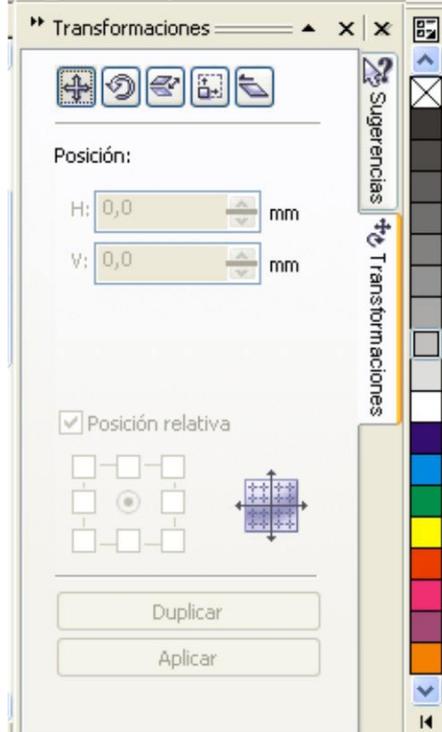


## Temario Clase 11 a 15 de CorelDraw

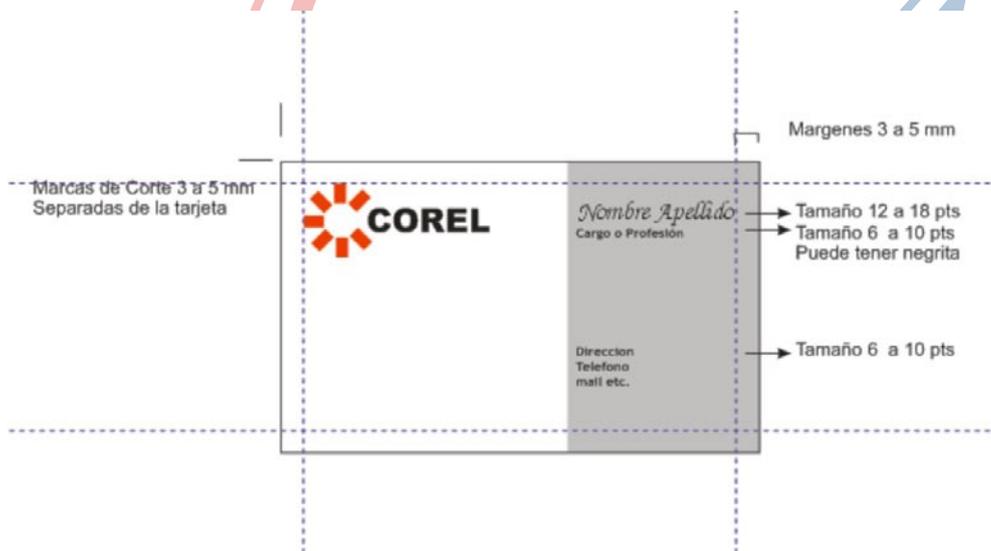
Armamos una tarjeta comercial y preparamos la plancha de impresión, en este proceso utilizamos principalmente la ventana Transformar, se abarcaran los siguientes temas:

- Márgenes
- Sangrados
- Marcas de Corte
- Plancha de Impresión

**Organizar / Transformaciones:** las opciones más utilizadas son Posición y Tamaño



El tamaño de una **tarjeta comercial** puede ser entre 90 x 50 o 90 x 55 mm



Luego con la ventana de transformar repetimos la tarjeta, hacemos los sangrados y para terminar quitamos las líneas que limitan las tarjetas

## TIPOS Y TAMAÑOS DE PAPEL

Algunos tamaños de la Resma

Nacionales:

72 x 92 cm

81 x 118 cm

70 x 100 cm

Importados:

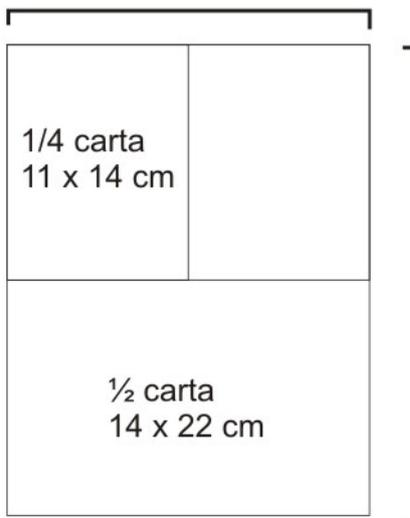
Gainsbourouch 101,6 x 66,5 cm

Algunos Formatos Cortados

Oficio 22,5 x 36 cm

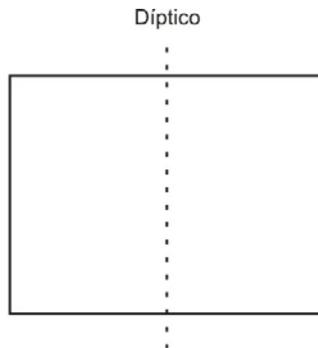
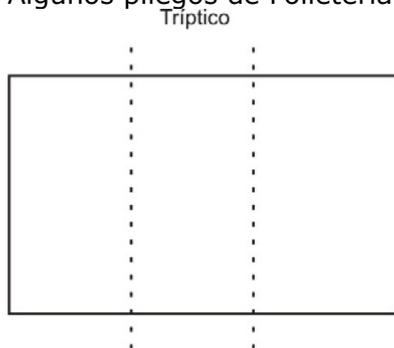


Carta 22,5 x 28 cm



<b>Tipos de Papel</b>	<b>Cohated</b> (coteados, Brillantes)	- <b>Simil-Cohated</b> (folletos de 115 a 150gs) - <b>Telado</b> (tarjetas de 180 a 220 gs) - <b>Fanagofrado martel</b> (Cascara de huevo, tarjetas de 180 a 220 gs)
	<b>UnCohated</b> (no coteados, opacos)	- <b>Papel Obra</b> : Volantes de 55gs, para impresoras de 70g - <b>Opalina</b> : (tarjetas de 180 a 220 gs) - <b>Papel Diario</b>

Algunos pliegos de Folletería:



Tríptico es un folleto doblado en tres y Díptico doblado en dos



## TEÓRICO SOBRE DISEÑO DE MARCAS

En el diseño de un isologotipo tenemos tres etapas a destacar:

Etapa de investigación

Etapa de implementación del Proyecto

Etapa del diseño de la Imagen Corporativa

**Etapa de investigación:**

- Entrevista con el cliente
- La competencia
- Historia y rubro del organismo
- Dimensiones Físicas y Comerciales
- Objetivos de Marketing

**Etapa de implementación del Proyecto:** Dibujos, Síntesis, Tipografías, Colores, etc.

**Etapa de Imagen Corporativa o Imagen Gráfica:** Definir colores en Pantone y Proceso; Logo a 2 tintas , 1 tintas, Blanco y Negro; Papelería Comercial, etc.

### Elementos que debe reunir un Isologotipo

- Originalidad:**
  - Distinto
  - Temática
- Pregnante:**
  - Formas Simples
  - Formas Fascinantes
  - Pocos Colores
- Valor Simbólico:**
  - Temática
  - Que represente algo de su historia o del Organismo
- Legibilidad:**
  - Contraste
  - Formas Notorias
  - Formas Representativas o Abstractas

-Como consecuencia de estos puntos un isologotipo deberá perdurar en el tiempo al margen de las modas.

### Partes de un Isologotipo



## Otros Datos extraídos de Internet.

### Sobre el Logotipo

Un buen logo identifica la identidad corporativa de una empresa y tiene una relevancia fundamental en su éxito. El diseño de un logo adecuado ayuda a su empresa a ser reconocida y mejor recordada por sus clientes. El logo estará presente en toda la papelería comercial, como cartas, hojas membretadas, sobres, facturas, tarjetas personales, publicidades, etc.

### ¿Que es un logotipo?

El logotipo se compone de una tipografía única y original como marca. Ejemplos de este tipo son: Siemens, Panasonic, Sony, Google, Coca Cola, Microsoft, etc.

### ¿Qué es un isotipo?

El isotipo se compone de un ícono, (dibujo, esquema, línea) que identifica la identidad de una marca y preside del uso de tipografías. Ejemplos de este tipo son: Nike, McDonald, Ferrari, Apple, etc.

### ¿Qué es un isologotipo?

Entendemos por "Isologo" al logo que integra el isotipo con el logotipo, es decir, la tipografía con el ícono. Ejemplos de este tipo son: La Serenísima, Walt Disney, etc.

### ¿Qué es un Isotipo icónico?

Es el Isotipo en el cual la imagen tiene rasgos que la asemejan al objeto representado.

### ¿Qué es un Isotipo diagramático?

Es el Isotipo en el cual la imagen no tiene rasgos que la asemejan al objeto representado. Se trata de una imagen construida a partir de determinados elementos representativos del objeto, los cuales remiten al referente. Por lo general, son imágenes abstractas.

### ¿Qué es un Isotipo monocromático?

Es el Isotipo en el cual la imagen se construye a partir del uso de la o las iniciales de la empresa representada. A través de su tratamiento formal se la carga de significación, asociándola a elementos icónicos o diagramáticos.

### Propiedades indispensables de un Isotipo efectivo

**Información:** El Isotipo debe lograr una transcripción fiel y segura del mensaje que quiere transmitirse.

**Identificación:** El Isotipo debe leerse como único y original en su contexto.

**Representatividad:** El Isotipo debe representar los significados más cercanos a su género.

**Legibilidad:** El Isotipo debe lograr una comprensión rápida y correcta de las formas.

**Persuasión:** El Isotipo debe generar una imagen seductora y atractiva.

**Síntesis:** El Isotipo debe lograr la máxima economía posible de recursos sin que esto implique la pérdida de funcionalidad o calidad del mismo.

**Memorabilidad:** El Isologotipo debe tener una alta fijación en el tiempo en la memoria de quien lo mira.

**Perdurabilidad:** EL Isologotipo debe contar, a partir de la estética y las herramientas con las que se lo desarrolle, de la posibilidad de permanencia y actualidad al margen de las modas.

### ¿Que es un Favicon?

El Favicon es un pequeño ícono o logo que aparece en algunos navegadores junto a la dirección de una página web. Un buen favicon confiere a un sitio web distinción y profesionalismo y ayuda a que el navegante la identifique rápidamente.