

**FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE DISEÑO**

**UNIDAD CURRICULAR: ELECTIVA III**  
**(DESARROLLO INTEGRAL DE IMAGEN CORPORATIVA)**

Código de la Escuela	Código	Período	Elaborado por	Fecha Elaboración		Plan de Estudios
15	15-0728	XI	Prof. Gerardo Iriza	Septiembre 2013		2012
Eje de Formación			Prelación	HAD	HTIE	Unidades de Crédito
Profesional y Práctica			132 Unidades de crédito aprobadas	2	4	2

HAD: Horas de Acompañamiento Docente Semanales  
 HTIE: Horas de Trabajo Independiente del Estudiante Semanales

**FUNDAMENTACIÓN**

El Diseño y Desarrollo Integral de Logotipos e Imagen Corporativa, es una asignatura del Plan de Estudios con carácter de electiva, la cual el estudiante seleccionará como una opción, con el propósito de ampliar su formación profesional específicamente en el área de imagen y creación de logotipos, de manera práctica y específica.

Esta unidad curricular ofrece al estudiante la capacidad de formación en el proceso de concepción, inicio, desarrollo y entrega formal de un logotipo de manera actual. Constituye un componente útil para la presentación de entregas de entidades corporativas finales para empresas.

La asignatura está vinculada con otras que cursa el estudiante que forman parte del eje de diseño e imagen corporativa, principalmente.

Contribuye con el desarrollo de las siguientes competencias genéricas del perfil del egresado:

- Conocimiento sobre área de estudio y profesión.
- Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica con sensibilidad cultural y pensamiento creativo.

### COMPETENCIAS DEL PERFIL PROFESIONAL VINCULADAS CON LA UNIDAD CURRICULAR

La unidad curricular favorece el desarrollo de las siguientes competencias específicas del perfil del egresado de la carrera de Administración de Empresas de Diseño:

Elabora y administra proyectos de producción gráfica y visual en diferentes tipos de organizaciones.

Representa, en el plano y en el espacio en forma creativa e innovadora los proyectos de producción gráfica, artística y visual.

### COMPETENCIAS DE LA UNIDAD CURRICULAR

Elabora logotipos e imagen de identidad corporativa en un escenario contemporáneo, tomando en cuenta las herramientas técnicas del diseño gráfico y la comunicación visual.

### MÓDULOS

#### MÓDULO I. CONCEPTOS BÁSICOS DEL DISEÑO GRÁFICO

**Contenidos:**

Conceptos básicos del Diseño Gráfico: Color, figura (punto y líneas), simetría, tamaño, tipografía.

**Desempeños:**

Establece relación entre los conceptos básicos del diseño gráfico y la concepción de logotipos e imagen corporativa.

Analiza la aplicación de las técnicas básicas del diseño gráfico en la elaboración de bocetos para logotipos.

#### MÓDULO II. EL LOGOTIPO Y LA IMAGEN CORPORATIVA

**Contenidos:**

Logotipo: elementos asociados, características y tipos (isotipos e isologotipo).

La imagen e identidad corporativa: elementos e importancia.

Etapas para la elaboración de logotipos e imágenes.

**Desempeños:**

Establece diferencias entre logotipos, imatipos e imagen corporativa.

Analiza la importancia de la imagen e identidad corporativa para una empresa.

Define y describe las etapas para la elaboración de logotipos e imágenes.

#### MÓDULO III. CONCEPCIÓN

**Contenidos:**

Idea, concepción de la imagen. Fijación del logo y de la imagen. Técnicas a mano. Bocetos.

**Desempeños:**

Identifica procesos de producción en donde se utiliza el logotipo.  
Analiza la capacidad de integrar el logotipo en distintas superficies.  
Elabora logotipo personal de forma individual, considerando los criterios de funcionalidad y estética.

#### **MÓDULO IV. DESARROLLO**

**Contenidos:**

Levantamiento digital del logotipo. Sistemas de color y software. Alternativas de producción.

**Desempeños:**

Selecciona propuestas de logotipos y/o imagotipos considerando color RGB en escala de gris y b/n

Evalúa diversas propuestas de logotipo y/o imagotipos de acuerdo a los criterios funcionalidad y estética.

Realiza ajustes del logotipo a favicon.

#### **MÓDULO V. ENTREGA**

**Contenidos:**

Formatos de entrega. Presentaciones finales. Manual corporativo.

**Desempeños:**

Selecciona el formato digital pertinente a la entrega del logotipo.

Presenta diversas alternativas gráficas del logotipo.

Elabora bocetos y presenta el manual corporativo.

#### **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS**

De acuerdo a la naturaleza práctica de la unidad curricular y su carácter electivo, se utilizará como principal estrategia la del Método de Proyectos, en la que los estudiantes irán desarrollando cada etapa de la elaboración de logotipos e imagen corporativa de una empresa.

También serán de gran utilidad otras estrategias didácticas como el diálogo y la lluvia de ideas, para explorar intereses y experiencias previas.

#### **ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN**

El docente evaluará los desempeños a través de exposición y desarrollo de un proyecto, en la que el estudiante pondrá en evidencia los aprendizajes adquiridos.

#### **REFERENCIAS**

Filippis, J. (2007). Glosario del diseño. Segunda Edición. Buenos Aires: Nobuko  
Lidwell, W.; Holden, K. y Butler, J. (2008). Principios universales de diseño. Barcelona: Blume  
[www.brandsoftheworld.com](http://www.brandsoftheworld.com)