

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA
INSTITUTO ESTATAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA DE OAXACA
COORDINACIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN EDUCATIVA
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

PROGRAMA DE ESTUDIO

NOMBRE DE LA ASIGNATURA
Identidad Corporativa

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
Séptimo Semestre	30704	85

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

El alumno aplicará los conocimientos y técnicas para el desarrollo de signos y símbolos aplicables a proyectos espaciales, de representación de productos e instituciones.

TEMAS Y SUBTEMAS

- 1. Diseño de Imagen corporativa**
 - 1.1 Antecedentes.
 - 1.2 Definición
 - 1.3 Función social
 - 1.4 Aplicaciones en la comunicación visual
 - 1.5 Criterios para crear un diseño corporativo: estilo, personalidad y símbolos, estructura de identidad
 - 1.6 Cultura corporativa y sus aspectos.
 - 1.7 Uniformidad y variedad estética
 - 1.8 Proceso metodológico para la integración de un manual de identidad corporativa
 - 1.8.1 Fase pragmática
 - 1.8.2 Fase sintáctica
 - 1.8.3 Fase semántica
 - 1.9 Manual de identidad corporativa.
- 2. Diseño de Señalización**
 - 2.1 Conceptos básicos
 - 2.2 Requisitos del sistema
 - 2.3 Síntesis creativa
 - 2.4 Manual de señalética
- 3. Diseño de imagen de producto**
 - 3.1 Definición
 - 3.2 Revisión de tipología de envases
 - 3.3 Marca de producto
 - 3.4 Imagen de marca
 - 3.5 Conceptos miméticos y heteronómicos
 - 3.6 Manual de uso y aplicación de imagen

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Las sesiones se desarrollarán utilizando medios de apoyo didáctico como son la computadora y los proyectores. Investigación documental y de campo por parte de los alumnos. Asesoría y dirección para la elaboración de propuestas de diseño de identidad gráfica

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Evaluaciones parciales y final. Entrega de trabajos de investigación documental y de campo. Presentación de la definición sintética del problema (brief) expediente o carpetas de justificación. Ejercicios en clase y extraclase. Modelos o dummies de propuestas. Realización y evaluación de proyecto final. Todo esto tendrá una equivalencia del 100% en la calificación final.



**COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica:

Corporate identity manuals, Century Communication, Carter David New York, 1981

La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos, Paidós, Chavez Norberto, Bellucia Raúl Buenos Aries, 2003.

Manual de imagen corporativa, De Jong Cees y Shilp Ernst Gustavo Gili, Barcelona, 1991.

The Corporate personality, To Design Council, Olins, Wally Londres, 1978.

Bibliografía de consulta:

Process Viisual: development of a corporate identity. ABC, Schmittel Wolfgang, Zurich, 1978.

Guide sign Graphics, Editorial Pie Books, 2006

Diseño de envases para exportación, Instituto Mexicano del Envase, BANCMEXT, México, Celorio Carlos 1993.

Envases y embalajes factibles de economía, Costa Joan IMPI, Madrid, 1991.

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Licenciatura o Maestría en Diseño gráfico, comunicación gráfica, con especialidad en identidad señaletica y branding, manejo de programas de ilustración y fotografía.



COORDINACIÓN
GENERAL DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR