

Diseño de identidad de marca y logotipos para campañas

Educación Artística | Expresión artística

Descripción del Curso

Curso de Expresión Artística dirigido a estudiantes de 15 a 16 años, con un enfoque práctico y reflexivo sobre el diseño visual y la comunicación visual. La propuesta se estructura en tres unidades centradas en el análisis, la mejora y la defensa de ideas en torno a logotipos y recursos gráficos: Unidad 1 – Análisis de un logotipo existente, donde se identificarán aciertos y fallos, documentando con capturas y notas para desarrollar un ojo crítico y precisiones técnicas; Unidad 2 – Propuestas de mejora, que obligan a generar al menos dos versiones mejoradas y justificar cada cambio con criterios de coherencia y legibilidad, fortaleciendo la capacidad de fundamentar decisiones de diseño; Unidad 3 – Presentación de recomendaciones, en la que se defenderán las mejoras ante la clase mediante soportes visual y argumentos de diseño para cultivar la comunicación persuasiva y la defensa de decisiones. El curso busca fomentar el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de trabajar en equipo, aplicando conceptos de composición, tipografía y uso de color en contextos reales de la vida diaria. La duración indicada es de 2 semanas. Evaluación: Informe de análisis crítico con propuestas de mejora y justificación – 45%; Propuestas de mejora (dos o más) con representaciones visuales – 25%; Presentación de recomendaciones y defensa ante público – 20%; Participación y colaboración en actividades de revisión – 10%. Materiales y recursos incluyen cuadernos de notas, capturas de pantalla, herramientas básicas de diseño y recursos para presentaciones. Al finalizar, los estudiantes habrán desarrollado habilidades de observación, razonamiento visual y comunicación efectiva aplicables a proyectos de diseño y expresiones artísticas en diferentes contextos.

Competencias

- Analizar críticamente componentes visuales y funcionales de un logotipo, identificando aciertos y áreas de mejora.
- Desarrollar pensamiento crítico, razonamiento gráfico y capacidad de interpretar signos visuales en contextos reales.
- Generar propuestas de mejora coherentes y legibles, con argumentos fundamentados y justificación de decisiones de diseño.
- Comunicar ideas de forma clara y persuasiva, defendiendo decisiones ante un público con base en criterios de diseño.
- Trabajar de forma colaborativa, valorar aportes de pares y participar activa y constructivamente en revisiones y presentaciones.
- Aplicar conceptos de composición, tipografía y color para resolver problemas visuales en situaciones cotidianas.

Requerimientos

- Asistencia y participación activa en las tres unidades y actividades principales.

- Notas de observación y recopilación de evidencias (capturas, esquemas y anotaciones).
- Acceso a herramientas de diseño básico (software o herramientas en línea) para crear y revisar propuestas visuales.
- Materiales de escritura y dibujo (cuaderno, lápices, marcadores) para bocetos y anotaciones de ideas.
- Equipo para presentaciones (dispositivo, proyector o pantalla, y soporte visual) para exponer propuestas y defender decisiones.
- Colaboración en equipo y entrega de informes y presentaciones dentro de los plazos establecidos.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Identidad de marca y sus componentes clave

Objetivos de Aprendizaje

1. Analizar ejemplos de campañas para identificar logotipo, tipografía, paleta de colores y tono comunicativo.
2. Explicar la función de cada componente en la comunicación de la marca.
3. Comparar identidades de diferentes campañas para comprender la coherencia y la consistencia de la identidad.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Componentes de la identidad de marca

1. Definición de logotipo y su papel como símbolo de la marca.
2. La tipografía: lectura, personalidad y legibilidad.
3. La paleta de colores: significados emocionales y contraste.
4. El tono comunicativo: voz y estilo en mensajes escritos y visuales.

Unidad 2: Unidad 2: Diseño de logotipo y paleta de colores para una campaña escolar ficticia

Objetivos de Aprendizaje

1. Crear un logotipo y una paleta de colores para una campaña escolar ficticia.
2. Aplicar criterios de legibilidad, contraste y adecuación emocional en el diseño.
3. Justificar elecciones de colores y formas con ejemplos simples y lenguaje claro.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Principios prácticos de diseño de logotipos y paletas

1. Legibilidad: tamaño, formas y claridad de lectura a diferentes tamaños.
2. Contraste: relación entre colores para accesibilidad y visibilidad.

3. Adecuación emocional: cómo colores y formas evocan emociones relevantes para una campaña.

Unidad 3: Unidad 3: Pitch de identidad de marca y logotipo ante un público

Objetivos de Aprendizaje

1. Desarrollar un pitch de 3-4 minutos para la identidad y logotipo diseñado.
2. Practicar la presentación oral y el uso de soportes visuales (diapositivas, bocetos, maquetas).
3. Utilizar argumentos basados en principios de diseño (legibilidad, coherencia, tono y usabilidad).

Contenidos Temáticos

Tema 1: Estructura y dinámicas de un pitch efectivo

1. Introducción clara: objetivo, problema y solución (la identidad).
2. Desarrollo: elementos de la identidad, razonamiento y pruebas visuales.
3. Cierre: impacto esperado y próximos pasos.

Unidad 4: Unidad 4: Evaluación crítica y mejoras de logotipos existentes

Objetivos de Aprendizaje

1. Analizar críticamente un logotipo existente para identificar aciertos y debilidades.
2. Proponer al menos dos mejoras basadas en criterios de coherencia, legibilidad y consistencia de la identidad.
3. Explicar el impacto de las mejoras en la identidad global de la campaña.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Coherencia y consistencia de la identidad

1. Qué significa coherencia entre logotipo, tipografía, color y tono.
2. Cómo la consistencia facilita reconocimiento y confianza de la audiencia.