Guía docente

Identidad Visual Corporativa

Grado, centro y curso académico

GRADO	Comunicación
CENTRO	Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla
CURSO ACADÉMICO	2026-2027

SUMARIO

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

2. RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

3. CONTEXTO

4. COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN EN LA ASIGNATURA

5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

6. METODOLOGÍA, ACTIVIDADES Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

7. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA Y DE SUS COMPETENCIAS

8. BIBLIOGRAFÍA

9 CRONOGRAMA

1. Descripción de la asignatura

DENOMINACIÓN OFICIAL	Identidad Visual Corporativa		
CÓDIGO IDENTIFICATIVO	404147		
CURSO Y SEMESTRE	4º curso. VII semestre		
UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS	Módulo VII. Optativas obligatorias de mención: Comunicación Publicitaria y Relaciones Públicas		
CRÉDITOS ECTS	6		
UNIDAD DOCENTE	Ciencias Sociales y Jurídicas		
CARÁCTER	OP (Optativa)		
IDIOMA DE IMPARTICIÓN	Castellano		
MODELO DE DOCENCIA	B1		
HORAS	HORAS TOTALES 150	PRESENCIALES 45	- Enseñanzas Básicas (EB): 27 - Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD): 18
		NO PRESENCIALES: 90	
		EVALUACIÓN: 15	

2. Responsable de la asignatura

CATEGORÍA	Profesor
NOMBRE COMPLETO	Alfredo Vaz Boza
EMAIL	avaz@centrosanisidoro.es

3. Contexto

Breve descripción de la asignatura

La asignatura de Identidad Visual Corporativa se inscribe como asignatura imprescindible para una correcta comprensión y desarrollo de la mención de Publicidad y Relaciones Públicas. El conocimiento de lo que es una fonomarca, logotipo, manual de identidad visual, y proyecto integral de comunicación corporativo son ítems obligatorios para cualquier estudiante de esta rama de la comunicación. Independientemente de la especialidad en la que se vaya a especializar, el estudiante ya sea producción, diseño, cuentas, o relaciones públicas, la identidad corporativa es una de las primeras percepciones que van a tener los targets con las marcas. Una correcta ejecución, tratamiento y desarrollo de la misma son fundamentales para formar profesionales de éxito. La asignatura cuenta tanto con parte teórica como práctica, no se puede entenderse una sin la otra.

Además, de entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible adoptados en la 70.ª Asamblea General de las Naciones Unidas, se prestará especial atención al objetivo número 5; es decir, se garantizará la igualdad de género en su enfoque y aplicación.

En la medida en que sea procedente, se incluirán contenidos dirigidos a la capacitación para la prevención, sensibilización, detección y formación en materia de violencias sexuales, conforme a la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual.

Objetivos en términos de resultados del aprendizaje

Una vez cursada la asignatura el alumnado:

- El alumnado es capaz de evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa, tanto a nivel praxiológico como conceptual.

- El alumnado es capaz de la conceptualización expresiva y cristalización de los conceptos: idea, redacción, diseño, realización y producción, en publicidad y relaciones públicas.

- Desarrolla y propone modelos de comunicación e identidad innovadores, capaces de adaptarse a nuevos contextos haciendo uso de la creatividad.

Prerrequisitos

No procede

Recomendaciones previas a cursar la asignatura

Se recomienda leer y adquirir los conocimientos que se proporcionan través de las unidades didácticas de la asignatura, bibliografía recomendada y del material complementario que se irá proporcionando al alumnado a lo largo del curso, así como aquel cuya búsqueda se exigirá al alumnado.

Aportaciones al plan formativo

La asignatura se imparte en el cuarto curso del Grado en Comunicación, en la Mención en Comunicación Publicitaria y Relaciones Públicas, en el VII semestre. Tiene el carácter de Optativa y está incluida en la Planificación, Estrategias y Creación en Comunicación Persuasiva, junto a las siguientes asignaturas con las que además está vinculada: “Diseño Gráfico Publicitario”, “Redacción aplicada a la Publicidad y las RR. PP.”, “Estrategia Publicitaria”, “Planificación de Medios” y “Creatividad y Dirección de Arte”. También tiene relación con la asignatura impartida en segundo curso: “Diseño Gráfico y Tratamiento Digital de las imágenes”.

4. Competencias que se desarrollan en la asignatura

a) Competencias básicas

No se contemplan.

b) Competencias generales

No se contemplan.

c) Competencias transversales

No se contemplan.

d) Competencias específicas

CEM19 - Capacidad y habilidad para la construcción de mensajes persuasivos utilizando imágenes visuales, acústicas o audiovisuales, particularmente a través de las técnicas de diseño gráfico y la representación digital, expresando el mensaje a través de códigos icónicos y audiovisuales.

CEM20 - Capacidad para ideación, planificación y ejecución de proyectos comunicativos. En concreto para desarrollar y proponer modelos y diseños de comunicación innovadores, capaces de adaptarse a nuevos contextos sociales, culturales, económicos y tecnológicos, haciendo uso de la creatividad.

CEM21 - Capacidad para analizar y desarrollar el Manual de Identidad Corporativa y el Proceso

de Creación de una marca.

CEM22 - Capacidad y habilidad para la ideación, definición y representación de la identidad visual de una empresa, institución, marca o persona, generando una imagen conceptual expresada por medio de códigos icónicos y lingüísticos, comprensible y reconocido por el entorno que le rodea.

CEM25 - Capacidad para la ideación, generación y desarrollo de propuestas creativas originales para el lanzamiento de mensajes persuasivos en diferentes códigos y en todos los soportes empleados por la publicidad.

5. Contenidos de la asignatura

1. La Identidad Visual Corporativa
1. 1. Definición de Imagen Corporativa
1. 2. Los elementos básicos de la identidad
1. 3. Identidad Visual e Imagen Corporativa
1. 4. Los públicos en la Imagen Corporativa de la empresa
1. 5. Creación de la Identidad Visual Corporativa

2. La marca
2. 1. Fonomarca, naming, branding, marketing

3. El símbolo gráfico
3. 1. Las simbologías corporativas, concepto y síntesis
3. 2. Funciones y usabilidad del signo gráfico
3. 3. Signos, símbolos y señales
3. 4. El proceso de identificación

4. Tipografías corporativas
4. 1. Legibilidad
4. 2. Tono
4. 3. Carácter
4. 4. Diseño o personalización de caracteres
4. 5. Familias tipográficas estandarizadas

5. Colores corporativos
5. 1. Identidad
5. 2. Visibilidad
5. 3. Aplicabilidad

6. Tecnologías y técnicas para el desarrollo de la imagen corporativa
6. 1. Imagen externa

6. 2. Tecnologías y técnicas de creación
6. 3. Criterios de normalización
6. 4. Imagen interna
6. 5. Gestión
6. 6. Producción
6. 7. Comunicación

7. La identidad dinámica vs identidad estática
7. 1. Principios
7. 2. Aplicaciones
7. 3. Variaciones

8. Procesos de actualización de la marca
8. 1. Restyling
8. 2. Rebranding

9. Los manuales de identidad visual corporativa
9. 1. Normas y estrategias de aplicación de la marca
9. 2. Estructura
9. 3. Funciones
9. 4. Utilización

10. Aplicaciones de la marca
10. 1. Medios y soportes
10. 2. *Advertising guidelines*

6. Metodología, actividades formativas y recursos para el aprendizaje

Las metodologías docentes quedarían divididas de acuerdo a las actividades formativas, según la Memoria de Verificación y atendiendo a la asignatura, en:

METODOLOGÍAS, ACTIVIDADES FORMATIVAS Y RECURSOS		HORAS
Actividades Presenciales (AP) Clases magistrales/expositivas Conferencias Realización de presentaciones en clase Ejemplificación y estudio de casos Prácticas de aula Prácticas en talleres y laboratorio Seminarios Exposición de trabajos en grupo	**Actividades Básicas (EB)** Se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección. El estudiante dispondrá en su plataforma virtual de las unidades didácticas proporcionadas por el profesor responsable de la asignatura, material complementario y	27

	bibliografía.	
	Enseñanzas de Prácticas y de Desarrollo (EPD) Se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre prácticas y casos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiante. Se fija como objetivo incrementar el conocimiento práctico de la asignatura. El alumnado dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar estas EPD.	18
Actividades Autónomas (AA) Tutorías programadas Revisión de trabajos y ejercicios prácticos Revisión de trabajos de la carpeta del estudiante/portfolio Laboratorios y talleres abiertos Preparación de trabajos de curso Elaboración de proyectos Revisión de Proyectos Realización del portfolio Estudio personal Realización de actividades prácticas Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet Preparación de presentaciones Campus virtual Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas	El alumnado realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura. El alumnado dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar ampliar su conocimiento en estas actividades autónomas, contando con bibliografía y material complementario.	90
Actividades de Evaluación (AE) Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante	Se realizarán una serie de pruebas orales y/o escritas. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15

Atendiendo al compromiso del centro en la obtención de los ODS de la Agenda Mundial de Educación 2030, a través de la didáctica y de los contenidos y ejemplos divulgados la asignatura se acogerá al Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

7. Criterios generales de evaluación de la asignatura y de sus competencias

El sistema de evaluación se regirá conforme a lo establecido por la Normativa de Evaluación de los Estudiantes de Grado de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, de 3 de junio de 2014.

1ª convocatoria ordinaria (convocatoria de curso)	a) La calificación de la asignatura se rige por el principio de evaluación continua. b) Las calificaciones obtenidas en las distintas actividades de evaluación continua desarrolladas durante el periodo de docencia presencial se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades realizadas a lo largo de dicho periodo, las cuáles aparecen en el subapartado Sistemas de evaluación. c) La participación y asistencia en clase supone un 20% de la nota de la asignatura y se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades asociadas a este apartado y realizadas en clase a lo largo del periodo de docencia. d) La prueba objetiva escrita u oral de evaluación final, representa el 40% de la calificación final de la asignatura. e) La calificación de la asignatura será el resultado de sumar ponderadamente las notas anteriores.

2ª convocatoria ordinaria (convocatoria de recuperación de curso)	a) Si el estudiante superó con éxito las tareas desarrolladas durante el periodo de docencia, la prueba o pruebas de evaluación tendrán el mismo valor porcentual que en la convocatoria de curso, y la calificación final de la asignatura será el resultado de sumar las calificaciones obtenidas en las pruebas de evaluación continua con las obtenidas en la prueba o pruebas de evaluación de la convocatoria de recuperación de curso, respetando las ponderaciones que tengan. b) Los/las alumnos/as que no hayan seguido el proceso de evaluación continua o no superaron las pruebas de evaluación, en la prueba o pruebas de evaluación finales correspondiente a la convocatoria de recuperación de curso, se les evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuran en la guía docente, a través del formato de prueba única. c) Aunque el o la estudiante haya superado con éxito el conjunto de las tareas desarrolladas durante el periodo de docencia, tendrá derecho a ser evaluado o evaluada del total de los conocimientos y competencias que figuran en la guía docente, optando al 100% de la calificación total de la asignatura, siempre que renuncie expresamente a la calificación obtenida en aquellas. El o la estudiante deberá comunicar esta circunstancia de modo expreso y por escrito al profesor responsable de la asignatura con un plazo mínimo de 10 días antes de la celebración de las pruebas, de cara a facilitar la organización del proceso evaluador. d) Los/las alumnos/as que no superen la asignatura en las convocatorias ordinarias de curso, deberán matricularse de nuevo de la asignatura y desarrollar la misma siguiendo el proceso de aprendizaje y evaluación (continua o prueba única) sin que quepa acudir a convocatoria extraordinaria, salvo lo dispuesto en el apartado siguiente.
Convocatoria extraordinaria	Esta convocatoria es la correspondiente al mes de noviembre, que se activa a petición del alumnado siempre y cuando esté matriculado en todas las asignaturas que le resten para finalizar sus estudios de Grado, tal y como establece la Normativa de Progreso y Permanencia de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, así como la Normativa de Evaluación de los/las alumnos/as de Grado de dicha Universidad. Se evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuren en la guía docente del curso anterior, de modo que permita obtener el 100% de la calificación correspondiente a la asignatura.

Los estudiantes inmersos en un programa de movilidad o en un programa de deportistas de alto nivel, así como los afectados por razones laborales, de salud grave o por causas de fuerza mayor

debidamente acreditadas, tendrán derecho a que en la convocatoria de curso se les evalúe mediante un sistema de evaluación de prueba única. Para ello, deberán comunicar la circunstancia al profesor responsable de la asignatura antes del fin del periodo de docencia presencial.

La evaluación de la asignatura se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, enseñanzas de prácticas y de desarrollo y realización de ejercicios individuales o en equipo. La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

Para evaluar el cumplimiento de las competencias, se dispone de una tabla detalle donde se indica dónde se adquiere cada una de las competencias asociadas a la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN		**PORCENTAJES**	**COMPETENCIAS**
PRUEBA OBJETIVA ESCRITA U ORAL		**40%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**
Entrega, el día de la prueba, de un trabajo o caso práctico, que integra las competencias de la asignatura.	Desarrollo y maquetación de un manual de identidad visual corporativa. Para ello el alumnado tendrá que demostrar que ha pasado por todas las fases de construcción de una identidad visual marcadas en la asignatura: Investigación, definición, conceptualización, diseño, sistematización y aplicación.	**40%**	CEM19 CEM20 CEM21 CEM22 CEM25
EVALUACIÓN DE TRABAJOS O PROYECTOS, INDIVIDUALES O EN GRUPO REALIZADOS POR EL ALUMNADO DURANTE EL PERIODO DE IMPARTICIÓN DE LA MATERIA		**40%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**

EPD_01_ Diseño de identidad visual de una marca a elegir (Fases 1, 2 y 3)	Desarrollo de las primeras fases del desarrollo de una identidad visual corporativa: 1. Investigación. 2. Definición. 3. Conceptualización.	10%	CEM19 CEM20 CEM22 CEM25
EPD_02_ Diseño de identidad visual de una marca a elegir (Fase 4)	Desarrollo de la fase de diseño de una identidad visual corporativa una vez aprobadas las primeras fases: 4. Diseño a. Logotipo / símbolo / logosímbolo. (Áreas de reserva y protección de marca, versiones). b. Colores. c. Tipografías. d. Estilos. e. Otros.	10%	

EPD_03_ Diseño de identidad visual corporativa para agencia de publicidad.	Se desarrollará un manual de identidad básico en el que se apliquen las fases trabajadas en las EPD anteriores. El trabajo comprende propuestas de naming y tagline, logotipo, tipografías, colores y moodboard de estilo.	10%	CEM19 CEM20 CEM21 CEM22 CEM25
EPD_04_ Desarrollo de un restyling de marca.	Se realizará una propuesta de restyling de los principales elementos de la identidad visual de una marca que lo necesite. Para ello, previamente, se desarrollará una breve auditoría de la identidad de la marca.	10%	CEM19 CEM20 CEM22 CEM25

PARTICIPACIÓN EN ENSEÑANZAS BÁSICAS Y ENSEÑANZAS DE PRÁCTICAS Y DESARROLLO		**20%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**
Presentación y argumentación de proyectos y actividades realizadas en clase	El alumnado realiza presentaciones y argumentaciones a los proyectos que son entregados. Participan activamente en clase a nivel de análisis y síntesis con respecto a los contenidos relativos a las diferentes fases de evolución del curso.	15%	CEM19 CEM20 CEM21 CEM22 CEM25
Asistencia y participación en clase	El componente práctico de parte de los contenidos de la asignatura justifica la aplicación de un porcentaje en el criterio de Participación. De ese modo, se adecua el aprendizaje del alumno a la progresión de los distintos contenidos de la asignatura. Al respecto, se establece una asistencia mínima de un 80% de las clases lectivas para optar a este porcentaje. No obstante, tal como indica el art. 5 de la Normativa de Evaluación, la asistencia a clase no es un requisito para la superación de la asignatura.	5%	CEM19 CEM20 CEM21 CEM22 CEM25

SISTEMA DE EVALUACIÓN (Examen de recuperación)		**PORCENTAJES**	**COMPETENCIAS**
PRUEBA ÚNICA (Solo para los alumnos o alumnas que no hayan superado la parte práctica de la asignatura)		**100%**	
Contenido	**Descripción**	**Porcentajes**	**Competencias**
EPDs	El alumnado tendrá que realizar y entregar de manera previa a la fecha del examen las EPDs realizadas durante el curso. Para ello se habilitará una carpeta a tal efecto en el Classroom de la asignatura.	40%	CEM19 CEM20 CEM21 CEM22 CEM25

	Dentro de este apartado se integra un número de ejercicios variable en función de la progresión del grupo (EPDs_01-04), pero vinculado a la demostración por parte del alumnado de las competencias y habilidades asociadas a la asignatura. Estos ejercicios son, en todos los casos, de carácter individual. Este catálogo de ejercicios se integra en las actividades autónomas.		
Prueba objetiva práctica final	La prueba integra los contenidos de todos los temas tratados en la asignatura. Consiste en un trabajo práctico por ordenador, de creación de IVC, argumentado por el alumnado. Se debe aprobar el examen para superar la asignatura.	60%	CEM19 CEM20 CEM21 CEM22 CEM25

Al constituirse la evaluación continua como preferente, y en pos de valorar adecuadamente la adquisición de competencias, la entrega de los ejercicios se regirá por los siguientes criterios:

- La vía y modo de entrega será determinado específicamente en la ficha de descripción del ejercicio en cuestión, disponible en el Campus Virtual G-Workspace, en cada asignatura. Se establece en todos los casos una fecha de entrega concreta, variable según la carga del curso. No se podrán entregar los ejercicios fuera de fecha.

- Podrá exigirse para la superación de la asignatura la presentación obligatoria a cualquiera de las pruebas correspondientes a la convocatoria de curso y la obtención en las mismas de una calificación que acredite un dominio mínimo de las competencias vinculadas a la asignatura correspondiente.

8. Bibliografía

Albers, J. (2003). *La interacción del color*. Alianza.

Costa, J. (2004). *La imagen de marca, un fenómeno social*. Paidós.

Ellison, K. (2006). *Color Harmony: Logos.* Rockport.

Fishel, C. (2000). *Rediseño de la imagen corporativa*. Gustavo Gili.

García-Clairac, S., & Bertola, A. (2004). *El manual del diseño gráfico*. Ediciones Almuzara.

González Solas, J. (2002). *Identidad visual corporativa: La imagen de nuestro tiempo*. Síntesis.

Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Editorial Gustavo Gili.

Silver, L. (2001). *Diseño de logotipos : pasos para conseguir el mejor diseño.* Gustavo Gili.

Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Pirámide.

La comunidad educativa del Centro Universitario San Isidoro, adscrito de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla, cuenta con su propio catálogo online de recursos en el Centro, y te facilita la lectura de manuales, monografías y artículos completos de la Biblioteca Digital de la UPO.

- Plataformas de lectura: OLABOOK y ELIBROS
- Herramienta de búsqueda simultánea: EUREKA

9. Cronograma

SEMANA	U.D.	MODALIDAD		DESCRIPCIÓN
		E.B.	E.P.D.	
01	1	x	x	Presentación de la asignatura Tema 1 LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA EPD_01
02	1	x	x	Tema 1 LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA EPD_01
03	2	x	x	Tema 2 LA MARCA ePD_01 y EPD_02
04	3	x	x	Tema 3 EL SÍMBOLO GRÁFICO EPD_02

05	3	x	x	Tema 3 EL SÍMBOLO GRÁFICO EPD_02 y EPD_03
06	4	x	x	Tema 4 TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS EPD_03
07	4	x	x	Tema 4 TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS EPD_03
08	5	x	x	Tema 5 COLORES CORPORATIVOS EPD_03 y EPD_04
09	6	x	x	Tema 6 TECNOLOGÍAS Y TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA EPD_04
10	7	x	x	Tema 7 IDENTIDAD DINÁMICA VS IDENTIDAD ESTÁTICA EPD_04
11	8	x	x	Tema 8 PROCESOS DE ACTUALIZACIÓN DE LA MARCA EPD_04 y EPD_05
12	9	x	x	Tema 9 LOS MANUALES DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA EPD_05
13	10	x	x	Tema 10 APLICACIONES DE LA MARCA EPD_05 Presentación del trabajo final: Conceptualización, diseño y maquetación de manual de identidad visual corporativa
14			x	Trabajo final: Conceptualización, diseño y maquetación de manual de identidad visual corporativa
15		x	x	Repaso y Evaluación Trabajo final: Conceptualización, diseño y maquetación de manual de identidad visual corporativa

U. D. : Unidad Didáctica / **E. B.** : Enseñanzas Básicas / **E. P. D.** : Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo