 Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA Regional Antioquia Nombre Centro de Formación GUIA DE APRENDIZAJE No. _____	Fecha: 24-11-2011 Versión 4 Página 1 de 4
--	---	--


1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Nombre del Programa de Formación: PREPrensa DIGITAL PARA DISEÑO DE MEDIOS IMPRESOS		No. Ficha en Sofia: 35071
Nombre del Proyecto: DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA		
Fase del Proyecto: IDENTIFICACION Y ANALISIS	Actividad de Proyecto: Realizar investigación que sirva de apoyo para la elaboración y diseño de la imagen gráfica correspondiente al proyecto.	
Competencia: Preparar imágenes gráficas para la diagramación Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social		
Resultados de Aprendizaje: <ul style="list-style-type: none">• Alistar dispositivos de captura y originales, de acuerdo con las normas establecidas por la empresa.• Interpretar información técnica relacionada con diseño y diagramación de piezas gráficas según orden de producción.• Diagramar piezas gráficas, apoyados en software según requerimientos de orden de producción.		Tiempo Estimado de Ejecución: 20 HORAS

2. INTRODUCCIÓN

Dentro de la elaboración de una Imagen Gráfica e Identidad Corporativa es necesario el conocimiento de conceptos claves que servirán como base en su proceso y desarrollo. Durante el desarrollo de la guía se hablara sobre el logotipo, imago tipo e isotipo importantes dentro de la elaboración de la identidad gráfica de una empresa, marca, producto o servicios y el concepto general de manual de identidad corporativa teniendo en cuenta su elaboración, contenido y sus usos en las diferentes piezas gráficas existentes en el medio, sirviendo de apoyo para el desarrollo del proyecto de formación.


3. ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

 <p>Sistema de Gestión de la Calidad</p>	<p>Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA</p> <p>Regional Antioquia</p> <p>Nombre Centro de Formación</p> <p>GUIA DE APRENDIZAJE No. _____</p>	<p>Fecha: 24-11-2011</p> <p>Versión 4</p> <p>Página 2 de 4</p>
---	---	--

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE: CONCEPTUALIZACION DE IDENTIDAD CORPORATIVA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Investigar acerca de la psicología del color y sus usos en diseño y la publicidad 2. Consultar los conceptos de marca, logotipo, isotipo, imagotipo 3. Investigar el tema posicionamiento de marca 4. Realizar la lectura del documento Imagen Corporativa vs Identidad Corporativa, enfatizando en el objetivo y los beneficios del manual de identidad corporativa y realiza un resumen con sus propias palabras sobre el tema.
<p>Ambiente(s) requerido: Ambientes de formación con Computadores adecuados con procesador de texto y conectividad.</p>
<p>Medios y Recursos requeridos: Documentos de apoyo anexos a la guía, Equipos y conectividad para realizar la investigación.</p>

4. EVIDENCIAS Y EVALUACION

Criterios de Evaluación:	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica procedimientos para la producción de piezas gráficas, según requerimientos de Diseño, pre prensa, impresión, encuadernación y acabados. • Interpreta parámetros de una orden de producción, según necesidades del cliente y Procesos productivos. • Elabora boceto, derrotero, machote para el desarrollo de una pieza gráfica, según el concepto de diseño aprobado.
Tipo de la evidencia:	<p>Conocimiento</p> <p>Desempeño</p> <p>Producto</p>
Producto entregable:	<ol style="list-style-type: none"> a. Comparativo según la psicología del color y sus usos en el diseño y la publicidad. (Cuaderno) b. Efectuar un paralelo entre el significado de marca, logotipo, isotipo e imagotipo dar ejemplo de cada uno. (Documento pdf) c. Identifica y describir cada una de las partes de un manual de identidad corporativa.(Cuaderno) d. Resumen sobre la lectura realizada al

 <p>Sistema de Gestión de la Calidad</p>	<p>Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA</p> <p>Regional Antioquia</p> <p>Nombre Centro de Formación</p> <p>GUIA DE APRENDIZAJE No. _____</p>	<p>Fecha: 24-11-2011</p> <p>Versión 4</p> <p>Página 3 de 4</p>
---	---	--

	<p>documento de apoyo <i>Imagen Corporativa vs Identidad Corporativa</i> (Documento PDF)</p>
<p>Forma y fecha de entrega:</p>	<p>Numeral a.: Cuaderno. Fecha: Mayo 15 de 2012</p> <p>Numeral b.: Documento enviado al correo electrónico: preprensa10elroal@gmail.com y enviado a la plataforma blackboard.</p> <p>Fecha límite de entrega: Mayo 20 de 2012</p>

5. GLOSARIO

SÍMBOLO: Un símbolo es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado. El vínculo convencional nos permite distinguir al símbolo del icono como del índice y el carácter de intención para distinguirlo del nombre. Los símbolos son pictografías con significado propio. Muchos grupos tienen símbolos que los representan; existen símbolos referentes a diversas asociaciones culturales: artísticas, religiosas, políticas, comerciales, deportivas, etc.

IDENTIDAD GRÁFICA: Es el compendio de imágenes y recursos gráficos que ayuda a identificar a una institución, persona o producto. Para ello se usa un símbolo, una tipografía particularizada (logotipo) o una combinación de ambos.

IDENTIDAD CORPORATIVA: La identidad corporativa o identidad visual (IVC) es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con los siguientes atributos: - Historia o trayectoria de la empresa, proyectos y cultura corporativa, es decir, cómo se hacen las cosas. En general incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento de tipo Manual Corporativo.

MARCA REGISTRADA Una **marca registrada**, (en inglés *trademark*), es cualquier símbolo registrado legalmente para identificar de manera exclusiva uno o varios productos comerciales o servicios. Suele mostrarse de forma abreviada con los iconos [™], **M.R.** o [®], aunque esto no es indicativo del registro de la marca ante la autoridad competente.

6. FUENTES

http://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_identidad_corporativa, Fecha de Consulta: Abril de 2012

<http://www.monografias.com>, Fecha de Consulta: Abril de 2012

http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf – España, Fecha de Consulta: Abril de 2012

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/martinez_s_bm/capitulo1.pdf ,
Marcas Registradas y Derechos de Autor. Nombre Autor: No figura, Fecha de Consulta: Abril 5 de 2012

7. DOCENTES ASOCIADOS A LA ACTIVIDAD:

Nombres	Cargo	Área	Fecha
Claudia Luján	Instructora Sena	Educación Media	Mayo de 2012

8. CONTROL DEL DOCUMENTO

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ	VERSIÓN	FECHA
Amaris Ariza Bolaño Doris Elena Monsalve Sossa María Eugenia Agudelo Ruiz Gloria Isabel Daza Restrepo	Doris María Parra Pineda	Xiomara Posada Zuluaga	04	Noviembre 24 de 2011