puedan ser indispensables.

Es importante que el alumno se apoye en los recursos del curso en los que se incluyen tutoriales y que puedas darle los tips sobre tu propia experiencia con el software y que además lo invites a mantener la sencillez en su trabajo, es mejor que su diseño sea sencillo y austero ya que lo que debe lucirse en su manual de identidad es el contenido más que el diseño de la página o los separadores.

Tema 10. Arquitectura de la identidad corporativa

El alumno aprenderá lo importante que es planificar las actividades considerando los tiempos de manera realista, incluyendo cada paso de manera detallada. Para conseguirlo, este tema incluye los siguientes conceptos:

- a. Planeación
- b. Diseño de identidad corporativa

Actividad 10

Al iniciar la actividad el alumno puede generar una entrevista rápida de máximo tres preguntas a sus propios compañeros y con sus respuestas deducir lo que el público piensa de la marca, de esta manera podrá cotejar sus resultados con lo que estudiará en el estudio de este caso.

Tarea 10

Vectoriza los prebocetos seleccionados para el manual de identidad corporativa que está diseñando, utilizando el programa Adobe Illustrator en una resolución de 300dpi. Los elementos vectorizados son los siguientes:

1. Portada
2. Contraportada
3. Pagina
4. Separador
5. Forros interiores

Al momento de convertir a imágenes es posible que pierda calidad o se pueda incurrir en algún error, por lo que es importante que el alumno haga pruebas con sus diseños para generar las imágenes definitivas.

Tema 11. Programa y manual de identidad corporativa

El alumno comprenderá que la finalidad de que los elementos de identidad de una empresa deben representarla y mantener su postura ante el público, por lo que es muy importante que se desarrollen los recursos para asegurarlo, como la creación de un libro que contenga todos los parámetros sobre los cuales los elementos serán reproducidos. También se puede generar un libro corto que requiere de pocas páginas y que se conforma como una guía sencilla, directa y corta, el *guidelines*.

Actividad 11

Antes de iniciar la actividad puedes tratar de generar expectativa entre la clase presentando solo fragmentos de la imagen de esta marca, probando su reconocimiento, podrás integrar al alumno en un juego de reconocimiento y memoria acerca de la marca.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de las marca Coca-Cola, analizará cual es el éxito de la marca, como utiliza sus elementos de identidad, considerará el manejo que Coca-Cola ha hecho de su guideline y manual de identidad, además establecerá en que consiste la importancia de estos libros para el manejo de la identidad de una organización.

Este caso ayudará al alumno a comprender la importancia de mantener una guía de uso para los elementos de identidad corporativa de manera efectiva. Conocerá el manual de identidad de la empresa y esto le servirá para considerar esto como fundamento en su propio manual de identidad.

Tarea 11

Realiza un documento en InDesign donde plasmará su manual de identidad corporativa considerando los elementos de *guidelines* que sean necesarios. Integra las primeras páginas del mismo incorporando en ellas lo siguiente:

- a. Introducción
- b. Logotipo
- c. Áreas de aislamiento
- d. Estructura
- e. Retícula
- f. Colores institucionales
- g. Versiones de color
- h. Tipografías corporativas
- i. Usos correctos e incorrectos del logotipo

Es posible que el alumno no tenga suficiente práctica con el software por lo que su trabajo podría no cumplir con los requisitos indispensables, te recomendamos hacer hincapié en lo siguiente:

1. Trabajar con vectores
2. Usar un mínimo número de vectores por imagen
3. Uso de layers para organización
4. Manejo de color diferenciado según el fin de cada elemento
5. Eliminar elementos no utilizados tanto vectores como colores
6. No utilizar texturas ni patrones que no se graban como vectores

Es importante que el alumno se apoye en los recursos donde se incluyen algunos tutoriales, además de que puedas darle los tips sobre tu propia experiencia con el software.

Tema 12. Administración de la identidad corporativa

El alumno aprenderá que el manual de identidad corporativa establece todos los lineamientos que se deben respetar en la reproducción de los elementos de identidad y que su uso es indispensable y que es importante saber utilizarlo.

En este tema se estudia administración del manual de identidad, además de todo lo que se debe de considerar en el manejo del manual.

Actividad 12

Antes de iniciar la actividad puedes conversar con tus alumnos acerca de la historia de Levi's podrías incorporar algunas interacciones con el alumno haciéndolo participar respondiendo tus preguntas, o que el mismo genere sus propios cuestionamientos, esto despertará la capacidad de reconocimiento e identificación de la marca.

El alumno debe estudiar el caso que se presenta en el tema así como los recursos que se han preparado para él, con esto será capaz de responder algunas preguntas que también están incluidas en la misma sección y que llevan como objetivo un mejor conocimiento de la marca Levi's, establecerá si cree que se trata de una identidad de éxito, identifica algunos de sus elementos de identidad, estudia su guidelines y define su utilidad, además explica si Levi's puede deber parte de su éxito al manejo de su identidad corporativa.

El alumno comprenderá con este caso de estudio la importancia de mantener una guía del mejor uso de los elementos de identidad de una empresa ya que es importante hacerlo de manera continua para garantizar la continuidad de su imagen.

Tarea 12

Trabaja en la segunda parte de su manual de identidad en su archivo de InDesign. Siguiendo estos pasos:

- a. Plasma los diseños que generaste en Illustrator para tu manual. Incluye elementos de las siguientes áreas:
- b. Papelerías
- c. Iconos
- d. Señaléticas
- e. Elementos arquitectónicos
- f. Web y redes sociales
- g. Publicidad

Posiblemente el alumno no considere el manejo adecuado de la compaginación por lo que te recomendamos que le sugieras realizar un pequeño dummy antes de darle forma a su libro para que pueda visualizar el orden de las páginas.

Otra situación recurrente es que el alumno piense engargolar su libro en lugar de encuadernarlo, deberás aclararlo con él de antemano, ya que un manual encuadernado es más profesional y será una mejor representación de su trabajo.

Proyecto final (evaluación final)

Este curso incluye el desarrollo de un proyecto final por parte del alumno, este corresponde al diseño de la identidad corporativa de una organización la que debe iniciar desde cero y llegar a concluirlo con un manual de identidad corporativa. Para que el alumno logre realizar un proyecto lo más profesional posible, es importante que como su maestro le invites a estudiar no sólo los temas en el libro de texto, sino otros que le puedan mostrar ejemplos, pues es importante generar en él un hábito por estudiar e investigar acerca de los temas que le conciernen como profesional del diseño gráfico.

El proyecto final consiste entonces en la elaboración de un manual de identidad corporativa que incluya lo siguiente:

1. Introducción
2. Elementos básicos
3. Lineamientos o *guidelines*
4. Elementos de identidad
5. Conclusión

Hemos realizado un manual para el proyecto final que te recomendamos revisar a fondo ya que en él se explica a detalle cada una de las siguientes fases que lo componen y de las que comprobarás su correcta ejecución.

Fase 1. Investigación preliminar y diseño de elementos básicos

Fase 2. Diseño de elementos de identidad

Fase 3. Diseño de manual de identidad corporativa

Fase 4. Presentación de manual de identidad corporativa y de 5 prototipos de elementos de identidad