

Facultad de Arquitectura y Diseño

Licenciatura en Diseño Gráfico

Unidad de Aprendizaje:

Identidad visual

Elaboró: M. en Dis. Elisa Espinoza Castillo

Conceptos **clave**

para el diseño de identidades

Objetivo

Esta presentación tiene por objetivo acercar al alumno a las a los diferentes conceptos claves en la generación de identidad de manera que pueda diferenciar a través de ejemplos sus cualidades e importancia.

¿qué es esto?



La imagen

Es la representación mental de un objeto que se forma a través de la percepción del mismo por nuestros sentidos. Esta imagen puede ser:

Se divide en:



Sonora (auditiva)

¿cómo se escucha el relámpago?



Visual (vista)



Sensitiva-gustativa (tacto-gusto)



Olfativa



Identidad
de marca



Es del conjunto de actividades de gestión, servicio y demás características específicas que le son propias a un sujeto o entidad social, tales como: estructura organizacional, origen, solvencia, atención al cliente, personalidad, edad, etc.

A woman with long dark hair, wearing a red top and a black jacket, is smiling and being kissed on the cheeks by two men. The man on the left is wearing a white shirt and a yellow straw hat with black and orange stripes. The man on the right is wearing a purple shirt. They are in a stadium with red seats visible in the background.

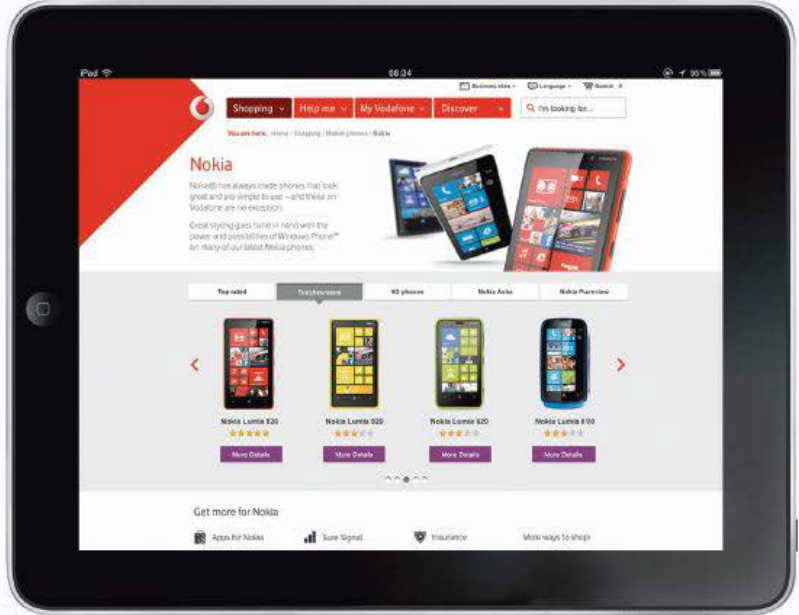
Con **Banamex**
vive experiencias únicas

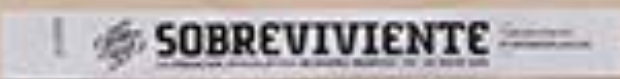
La

marca



Concepto global que implica las características filosóficas, gráficas, conceptuales y de comunicación que tiene una metáfora VIVENCIAL.





things go
better
with
Coke

TRADE MARK ®



open happiness™



50,018,102 reasons to
share more happiness.

we're bringing our best fans and
the brightest ideas together.

will you join us?



Happiness is
a choice
Enjoy



VIVE EL LADO *Coca-Cola* DE LA VIDA

Coca-Cola
125 AÑOS

Existen diferentes tipos de marcas

Según el tamaño de la empresa, servicio o producto

Corporativa

Institucional

Empresarial

De producto o servicio

Evento

Ingrediente o componente

Marca

corporativa

Corporativo: Grupo de empresas con diversos productos y/o servicios y una organización en común.



Industrial

Sanborns

Comercial

Gpo. Sanborns

Sears

Construcción

MixUp

Hotelería

Saks F. A.



Sanborns
Nº tiendas: 166
Superficie: 156.784
Ventas: 31,8%


Saks Fifth Avenue
Nº tiendas: 2

SEARS
Sears
Nº tiendas: 78
Superficie: 598,876
Ventas: 51.7%

Dax
Nº tiendas: 26



Grupo
Sanborns


eduMac
Nº tiendas: 6


Mix Up
Nº tiendas: 66
Superficie: 41,564
Ventas: 10.9%


Sanborns Café
Nº tiendas: 28
Superficie: 72,218
Ventas: 5.6%


iShop
Nº tiendas: 37





Marca

institucional

Institución: Organismo que desempeña una función de interés público.



MÉXICO
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

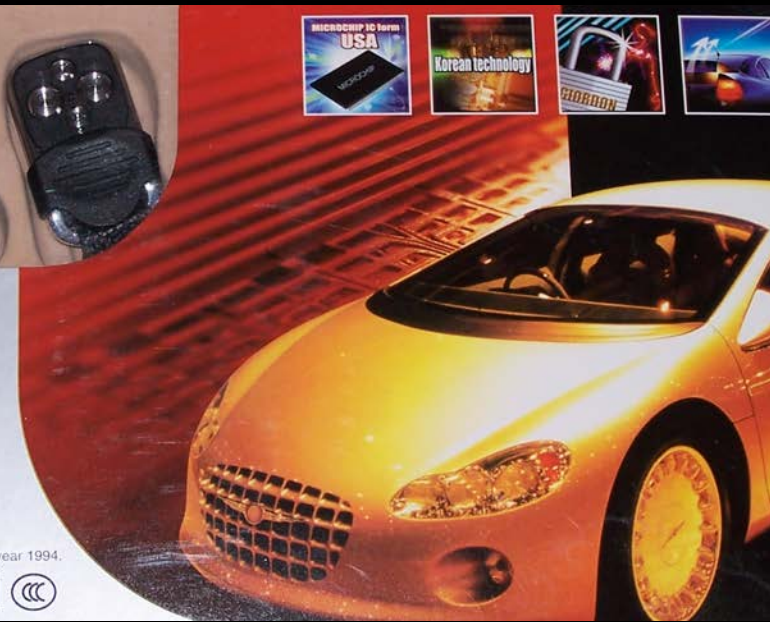




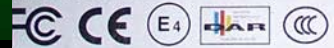
Imagen institucional del Instituto Mexicano del Seguro Social



GIORDON



International certifications obtained since year 1994.





Marca
empresarial

Empresa: Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.







Marca
producto o
servicio

Producto: Todo objeto tangible que puede ser comercializado.
Servicio: Acción que se ejecuta en lugar o beneficio de un tercero





SONY

COMPAQ

Microsoft



AMD



LITEON



BenQ





Marca
evento

Evento: Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva.





COPA AMÉRICA
Chile 2015



CUMBRE
TAJÍN

19-23
MARZO 2015
PAPANTLA, VERACRUZ
MÉXICO



VIVA MÉRICA

FESTIVAL



DEL 6 AL 12 DE OCTUBRE

MADRID

TENERIFE

BOGOTÁ

CASA MÉRICA

WWW.VIVAMERICA.COM

Festival Cultural TEXCOCO 2014

"Rey Poeta Nezahualcōyotl"

del 9 al 18 de Mayo



Teatro • Danza • Conferencias • Música • Cine

TLÁLOC

EL RETORNO DE LA PIEDRA

www.festivalculturaltexcoco.com



TEXCOCO



TEXCOCO

ENTRADA LIBRE Y GRATUITA

SÁB. 2. MAR. GALPÓN DE LAS ARTES
16hs 71 e/13 Y 14

FESTIVAL

LA PLATA SOUND

EDICION 1

EN VIVO

THES SINIESTROS - GUACHO
PELIGROSOS GORRIONES
EL MAJEBRI - TOTOTOMAS

+ STREET ART BY "KASE" + FERIA DE PRODUCTOS CULTURALES

LA PLATA SOUND

SÁB. 2 MAR. GALPÓN DE LAS ARTES
71 e/13 Y 14

ENTRADA LIBRE Y GRATUITA

+ STREET ART BY "KASE"

+ FERIA DE PRODUCTOS CULTURALES

THES SINIESTROS - GUACHO
PELIGROSOS GORRIONES
EL MAJEBRI - TOTOTOMAS

FESTIVAL

LA PLATA SOUND

EDICION 1

THES SINIESTROS - GUACHO
PELIGROSOS GORRIONES
EL MAJEBRI - TOTOTOMAS

ROCK ON BOARD

Colaborando con la Biblioteca "Del otro lado del árbol"

BANDAS EN VIVO

Sampita
Jaites
Bolta Mejana
Chimitulano
Face Cream

DJS

Ari Up
Wadada Selecta

SLALOM Y RAMPAS

Roller
Skate
Longboard

PATINADA NOCTURNA

Por la ciudad

STREET ART

Arena
Ray Mund
Coskanikaza

PROYECCIONES - STANDS - SORTEDS - SLACKLINE

SAB 29 OCT 15hs 50y115

Fac. Odontología

ROCK ON BOARD

Colaborando con la Biblioteca "Del otro lado del árbol"

Sáb 10/03 17hs.

Plaza Islas Malvinas.

Día Nacional del Guitarrista

Rondeo: Calcas Vilas (Tributo a Poppi) - La Smith les Smith and Wesson
Tineros - Jose Telesca les Gococost, Lucas Biribing (La Patrulla Especial)
Invitados: Guillermo De Orta Inornall, Guillermo Caba (Peligrosos Gorriones)
Concentro de molos (Mi molto y gol)

1ª Edición

Sáb 10 MAR 17hs

Día Nacional del Guitarrista

EN VIVO

GUACHO - PESTER BACK
SEÑOR DEL AER - MI NIETO Y YO
MODO ROCK - SACCA

DOM. 9 MARZO 17hs

Día Nacional del Guitarrista

2ª Edición

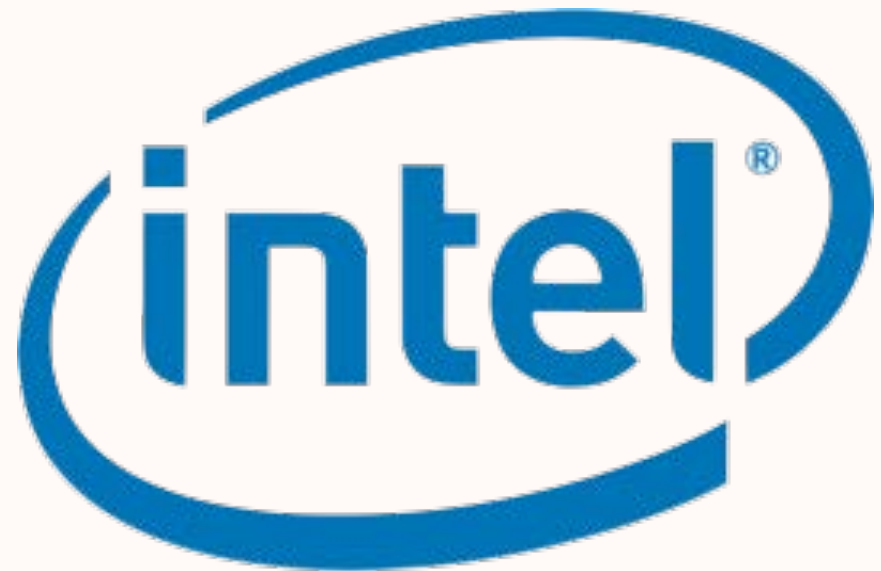
ENTRADA LIBRE Y GRATUITA

Plaza Islas Malvinas

Marca de
ingredientes o
componente

Ingrediente: Parte de una fórmula, receta o compuesto

Componente: Elemento individual que forma parte de un todo



AMD



GIGABYTE

ASRock

PowerColor



SanDisk



DATASTOR



TOSHIBA

SONY



YASKAWA



eVitta

TECHNAXX

zoopa



TACENS



TVISTO

Canon

EPSON

AVerMedia

NPG

TP-LINK

TOOQ





Coca-Cola
Life

Coca-Cola
Life

Coca-Cola
Life

Coca-Cola
Life

Fuentes de consulta

Chaves, Norberto y Bellucia Raúl. La Marca Corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. 2005

Möller, Per. Marks of excellence. 2002

Volken, Francis. Cuadernos de diseño 2. 1997

Hiebert, Kenneth. Graphic Design Process...universal to unique. 1992

Wheeler, Alina. Designing brand identity. 2003

BREA, GUILLERMO (2009). Identidad corporativa y paradigmas de gestión. Una revisión del modo en que el diseño de identificación visual dialoga y se articula con los modelos de gestión que prevalecen en las empresas.

<http://foroalfa.org/articulos/identidad-corporativa-y-paradigmas-de-gestion>

Haro, Arturo (2012). Imagen de identidad y proceso de identificación

Algunos puntos en relación al proceso intelectual que hace surgir una imagen de identidad como factor de diferenciación entre organizaciones.

<http://foroalfa.org/articulos/imagen-de-identidad-y-proceso-de-identificacion>

Las 7 dimensiones del branding: II. La identidad de marca

<http://thinkandsell.com/blog/las-7-dimensiones-del-branding-ii-la-identidad-de-marca/>

Identidad de Marca

<http://www.tallerd3.com/archives/1730>

Diferencia entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa

<http://www.plan-d.es/Blog/diferencia-entre-identidad-corporativa-e-imagen-corporativa/>