

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Branding e identidad Corporativa

Descripción:

La asignatura pretende proporcionar a los alumnos los conocimientos prácticos necesarios para elaborar un manual de identidad de marca. Para ello, los contenidos se centrarán en los requisitos formales que debe cumplir una composición verbal y visual de toda identidad y en los procesos retóricos que se producen a la hora de comprender el sentido completo de dicha composición. Para ello, ofrece al alumno una toma de contacto con las herramientas informáticas básicas propias del diseño gráfico.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

Contextualización:

- Proporcionar las herramientas necesarias para analizar y reflexionar sobre los elementos estilísticos que componen la identidad corporativa.
- Estimular y fomentar la creatividad visual del alumno.

Modalidad: *Online*

Temario:

- La marca.
- El valor de marca.
- El capital de marca.
- Modelos y elementos del valor y capital de marca.
- La Dirección de Branding.
- Marca y tendencias actuales.
- Tratamiento de mapas de bits: Gimp y Photoshop.
- Dibujo vectorial: Inkscape e Illustrator.
- Publicaciones: Scribus e InDesign.
- Creación manual de identidad de marca.

Competencias:

CE20 - Conocer los principios de la identidad de una marca, así como gestionar el manual de identidad de marca.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	15	100%
Clases prácticas	20	100%
Trabajo autónomo	100	0%

Tutorías	13	100%
Pruebas	2	100%

Metodologías docentes:

Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60

Normativa específica:

No se han establecido requisitos previos para esta asignatura.

Bibliografía:

Slade, C. (2015). Creando brand identity. Editorial Parramon.