

Código: 09045

Unidad Formativa:
UF2400 - Técnicas de diseño gráfico corporativo

Módulo: MF2189_3 - ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN AUTOEDITABLES

Certificado de Profesionalidad:
COMM0112 - GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Modalidad: ONLINE

Duración: 60h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

securs@
CONSULTORÍA DE FORMACIÓN
Avda. Ramón Nieto nº 133, Bajo
36208 - VIGO
Telf.: 986912815

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para comprender y aplicar los fundamentos del diseño gráfico corporativo, desde la construcción de la identidad visual de una empresa hasta la autoedición de materiales de comunicación sencillos, y se dirige a personas con un nivel intermedio que desean consolidar su criterio gráfico y su capacidad de ejecución. Se trabaja la marca y la imagen corporativa, la distinción entre el manual de comunicación y el manual de identidad, y el desarrollo de los elementos de identidad visual (logotipo, símbolos, iconos, señalética e isotipo) junto con las reglas de composición, color y tipografía que dan coherencia a carteles, folletos y soportes publipromocionales. El alumnado aprende a redactar mensajes y eslóganes con intención persuasiva o no persuasiva, a seleccionar imágenes y textos según sus licencias de uso y derechos de autor, y a preparar el briefing que encarga el trabajo a una agencia de publicidad. La parte práctica ocupa un lugar central: se aplican técnicas de autoedición sobre papelería corporativa y piezas sencillas, trasladando la teoría del color y la composición a bocetos y manejando software de diseño en entornos de usuario. Al finalizar, el alumnado será capaz de construir y mantener una imagen corporativa coherente y de producir materiales de marketing y comunicación alineados con la identidad de la empresa y con los derechos de autor, de los consumidores y la publicidad.

Contenidos

Módulo 1: La imagen y la identidad corporativa
1.1 - La identidad corporativa y la imagen de la empresa
1.2 - La marca: construcción y refuerzo de la imagen corporativa
1.3 - El manual de comunicación y el manual de identidad corporativa
1.4 - La imagen gráfica: el logotipo y los elementos de identidad visual
1.5 - Símbolos, iconos y señalética en la imagen corporativa
1.6 - El isotipo: color, tipografía y coherencia visual
1.7 - Formato, composición y adaptación de la imagen en soportes publicitarios
1.8 - Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Materiales de marketing y comunicación
2.1 - Principios de composición: equilibrio, armonía y proporción
2.2 - Contraste, forma y contraforma en la composición gráfica
2.3 - Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva
2.4 - El mensaje publipromocional: objetivo y redacción
2.5 - El lema publicitario o eslogan: características y elementos
2.6 - Fuentes de información y motores de búsqueda de imágenes
2.7 - Bancos de imágenes de dominio público y licencias Creative Commons o GNU
2.8 - Derechos de autor, cita de autores y derechos del consumidor en publicidad
2.9 - Selección de contenidos, imágenes y textos para los materiales de comunicación
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Autoedición de folletos y materiales de comunicación
3.1 - La línea gráfica impresa y la papelería corporativa
3.2 - Técnicas de diseño gráfico en materiales publipromocionales sencillos
3.3 - Formato y composición de folletos, carteles y anuncios sencillos
3.4 - La teoría del color aplicada a los bocetos publipromocionales
3.5 - Composición y jerarquía visual en el boceto publicitario
3.6 - El software de diseño gráfico en entornos de usuario
3.7 - Revisión de los materiales y coherencia con la línea gráfica
Resumen del módulo 3