

**CARRERA: TÉCNICO SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO**  
**BASES PARA EL DESARROLLO Y ELABORACION DE TRABAJOS FINALES**  
**SEGUNDO CICLO: DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL**

La Dirección Académica y plantel docente de la carrera de Diseño Gráfico (2do. ciclo) convoca, con carácter obligatorio, a los estudiantes de esta carrera a desarrollar, presentar y defender el trabajo final de ciclo bajo las siguientes características:

- Trabajo **INDIVIDUAL**.
- El docente de laboratorio y de taller teórico práctico esta en la **obligación de GUIAR EL PROCESO** de elaboración del Manual de Identidad Visual y revisar la misma hasta su conclusión.
- La Organización, institución o empresa a elección (necesariamente en funcionamiento o de reciente creación).
- Presentación del **Diagnóstico y Estrategia de Marca** redactado adecuadamente.
- Presentación del Manual de Identidad Visual diagramado adecuadamente.
- Presentación de las piezas gráficas impresas (ver inciso "C") demostrando uso de todos los conceptos teórico prácticos adquiridos.

**A. DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGÍA DE MARCA**

Debe diagramarse en formato vertical tamaño carta con un tamaño de letra Arial de 10 puntos.  
En el documento deben desarrollarse los siguientes puntos:

1. Información general
2. Perfil del emisor
3. Usos previsibles de la Marca
4. Análisis de contexto Marcario
5. Estrategia de Marca
6. Diagnóstico de marca (si tiene marca actual)

*Nota: Este documento debe presentarse de forma separada, diagramado en InDesign y anillado.*

**B. MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL**

**1. Primera Parte - Introducción**

- 1.1. Definición de Manual de normas gráficas de la marca
- 1.2. ¿Qué es la marca?
- 1.3. Definición de Imagen Corporativa
- 1.4. Definición de Identidad Corporativa

**2. Segunda Parte - Presentación de la marca**

- 2.1. Historia
- 2.2. Misión
- 2.3. Visión
- 2.4. Valores
- 2.5. Ejes conceptuales
- 2.6. Contexto marcario
- 2.7. Significado
- 2.8. Componentes de la marca

**3. Tercera Parte - Normas de construcción de la identidad Visual**

- 3.1. Reticula del logotipo (si la tipografía es descargada)
- 3.2. Geometrización y retícula del Símbolo (y Logotipo, si es que fue creado de cero)
- 3.3. Área de autonomía
- 3.4. Escala de legibilidad (Tamaño mínimo de impresión de la marca)
- 3.5. Supergraphics

**4. Cuarta Parte - Normas cromáticas**

- 4.1. Marca gráfica a color
- 4.2. Usos cromáticos para reproducciones RGB, CMYK y tintas directas (Pantone)
- 4.3. Variantes Cromáticas

**5. Quinta Parte - Normas tipográficas**

- 5.1. Tipografía logotipo (Si es propia mostrar la construcción y geometrización del mismo)
- 5.2. Tipografía institucional
- 5.3. Tipografía alternativa

**6. Sexta Parte - Prohibiciones**

## 6.1. Usos incorrectos

## 7. Séptima Parte - Aplicaciones

- 7.1. Visualización de la papelería institucional (Fotomontaje/Mockup)
- 7.2. Formatos de papel
- 7.3. Papel con membrete
- 7.4. Tarjetas de Presentación
- 7.5. Sobre Americano
- 7.6. Carpeta
- 7.7. Factura
- 7.8. Aplicación en los “Usos previsibles” (indispensable)**

## 8. Comunicación externa e interna

Afiche  
Banner  
Otros si corresponde

## 9. Souvenirs

Taza  
Bolígrafos  
Otros si corresponde

## 10. Medios digitales

Facebook  
Redes sociales

*Nota: Formato de presentación recomendado: impresión digital, Couche de 150grs., tapa dura con garra*

## C. PIEZAS GRAFICAS

Las siguientes piezas deben presentarse en tamaño y formato real:

1. Tarjeta Personal (de la empresa en campaña) y también una Tarjeta personal del diseñador.
2. Membretado

Las siguientes piezas pueden presentarse en tamaño y formato real:

1. Carpeta (opcional)
2. Una pieza de los usos previsibles (opcional)
3. Souvenir (opcional)

## Procedimiento administrativo para habilitación a la exposición y defensa.

Una vez concluido el Manual de Identidad Visual el estudiante debe:

1. Recabar el formulario de Visto Bueno académico y administrativo, disponible con los docentes o en Atención Al Cliente de ATENEA.
2. **Debe obtener la aprobación del docente de** Laboratorio y teóricas.
3. Debe obtener el visto bueno administrativo (Coordinación Académica) que certifica que el estudiante no tiene deudas pendientes y cuenta con todas las calificaciones del módulo.

## CRONOGRAMA.

Se recomienda tomar en cuenta las fechas planificadas y que se detallan a continuación:

Fecha aproximada de culminación del curso: \_\_\_\_\_  
Fecha máxima para presentación de documentos: \_\_\_\_\_  
Fecha máxima para presentación de campaña: \_\_\_\_\_  
Fecha máxima para inscripción “fidelidad 3DG”: \_\_\_\_\_

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE MARCA **(25 Puntos)**
2. MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL **(25 Puntos)**
3. APLICACIÓN DE LA MARCA EN LAS PIEZAS GRÁFICAS **(25 Puntos)**
4. EXPOSICIÓN **(25 Puntos)**