



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

GUÍA DE APRENDIZAJE: CREACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y BRIEF DE MARCA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Promoción de Contenidos en Medios Digitales
- **Código del Programa de Formación:** 632204
- **Nombre del Proyecto Formativo:** PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA MARKETING DIGITAL EN UNIDADES EMPRESARIALES
- **Fase del Proyecto:** Análisis – Planeación
- **Actividad del Proyecto Formativo:** Construcción de identidad visual y comunicativa para una marca o unidad productiva
- **Resultados de Aprendizaje:** Desarrollar propuestas gráficas y comunicativas que respondan a los objetivos estratégicos de una marca.
- **Duración de la Guía:** 20 horas

2. PRESENTACIÓN

Esta guía tiene como objetivo que el aprendiz comprenda y aplique los fundamentos del branding para construir la identidad corporativa de un proyecto productivo. A través de ejercicios prácticos, análisis de casos y diseño aplicado, se desarrollarán los elementos esenciales que constituyen una marca. Como evidencia final, cada aprendiz diseñará un brief de marca, documento base para futuras acciones de marketing y diseño.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial

- **Descripción: Foro grupal:** ¿Qué hace memorable una marca? Debate sobre elementos visuales, verbales y de percepción.
 - **Inicio Análogo:**
Dibujo de 3 logotipos de marcas reconocidas.
Lluvia de ideas en pliego de cartulina sobre elementos clave (símbolos, colores, tipografías).
 - **Desarrollo Digital:**
Búsqueda de imágenes reales de las marcas.



Organización en presentación digital (PowerPoint o Canva).
Socialización grupal con proyector.

- **Producto:**
Mapa conceptual digital y fotos del pliego como evidencia.
- **Ambiente requerido:** Aula con acceso a internet y proyector.
- **Estrategias didácticas:** Lluvia de ideas, análisis de marcas exitosas.
- **Materiales:** Presentaciones, ejemplos visuales, marcas conocidas.
- **Duración:** 2 horas

3.2 Actividades de contextualización

- **Descripción:** Clase sobre fundamentos del branding: nombre, logotipo, paleta de color, tipografía, tono de voz.
 - **Inicio Análogo:**
Taller escrito en papel sobre elementos básicos del branding.
Compartir ideas clave en mesa redonda.
 - **Desarrollo Digital:**
Clase interactiva con análisis de marcas reales.
Creación de cuadro comparativo digital (3 marcas).
- **Producto:**
- Documento digital con cuadro comparativo y esquema manual escaneado.
- **Ambiente requerido:** Aula TIC con computadores.
- **Estrategias didácticas:** Clase interactiva, análisis de identidad de marcas reales.
- **Materiales:** Software gráfico (Illustrator, Photoshop), plantillas.
- **Duración:** 4 horas

3.3 Actividades de apropiación

- **Descripción:** Diseñar los elementos de la identidad corporativa de su proyecto productivo (logo, paleta, tipografías, estilo visual).
 - **Inicio Análogo:**
Bocetos a mano del logotipo, paleta de color y tipografía.
Referencias gráficas y anotaciones.
 - **Desarrollo Digital:**
Vectorización del logo y definición de la paleta cromática en software gráfico.
Creación de versiones del logo.
Justificación creativa de cada elemento.
- **Producto:**
 - Carpeta con archivos editables y exportables.
 - Bocetos escaneados.
 - Borrador del capítulo del Manual de Identidad.



- **Ambiente requerido:** Sala de diseño digital.
- **Estrategias didácticas:** Aprendizaje basado en proyectos.
- **Materiales:** Manual de identidad de marcas de ejemplo, recursos de diseño.
- **Evidencias de aprendizaje:** Elementos visuales desarrollados con justificación creativa.
- **Instrumentos de evaluación:** Lista de chequeo y rúbrica.
- **Duración:** 8 horas

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

- **Descripción:** Elaborar y presentar un brief de marca que recoja los elementos de identidad desarrollados. *(Requisitos aparte*)*
 - **Inicio Análogo:**
Redacción en papel de la misión, visión, valores y esquema del brief.
 - **Desarrollo Digital:**
Estructuración del brief en Word o Canva.
Integración de elementos visuales diseñados.
Preparación de presentación final.
- **Producto:**
 - Documento final del Brief de Marca + Manual de Identidad en PDF.
 - Presentación oral.
 - Evidencia del esquema manual.
- **Ambiente requerido:** Aula con proyector y acceso a los trabajos.
- **Estrategias didácticas:** Presentación oral, socialización con retroalimentación.
- **Materiales:** Plantilla guía de brief de marca.
- **Evidencias de aprendizaje:** Documento final y presentación del brief.
- **Instrumentos de evaluación:** Rúbrica de presentación y contenido.
- **Duración:** 6 horas

4. EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

Fase	Actividad	Evidencia de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Instrumentos
Planeación	Construir identidad corporativa de un proyecto productivo	Producto: Brief de marca final + diseño de elementos visuales. Evidencia de desempeño: Justificación de decisiones creativas y estratégicas. Evidencia de conocimiento: Comprensión del branding y su aplicación.	Claridad y coherencia de la identidad. Pertinencia de los elementos frente al público objetivo. Argumentación del proceso de diseño.	Lista de chequeo y rúbrica



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Identidad corporativa:** Conjunto de elementos visuales y conceptuales que identifican una organización.
- **Brief de marca:** Documento que resume los aspectos clave de la marca: misión, visión, público, personalidad, valores y estilo gráfico.
- **Manual de identidad:** Guía que define cómo debe aplicarse la identidad visual de la marca.
- **Paleta cromática:** Selección de colores que representan a la marca.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Noriega, Carlos. *Branding desde cero*.
- Wheeler, Alina. *Diseño de identidad de marca*.
- Artículos de Adobe Creative Cloud sobre diseño gráfico y marca.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	NANCY CARDENAS NUÑEZ TATIANA MOYANO PINZON	INSTRUCTORAS	ARTICULACION CON LA MEDIA	NOVIEMBRE 2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					