

EXAMEN I

Diseño Corporativo y Publicitario

ENCARGO

Diseño y Elaboración de Proyecto Gráfico, basado en estudio de caso real de empresa con imagen sustentable o medioambiental, para el cual se elaborará un mejoramiento y solución de un problema diagnosticado a nivel gráfico y que implique desarrollar cualquiera de los siguientes tópicos:

- Diseño Gráfico Publicitaria Informativa, utilitaria y funcional.
- Diseño Gráfico Publicitaria Persuasiva, en pro y contra de un tema. Publicitaria de marketing.
- Diseño de Imagen Corporativa. Logotipo y manual.
- Diseño de Imagen de marca publicitaria.

El proyecto debe desarrollar la estructura de informe básica y los puntos elaborados en clase.

ESTRUCTURA INFORME BASE:

1. Portada.
2. Índice
3. Introducción.
4. Investigación. Observación y constatación de mercado. Diagnóstico del problema.
5. Brief del proyecto
6. Estrategia de Comunicación. Estrategia de medios y desarrollo de conceptos y línea gráfica Fundamentos y Sentido
7. Piezas Gráficas desarrolladas.
8. Conclusiones.
9. Referencias bibliográficas.

ESPECIFICACIONES DE ENTREGA

- Presentación de Informe en archivo digital adobe acrobat (pdf), denominado como sigue: "1EREXAMEN" ± apellidos de los estudiantes.
- El formato del diseño del informe será de opción libre, manteniendo estructura dada anteriormente.
- Todas la imágenes presentadas deberán contar con óptima resolución de visualización, sin perjudicar el peso del archivo final.
- El archivo será entregado el primer día de examen y se desarrollará una exposición general del proyecto frente al curso, donde todos los integrantes del grupo deberán

exponer los puntos de manera breve y concisa, fundamentando la gráfica, la estrategia de medios y el diseño de las piezas gráficas.

Fecha de entrega: 5 de julio 2010.

Todo trabajo entregado fuera de plazo solo aspira a un 65% de la nota como máximo.

CRITERIOS A EVALUAR

- Exposición frente al curso (claridad dialéctica, volumen de voz, seguridad expositiva)	10%
- Diseño y presentación gráfica de informe	10%
- Portada, Índice e Introducción.	5%
- Investigación. Observación y constatación. Diagnóstico del problema.	10%
- Estrategia de Comunicación. Estrategia de medios y desarrollo de conceptos y línea gráfica Fundamentos y Sentido	20 %
- Piezas Gráficas desarrolladas.	30%
- Conclusiones y Referencias bibliográficas.	5%
- Redacción y gramática	10%
Nota final	100%