

Técnicas de diseño gráfico corporativo

DESCRIPCIÓN

Los objetivos del curso:

- Seleccionar contenidos, imágenes y textos, necesarios para la elaboración de folletos, carteles y materiales publi-promocionales, de acuerdo a criterios preestablecidos y respetando la normativa vigente e identidad corporativa.
- Analizar características de distintos tipos de materiales de carácter publicitario e informativo en diferentes soportes convencionales y «online».
- Aplicar criterios de identidad corporativa, trasladándolos de manera creativa al diseño publicitario y al medio de publicación.
- Aplicar técnicas de comunicación persuasiva e identificar los estilos propios de la comunicación comercial e informativa para la elaboración y difusión de materiales publi-promocionales.
- Elaborar bocetos de materiales de carácter publi-promocional, folletos y carteles no complejos, aplicando técnicas de diseño y utilizando aplicaciones informáticas a nivel usuario.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

FICHA DEL CURSO

**Modalidad Elearning**

Duración: 60 h

**Titulación Otorgada**

Técnicas de diseño gráfico corporativo

**Título emitido por****PREVENSYSTEM**

**Modalidad Elearning**

Duración: 60 h

**Titulación Otorgada**

Técnicas de diseño gráfico corporativo

**Título emitido por****Unidad didáctica 1. Imagen e identidad corporativa**

1.1 Identidad corporativa 1.2 Imagen gráfica 1.3 Diseño gráfico y comunicación corporativa. 1.4 Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad.

Unidad didáctica 2. Elaboración de materiales de marketing y comunicación sencillos

2.1 Principios y elementos de composición 2.2 Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva. 2.3 Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación. 2.4 Fuentes de información y bancos de imágenes: 2.5 Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa

Unidad didáctica 3. Autoedición de folletos y materiales de comunicación sencillos

3.1 La línea gráfica impresa: papelería corporativa. 3.2 Técnicas de diseño gráfico en materiales publicitarios sencillos. 3.3 Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario.