

## Estructura del programa de identidad visual

### Apartados

#### 01. Introducción.

En este apartado se justificarán los elementos gráficos elegidos para el programa de identidad y de qué forma visualizan los valores y significados del caso.

#### 02. Elementos gráfico fundamentales [sistema básico]

Signo gráfico, en blanco y negro y en color.

Signo gráfico, reticulado

Marca verbal

Combinaciones de marca verbal y signo gráfico

Tipografía corporativa

Colores corporativos

#### 03. Aplicaciones básicas

Papel de cartas A4

Tarjeta

#### 04. Aplicaciones específicas

El número y las características de estas aplicaciones estará en función de la naturaleza del caso elegido.

## Diseño y Tecnología Digital

### Identidad Visual

#### a. Contenido del ejercicio.

El ejercicio consiste en el diseño de un pequeño programa de identidad visual sobre un tema dado conforme a la estructura que se indica en esta hoja.

#### b. Condiciones.

Los temas propuestos son los siguientes:

Franquicia de juguetes educativos

Franquicia de restaurantes de precio medio bajo

Librería temática

Canal de televisión educativa

Partido político

Marca de relojes

Museo del Diseño

Teatro Real

Es necesario también crear un nombre salvo en el caso de los dos últimos supuestos [Museo del Diseño, Teatro Real]

#### c. Fases

1. En la primera fase se determinará el nombre y se creará el signo gráfico y la marca verbal.

2. En la segunda fase se realizarán las aplicaciones.

Identidad, marketing, publicidad

\* Bassat, Lluís. *El libro rojo de la publicidad*. Grijalbo. Barcelona, 2000.

\* Bassat, Lluís. *El libro rojo de las marcas*. Grijalbo. Barcelona, 2006.

\* Chaves, Norberto. *La imagen corporativa*. Gustavo Gili. 2005.

\* Costa, Joan. *Imagen global*. CEAC. Barcelona, 1987.

\* Gorb, Peter et al. *La gestión empresarial del diseño*. Impi Miner. Copenhague, 1987.

\* Klein, Naomi. *No Logo*. Flamingo. Harper Collins. Londres, 2001.

\* Ogilvy, David. *Ogilvy y la publicidad*. Folio. Barcelona, 1985.

\* Ollins, Wally. *Identidad corporativa*. Celeste Ediciones. Barcelona, 1991.

\* Scully, John y Byrne J.A. *De Pepsi a Apple*. Ediciones B. Barcelona, 1988.

\* Swan, Alan. *Diseño y marketing*. Gustavo Gili. Barcelona, 1991.

