IDEA:			
#	Titulo del articulo	Pais/Ciudad	Año
1	Diseño de logo y manual de identidad corporativa para la empresa Proservice S.A.S de Bucaramanga.	Bucaramanga	2019
2	Creacion de nombre, estrategia de marca, logotipo, corporativo , manuual de identidad corporativa y plateamiento de una estrategia de posicionamiento y de recordaciona futuro para las bicicletas truristicas en el mercado del turismo bogotano	Bogota	2015
3	Diseño e imagen para una nueva marca	No aplica	2013-2014

Palabras clave	Autor	pdf
Logo, Manual de identidad visual , isologo, imagotipo, logotipo, isotipo	Duván Hernando Mantilla Rojas	X
Identidad, corporativa, Imagen, corporativa, Branding, Marca, publicidad	Andrés Covaleda Escobar. Juan Andrés Alba Pinilla.	X
Diseño de marca, Diseño de envases, Aplicaciones comerciales , Diseño editorial , Fotografía	Violeta Segura	X

resumen	resultados
La realización de este tiene como objetivo diseñar un logo y un manual de identidad visual para la empresa Proservice S.AS, ya que la marca carece de estas necesidades. Se asignara una identidad que permita darle un rostro	Se propone a el avance de la parte web de la empresa, paginas, redes sociales, campañas publicitarias para el medio virtual, para captar más clientes y hacer atractiva la web de la marca, realizar fotos videos y diseños que involucren el estilo de la marca e innovar posibles rediseños de el logo que se encuentran ya plasmados dentro del manual de identidad visual de Proservice S.A.S
Creación de nombre, estrategia de marca, logotipo corporativo, manual de identidad y planteamiento de una estrategia de posicionamiento y recordación a futuro para las bicicletas turísticas en el mercado del turismo Bogotano.	No aplica
Mediante el presente documento se va a realizar un estudio sobre las condiciones para la creación de una marca, un punto esencial para cualquier diseñador.	No aplica

conclusión
Se identifica plenamente el público objetivo al cual se va a impactar con el diseño del logo y el manual de identidad de la empresa.
El propósito del presente trabajo fue el de crear una estrategia de marca que incluyera el logo corporativo, el manual de identidad y un planteamiento de estrategia para posicionar a futuro la ya creada marca BICIPOLA.
Mediante este trabajo se ha intentado estudiar el funcionamiento de las marcas, desde su creación hasta su comunicación con el público, pasando por los diferentes pasos que conlleva este proyecto. Se ha reflexionado sobre la importancia de la difusión de la marca, existiendo diferentes y abundantes maneras de dotar de personalidad a la marca y sus productos.

4	Re diseño de marca y manuel de identidad visual corporativa a partir de las necesidades de comunicación visual de la empresa electrigases del valle	Santiago de Cali	2015
5	Diseño de marca e didentidad visual corporativa industria metalicas 'el palmar'	Santiago de Cali	2011
6	Re diseño de marca opara la micro empresa ingenieria y manufacturas cnc y manual de identidad visual corporativas	Santiago de Cali	2012

Marca, Identidad corporativa, rediseño, Manual de Identidad Corporativa,	Juan sebastian Sanclemente Quintero	X
No aplica	Jose Gerardo avarria Caceres Domenico mauricio Farman Enciso	X
No aplica	Daniel Felipe Lasprilla	X

Este proyecto de grado fue realizado con el fin de rediseñar una marca gráfica a partir de una ya existente, la marca de la empresa ELECTRIGASES y los productos que ofrece, frente a la necesidad que tiene esta empresa de tener reconocimiento y recordación en el público.	No aplica
La imagen y las caracteristicas intrinsecas que esta pueda transmitir, son de mucha importancia dentro de nuestro contexto social, pero no tendria ninguna importancia, si no se estuviera atravesando por un momento donde la comunicacion de las diferentes ideas se hace mas y mas frecuente y cada vez, en un volumen aun mayor, en diferentes canales de comunicacion	Tener en cuenta que el uso indiscriminado de la marca puede entorpecer el proceso de comucación que se ha tenido en cuenta en la construccion de la marca
El uso de este tipo de investigacion ayuda a entender todos los actores del sieño que interviene en este nicho de mercado desde una perspectiva diferente y genera muy buenas bases conceptuales para generar buenos procesos graficos	Se recomienda tambien abrir el paquete de piezas que tiene la compañía actualmente y empezar a implementar otras tales como: señaletica, para generar un m,ejor valor de marca e identidad corporativa

En este proyecto de grado se realizó el rediseño de marca e identidad corporativa de la empresa ELECTRIGASES DEL VALLE, dando solución a la problemática de comunicación planteada al iniciar el desarrollo del trabajo de grado, generando de esta manera una recordación e impacto para el público objetivo.
Se entiende que el proceso de construccion de una marca comprende una fasede rastreo historico que contiene los momentos de la historia metalurgica en el pais, un desarrollo y unas caracteristicas propias de ese desarroll. Ademas comprende un rastro social que nos adentra en la percepcion de la empresa dentro de un contexto regional para asi, entendes las necesidades y posibilidades respuestas al producto realizado, es decir, un entendimiento de un entorno social que nos garantice un trabajo acertado y una fundabilididad
Este trabajo deja como resultado la correccion de todos los errores de identidad visual que tenia la micro empresa, el grave problema de ser confundida con otra empresa competidora es solucionado e Ingemanc en cuentra su propio estilo grafico con el cual comunicarse e identificarse, generando un manueal de identidad que da las pautas para una comunicacion acertada y clara de Ingermanc

7	Creacion de una indentidad corporativa para la empresa megacom del canton naranjito	Ecuador	2013
8	Proyecto de identidad corporativa (Branding) para un logo de baterias artesanas	No aplica	2015-2016
9	Logo de nueva identidad visual corporativa de Montilla- Moriles	No aplica	2017
10	Reestructuracion del logo e identida corporativa de G.D.S Colombiana LTD. A partir de un estudio semiotico	Bogota	2012

No aplica	Dutan Riera Yelly Astrid Leon Loord Ingrid Viviana	X
Comunicación, identidad visual, identidad coprporativa, diseño grafico, marca, artesania	Daniel Francisco Ballesta Garcia	X
No aplica	Arkaitz Olariega Lejarcegui	X
imagen e identidad corporativa, comunicación organizada, competitividad , reestructuracion, imagen visual, cultura organización, semiotica	Yuli Paola Robayo Carvajal	X

La Presente tesis da lugar a la creacion de identidad corporativa para la empresa MEGACOM de la cuidad de naranjito en la que se ve inmersa la carencia de la misma, la cual la cabida al descococimineto de la empresa por parte de los cuidadanos ya que no presenta un impacto ante ellos	Realizar un estudio de mercado para medir el nivel de posicionamiento de nuestra marca
En dicha memoria se encuentran los distintos apartados esenciales que se han seguido para la realizacion de esta identidad corporativa; objectivos, metodologias, posicionamiento, valores, referentes, informacion sobre los soportes tratados, artes finales y presupuestos	consiste en la creacion del proyecto de logos de baterias BOHAM. Esta memoria contiene la descripcion de cada uno de los pasos seguidos sobre el desarrollo de este proyecto, basados en la metologia y en la comunacion
En este proyecto la parte grafica y estetica del trabajo tendra una importancia mayor que otros productos multimedia y es esa la razon por la cual me he decantado por esta area. Este proyecto reune una gran parte de los procedimientos creativos del diseño grafico aprendidos en las asignaturas del grado	No aplica
En la actualidad la imagen y la identidad corporativa se ha convertido en la estructura fundamental sobre la cual se cimentan las grandes compañias, aquellas que estan a la vanguardia en pro de llegar a covertirse en empresas exitosas y en ofrecer a sus clientes un valor agregado diferenciador y unico	Con el objectivo de fortalecer y dar continuidad a la labor aquí iniciada, se suguieren las siguientes recomendaciones encaminadas a incrementar el posicionamiento de la compañía y como ideas generales para una segundan fase de intervencion empresarial

El rediseñar la estructura externa se conseguira conseguir mas impacto y atraccion de manera que se tenga una buena proyeccion de la empresa para conseguir amyor credebilidad y formalidad por parte de los clientes
Una marca debe transmitir una personalidad y un carácter, comunicarse con una sociedad, para que distintos publicos puedan conecta con ella. De este modo, la identidad es la primera impresión del logo con el que un cliente se encuentra y definira en su mayoria la posible y futura relacion con el
He creado un producto coherente y homogeneo. Desde la creacion del brief creativo hasta el diseño de la pagina web que ofrece una imagen mas fresca y renovada de la marca montilla moriles
cComo parte final de este trabajo es necesario establecer conclusiones relacionadas, estas puede agruparse en dos: las inerentes a los resultados que genero la intervension al interior de la compañía y mas exactamente en sus directivos, y de otra parte, las que involucran tareas importantes por el estudiante

PALABRA CLAVE	DB	# ARROJADOS
optogait	PUBMED CENTRAL	32
optogait and sports	PUBMED CENTRAL	12

S	# UTILES	# ANÁLISIS	OBSER REPE
	20		