



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
 LICENCIATURA: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

<b>PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:</b>				
DISEÑO V				
<b>IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA</b>				
<b>MODALIDAD:</b>	Curso			
<b>TIPO DE ASIGNATURA:</b>	Teórico-práctica			
<b>SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:</b>	Quinto			
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Obligatoria			
<b>NÚMERO DE CRÉDITOS:</b>				
<b>HORAS DE CLASE A LA SEMANA:</b>	6	<b>Teóricas:</b> 2	<b>Prácticas:</b> 4	<b>Semanas de clase:</b> 16
				<b>TOTAL DE HORAS:</b> 96
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:</b>	Diseño IV			
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:</b>	Diseño VI			

**OBJETIVO GENERAL**

Introducir al alumno en la comprensión y manejo teórico-practico de los elementos del lenguaje visual para la correcta significación y configuración morfológica de la forma en una identidad gráfica y la identidad visual corporativa.

**OBJETIVOS ESPECIFICOS DE ENSEÑANZA**

**a)** Reconocerá la importancia, historia y elementos de la Identidad Visual y su papel en la economía y sociedad actual. **b)** Reconocerá los elementos formales y estéticos deseables en el diseño de una Identidad Visual que favorezcan su permanencia y clara comunicación. **c)** Conocerá y procurará las características físicas y técnicas del diseño de Identidad Visual que permitan una reproducción técnica adecuada en diferentes medios. **d)** Aplicará una metodología en el proceso de diseño de Identidad Visual.

**ÍNDICE TEMÁTICO**

<b>UNIDAD</b>	<b>TEMAS</b>	<b>Horas Teóricas</b>	<b>Horas Prácticas</b>
1	Identidad Visual Corporativa	12	24
2	Metodología para el Diseño de Entidad Gráfica Corporativa	8	16
3	Diseño del Manual de Entidad Gráfica Corporativa	12	24
	Total de Horas Teóricas	32	
	Total de Horas Prácticas		64
	Total de Horas		96

## 1. LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

### 1.1. Antecedentes, definiciones y significado.

1.1.1. Historia de las marcas e Imagen Corporativa.

1.1.2. Definiciones y etimologías de Imagen e Identidad Corporativa.

1.1.3. Función de Identificación: Profesional, Institucional, Empresarial, Corporativa, Marca, productos y servicios.

1.1.4. Proceso de diseño de la Identidad corporativa.

1.1.4.1. Producto o servicio (cualidad).

1.1.4.2. Identificación verbal (nombre de marca).

1.1.4.3. Identificador gráfico (logotipo).

1.1.4.4. Imagen corporativa (identificación visual).

1.1.4.5. Imagen global (percepción audio-visual).

1.1.4.6. Diseño de experiencias (percepción multisensorial).

### 1.2. Elementos que la componen.

1.2.1. Identificador Gráfico.

1.2.1.1. Logotipo (Anagrama, Monograma, Siglas).

1.2.1.2. Símbolo (Pictograma, Icono).

1.2.1.3. Cromática.

1.2.2. Identificadores secundarios.

1.2.2.1. Tipografía corporativa.

1.2.2.2. Slogan.

1.2.2.3. Color.

1.2.2.4. Diseño de signo acústico.

1.2.2.5. Diseño de mascota.

1.2.2.6. Otros intangibles.

1.2.3. Manual de uso Identidad gráfica corporativa (su objetivo y usuarios).

1.2.3.1. Subtipos de manual: Condensado, para marca, para producto.

### 1.3. Consideraciones para el Diseño de la Identidad gráfica Corporativa.

1.3.1. Evocación de la actividad y objetivo del emisor.

1.3.2. Abstracción visual simple y concreta.

1.3.3. Colores y formas que faciliten la legibilidad.

1.3.4. Permanencia del diseño a largo plazo.

1.3.5. Pruebas de reproducción y legibilidad del diseño: tamaños, medios, distancias.

1.3.6. Ejemplos de Identidad Visual.

## 2. METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA

2.1. Diseño proyectual: diferencias y coincidencias de autores varios.

2.2. Proceso de identificación (detección de necesidades).

2.2.1. Marco referencial.

2.2.1.1. Antecedentes de la empresa y su Identidad Visual.

2.2.1.2. Filosofía y objetivos.

2.2.2. Planteamiento del problema.

2.2.2.1. Análisis de la Identidad Visual actual.

2.2.2.2. Definir objetivos y características de la nueva identidad visual.

2.3. Proceso de investigación.

2.3.1. Gráfica.

2.3.2. Conceptual.

2.3.3. Perfil de receptores (factores sociales, culturales, lenguaje, percepción, etc.).

2.3.4. Análisis de datos.

2.3.5. Tabla de pertinencias.

2.4. Fases de concertación.

2.4.1. Primeras ideas.

2.4.2. Bocetación.

2.4.3. Dummies.

2.5. Proceso de evaluación.

2.5.1. Funcionalidad.

2.5.2. Producción.

2.5.3. Distribución.

### **3. DISEÑO DEL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA**

3.1. Introducción.

3.1.1. Mensaje institucional.

3.1.2. Justificación, Objetivos y Alcances.

3.1.3. Normas de uso y recomendaciones.

3.2. Identificador gráfico (logotipo y símbolo).

3.2.1. Identificador y colores (Pantone, CMYK, RGB, Hexadecimal).

3.2.2. Retícula de trazo y proporciones.

3.2.3. Área de protección y tamaño mínimo.

3.2.4. Alternativas de colores (positivo y negativo).

3.2.5. Usos Correctos e Incorrectos.

3.2.6. Tipografía Corporativa.

3.2.7. Archivos para medios electrónicos.

3.3. Aplicaciones.

3.3.1. Papelería Básica (hoja, sobre y tarjeta).

3.3.2. Gafetes (empleados, visitantes, etc.).

3.3.3. Plantillas electrónicas (Power Point, Word, Web, etc.).

3.3.4. Uniformes.

3.3.5. Vehículos.

3.3.6. Artículos promocionales.

3.3.7. Aplicaciones publicitarias: impresas, electrónicas, fachadas, etc.

3.4. Planillas recortables de la identidad gráfica y los colores.

### **4. Actividades Complementarias: Desarrollo de un Proyecto Final**

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Aicher, Otl, *Analógico y digital*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2001.
- Aicher, Otl, *Tipografía*, Editorial Campgrafic, España, 2004.
- Baines, Phil, *Tipografía: función, forma y diseño*, España, Editorial GG, 2005
- Blanchard, Gerard, *La letra*, Barcelona, Editorial Ceac, 1990.
- Bringhurst, Robert, *The elements of typographic style*, Vancouver, Editorial Hartley & Marks, 1999.
- Cheng, Karen, *Diseñar tipografía*, España, Editorial GG, 2006.
- *FontLab 5 user manual* (disponible en [www.fontlab.com](http://www.fontlab.com))
- Friedl, Friedrich / Ott, Nicolaus / Stein, Bernard: *TYPO, who, when, how*. Könemann 1998.
- Germani-Fabris, *Fundamentos del proyecto gráfico*, Barcelona, Editorial Ediciones Don Bosco, Nuevas fronteras gráficas, 1973.
- Jones, John, *Design methods*, New York, Editorial Van Nostrand, Reinhold, 1992.
- McLean, Ruari: *Manual de tipografía*, Madrid, Editorial Blume, 1987.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Müller-Brockman, Josef, *Sistemas de retículas*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1992.
- Munari, Bruno, *Diseño y comunicación visual*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1985.
- Paoli, J. Antonio, *Comunicación e información*, México, Editorial Edicol, 1983.
- Prieto, Luis, *Estudio de lingüística y semiología generales*, México, Editorial Nueva imagen, 1984.
- Selle, Gert, *Ideología y utopía del diseño*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1988.
- Rodríguez Morales, Luis, *Para una teoría del diseño*, México, Editorial Tilde Azcapotzalco, UAM, 1989.

## CIBERGRAFÍA

- [http://www.educa.madrid.org/web/ies.puertabonita.madrid/web0001/centro\\_doc/m\\_didacticos/orden/reticulas.htm](http://www.educa.madrid.org/web/ies.puertabonita.madrid/web0001/centro_doc/m_didacticos/orden/reticulas.htm)
- <http://www.ilustracion10.com/disenio-y-maquetacion-editorial-maquetacion-libros-maquetacion-madrid>
- <http://www.imageandart.com/>

- <http://www.rppnet.com.ar/identidad.htm>
- [http://www.imart.es/descargas/manual\\_IMART100308.pdf](http://www.imart.es/descargas/manual_IMART100308.pdf)
- [http://www.lanaranjacreativa.es/descargas\\_pdf/Manual\\_de\\_identidad\\_corpora](http://www.lanaranjacreativa.es/descargas_pdf/Manual_de_identidad_corpora)

## SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	
Prácticas de campo	
Otras	

## MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	
Asistencia	
Exposición de seminarios por los alumnos	

## PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
Diseño Gráfico ó, Diseño y Comunicación Visual ó, Diseño de la Comunicación Gráfica.	En Artes Visuales	Diseño	Simbología y Diseño en Soportes Tridimensionales.