



Proceso Gestión de Formación Profesional Integral									
Formato Planeación Pedagógica									
Fecha de Elaboración		Febrero 3 2026							
Denominación del Programa de Formación		DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA							
Modalidad de Formación		Presencial							
Código y versión del Programa de Formación		52230000							
Nombre del Proyecto Formativo (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)									
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)									
Nombre Completo de los integrantes del Equipo de Gestión Curricular que realizó la planeación pedagógica		Idali Bejarano Delgado Nombres y Apellidos							

FASE DE PROYECTO FORMATIVO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO FORMATIVO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	SABERES DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	SABERES DE PROCESO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
								HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		
NO APLICA	NO APLICA	291301078 Diagramar piezas gráficas de acuerdo con el medio de salida y parámetros de maquetación	RA1: ANALIZAR LA INFORMACIÓN DE LA EMPRESA, PRODUCTO O SERVICIO DE ACUERDO CON EL BRIEF	BRIEF: FORMATO, INFORMACIÓN, INTERPRETACIÓN. IMAGEN CORPORATIVA: POLÍTICAS Y FILOSOFÍA EMPRESARIAL, PROPUESTA DE VALOR, PERSONALIDAD DE MARCA. IDENTIDAD CORPORATIVA: FUNCIONALIDAD TIPOS, CARACTERÍSTICAS, DEFINICIÓN DE MANUAL DE IMAGEN. TIPOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA: ISOLOGO, ISOTIPO, IMAGOTIPO, LOGOTIPO, CONCEPTUALIZACIÓN: TÉCNICAS CREATIVAS, INSIGHTS, EJE TEMÁTICO SIMBOLOGÍA: ICONOGRAFÍA, SEMIÓTICA DE LA IMAGEN, SEÑALES, SIGNOS. TIPOGRAFÍA: APLICACIÓN EN IMAGEN	IDENTIFICAR EL ENTORNO DE TRABAJO DE LAS HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS	IDENTIFICAR LAS FUNCIONES DE CADA UNA DE LAS HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS	Actividad 1 Análisis del brief y definición del concepto de marca Descripción: El instructor presenta un caso real o simulado de una empresa. El aprendiz analiza el brief suministrado para identificar la información clave de la organización, su propuesta de valor y público objetivo. }	30	10	Actividad 1: Documento con: Análisis del brief Definición del concepto de identidad corporativa Personalidad y valores de marca Resultado de aprendizaje: Analizar la información de la empresa de acuerdo con el brief y definir el concepto de la identidad corporativa.	El proceso formativo se desarrolla bajo el aprendizaje por proyectos, donde el aprendiz es protagonista de su aprendizaje y el instructor actúa como orientador, facilitador y mediador del conocimiento. Las actividades se diseñan a partir de situaciones reales o simuladas del sector productivo, permitiendo al aprendiz resolver problemas concretos y contextualizados.
			RA2 DISEÑAR LA IMAGEN GRÁFICA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA EMPRESA TENIENDO EN CUENTA EL CONCEPTO DEFINIDO.				Actividad 2 Actividad 2: Diseño gráfico de la identidad corporativa Descripción: A partir del concepto definido, el aprendiz desarrolla la propuesta visual de la identidad corporativa aplicando principios de diseño, tipografía, color y simbología, utilizando software de diseño gráfico.			Activia 2: Propuesta de identidad visual que incluya: Logotipo (isotipo, imagotipo o logotipo) Paleta de color Tipografía corporativa Resultado de aprendizaje: Diseñar la imagen gráfica de la identidad corporativa teniendo en cuenta el concepto definido.	

			RA3:DISEÑAR LA IMAGEN GRÁFICA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA EMPRESA TENIENDO EN CUENTA EL CONCEPTO DEFINIDO.	CORPORATIVA, SICOLOGÍA DE LOS TIPOS. BOCETADO: TÉCNICAS, TIPOS, USOS, HERRAMIENTAS. COLOR: TEORÍA, TIPOS, PSICOLOGÍA DEL COLOR.	APLICAR LAS FUNCIONES, LAS HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA A SOLUCIONAR	CONCEPTUAL. CONSTRUIR EL MANUAL DE USO Y APLICACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA.	Actividad 3 Aplicación de la identidad y elaboración del manual básico Descripción: El aprendiz aplica la identidad corporativa desarrollada a diferentes piezas gráficas, manteniendo coherencia visual y unidad conceptual, y estructura un manual básico de identidad.			Documento en Word con:Manual básico de identidad corporativa que contenga: Uso correcto del logotipo Aplicaciones en piezas comerciales (tarjeta, papelería o pieza digital) Reglas básicas de uso Resultado de aprendizaje: Aplicar el diseño de la identidad corporativa a los elementos comerciales de la empresa conservando la unidad conceptual.	El proceso formativo se desarrolla bajo el aprendizaje por proyectos, donde el aprendiz es protagonista de su aprendizaje y el instructor actúa como orientador, facilitador y mediador del conocimiento. Las actividades se diseñan a partir de situaciones reales o simuladas del sector productivo, permitiendo al aprendiz resolver problemas concretos y contextualizados.

Copia no controlada

	Versión: 04
	Código: GFPI-F-134
Regional Tolima / Industria y Construcción	
Regional y Centro de formación	

AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			OBSERVACIONES
AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES	
aula de sistemas	PC, Celular	Idali Bejarano Delgado	
aula de sistemas	PC, Celular	Idali Bejarano Delgado	

Copia no controlada

aula de sistemas	PC, Celular	Idali Bejarano Delgado	

Copia no controlada