PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

GUÍA 05. CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL DE MARCA EN ADOBE INDESIGN

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE:

GUÍA 05. CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL DE MARCA EN ADOBE INDESIGN

- **Denominación del Programa de Formación:** Integración de Contenidos Digitales
- **Código del Programa de Formación**: 524704
- **Nombre del Proyecto:** (2504883) Desarrollo de estrategias de planeación y ejecución de comunicación visual para las Mipymes a través del uso de herramientas de integración de contenidos digitales.
- **Fase del Proyecto**: Planeación
- **Actividad de Proyecto**: Elaborar los elementos gráficos y audiovisuales establecidos por la estrategia.
- **Competencia**: Integrar elementos multimedia de acuerdo con técnicas y herramientas de producción digital.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  584305 - Elaborar el StoryBoard teniendo en cuenta las características del guion de la estrategia digital.
- Duración de la Guía: 40 horas de clase y 10 desescolarizada.

2. PRESENTACIÓN



Figura 1.Manual de imagen corporativo.
Tomado de: https://cosmikagency.com/como-crear-manual-estilo-marca/

En esta guía de aprendizaje se definen las reglas a seguir para lograr una expresión unificada y coherente de la imagen de la empresa. A lo largo de esta guía se garantiza la correcta aplicación del logotipo y sus símbolos, también aprenderá sobre el objetivo del manual de marca que se basa en garantizar la coherencia de su expresión en todo tipo de soportes, tanto gráficos, como físicos, audiovisuales o interactivos.

En el día a día, en muy común y a su vez un error, creer que la construcción de una buena imagen es solo para grandes marcas o empresas, por ello es vital para todas las empresas entender que su imagen va a

convertirse en una herramienta fundamental que ayudará a obtener respuestas favorables y clientes potenciales.

En este sentido, esta guía propone el uso de conceptos y herramientas propias de la creación de imágenes corporativas, con metodologías que permitan desarrollar las capacidades para conceptualizar, proyectar, hacer análisis comparativos, crear identidad y establecer estrategias y protocolos de calidad en un Manual de Identidad Corporativa empleando el Software InDesign.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión inicial

3.1.1 Actividad de aprendizaje: Reconocer los elementos gráficos más representativos y establecer diferentes usos para adaptarlos en el manual de imagen

Como actividad de reflexión inicial, revise el siguiente link y observe los manuales que puedan ser más relevantes para su proyecto, cree un brandboard o moodboard en Illustrator donde se vean los elementos y características que desde lo visual pueden aportar a su trabajo de manual de imagen corporativa.

1. Revise el siguiente link o revise los manuales que están en la carpeta “Material del aprendiz” https://anasaci.com/blog/disenadores/identidad_corporativa/descubre-el-manual-de-imagen-corporativa-de-empresas-punteras.html

2. Revise el siguiente enlace para entender mejor los conceptos de moodboard y/o brandboard. https://www.visualbloom.co/blog/que-es-brand-board

3. Para la entrega de la actividad realice un documento en **Illustrator** donde plasme toda esta información, suba su evidencia a su portafolio personal en la carpeta de **EVIDENCIAS Y ENTREGABLES**, en el Drive de la **Guía_05** con el nombre de **3.1.1_Moodboard_Empresa.**

Duración Actividad 5 horas: Ambiente requerido: aula de informática

Materiales requeridos: Computador con Adobe InDesign e Illustrator instalado.

Ambiente Requerido: Espacio de trabajo para 30 aprendices, computadores, internet.

3.2 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

3.2.1. Actividad de aprendizaje 5_04 Entender técnicas y elementos del desarrollo del manual de marca.

Para esta actividad se le solicita reunir su grupo de proyecto y consolidar lo siguiente:

Visualice el recurso **05_04_introduccion y características del Manual** y **5_05_VIDEO_Cómo_realizar_un_Manual_de_Identidad_Corporativa** para identificar los elementos que componen un manual de Imagen y su desarrollo.

Un Manual de Imagen Corporativa debe incluir por lo menos los siguientes parámetros:

- **Explicación breve del significado del logotipo**

Conocer el significado de una imagen corporativa no es un requisito imprescindible para su buen uso, pero nunca está de más explicar los criterios que fundamentan nuestro diseño.

El significado del logotipo y el diseño final no deberían responder a criterios subjetivos del diseñador sino a las necesidades recogidas en el briefing inicial que se realice con el cliente.

Una explicación sencilla del diseño del logotipo ayuda a la comprensión y facilita la identificación y adopción de la nueva identidad visual por parte de la empresa.

- **Composición del logotipo**

Sobre una retícula o cuadrícula se detallan las medidas y proporciones exactas de cada uno de los elementos que componen la imagen corporativa.

Sirve para evitar el uso distorsionado del logotipo, independientemente del tamaño o del medio en el que se vaya a reproducir.

Si existen varias versiones del logotipo, por ej. En formato horizontal y vertical, todas ellas deberán aparecer reflejadas y detalladas en su correspondiente retícula.

Finalmente debe indicarse cuál es el área de respeto o cortesía que debe respetarse alrededor de la imagen corporativa para su correcta visibilidad y legibilidad.

- **Colores corporativos**

Se especifican los colores corporativos en tintas planas o colores directos (Pantones).

También deben descomponerse los colores corporativos en porcentajes de cuatricromía (CMYK) para la correcta impresión a todo color y en porcentajes de RGB para su uso en soportes digitales.

Si se permite el uso de colores o Pantones alternativos habrá que aclararlo debidamente.

- **Tipografías corporativas**

Mencionar las familias tipográficas que se utilizan en la imagen corporativa es imprescindible.

Especificar asimismo las tipografías complementarias para usar en textos y documentos corporativos, tanto en medios impresos como en soportes digitales.

- **Tamaño mínimo de reproducción y especificaciones para tamaños especiales**

Se indica el tamaño mínimo al que puede reproducirse el logotipo conservando su correcta legibilidad.

El tamaño mínimo variará si el logotipo se imprime o si se usa en medios digitales.

Opcionalmente se pueden recomendar alternativas gráficas concretas para la reproducción de la imagen corporativa en tamaños especiales. Las alternativas pueden consistir en suprimir algún elemento concreto del logotipo, algún color o algunos efectos de relieve y degradados.

- **Versiones del logotipo. Usos correctos, incorrectos y restringidos**

Presentación de los usos correctos del logotipo en todas sus versiones, combinaciones idóneas de los colores corporativos con distintos fondos de color, etc...

También deben presentarse ejemplos de combinaciones o usos incorrectos: colores no corporativos, deformaciones del logotipo o de alguno de sus elementos, colocaciones incorrectas, proporciones erróneas.

Si existen versiones del logotipo de uso restringido para determinados soportes habrá que aclararlo.

En ocasiones algunas marcas pueden ir acompañadas de elementos complementarios como una dirección web o un slogan.

Los elementos complementarios también deben recogerse en el manual de identidad corporativa y aclarar en qué casos se pueden usar y cómo hacerlo correctamente.

- **Papelería corporativa básica**

Los manuales corporativos incluyen el diseño de la papelería de empresa con el logotipo de la entidad: tarjetas de visita, carpetas, papel de carta, notas de prensa, albaranes, sobres de diferentes tamaños, facturas, diplomas, pegatinas, fundas para CD o DVD y demás documentos que el cliente solicite.

- **Uso de la imagen corporativa en diferentes aplicaciones**

Una imagen corporativa se aplica a muchos soportes con diferentes utilidades. El diseñador gráfico, a través del manual de identidad visual corporativa, deberá dar pautas de uso generales para las principales aplicaciones que el cliente demande.

Las indicaciones de uso de la imagen corporativa en la publicidad de la entidad (invitaciones, anuncios de prensa y revistas, vallas publicitarias, folletos de empresa, carteles, banners, spots) no deben faltar.

Otros soportes que pueden contemplarse en un manual corporativo son la señalética de la entidad (rótulos e indicadores), los uniformes profesionales, las tarjetas identificativas, el parque móvil de la empresa, la cabecera de la página web, las presentaciones de empresa, la personalización de las páginas de la entidad en las distintas redes sociales en las que tenga presencia, etc.

Tenga en cuenta la diagramación

La diagramación es la responsable de organizar contenido escrito, visual y en algunos casos, audiovisual (multimedia) en un espacio. Estos elementos pueden ser medios impresos y electrónicos, como libros, periódicos y revistas. Estrictamente hablando, el comportamiento de la maquetación solo está relacionado con la distribución de elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye una etapa más amplia desde el proyecto gráfico hasta el proceso de producción denominado preimpresión. (Listo para imprimir), y después de imprimir (acabado). Sin embargo, todo el aspecto gráfico de las actividades editoriales y de noticias generalmente se entiende a través del término "diseño". Si es una revista, el diseño debe seguir los objetivos, gráficos y líneas editoriales de la impresión.

Para nuestro primer acercamiento al desarrollo de un manual corporativo, con base a la explicación del instructor y material de apoyo sobre identidad corporativa y características de diseño editorial del manual de identidad, desarrolle Los siguientes talleres: **"Taller_05_1_Manual_de_Imagen_Corporativa"** y **"Taller 05_02"** que se encuentra en el material de apoyo.

Duración Actividad 15 horas: Ambiente requerido: aula de informática

Materiales Requeridos: Computador con Adobe InDesign e Illustrator instalado.

Ambiente Requerido: Espacio de trabajo para 30 aprendices, computadores, internet.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad de aprendizaje. Creación de insumos para construcción de manual de marca.

En este momento ya tienes las base para la creación de un manual de marca, ahora desarrolla el tuyo siguiendo los pasos nombrados en el siguiente video. https://www.youtube.com/watch?v=RN8ClbS27SU&t=656s que también encontraras en el material de apoyo de la Guía 5 3.3.

Debes tener en cuenta que tu manual debe tener como mínimo la siguiente estructura:

1. CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD **Introducción** **Marca**: Justificación de la marca **Construcción:** Componentes principales, composición principal Composición secundaria, proporciones, área de respeto tamaño mínimo **Tipografía corporativa** **Usos color:** Colores corporativos, colores corporativos secundarios y usos correctos	**2. APLICACIONES DE LA MARCA** **Papelería** Tarjetas de presentación, papel con membrete,factura, sobre corporativo, carpeta, sello, etc **Merchandising** Bolígrafo, taza, pin, caja y etiqueta **Entorno digital:** Páginas web, Facebook, Twitter e Instagram

Para la creación del Merchandising de tu empresa puedes apoyarte en la siguiente pagina donde encontraras distintas opciones de Mockups para el desarrollo de tu marca: https://www.mockupworld.co/ .

Recuerda que este recurso es de vital importancia para todos los proyectos que desarrolles.

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento.

Actividad de Aprendizaje 05_7 Construir el manual de imagen de acuerdo a los requerimientos del cliente.

En grupos de proyecto, desarrolle la diagramación del manual de marca para su empresa y posteriormente pase la construcción de su Manual de Imagen Corporativa integrando los programas vistos como Photoshop e Illustrator desarrollados en las guías anteriores. Puede apoyarse con el recurso 05_07_como_crear_manual_de_indentidad_corporativa. El cuál se encuentra en la carpeta material de apoyo.

Guarde el archivo editable y exporte su manual formato PDF con el nombre 05_EVIDENCIA_Manual_de_Imagen_Corporativa.pdf

Cargue las evidencias del punto 3.3 y 3.4 en el enlace para cargar evidencias de la GUIA 05 en Territorium.

Finalmente, presente el cuestionario de conceptos básicos de Manual de Imagen Corporativa que encuentra en Territorium en la GUIA 05.

Duración Actividad 20 horas

Ambiente requerido: aula de informática

Materiales requeridos: computador con adobe Illustrator instalado

Ambiente Requerido: Espacio de trabajo para 30 aprendices, computadores, internet.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	El aprendiz demuestra conocimiento de las herramientas	Las evidencias de conocimiento se evalúan con un cuestionario de forma presencial. A través de Técnica formulación de preguntas.

Demuestra conocimiento sobre Manual de Imagen Corporativa. Evidencias de Desempeño: Recopila y Estructura los Documentos necesarios para elaborar su Manual de Imagen Corporativa. Evidencias de Producto: Construye el Manual de Imagen Corporativa de marca proyecto Identifica conceptos generales sobre Manual de Imagen Corporativa. Integra Adobe Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe InDesign para el desarrollo de su Manual de Imagen Corporativa.	para la elaboración del manual de imagen El aprendiz mantiene a lo largo de la estructura y la piezas del manual la unidad gráfica requerida Sus evidencias son pertinentes, estéticamente acordes con lo solicitado, y crea jerarquías de la información	Verifica la información del trabajo realizado en el aula por medio del auto diagnostico entregado por el instructor por medio de lista de chequeo. El aprendiz Realiza las entregas de las Actividades en los formatos que se solicitan.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Tipografía: Es un conjunto de caracteres estilizadas de cierta manera, se trata de una creación sistemática en la que cada una de éstas guarda un parecido a sus similares.

Cuerpo del Texto: Es la parte central del texto en un diseño editorial, se trata de lo que más abarca en cuanto a espacio.

Jerarquía: Es el acomodo estratégico de los elementos de diseño de acuerdo al grado de importancia y cómo quieres que sea leído.

Interlineado: Se trata de la separación entre las líneas de letras o renglones, es visto de arriba a abajo.

Kerning: Es el ajuste del espacio entre dos caracteres en la tipografía, esencialmente es para guardar un equilibrio de espacio más proporcional y atractivo entre cada carácter.

Tracking: El tracking se refiere al espacio entre letras para ajustar la distancia entre cada letra para cambiar la apariencia de un bloque de texto, a diferencia del kerning, el primero lo ve de manera agrupada y el último individualmente.

Altura de la x: Es la altura promedio de las minúsculas, se llama así porque es la letra que se suele utilizar para medir.

Ascendente: Es la parte superior de una letra minúscula, la cual se extiende por encima de la altura de la x.

Descendente: Es la parte inferior de una letra minúscula que se extiende por debajo de la altura de la x.

Tipografía Serif: Este tipo de letras tiene pequeños “ornamentos” o salientes al final de cada letra, este tipo suelen asociarse con la formalidad y la tradición.

Tipografía Sans Serif: Al contrario de la anterior, estas tipografías no tiene ningún rebase o “adorno”, pueden ser rectas o redondeadas, son más fácil de leer y son más modernas.

Tipografía Script o Manuscrita: Esta tipografía imita la letra cursiva o escrita a mano, suelen ser elegantes y personales.

Lorem Ipsum: “lorem ipsum” es un texto genérico y falso que tiene el objetivo de funcionar como un borrador, con tal de ver como se ven ciertos ajustes en el texto.

Alineación: Se trata de la alineación de los elementos, es decir si estarán centrados, cargados a un lado o justificado.

Cuadrícula: Es un marco formado por columnas y filas que se cruzan y están divididas uniformemente. Con éstas los diseñadores pueden distribuir de manera adecuada el contenido.

Márgenes: Consiste en el espacio alrededor del borde de una página que no se satura con texto o imágenes, con ello se puede cambiar la apariencia de un espacio más atiborrado.

Escala: Consiste en el cambio equitativo de un objeto sin modificar sus proporciones.

Espacio Blanco: Conocido como espacio negativo se refiere a las áreas de un diseño que no tienen contenido, además de ayudar a descansar la vista y darle un fondo, también se le puede dar un diseño propio.

Troquelado: Es una técnica con la que puedes cortar ciertas áreas del material y crear un diseño en el.

Estampado en Caliente (Foil Stamping): Es la aplicación de algún acabado metálico a presión y en caliente a ciertas partes de un diseño para darle un acabado brillante.

Impresión Tipográfica (Letterpressing): Gracias a la aplicación de placas de metal con un diseño, éste se plasma en la superficie del papel para crear dimensión y textura.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Páginas web.

https://es.pikbest.com/backgrounds/qiantu-blue-color-block-creative-background_2838782.html

https://www.youtube.com/watch?v=8I0j8sxpgkA&t=109s

https://www.youtube.com/watch?v=YPtSbdLy8RM

https://gtechdesign.net/es/blog/como-disenar-un-manual-de-identidad-corporativa

https://www.fil.com.mx/media/manuales/MANUAL_FILNINOS_2018.pdf

https://www.realego.com/blog/pildoras-creativas-mejorar-creatividad/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**DAVID CÁCERES**	**INSTRUCTOR**	**ARTICULACIÓN**	**4/12/2019**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Diana Dimaté**	**Instructor**	**Articulación**	**30/11/2021**	**Ajustes nuevos lineamientos**
Autor (es)	**Eduardo Velasco**	**Instructor**	**Articulación**	**10/10/2022**	**Ajustes, nuevos lineamientos.**
Autor (es)	**Rosalba Cabrales** **Alexis Vidales**	**Instructor**	**Articulación**	**16/02/2023**	**Ajustes programa nuevo.**

	Julian Maturana				