
	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>		

GUIA II ACADEMICA GRADO DECIMO:

Docentes:

Diana López feylegrialacimalogistica@gmail.com

Comunidad Académica: Media Técnica Logística

Áreas que la integran: Apoyo Logístico – Formación técnica en logística.

Ciclo: V

Grado: Decimo

Semestre: I



Fechas (que abarca la guía): Desde el 1 al 26 de Junio

PRESENTACION

Esta guía pretende orientarlos al conocimiento de los conceptos básicos del desarrollo de las actividades propuestas.

CONOCIMIENTOS PREVIOS (que conocimientos requiere para resolver las actividades):

Para resolver las actividades presentadas en esta guía, los estudiantes deben tener comprensión lectora y la capacidad de interpretar, analizar y resolver preguntas.

	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>		

PAUTAS O INSTRUCCIONES (criterios, logros esperados)

Pasos y descripción de la guía:

1. Leer los contenidos y ver el video antes de iniciar con la actividad.
2. Leer el enunciado de la actividad.
3. Realizar la actividad en forma ordenada para dar una respuesta correcta.
4. Enviar al correo del docente el archivo en Word o las fotos del cuaderno con la solución de la guía.
5. El asunto y el archivo adjunto debe indicar: Nombre completo, grado y número de Guía.

COMPETENCIAS



Interactuar con clientes de acuerdo con políticas y estrategias de servicio.

OBJETIVOS

Fortalecer las competencias comunicativas y la capacidad de abstracción y análisis mediante el óptimo aprendizaje y aplicación de las diferentes herramientas en el ámbito empresarial.

CONTENIDOS

LOGO: Es un símbolo gráfico que identifica visualmente a una marca, producto comercial, proyecto o empresa, para facilitar su reconocimiento, diferenciarse y transmitir información.

	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>		



Historia logo: En la Edad Media, los artesanos y herreros utilizaban una imagen distintiva que imprimían sobre sus producciones para autenticarlas y dejar constancia de su autoría. Los reyes utilizaban alguna insignia real para marcar las cartas que debían recorrer largos caminos. Muchos reinos o imperios tenían una imagen que los representaba en batalla o para marcar qué territorios poseían

CLASIFICACIÓN DE LOGOS

Logotipo: Es el término que utilizamos como genérico para referirnos a todos los tipos de logo que existen. Se trata de un vulgarismo socialmente aceptado, pero no corresponde a la realidad. Un Logotipo es la representación gráfica de una marca, compuesta por letras. Es decir, logotipos propiamente dichos son sólo aquellos que están compuestos por una o varias tipografías y un conjunto de letras, sin dibujos, imágenes, iconos, etc.



Imagotipo: Si quieres que tu identidad incluya algún tipo de imagen, además de las letras, es posible que lo que estéis buscando sea un imagotipo. Un Imagotipo es el conjunto divisible icónico-textual. Es decir, un imagotipo está formado por un icono y un conjunto de letras. Se trata de una estructura claramente divisible, dado que los elementos trabajan de manera conjunta, pero también podrían hacerlo por separado.

	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>		

IMAGOTIPO

Se combina el símbolo o dibujo con el texto.



Isologo: Dentro de las opciones que incluyen parte icónica, el isotipo puede ser otra solución válida para lo que estás buscando para tu empresa. Un Isologo es un conjunto icónico-textual que, al contrario que el imagotipo, no se puede dividir. Las letras y las imágenes utilizadas se entremezclan para formar un todo indivisible que trabaja siempre de manera conjunta.

ISOLOGO

Fusión del símbolo o dibujo con el texto dentro. No pueden dividirse.





Isotipo: Sabes que hay muchas marcas que no incluyen el nombre en el logo, o que sólo incluyen iniciales. Éstos, son logos con una fuerte carga simbólica (como por ejemplo, la manzana de Apple), y su tipología se corresponde con los isotipos. Un Isotipo es la representación gráfica que representa a una marca sin nombrarla

ISOTIPO



El símbolo o dibujo de la marca.



	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>		

Actividad 1. Identifique cada uno de los logos según la clasificación descrita en el contenido.



	INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0	
GUIA ACADÉMICA N°2		

ESLOGAN: Es una expresión o frase corta, concisa y fácil de recordar, que sintetiza la esencia e idea principal de una campaña publicitaria o una marca, representa una compañía, producto o servicio.



Por su origen etimológico, viene del término “sluagh-ghairm”, en gaélico. “Sluagh” se refiere a “ejercito”, mientras que “ghairm” significa “grito”. De esta forma la unión de estas palabras da origen a la expresión referente a “grito de guerra”.

El eslogan o lema publicitario debe cumplir con ciertos requisitos para ser efectivo.

- Mensaje corto, simple, comprensible, positivo, atemporal, memorable y directo.
- Mostrar las principales cualidades de la marca o producto, ser ingenioso y original.
- Utilizar elementos mnemotécnicos para ser recordado fácilmente,
- Imprimir un deseo en el consumidor.
- Resaltar las diferencias con la competencia
- Brindar bienestar al consumidor.

Ejemplos

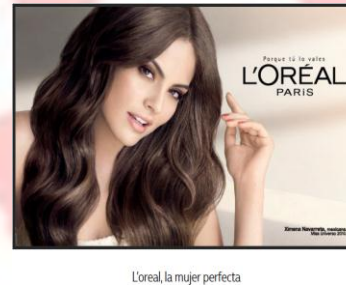
Bayer: "Si es bayer, es bueno"
 Ideal: "Con el cariño de siempre"
 La Polar: "llegar y llevar"
 Jumbo: "te da más"

	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
	<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>	

Coca Cola. "Destapa la felicidad"



Lòreal "Porque tú lo vales"





Mc Donalds "Me Encanta"



Actividad 2. Consulte cual es el eslogan de cada una de las empresas que se muestran en cada una de las imágenes.





	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>		

En la línea al frente de la imagen ubica el eslogan de cada una de las empresas.



amazon[®]



	INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0	
GUIA ACADÉMICA N°2		

EMPRESA: Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Producto: Es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos. La palabra producto deriva del latín productus y posee diferentes significados según el área en el cual se emplee

Ejemplo:



Presentación de la empresa: Cootrapaisa, fundada en el 2020 para prestar un servicio de mejor calidad en el departamento de Antioquia para la sociedad. Nuestro compromiso es el desarrollo y bienestar de nuestros empleados y asociados, quienes cada día dan lo mejor para prestar nuestro servicio con eficacia y eficiencia dando un nivel de satisfacción, seguridad y confianza a nuestros usuarios. Reiteramos nuestro compromiso social con la economía y contribuir con la mejora del medio ambiente, generando empleo y al mejoramiento de calidad de vida a la región.

Producto: Medio de transporte. **Eslogan.** “Si a tiempo quieres llegar, en cootrapaisa debes viajar”



Logo:

Actividad 3. Describa la empresa, presente los productos, diseñe el logo y crea una frase que sea recordada siempre y haga que tu marca se quede en la mente de los consumidores.

	<p align="center">INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA LA CIMA Res.:16193 de noviembre de 2002 y resolución N° 3314 Del 28 de septiembre de 2005 Código DANE: 1050001010588 NIT: 811.019.074-0</p>	
<p align="center">GUIA ACADÉMICA N°2</p>		

ASESORIA:

Ver horario de trabajo virtual, dado por la institución.

CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES SIGNIFICATIVOS

Adquirir los conocimientos relacionados con el óptimo manejo de los clientes y así mismo, desarrollar las habilidades requeridas para implementar de manera conveniente las herramientas y estrategias pertinentes, asegurando la plena satisfacción de sus clientes, lo cual se reflejará en la atracción de nuevos consumidores y la fidelización de los actuales.

BIBLIOGRAFIA.

<https://youtu.be/512UR6YIBCQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=0SQzzvpkEYs>

<https://www.youtube.com/watch?v=lfob2FNZj4o>

https://www.youtube.com/watch?v=ZPEPHQZv_PE