****

**DIRECCIÓN ACADÉMICA**

**DEPARTAMENTO DE ELABORACION INDUSTRIAL DE ALIMENTOS**

**Respeto – Responsabilidad – Resiliencia – Tolerancia**

**GUÍA N°3
TEMA: “**Determinación de Marca comercial”

**Modulo: Emprendimiento y Empleabilidad**

**Nombre: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Curso 4°D Fecha: \_\_\_\_/ Mayo /2020**

**Objetivos:**

**1.-** Diseñar marca y logo de un producto de elaboración para proyecto de emprendimiento.

**INSTRUCCIONES:**

1. **LEE ATENTAMENTE LA GUIA ENTREGADA**
2. **DESARROLLA LAS INDICACIONES PARA ELABORAR LAS MARCAS**
3. **DESARROLLA LAS PREGUNTAS AL FINAL DE LA GUIA**
4. **CUALQUIER DUDA O CONSULTA ESCRIBIR AL CORREO** **elaboracioncestarosa@gmail.com**, wsap profesor.

**Diseño de marca**.

La **marca** de su empresa o producto es la carta de presentación de su empresa con los potenciales clientes. El **diseño de marca** es mucho más que el crear un logotipo – imagen tipo para su empresa o producto. El **diseño de marca** está relacionado estrechamente con la identidad corporativa.

 

**PASOS EN LA ELABORACION DE MARCA DEUN PRODUCTO**

1- HAZ UN PLAN DE LO QUE NECESITAS.

Al pensar de antemano cuales son las necesidades reales de tu nueva marca (a nivel de comunicación e imagen), sabremos también que elementos de diseño serán los más importantes a desarrollar en un primer paso. Utilizar un checklist de marca como el nuestro puede ayudarte mucho.

2- DEFINE EL CARÁCTER DE TU MARCA.

Hay muchas maneras de vender un mismo tipo de producto y solo conociendo muy bien la esencia de vuestra identidad (las características con las que se identifica el proyecto) sabremos elegir el camino adecuado. Haz una lista con los conceptos y elementos que definen tu marca.

3- LA REGLAS ESTÁN PARA ROMPERSE (CON CRITERIO).

Si no te van los tonos pastel, no los uses solo porque el sector se define por ellos. Siempre hay más de un punto de vista a la hora de afrontar un proyecto de identidad corporativa. Apuesta por ser original.

4- TRABAJA BIEN EL NOMBRE.

Parece un elemento obvio, pero un mal nombre es difícil de posicionar. Piensa en el nombre como un elemento más de todo el conjunto de la marca. Asegúrate de que la gente lo comprenda, lo sepa pronunciar y sobre todo, lo sepa escribir. Si no son capaces de encontrarte, perderás muchas posibilidades de negocio. Y si está en tus manos, registra el nombre de tu marca. En el portal de la Oficina Española de Patentes y Marcas puedes revisar si tu nombre ya está registrado o disponible. Así evitarás tener problemas en un futuro. Un vez tengas el nombre, revisa los dominios disponibles para comprobar que es factible utilizarlo online.

5- CON TODO LO ANTERIOR DEFINIDO, REVISA LA PRIMERA LISTA (PASO 1) CON TU DISEÑADOR.

Aquí sólo deberían quedar las piezas claves a diseñar y que necesitarás en un futuro inmediato. El diseño del logotipo debe poder funcionar correctamente en todos los elementos definidos y tener las adaptaciones necesarias para implementarse en diferentes soportes impresos o digitales.

6- IMPLEMENTA TU IMAGEN DE MARCA.

Crea tus perfiles digitales, imprime tus tarjetas… Prueba todos los elementos que puedas en entornos reales antes de dar a conocer el proyecto. ¡Las primeras impresiones son importantes!

7- CUANDO TENGAS LA IDENTIDAD DE TU MARCA DEFINIDA, CREA UN PEQUEÑO PLAN DE ACCIÓN Y PRESENTALA A CURSO.

 **HISTORIA DE LA MARCA MAS CONOCIDA DEL MUNDO: COCA COLA.**

Un 8 de mayo de 1886 comenzaba la historia de Coca-Cola en Atlanta. El farmacéutico John S. Pemberton quería crear un jarabe contra los problemas de digestión que además aportase energía, y acabó dando con la bebida más famosa del mundo. La farmacia Jacobs fue la primera en comercializar el preparado a un precio de 5 centavos el vaso, vendiendo unos nueve cada día. Era solo el inicio de una historia de más de 130 años.

En 1915 se celebró un concurso para elegir un único modelo de botella de coca cola. La ganadora fue la Root Glass Company, con el diseñador sueco Alexander Samuelson, y todos tenemos en mente cómo fue su propuesta porque la botella Contour, que es su nombre oficial, sigue siendo, junto al logo de Coca-Cola, uno de los iconos más reconocibles de la compañía más de un siglo después.

 

ACTIVIDAD.

1. Siguiendo todas las indicaciones para diseñar una marca de un producto elaborado por la especialidad, aplica elaboración de MARCA para los siguientes productos:

A.- CERVEZA ARTESANAL

B.- QUESO FRESCO

C.- BOMBONES RELLENO DE COCO

 2.- Debe contener Nombre de Fantasía o nombre comercial y Logo dibujado con los colores que representen al producto.