Técnico en Diseño e Integración Multimedia
Información Proyectos Productivos - Diseño de Imagen Corporativa

Nombre Proyecto:

Institución Educativa:

Grado:

Integrantes:

1. _____
2. _____
3. _____

Reseña de la empresa:

¿Qué productos o servicios ofrece la empresa o proyecto?

Misión >

¿Qué somos?

¿Qué hacemos?

¿Qué nos hace diferentes?

- Habla del PRESENTE de la organización.
- Menciona cuál es el propósito de la organización.
- Ayuda a comprender el motivo de su existencia.

< Visión

¿A dónde nos gustaría llegar??

¿Dónde queremos estar en el futuro?

- Habla del FUTURO de la organización.
- Dice cómo se ve a si mísma dentro de algunos años a partir de ahora
- La Visión ayuda a comprender hacia donde va la empresa.

Diseño de Imagen Corporativa

El Diseño Corporativo representa la **identidad visual** de una empresa, un elemento fundamental para definir la imagen, el estilo de comunicación y la personalidad de una marca.

El objetivo del Diseño Corporativo es crear, a través de herramientas de diseño, una **imagen ideal** y **única** que tenga gran capacidad de evocación (recordar) y que a su vez sea identificable de un vistazo.

La imagen corporativa de una empresa juega un papel importante en el **éxito de la empresa**, ya que las acciones de los clientes están influenciadas en gran medida por esta percepción.

Dentro de la identidad corporativa de una empresa destacan algunos elementos como los siguientes:

- **1) El nombre de la empresa:**
  Por obvio que parezca, el es primer elemento que transmite una idea de la empresa o de que lo que ésta realiza. Lo más idóneo es que tenga relación con la actividad comercial y que sea lo suficientemente llamativo como para generar interés.

- **2) El Logo:**
  Es un elemento muy importante para llegar al público. Es un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras.

- **3) El Slogan:**
  Es una frase corta que busca representar una marca para promover la rápida identificación y memorización de sus productos y servicios por los consumidores.

- **4) Los colores (identidad cromática):**
  Los colores también comunican. De hecho, muchas compañías se conocen más por el color de sus logos que por los logos en sí mismos. El uso del color puede darse de dos formas: acogiendo su significado esencial o añadiéndole otro en función del mensaje que se quiera transmitir al consumidor.

- **5) Brochure:**
  Se refiere a todos aquellos elementos complementarios de comunicación, como por ejemplo las tarjetas de presentación, los sobres, los correos electrónicos, las facturas y hasta la chapa que llevan sus representantes a los eventos.

- **6) La página web:**
  Además de ser una herramienta fundamental para las labores de marketing en la era digital, la página debe responder a los mismos principios del logo, el eslogan, la gama cromática elegida o el lenguaje.

Para terminar, y volviendo al concepto de imagen corporativa, tan ligado al de identidad, hay que mencionar la cultura empresarial que sería considerada como un elemento más. Por eso mismo, se dice que tanto el estilo de dirección como los valores que se fomentan con cada acción o decisión también definen la esencia de una compañía.

Logo

Realice un dibujo del logo seleccionado después del proceso de bocetación.

➤ Mencione que tipo de logo es y realice una breve descripción:

Teniendo en cuenta la información de diseño de imagen corporativa, describa los siguientes elementos que puede aplicar para su proyecto:

Slogan:

Colores corporativos:

Qué colores idenfican a su marca?
Realice una breve descripción de ellos.

Brochure

Qué piezas le gustaría elaborar para aplicar a su marca?
Mencione y dibuje un boceto de algunas de ellas.

Marketing

Escriba una definición personal de Marketing, algunos ejemplos y cómo le gustaría aplicarlo a su proyecto.