

Categorías: Comercio y marketing

### OBJETIVOS

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

### CONTENIDOS

#### **UD1. 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.

#### **UD2. 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 Publipromocionales 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.

#### **UD3. Autoedición de folletos y materiales de comunicación sencillos.**

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

