

MÓDULO FORMATIVO: Informática aplicada a la comercialización y ventas

OBJETIVO: Establecer los factores memorizantes de una marca en cuanto originalidad, gama cromática y valor simbólico para diseñar marcas fuertes en impacto visual y profesional.

Ficha N.º BT12C3	
Temas	Contenido procedimental:
Factores memorizantes de una marca: originalidad y gama cromática	Diseño de originalidad, gama cromática y valor simbólico.
Contenidos	Actividades de aprendizaje
<p>La marca es la identificación comercial de la empresa que se impregna en la mente de los clientes mediante un conjunto de elementos que la distinguen de su competencia.</p> <p>Las características de una marca son la originalidad, la gama cromática y el valor simbólico.</p> <p>Mostrar el video para conocer sobre los criterios de originalidad, gama cromática y valor simbólico.</p> <p>Para determinar la originalidad de un producto debemos enfocarnos en la característica distintiva que se quiere reflejar en la marca, conforme el producto o servicio que oferta.</p> <p>Otra manera de ser originales es crear un diseño basado en imágenes, texto o una combinación de ambas, esto se conoce como logotipo y los diferentes tipos existentes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Isotipo. Símbolo gráfico que tiene una marca. • Imagotipo. Incluye un símbolo gráfico y el nombre del negocio por separado. • Isologo o isologotipo. En una sola imagen se incluye el texto referente a la marca. <p>La gama cromática se puede establecer por la selección de códigos de colores conforme programas informáticos específicos, uno de ellos se los encuentra en la siguiente dirección web https://coolors.co/ddda70-25715d-51492f-f7f6ed o por la relación que tiene con los productos o servicios que se ofrecen.</p> <p>Cabe indicar que los colores deben incluir tonos fuertes y débiles, los cuales permiten realizar contrastes al momento de diseñar sus combinaciones; además, los códigos de color deben ser utilizados para cada elemento</p>	<p>Tareas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rediseñar la marca de una empresa existente, sea de un familiar o conocido, en consideración a la originalidad, gama cromática y valor simbólico, elaborar un informe y presentar los diseños anteriores y los propuestos. 2. Realizar un cuadro comparativo del diseño de una marca, considerando tres marcas del mercado. Concluir sobre las acciones de cada una.

de comunicación del negocio, solo así el cliente recordará y distinguirá la marca de la competencia.

Otro factor memorizante de una marca es el valor simbólico, es decir, el hecho de reflejar en una marca el significado de su existencia en cuanto a aspectos funcionales, emocionales y de interpretación colectiva del producto en sí.

Actividades recomendadas

Identificar algunas marcas de productos o servicios y reconocer las características de originalidad, gama cromática y valor simbólico.