

Imagen corporativa y comunicación persuasiva



Presentación

Se trata de un curso teórico – práctico, que va de lo general a lo particular. Se parte de definir las claves de la comunicación persuasiva, los puntos de apoyo para crear comunicación con garantías de éxito, sugerente y atractiva, para pasar al campo de la identidad corporativa gráfica (en adelante ICG) y ser capaces de entender su filosofía, sus conceptos comunicativos y su elaboración práctica, para generar marcas potentes, de impacto y, sobre todo, duraderas en el tiempo.



Objetivos

- Conocer de las bases para elaborar una ICG.
- Definir las claves gráficas.
- Aprender a tomar dediciones tipográficas.
- Trabajar conceptos de identidad cromática.
- Aprender a analizar ICGs con sentido crítico.
- Conocer a los grandes creadores y su obra.



Dirigido a

Personas cuyos estudios estén relacionados con el ámbito de las ciencias sociales. Ciertamente, los estudiantes de Ciencias de la Información, en cualquiera de sus vertientes (Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual...) encontrarán herramientas de valor para el desempeño de sus actividades pero, al estar la marca tan extendida entre todas las disciplinas, este puede ser un curso útil para personas de formación muy variopinta.





Requisitos de ingreso

En competencias y conocimientos previos, será interesante el conocimiento de algún software de diseño vectorial (Illustrator, Corel Draw...), para la realización de los talleres, pero no imprescindible.



Perfil de salida

Se podrán aplicar estos conocimientos tanto en el ámbito de la creatividad, generación de ideas, organización mental de conceptos, como en el ámbito más práctico, de la elaboración, diseño y generación de artes finales.



Modalidad de estudio

El curso se desarrollará bajo la modalidad de estudios:

	Semipresencial
x	Presencial
	Online



Estructura de contenidos

La estructura a desarrollar es la que se presenta a continuación:

- 1. Diez claves para la comunicación persuasiva**
 - 1.1. Concepto de persuasión.
 - 1.2. Elementos esenciales que intervienen en la creación.
 - 1.3. Ejemplos gráficos de comprensión.
 - 1.4. Las diez claves. Presentación y análisis.

- 2. Creación de una identidad corporativa gráfica**
 - 2.1. Conceptos generales.
 - 2.2. Las formas básicas.
 - 2.3. El logotipo.
 - 2.4. El símbolo.
 - 2.5. La ICG. Tipología y análisis.

- 3. Taller de creación desde los sentidos**
 - 3.1. Creación con datos sensoriales.
 - 3.2. Orden de trabajo.
 - 3.3. Preparación de la presentación.
 - 3.4. Presentación pública.

4. **La tipografía en la ICG**
5. **Imagen personal: El individuo como marca**
6. **Grandes creadores. Análisis y debate**
7. **Elaboración y presentación de trabajos individuales**
8. **Elaboración y presentación de trabajos colectivos.**



Evaluación

Se centrará en los trabajos prácticos y se evaluarán, tanto el contenido de los trabajos como la presentación de los mismos.

Las herramientas de evaluación consideradas son:

Trabajo a presencial	50%
Examen a distancia	50%



Certificación y aprobación

Este curso tiene una duración de 20 horas presenciales.

El presente curso se aprueba con el 70% como mínimo de la nota total y el 75% de asistencia a las jornadas presenciales. Al finalizar el curso se entregará un Certificado aprobatorio en **Imagen corporativa y comunicación persuasiva**, avalado por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).



Cuerpo de instructores

Pedro Pablo Gutiérrez González

- Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.
- Profesor Titular en la Universidad de Vigo.
- Director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
- Director del Máster en Dirección de Arte.
- Profesor desde 1996, de “Tipografía y Artes Gráficas”, “Comunicación Persuasiva”, “Branding” y “Publicidad impresa”.
- Director Creativo y Director Gerente en las empresas de publicidad Proceltha, Merkley y Crazy Dot.