PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Imagen e identidad corporativa

- Denominación del Programa de Formación: TECNÓLOGO EN PRODUCCIÓN MULTIMEDIA
- Código del Programa de Formación: 228101 V102
- Nombre del Proyecto: DESARROLLO DE CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS DIGITALES PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES TOLIMENSES.
- Fase del Proyecto: PLANEACIÓN
- Actividad de Proyecto: Diseñar los elementos de la Multimedia
- Competencia: Diseñar la solución multimedial de acuerdo con el informe de análisis de la información recolectada.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Diseñar la interfaz gráfica con base en el mapa de navegación
- Duración de la Guía: 60 horas

2. PRESENTACIÓN

En el desarrollo de la presente guía, usted estimado aprendiz, identificará los elementos que integran la imagen corporativa de una empresa o negocio. Además, podrá proponer un diseño de la misma para una Mi Pyme. Durante esta etapa se buscará determinar el estilo que tendrá la empresa y la marca que la representará dentro del mercado.

Lo invitamos a participar activamente. Primero lea la guía de aprendizaje en su totalidad e inicie el desarrollo de cada una de las acciones propuestas. Bienvenido y muchos éxitos en esta etapa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial

Descripción de la actividad:	Pregunta Problematizadora
Ambiente requerido:	CAMPUS DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA, NAVE 4

Estrategias o técnicas didácticas activas:	DEMOSTRACIÓN
Materiales de formación	* PC * HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS - PHOTOSHOP * PAPEL, LÁPIZ * CONECTIVIDAD A INTERNET
Material de apoyo:	Se comparte por la carpeta del instructor
Duración de la actividad: horas.	1 hora

A. Pregunta problematizadora

La imagen corporativa es "el conjunto de ideas, prejuicios, opiniones, juicios (sean estos verdaderos o falsos), sentimientos, percepciones, experiencias (adquiridas personalmente o relatadas por otras personas), con relación a una persona física o moral, institución, empresa, grupo religioso o étnico, partido político, gobierno o nación." (Cortina, 2006: 134).

El diseño corporativo se refiere a cómo se percibe una empresa. Es un diseño generalmente aceptado de lo que una compañía "significa". La creación de un diseño corporativo es un ejercicio en la dirección de la percepción. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. La imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía, colores, imágenes y disposición de los textos. A partir de las experiencias y tendencias de los diseñadores, es posible participar de un continuo aprendizaje.

- ✓ ¿Qué elementos considera importantes tener en cuenta a la hora de diseñar y construir la imagen corporativa para una empresa?
- ✓ Mencione un ejemplo de imagen corporativa que cautiva su atención

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Descripción de la actividad:	Presentación de la imagen corporativa. Diapositiva.
Ambiente requerido:	CAMPUS DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA, NAVE 4

Estrategias o técnicas didácticas activas:	DEMOSTRACIÓN
Materiales de formación	* PC * HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS - PHOTOSHOP * PAPEL, LÁPIZ * CONECTIVIDAD A INTERNET
Material de apoyo:	Se comparte por la carpeta del instructor
Duración de la actividad: horas.	5 horas

La imagen no se encuentra en la organización en sí, sino en la mente de los públicos, ya sea internos o externos, que interactúan con ella, de tal forma que no se puede transferir o proyectar, sino que gestiona los estímulos que transmite de modo que pueda comunicar los mejores identificadores para que sea reconocida de la forma o más cercana a la imagen deseada o ideal posible.

Con el desarrollo de la siguiente actividad el aprendiz tendrá espacio para reflexionar acerca de la relevancia de contar con una adecuada Identidad e Imagen Corporativa y los beneficios que brinda a las empresas e instituciones su elaboración y correcto uso.

✓ Ubique el material de apoyo:

- **imagen_corporativa.pdf**
- **BrandingCorporativo.pdf**
- https://www.emprendepyme.net/la-imagen-corporativa.html
- **https://www.emprendepyme.net/elementos-de-la-imagen-corporativa.html**

✓ Deberá preparar y presentar una exposición en la cual se pueda plasmar los diferentes conceptos y elementos sobre Imagen Corporativa. La exposición debe contener los siguientes temas:

- ¿Qué es Imagen Corporativa?
- ¿Imagen Corporativa es lo mismo que Identidad Corporativa?
- ¿Cuáles son los elementos que hacen parte de la Imagen Corporativa?
- ¿Por qué es importante la Imagen Corporativa en una Empresa o Negocio?
- Ejemplos de imagen Corporativa: Reflexione sobre diferentes marcas y empresas reconocidas a nivel mundial. 3.
    - Explique porque ha sido tan exitoso para esas empresas que su marca sea tan reconocida

- ¿Por qué cree usted que esas empresas invierten en publicidad y en dar a conocer su marca?
- ¿Qué consideras debe tener en cuenta una empresa o negocio para lograr posicionar su marca?

✓ **NOTA: Importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones para la elaboración de la presentación:**

- Que no esté sobrecargada de texto
- Que los elementos que se incluyan en la presentación sean claros y acordes con lo que se está exponiendo
- No utilizar papeles o celulares para leer los contenidos de la presentación
- Que cada expositor domine el tema del cual está hablando.

Actividades de apropiación:

Descripción de la actividad:	Creación del logo del proyecto formativo. Realización del Eslogan.
Ambiente requerido:	CAMPUS DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA, NAVE 4
Estrategias o técnicas didácticas activas:	DEMOSTRACIÓN
Materiales de formación	* PC * HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS - PHOTOSHOP * PAPEL, LÁPIZ * CONECTIVIDAD A INTERNET
Material de apoyo:	Se comparte por la carpeta del instructor
Duración de la actividad: horas.	14 horas

Frecuentemente los consumidores son atraídos hacia marcas y compañías bien consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Esa es por cierto una de las ventajas que trae la responsabilidad social corporativa, ya que también importa en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también con los empleados dentro de la empresa.



El LOGOTIPO: El logotipo de una empresa es una pieza vital de la imagen corporativa. Es la seña de identidad por la que los clientes potenciales identificarán la marca en todas las ocasiones. El logotipo es la imagen de referencia.

Algo con lo que los clientes podrán identificar a la empresa o negocio en distintos contextos y permite hacer la diferencia con la competencia.

a. Creación Logotipo

- ✓ Cada integrante del grupo deberá presentar una propuesta de un Logotipo para la Mi pyme que está trabajando. El diseño del Logo debe presentarse a mano alzada (Bocetos).

- ✓ El Logo que se diseñe debe tener la explicación y la razón de ser del mismo. Es importante contextualizar y tener en cuenta entre los integrantes del grupo las recomendaciones o pautas para diseñar un logo:

  - Investigue qué es Isologo, Isotipo, Imagotipo y Logotipo
  - Determinar la función principal del logo
  - Considerar el público o mercado objetivo
  - Tener en cuenta los colores corporativos de la empresa o negocio
  - Se puede buscar la inspiración en otros logos, pero la idea no es copiar
  - El logo que se diseñe debe ser de fácil recordación
  - No utilizar muchos colores
  - Un logo con un diseño simple es mas fácil de reproducir y menos costoso
  - Es importante proponer varios diseños y recibir la retroalimentación del mercado objetivo

b. Eslogan

- ✓ Adjunto al Logo proponga un Eslogan que sea acorde a la razón de la empresa.
- ✓ Considere los siguientes consejos al momento de crear el Slogan:

  - **Destacar las propiedades respecto a la competencia:** Piense en ¿cuáles son los elementos que no disponen los productos o servicios de la competencia? y cree una frase que lo represente.

  - **Original y conciso:** Use metáforas, imágenes, rimas, ritmos y otros elementos para crear un slogan difícil de olvidar.

  - Un buen recurso son los juegos de palabras. También puede valerse de frases populares y darles un giro, para adecuarlas al producto o marca.

  - Considere que, desde el punto de vista del marketing, un eslogan extenso no genera el impacto deseado, porque incrementa su complejidad lingüística y sintáctica. Por eso, si no es breve y recordable, no es un slogan.

  - **Hacer que la marca rime con el eslogan:** Es una técnica que ha tenido mucho éxito, se le denomina rima de "marca incorporada", y consiste en que la marca del producto rima con la frase.

  - **La marca como concepto implícito:** En este caso el eslogan va "sin marca incorporada" y está implícito en la marca. Un buen ejemplo es: Desayuno de campeones (Corn Flakes de Kellog's)

  - **Resumir que hace la marca:** "Si es Bayer, es bueno" es un eslogan que representa exactamente qué hace la marca e incluso describe el beneficio objetivo que se promete.

  - No olvide que para desarrollar un eslogan exitoso se debe conocer el negocio o empresa que se desea promocionar, la clave puede estar en manejar bien el lenguaje publicitario.



NOTA: El Logo y el Eslogan escogidos deben ser elaborados en Illustrator

c. Elementos imagen corporativa

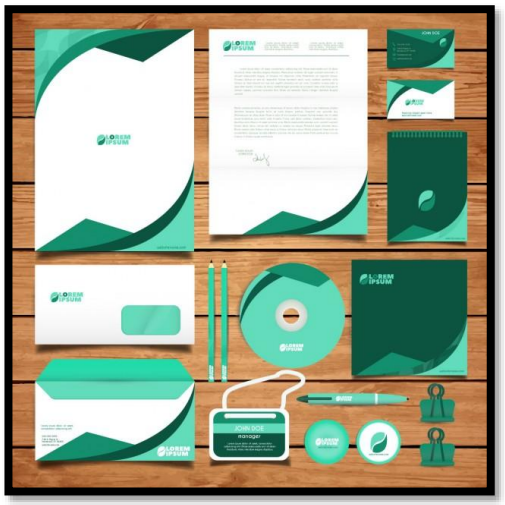
Aprendiz deberá llevar a cabo el diseño de los siguientes elementos que toda empresa debe considerar dentro de su imagen corporativa:

- ✓ **Diseño de Una carpeta para brochure corporativo**: A través del cual la Mi Pyme pueda dar a conocer su portafolio de productos y servicios. El diseño de la carpeta puede realizarse a dos caras a color, tamaño carta incluyendo solapa para doblar e introducir hojas informativas. La carpeta debe contener la siguiente información: Logo, colores corporativos, Eslogan, Nombre de la empresa y Datos de Contacto.
- ✓ **Diseño de una tarjeta de presentación**: Que incluya logo, colores corporativos, Eslogan, Datos de la persona con el cargo y Datos de contacto. Las medidas pueden ser: 3.5 x 2 pulgadas (9 x 5 cm) o el tamaño A8 (74 × 52 mm).
- ✓ **Diseño de una hoja con membrete:** Que incluya logo, colores corporativos, Eslogan y Datos de contacto.
- ✓ **Diseño de un sobre para incluir documentos tamaño carta:** Que lleve logo, colores corporativos, Eslogan y Datos de contacto.
- ✓ **Diseño de un carnet corporativo:** Con datos de la persona, el cargo, RH, Logo, colores corporativos.
- ✓ **Diseño de una E-Card para promoción de un evento:** Que incluya logo, colores corporativos, Eslogan e información del evento (Nombre del evento, Fecha, Hora, Lugar)
- ✓ **Diseño de elementos de Señalización (Mínimo 5 piezas)**

A través de estos elementos se debe reflejar la imagen corporativa de la empresa o negocio. Tenga en cuenta los colores corporativos, y los demás elementos que hacen parte de la marca.

Todos los elementos anteriores se deben implementar utilizando la herramienta Adobe Illustrator.

Se presentan a continuación algunos Ejemplos:









3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Descripción de la actividad:	Fabricación del Manual corporativo en illustrator. Diseño del Merchandising.
Ambiente requerido:	CAMPUS DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA, NAVE 4

Estrategias o técnicas didácticas activas:	DEMOSTRACIÓN
Materiales de formación	* PC * HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS - PHOTOSHOP * PAPEL, LÁPIZ * CONECTIVIDAD A INTERNET
Material de apoyo:	Se comparte por la carpeta del instructor
Duración de la actividad: horas.	40 horas

En este momento de la Guía, es necesario que usted aprendiz demuestre lo que ha aprendido con el desarrollo de las actividades anteriores y las orientaciones de su instructor. Para ello se proponen realizar otras actividades bastante interesantes:

✓ Elaboración del diseño del manual de imagen corporativa de la Mi Pyme seleccionada por el equipo de trabajo teniendo en cuenta los siguientes elementos:

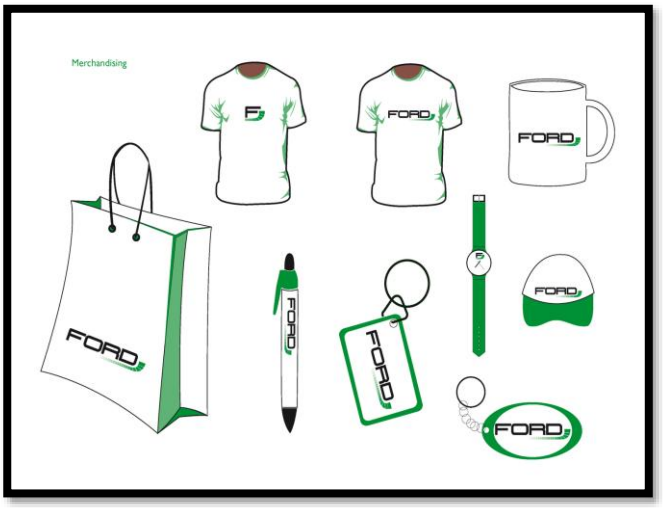
- **Breve Introducción del Manual:** El cual debe contener el propósito para el cual fue creado, su funcionalidad y su aplicación en labores de mercadeo y comunicación.
- **Logotipo:** El cual debe contener la siguiente información:
  - Explicación del mismo
  - Medidas
  - Como utilizarlo adecuadamente (Colores, fondos, Como utilizarlo en anuncios, pendones, etc.)
  - Ejemplos de usos incorrectos
- Tipografía
- Colores Corporativos (En CMYK y en RGB)
- Hoja Membrete
- Sobres
- Carpetas
- Tarjetas de Presentación
- Carnets
- Pendón Para Evento
- Ejemplo de Stand

- Ejemplo de un Aviso Publicitario
- Ejemplo de un Aviso para un Vehículo
- Merchandising:
  - Mugs
  - Agendas
  - Lapiceros

- Camisetas, Blusas, Chalecos, etc
- Cachuchas, Llaveros, Memorias USB
- CDS
- Bolsas de Regalo
- Firma de Correo Electrónico
- Plantilla Sitio Web (Propuesta Gráfica)
- E-Card

NOTA: Tomar como ejemplos los manuales de Imagen Corporativa Suministrados en el Material de Apoyo.





4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
PLANEACION	**DISEÑAR LOS ELEMENTOS DE LA MULTIMEDIA**	*** INSTALAR Y CONFIGURAR SOFTWARE DE ILUUSTRACIÓN**	**Evidencias de Conocimiento :** **Definición sobre:**	**CREA EL ARTE DE LOS ESCENARIOS, FONDOS, ELEMENTOS Y**	Lista de Chequeo Para Evaluar resultados

		*** RECONOCER EL ENTORNO Y CAJA DE PROPIEDADES DE LA HERRAMIENTA DE ILUSTRACIÓN (ILLUSTRATOR)** *** CREAR PERSONAJES, ESCENARIOS Y AMBIENTACIÓN TENIENDO EN CUENTA SU INTERACCIÓN.** **MANUAL CORPPORATIVO DEL PROYECTO FORMATIVO.**	• Exposición Identidad e Imagen corporativa **Evidencias de Desempeño:** • Diseño de Logo e imagen Corporativa • Definición de Slogan • Elementos imagen corporativa **Evidencias de Producto:** • Creación de Manual de Imagen Corporativa para una MI Pyme.	**PERSONAJES PARA LA PRODUCCIÓN MULTIMEDIA DE ACUERDO A LAS ESPECIFICACIONES DEL GUIÓN LITERARIO, UTILIZANDO HERRAMIENTAS PARA LA EDICIÓN DE IMAGEN.** **IDENTIFICA LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN Y APLICA LOS ESTÁNDARES DE USABILIDAD APROPIADOS PARA EL PROYECTO.**	de Aprendizaje

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Imagen Corporativa: Es un concepto relacionado de una forma muy estrecha con la cultura empresarial. La imagen corporativa debe ser consistente -coherente- con el posicionamiento de producto de la compañía, de la línea de productos, o de la marca. Cualquier incongruencia entre la imagen corporativa total y las posiciones de las ofertas individuales del producto será confusa para los clientes potenciales y tenderá a reducir la rentabilidad.

Identidad Corporativa: La identidad corporativa es el concepto acerca de la toma de conciencia de las organizaciones acerca de su existencia real o imaginaria, es "a lo que el ente, el ser, el objeto [...] o la persona física, empresa o institución, ES EN SÍ MISMO. Lo que le hace ser lo que es, igual solamente a sí mismo, irrepetible y absolutamente distinto de otro ser." (Cortina 2006: 95) La identidad corporativa o identidad visual (IVC) es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con los siguientes atributos: - Historia o trayectoria de la empresa, proyectos y cultura corporativa, es decir, cómo se hacen las cosas. En general incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento de tipo Manual Corporativo.

Merchandising: El merchandising (término anglosajón compuesto por la palabra merchandise, cuyo significado es mercancía y la terminación -ing, que significa acción1 2), o micromercadotecnia, es la parte de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta. Son actividades que estimulan la compra en el punto de venta. Es el conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten ofrecer el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final.

Logo: puede ser logotipo (compuesto de palabras), isotipo (de imágenes) y el isologotipo (combina tipografía e imagen). El logo debe ser comprensible por el público y atractivo para los potenciales clientes. Por ello, en el momento del diseño, deberá considerar tanto a su clientela como a la competencia, y el mensaje o idea que desea transmitir.

Eslogan: Para que tenga efecto, es necesario que sea una promesa sobre los beneficios del producto o servicio que su empresa ofrece y que la diferencia de la competencia. Debe una impresión de prestigio y credibilidad a su negocio. Es de gran efectividad que sea original

Brochure: No solo se trata de los folletos y manuales del negocio, sino de las tarjetas de presentación, sobres y etiquetas, carpetas, facturas y hasta la vestimenta de los vendedores.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Identidad Corporativa, Documento en Formato PDF

Branding Corporativo, Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Empresa, Paul Caprietti Peri. 2009

Diseño de Folder en Adobe Illustrator. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA – 2013

Diez trucos para hacer un buen eslogan. Roast Brief. Recuperado de: http://www.roastbrief.com.mx/2012/05/diez-trucos-para-hacer-un-buen-eslogan/

Merchandising, Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Merchandising. Junio de 2017

Ejemplos de Carpetas Creativas para Identidad Corporativa. Recuperado de: https://cumtgrafico.wordpress.com/2012/03/23/ejemplos-de-carpetas-creativas-para-identidad-corporativa/ junio de 2017

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Jhonatan Camilo Davila**	**Instructor**	**Centro de Industria y Construcción**	**10 de febrero del 2026**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					