



# Universidad San Francisco de Quito

## Colegio de Tecnologías Aplicadas

### Segundo Semestre 07-08

#### Silabus

Catálogo: DIS321-AA  
Paralelo: 1  
Nombre: Marca e Identidad  
Profesor: Oñate Javier  
Horario: L18-21  
Créditos: 3

#### Descripción y Objetivo

Esta clase esta enfocada al desarrollo de logotipos, símbolos, sistemas de identidad corporativa, manuales de identidad y la introducción al concepto de Branding. Durante la primera mitad del curso el estudiante aprenderá los conceptos básicos y herramientas para el desarrollo de identidad por medio de ejercicios específicos. La segunda mitad se enfocará al desarrollo de un proyecto puntual con énfasis en el mercado local o nacional aplicando un sistema completo de identidad. La presentación y ejecución de este proyecto serán evaluadas por invitados externos relacionados . El estudiante aprenderá a desarrollar estos proyectos de principio a fin y sobre todo a cultivar su capacidad de investigación, análisis, diseño, ejecución y argumentación, todos aplicables fuera del ámbito universitario.

Dentro de clase se requiere de una activa participación e intercambio de opiniones/ideas. La mayoría de ejercicios se desarrollarán fuera de clase por lo cual es importante la asistencia del estudiante y presentación continua de lo realizado.

#### Evaluación

---

Proyectos varios	50%
Proyecto final	30%
Investigación y argumentación (participación)	10%
Asistencia y profesionalismo académico	10%

#### Contenido

---

Semana 1 Enero 14	Introducción al curso, políticas de desempeño, materiales, bibliografía y métodos de presentación de los proyectos.
Semana 2 Enero 21	La investigación como punto de inicio. Charla/ discusión sobre nombres, siglas, slogans. Proyecto 1
Semana 3 Enero 28	Charla/ discusión sobre Logotipos, isotipos, marcas. Proyecto 2
Semana 4 Febrero 4	Tipografía en identidad y marca. Proyecto 3
Semana 5 Febrero 11	Identidad corporativa, institucional, de producto, de país y personal. Proyecto 4
Semana 6 Febrero 18	Componentes de la identidad visual. Materiales, medios, enfoque. Proyecto 5
Semana 7 Febrero 25	El manual de identidad. Proyecto 6
Semana 8 Marzo 3	Introducción al Branding: referencias históricas y análisis contemporáneo
Semana 9 Marzo 10	Presentación de los proyectos realizados, crítica de clase y correcciones
Semana 10 Marzo 17	ENTREGA FINAL DE PRIMEROS PROYECTOS. Asignación de Proyecto final.
Semana 11 Marzo 31	Presentación de propuestas y crítica de clase
Semana 12 Abril 7	Control de progreso y crítica de clase
Semana 13 Abril 14	Control de progreso y crítica de clase
Semana 14 Abril 21	Control de progreso y crítica de clase
Semana 15 Abril 28	Revisión y correcciones de proyecto final.
Semana 16 Mayo 5	ENTREGA Y PRESENTACION DE PROYECTO FINAL.

#### Texto

---



# Universidad San Francisco de Quito

## Colegio de Tecnologías Aplicadas

### Segundo Semestre 07-08

#### Silabus

Catálogo: DIS321-AA  
Paralelo: 1  
Nombre: Marca e Identidad  
Profesor: Oñate Javier  
Horario: L18-21  
Créditos: 3

Neumeier Marty. The Brand Gap: Revised Edition (2nd. Edition) (Paperback), PeachPit Press, 2005.

#### Bibliografía

---

Hofmann, Armin. 2001, Graphic Design Manual: Principles and Practice, Arthur Niggli; Multilingual edition  
McGinness, Ryan. 1999, Flatness is God: Art + Design + Process + Picture Plane Theory + X, Y, Hushion House  
Spiekermann, Erik. 1993, Stop Stealing Sheep & find out how type works, Adobe Press, Mountain View.  
Frutiger, Adrian. 1989, Signs and symbols, Studio Editions, London.  
Bringhurst, Robert. 1997, The Elements of Typographic Style, Hartley & Marks, Toronto.  
Kuwayama, Yasaburo & Shobo, Kashiwa. 1990, Logotypes of the World 1 & 2, North Light books, Tokio.  
Young, Donald. 1999, Fonts & Logos, Delphi Press, Sherman Oaks.  
Garbett, Thomas F. 1991, "Imagen corporativa: cómo crearla y proyectarla". Colombia: Legis Editores S.A.  
Costa, Joan, y CIAC. 1992, "Identidad Corporativa y estrategia de empresa". España: Ediciones CEAC S.A.  
Carter, David E. 1978, "Corporate Identity Manuals." USA: Art Direction Book Company  
Taylor, Neil. 2006, The Name of the Beast: The Process and Perils of Naming Products, Companies and Brands, Cyan Communications  
Neumeier, Marty. 2005, The Brand Gap: Expanded Edition, Peachpit Press; 2 edition  
Wheeler, Alina. 2006, Wiley; Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands, 2nd edition

#### Políticas del curso

---

El curso está dividido en dos partes. La primera tiene seis proyectos que deberán ser completados al final del primer período. Estos proyectos serán semanales y acumulativos, es decir, están conectados entre sí y no se terminan sino hasta el final del primer período o hasta que el estudiante los haya completado satisfactoriamente. Lo cual exige del estudiante organización y disciplina en el desarrollo para que no se acumulen los (6) proyectos al final. Se deberán entregar todos los proyectos completos y finalizados sin excusas. La segunda parte está compuesta de un gran proyecto que deberá ser presentado y sustentado. Durante el proceso de desarrollo SOLO los seis primeros proyectos el estudiante puede repetir/corregir las veces que crea conveniente siempre y cuando PRESENTE EN CLASE AVANCES Y EVOLUCION de los mismos. El entregar estos proyectos todos juntos en la fecha final no garantiza la nota, el proceso documentado en clases sí. La evaluación es puntuada: 50 para los seis primeros proyectos, 30 el proyecto final, 10 investigación y defensa/participación en clase sobre ideas y diseños, 10 asistencia y comportamiento profesional. Este puntaje se trasladará a sistema de letras para la nota final. La mejor nota de la clase es para el mejor desempeño en todos los aspectos evaluativos.

La asistencia a clases es obligatoria en el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas. Serán sancionadas las faltas y los atrasos injustificados de acuerdo con la siguiente política: - Por cada tres faltas injustificadas se reduce una letra de la nota final obtenida. - Se considera atraso el llegar 5 minutos después de la hora de inicio de la clase. - 3 atrasos equivalen a una falta. - En lo posible, los estudiantes deberán justificar con anticipación su inasistencia a una clase. Cualquier reclamo respecto a esta clase los estudiantes hablarán primero con el profesor. En una segunda instancia, los estudiantes podrán reunirse con el coordinador del área. En caso de que el problema no se resuelva, los estudiantes podrán reunirse con el Decano y presentarán su reclamo por escrito. Los celulares se entregan al inicio de la clase. No iPods o similares. No comida ni bebidas. La política de asistencia se aplica según lo descrito en el catálogo de la USFQ. Se respeta el código de Honor según descrito en el catálogo USFQ.

#### Materiales

---

Libreta para bocetos tamaño A5 (páginas blancas). Flash memory o dispositivo de transporte de archivos digital. Impresiones láser color y blanco-negro, Discos Compactos. Cajas para CD-DVD. Materiales de presentación para proyectos (cartón ilustración, carpetas, papeles finos, etc). Fotocopias para lecturas durante el semestre.

#### Política sobre Deshonestidad Académica

---

Según lo descrito en el Catálogo USFQ vigente. Cualquier intento de plagio en deberes, proyectos, pruebas o exámenes será sancionado con F en el curso y el/la estudiante será denunciado al Decanato de Estudiantes. Se considerará plagio el usar un código que no es propio; usar fuentes bibliográficas, o tutoriales, o ayuda externa sin la documentación respectiva ni el crédito respectivo; usar ayuda externa que proporcione una ventaja deshonesto sobre el resto de la clase o copiar diseños de otros autores. Cuando se sospeche de ayuda externa que proporcione una ventaja deshonesto en cualquier deber o proyecto se procederá a tomar una prueba individual sobre el/los tópicos desarrollados en el deber/proyecto en cuestión. En caso de que



# Universidad San Francisco de Quito

## Colegio de Tecnologías Aplicadas

### Segundo Semestre 07-08

### Silabus

Catálogo: DIS321-AA  
Paralelo: 1  
Nombre: Marca e Identidad  
Profesor: Oñate Javier  
Horario: L18-21  
Créditos: 3

la prueba muestre un desconocimiento total de los temas desarrollados en el deber/proyecto, se considerará plagio en el mismo. En caso de conocimiento parcial de los temas desarrollados en el deber/proyecto, la nota obtenida en la prueba servirá como nota base para la calificación del deber/proyecto. Información completa sobre deshonestidad académica y plagio está publicada en el catálogo y en el website de la universidad. Investigar, profundizar temas tratados en clase, aprender por cuenta propia son actividades plausibles que todos los estudiantes deberían practicar. Tomar conocimientos de otro a nombre personal es lo que es deshonesto y se debe sancionar.

#### Horas de Oficina

---

Celular 099569633. de 9.00 a 18h00. e-mail: [javier@camaleon.com](mailto:javier@camaleon.com)

#### Otros

---

Javier Oñate

M.A. Hypermedia Studies

University of Westminster, Londres, 2004

B.A. Comunicación Visual (Multimedia), U.S.F.Q., 1998

Fundador y director de Camaleón Diseño Visual -[www.camaleon.com](http://www.camaleon.com)- desde 1997

He realizado varios proyectos para clientes nacionales e internacionales de diseño publicitario, editorial y multimedia.

Trabajé por 2 años a cargo del departamento de diseño gráfico de MPSUK.com en Londres. Entre los proyectos destacados realicé la campaña gráfica para un producto de bebidas energizantes para Londres, Medio Oriente y Singapur

Se utilizará el portal: [www.hipermedia.org](http://www.hipermedia.org) para descargar material de apoyo, discusión de proyectos y colaboraciones.