

Especialización

Diseño de Identidad Visual

¿Quieres más
información?



Universitat
Oberta
de Catalunya

La formación de posgrado
en línea para los profesionales

Diseño de Identidad Visual

Las marcas están por todas partes. En la actualidad, cada manifestación de una marca forma parte de un universo visual y sensorial que se ha potenciado con el desarrollo de los medios de comunicación digitales.

En consecuencia, el rol del **diseñador** en el ámbito de la identidad visual y marca ha evolucionado más allá del diseño de logotipos y colores para una empresa, haciendo indispensables también conocimientos del **branding** para contribuir a la estrategia de marca desde su propia creación.

Siendo la identidad visual uno de los terrenos más habituales de los profesionales del **diseño gráfico**, la formación que proponemos permitirá ampliar las competencias de tipo estratégico y tecnológico. Para ello, el plan de estudios se plantea de un modo aplicado, facilitando el uso de programas de diseño, principalmente aquellos que forman el **paquete Adobe** (Illustrator, Photoshop, After Effects, Adobe Premiere).

Objetivos y competencias

- Diferenciar entre visión, misión y valores de marca.
- Idear una estrategia de *branding* para marcas.
- Crear una marca nueva o reposicionar una existente.
- Conocer los componentes visuales de una marca.
- Crear un proyecto de marca gráfica.
- Desarrollar aplicaciones de identidad visual.
- Producir un manual de identidad visual básica.

Competencias

- Comprender el proceso de creación de una marca y saberlo aplicar desde el concepto inicial pasando por el *namings*, su representación gráfica (logotipo) y hasta las diferentes aplicaciones.
- Conceptualizar, planificar y desarrollar proyectos de *branding* a partir de una visión global y estratégica estableciendo objetivos alcanzables y medibles, desde una posición de liderazgo y en colaboración con los distintos profesionales que forman parte de este proceso.
- Conocer la historia y el contexto donde se desarrolla la cultura de marca, dotando de un discurso propio las propuestas de *branding*.
- Desarrollar aplicaciones de identidad visual, verbal y sensorial de forma coherente, elaborando mensajes y narrativas de marca en entornos *online* y *offline*.
- Dominar el uso de las distintas técnicas, herramientas digitales, materiales y soportes para formalizar las diferentes aplicaciones de la marca.
- Presentar y argumentar un proyecto de identidad corporativa de forma profesional, dominando de forma consistente los conceptos inherentes al *branding* y el diseño de marcas.
- Identificar las distintas metodologías y técnicas de investigación, tanto académica como profesional, y aplicarlas de forma eficaz en el diseño y la comunicación de marca.

A quién va dirigido

El programa se dirige a profesionales interesados en el diseño gráfico y construcción de la marca que desarrollen su trabajo en los siguientes ámbitos profesionales:

- Estudios de diseño.
- Agencias de publicidad.
- Departamentos de comunicación de organizaciones.
- Autónomo.

Salidas profesionales

- **Especialista en *branding***: profesional que analiza y plantea la estrategia de marca más adecuada a las empresas. Realiza su trabajo en estudios o consultoras de *branding* y aunque conoce los lenguajes, los soportes y las herramientas de diseño, su perfil es más conceptual o estratégico.
- **Responsable de marca (*brand guard*)**: profesional que se ocupa de garantizar que todas las aplicaciones y acciones comunicativas de una marca tengan coherencia con la estrategia de *branding*, una vez implementadas.
- **Diseñador/a especialista en imagen corporativa**: profesional especializado en diseño de logotipos y cualquier otro elemento de imagen corporativa empresarial o institucional. Es capaz de crear soluciones y aplicaciones en diferentes ámbitos de carácter visual o audiovisual desarrollando aquellos elementos necesarios para cada proyecto (tarjetas, folletos, grafismos animados, etc.), así como el manual de identidad corporativa o guía de estilo de la marca. En cuanto al entorno digital, es el responsable de crear las aplicaciones de marca para una web, para aplicaciones de *smartphones*, tabletas o cualquier dispositivo móvil.

Requisitos académicos de acceso

Para cursar un posgrado propio no es necesario tener una titulación oficial universitaria.

Los estudiantes que acreditéis una titulación universitaria oficial reconocida recibiréis, según el curso superado, un diploma de máster/diploma de posgrado.

Los estudiantes que no acreditéis una titulación universitaria oficial reconocida recibiréis un diploma de extensión universitaria.

Los estudiantes que superéis una especialización (certificado de especialización) recibiréis, independientemente de los estudios previos, un certificado de especialización.

Dirección académica

Dra. Gemma San Cornelio Esquerdo

Doctora y profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación (UOC). Directora académica de la especialización de posgrado de Diseño Audiovisual y Visualización de Información. Licenciada en Bellas Artes (1999) y doctora (programa de Comunicación) por la Universidad Politécnica de Valencia (2003). Investigadora en el ámbito de la cultura y la creatividad digital.

Programa académico Créditos ECTS

Estrategia de *branding* y arquitectura de marca 5

Definición y tipos de *branding*

Arquitectura de marca

Brand equity, *brand awareness* y otros conceptos estratégicos

Cómo diseñar una estrategia de *branding*:

- Describir al *buyer* y la relación que se pretende construir con este
- Determinar los objetivos de la marca
- Analizar la competencia y los territorios posibles
- Perfilar el universo de la marca
- Construir una propuesta de valor (*brand value*)
- Dotar de contenido a la marca (*storytelling*)
- Darle forma y sentidos a la marca (*storydoing*)
- Establecer los canales de comunicación
- Monitorizar y evaluar resultados

Cómo crear una marca:

- Investigar
- Conceptualizar
- Decidir (misión, visión y valores)
- Tener una idea
- Darle forma (color, sabor, olor, tacto, etc.).
- Proteger la marca

Estrategias de las marcas fabricantes, las no-marcas y el *co-branding*

Marca gráfica e identidad visual 5

Componentes de una marca gráfica: nombre o fenotipo (*naming*), logotipo, símbolo (isotipo), tipografía y color

Evolución y tendencias en el diseño de marcas

Parámetros de calidad de la marca gráfica

Consistencia con la estrategia de *branding*

Análisis y evaluación de marca gráfica

Metodología y fases del proyecto de diseño de marca

Creación de un proyecto de identidad visual (marca-logotipo)

Diseño de aplicaciones básicas visuales de la marca (pantalla, web, móvil, papel, fotografía, etc.)

Manual de identidad visual: elementos básicos y maquetación

FORMAR TRANS- FORMAR

Sedes

BARCELONA

Rambla del Poblenou, 156
08018 Barcelona
Tel.: 934 817 272

LLEIDA

Calle Canyeret, 12, 2a. planta
25007 Lleida
Tel.: 973 72 70 77

PALMA

Calle Ausiàs March, 11
07003 Palma
Tel. 971 65 86 11

MANRESA

Av de les Bases de Manresa, 1
08242 Manresa
Tel.: 934 817 272

REUS

Calle de l'Escorxador, 1
43202 Reus
Tel.: 977 33 80 08

SALT

Factoria Cultural Coma Cros
Calle Sant Antoni, 1
17190 Salt
Tel.: 972 40 50 67

TORTOSA

Calle Alfara de Carles, 18
43500 Tortosa
Tel.: 977 58 80 66

MADRID

Plaza de las Cortes, 4
28014 Madrid
Tel.: 915 991 188

SEVILLA

Calle Torneo, 32
41002 Sevilla
Tel.: 954 99 16 25

VALENCIA

Calle de la Paz, 3
46003 Valencia
Tel.: 96 348 66 48

VILA-REAL

Biblioteca Universitària
del Coneixement
Avinguda Pius XII, 43
12540 Vila-real
Tel.: 964 54 72 44

COLOMBIA

Carrera 7 #73-47, oficina 802
110221 Bogotá
Colombia
Tel.: +57 1 7945400

CIUDAD DE MÉXICO

Paseo de la Reforma, 265, piso 1
Col. Cuauhtémoc
06500 México, D.F.
Tel.: + 52 55 55114206

**Todas las sedes UOC en
sedes.uoc.edu**



Times Higher Education World University Rankings

- Entre las 150 mejores universidades jóvenes del mundo.
- La mejor universidad en línea de Iberoamérica.
- La segunda universidad de España con menos de 50 años.

Premios y reconocimientos UOC

- Homenaje a los 25 años de historia en la 25a. Noche de las Telecomunicaciones y la Informática (2020)
- Human Resources Excellence in Research (HRS4R) de la Comisión Europea (2018)
- Premio EDEN de excelencia institucional (2016)
- Premio a la Inclusión por las Enfermedades Raras de la FEDER (2016)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Oro) de la IMS Global Learning Consortium (2015)
- Medalla de Oro de la Cruz Roja (2015)
- Telefónica Ability Awards (2012)
- Premio IGC a la Innovación Digital (2010)
- Premio Center of Excellence del NMC (2009)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Oro) de la IMS Global Learning Consortium (2008)
- Premio Nacional de Telecomunicaciones de la Generalitat de Catalunya (2005)
- Centro de Excelencia en el Global Education and Research Program de SUN (2003)
- Premio ICDE de Excelencia (2001)
- Premio WITSA a la mejor iniciativa digital (2000)
- Premio Bangemann Challenge a la mejor iniciativa europea en enseñanza a distancia (1997)

Consulta la oferta
formativa de la UOC
estudios.uoc.edu

