

PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

Profesor: Jorge León

PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

Calidad gráfica genérica	Compatibilidad semántica	Vocatividad
Compatibilidad estilística	Suficiencia	Singularidad
Corrección tipológica	Declinabilidad	Pregnancia
Vigencia	Reproducibilidad	Inteligibilidad
Versatilidad	Legibilidad	Valor acumulado

9. DEFINIR LA ESTRATEGIA: 15 PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

i. ¿En qué tipo de soportes y materiales deberá reproducirse la marca de mi cliente?

Parámetro: Reproducibilidad.

- La marca Gráfica debe manifestarse siempre bajo la misma apariencia. debe parecer la misma tanto en las reproducciones planas y en el relieve, como en las corpóreas o tridimensionales.

9. DEFINIR LA ESTRATEGIA: 15 PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

- La variedad o complejidad de las reproducciones surge del análisis previo de las situaciones de usos previsibles de la marca.
- El tipo de cliente y de necesidades de comunicación determinan las exigencias de la reproducibilidad.







Telefónica



Telefónica

Telefónica

Telefónica







Davidoff



SONY
make.believe

durable and water resistant

The Xperia™ Z has tempered glass with anti-shatter film and is water resistant to one metre.

XPERIA

sonymobile.com/preorder



THE SUPERMODEL.



SONY
make.believe

SUPER WIDE SHOT

Cyber-shot



SONY
make.believe

durable and water resistant

The Xperia™ Z has tempered glass with anti-shatter film and is water resistant to one metre.

XPERIA

sonymobile.com/preorder

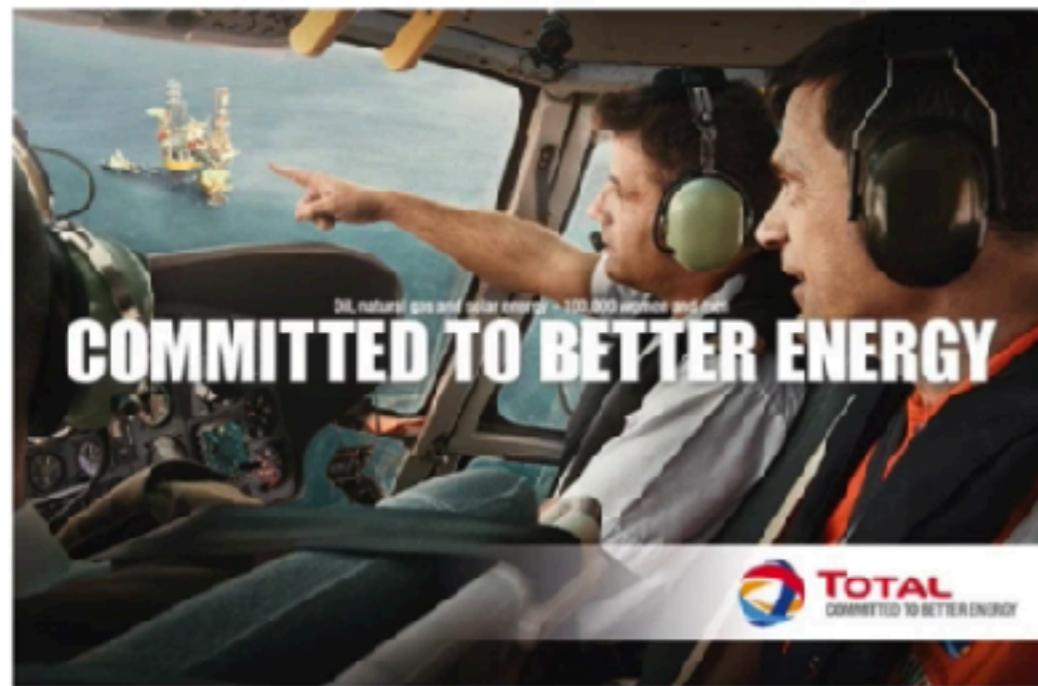


THE SUPERMODEL.



SUPER WIDE SHOT











Coca-Cola



pepsi





Shell



TOTAL



TEXACO



REPSOL

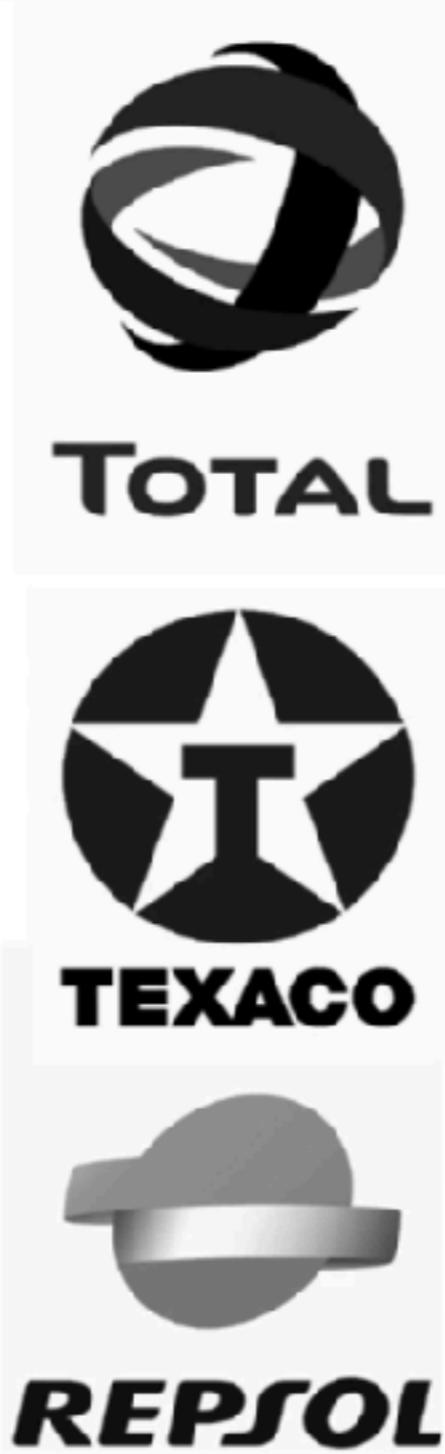
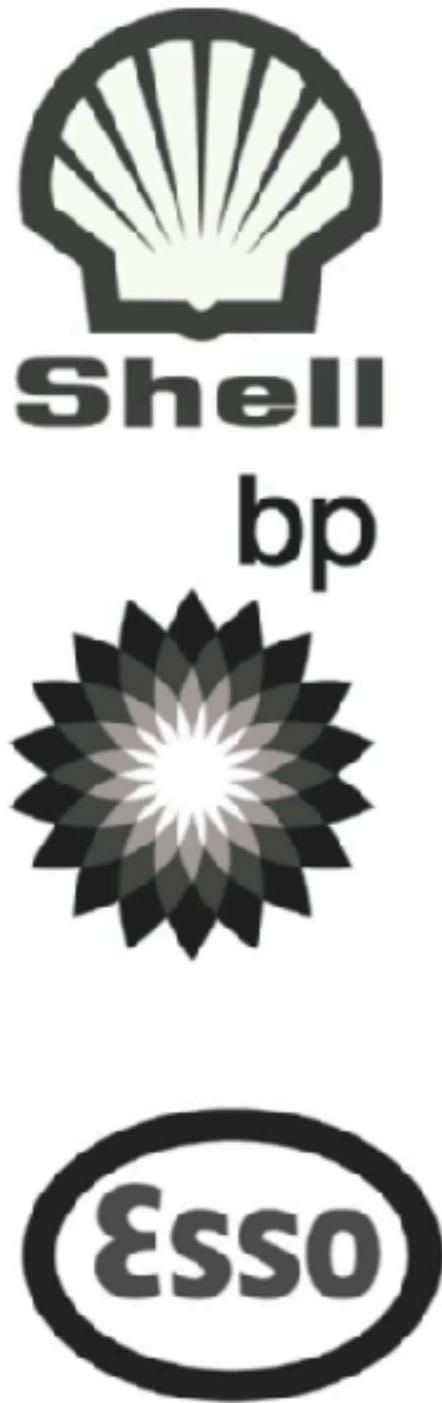


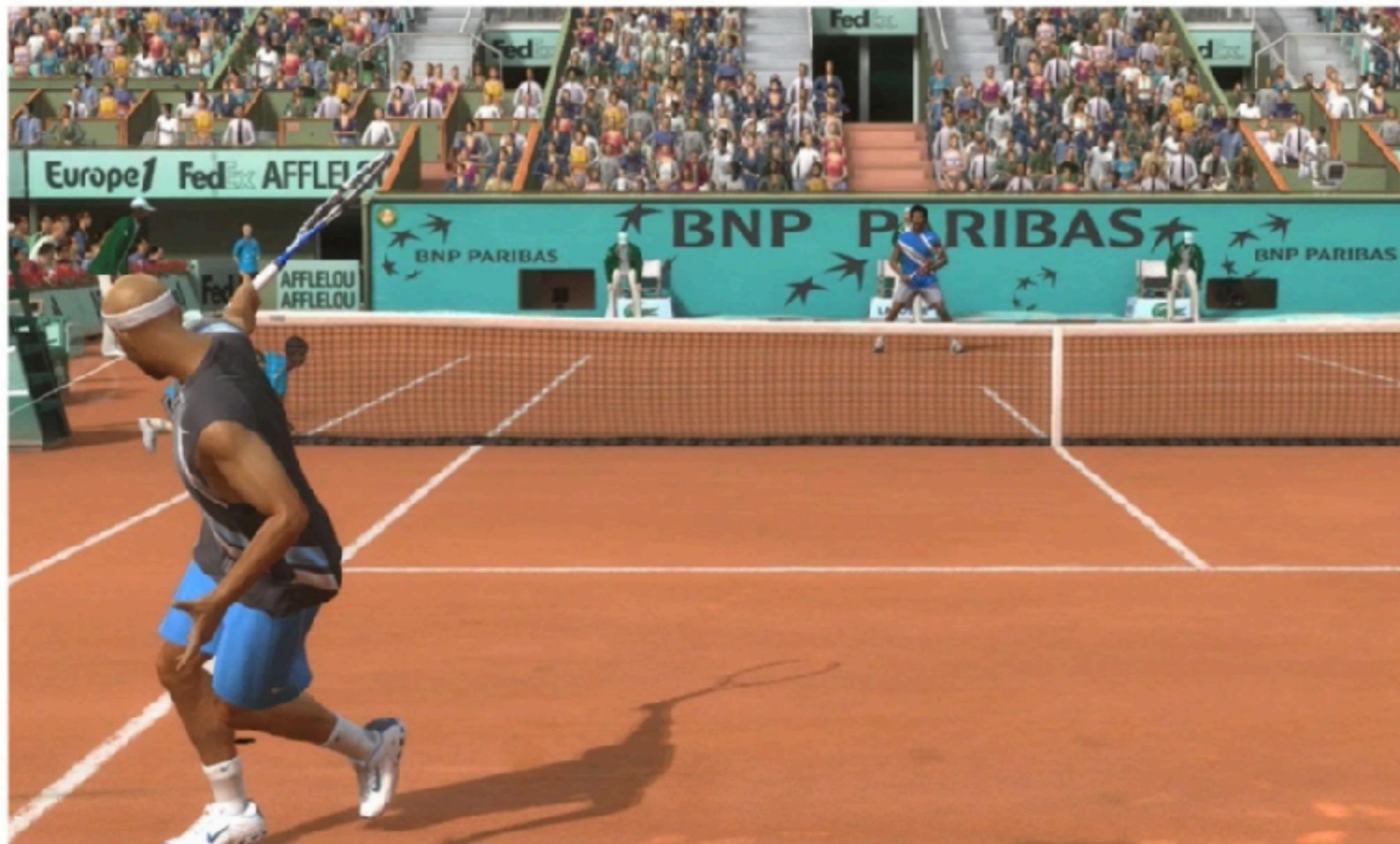
PETROBRAS



YPF

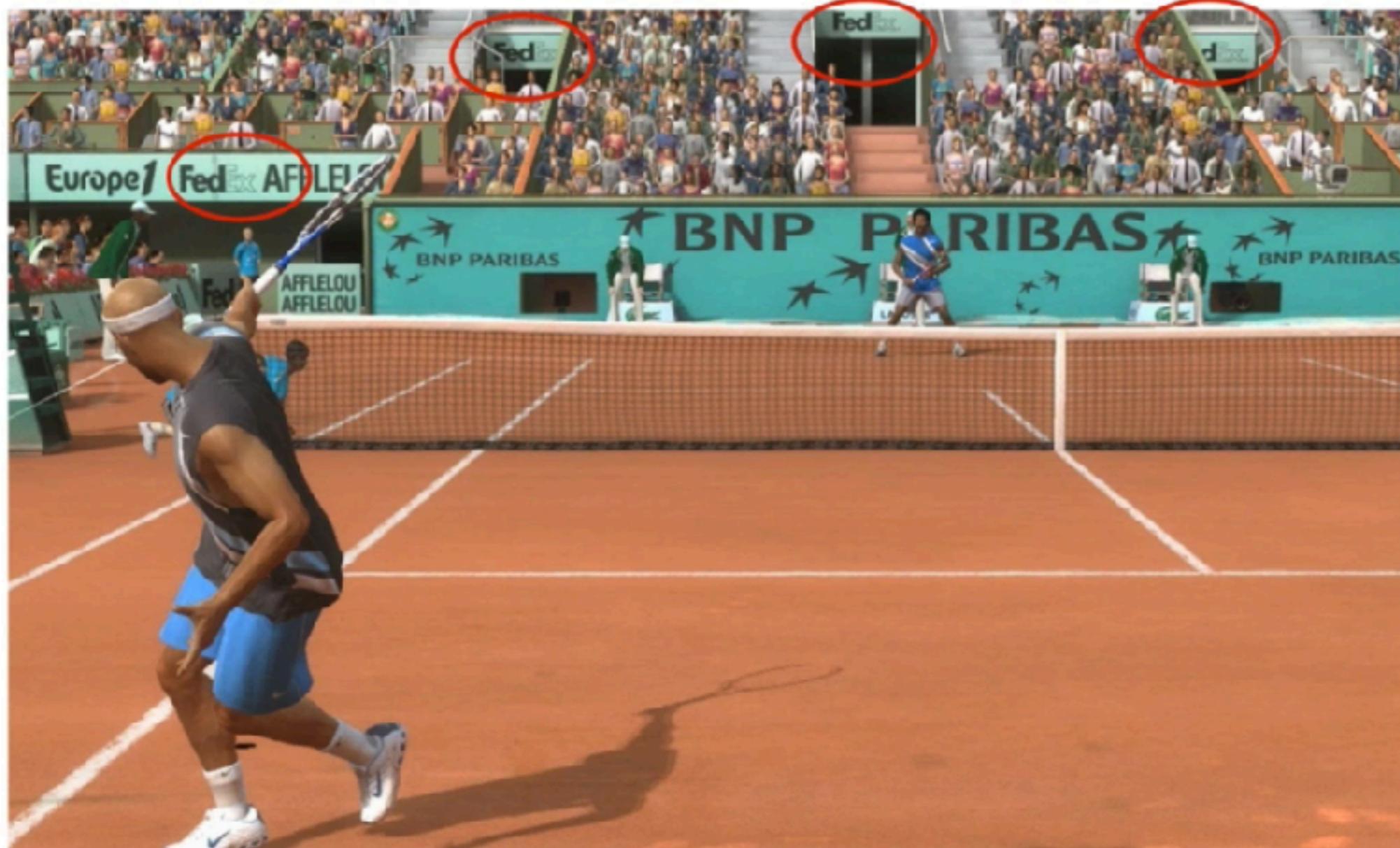






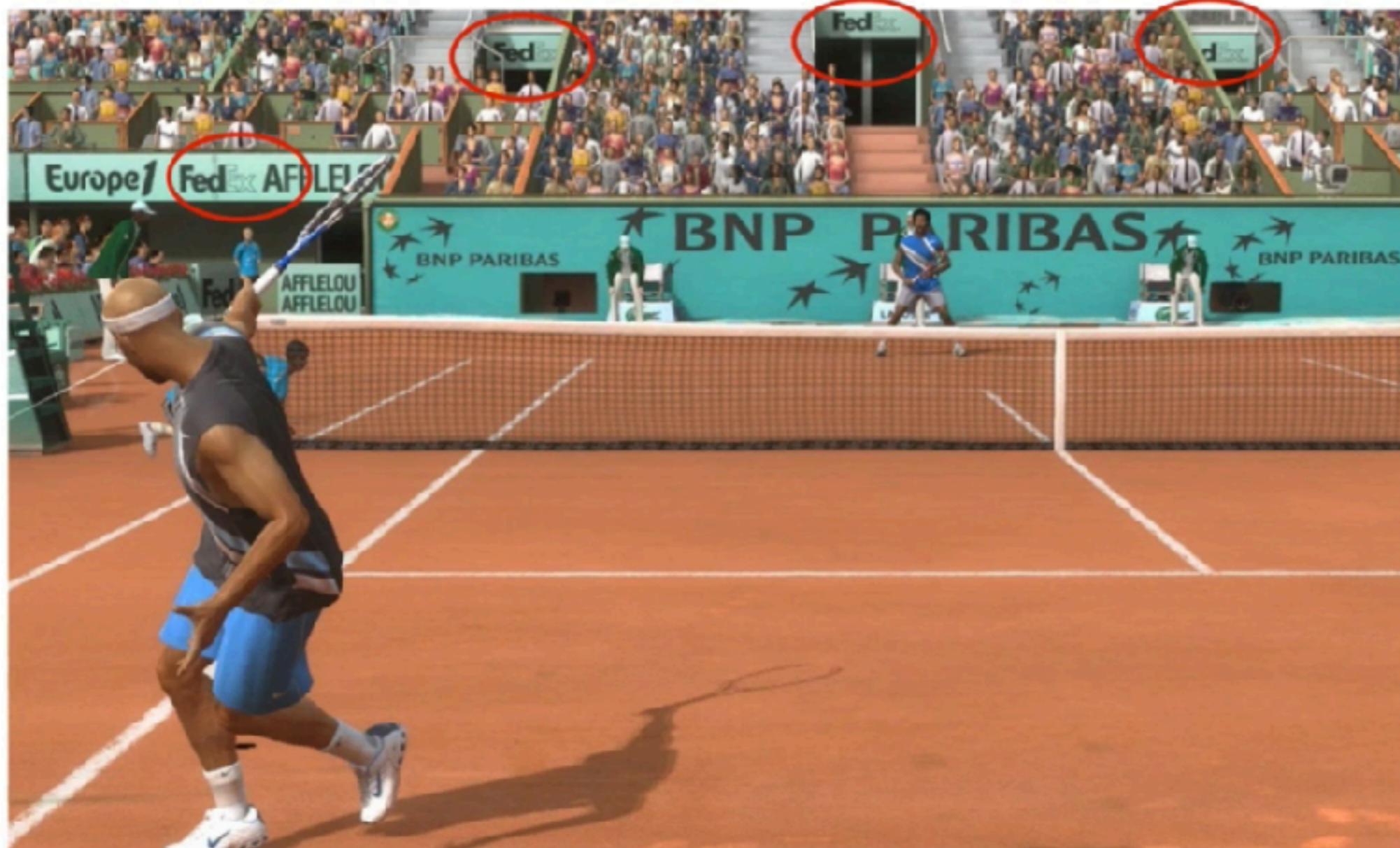
FedEx.

IBM.



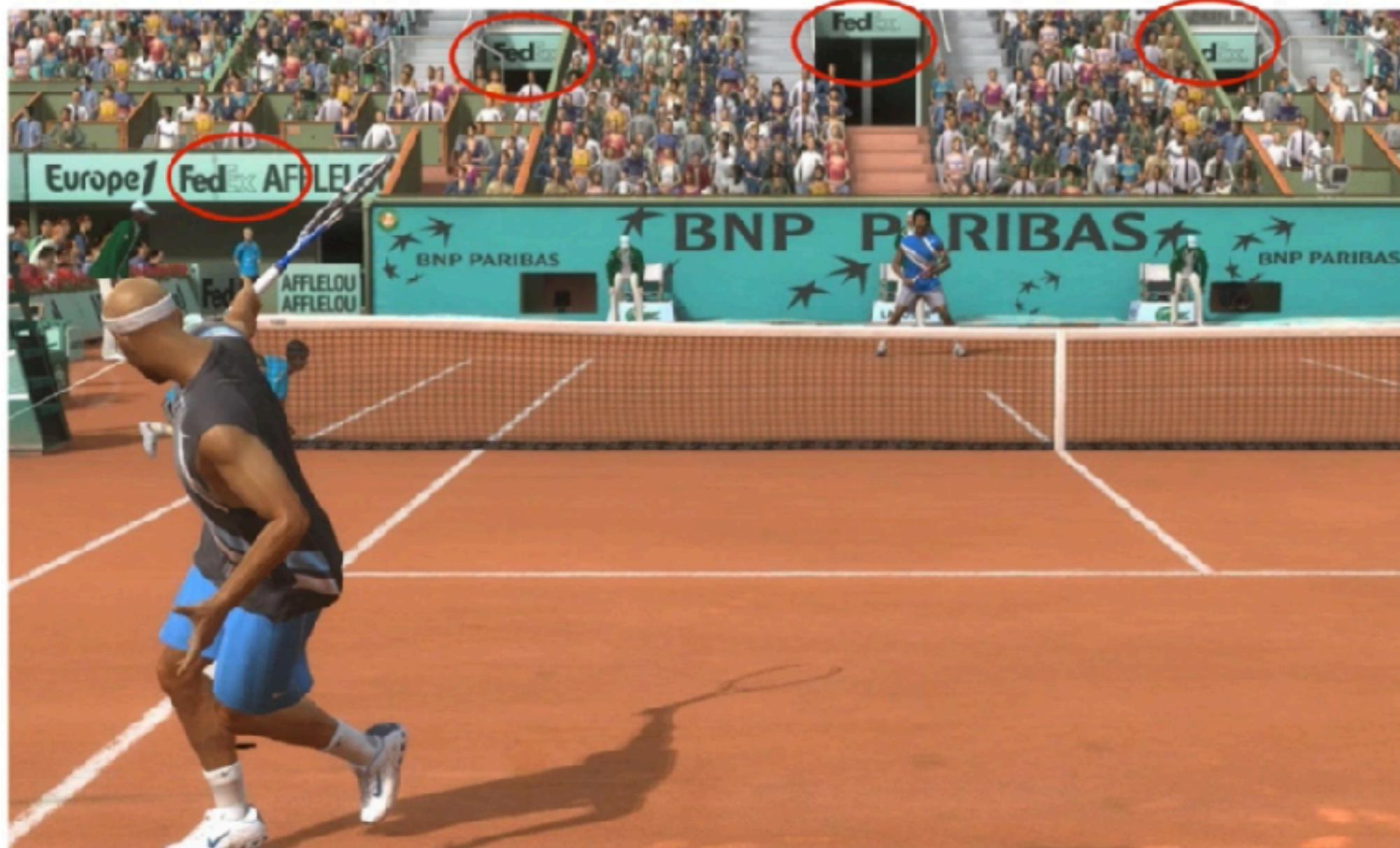
FedEx.

IBM.



FedEx.

IBM.



FedEx.

IBM.

9. DEFINIR LA ESTRATEGIA: 15 PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

- La reproducibilidad es un parámetros netamente físico y pariente de la legibilidad, con quien no debe confundirse.