



Potenciando el Aprendizaje: Estrategias Innovadoras con OVA en Diseño de Marca Comercial

Digital Techniques for Brand Design

 Edwin Alberto Moreno Jaimes

eamorjai@correo.uis.edu.co

Universidad Industrial de Santander, Colombia



Resumen: el presente artículo propone una experiencia innovadora de enseñanza en diseño de marca comercial mediante un Objeto Virtual de Aprendizaje (OVA), integrado en un curso de Gestión Empresarial. Esta experiencia combina teoría y práctica con módulos interactivos y herramientas digitales como Illustrator y Photoshop. De esta forma, mejora la comprensión, participación y habilidades de los estudiantes, promoviendo un aprendizaje efectivo y relevante.

Abstract: the following article offers an Innovative teaching experience in commercial brand design through a Virtual Learning Object (VLO), integrated into a Business Management course. It combines theory and practice with interactive modules and digital tools like Illustrator and Photoshop. This way, it enhances student understanding, participation, and skills, fostering effective and relevant learning.

Palabras clave: comunicación; Diseño por ordenador; Técnicas Digitales; Tecnología de la información; Diseño de marca.

Keywords: communication; Computer aided design; Digital Techniques; Information Technology; Brand Design

Introducción

Se propone un Objeto Virtual de Aprendizaje en diseño de marca comercial, situado en un contexto académico de Gestión Empresarial. El objetivo es fortalecer el conocimiento y habilidades prácticas de los estudiantes en la creación de identidad corporativa. La actividad académica implica el uso del OVA, guiando a los estudiantes a través de módulos que incluyen conceptos estéticos, comunicación y diseño de marca. Se espera que, en 90 minutos, los estudiantes reconozcan herramientas digitales como Illustrator y Photoshop para elaborar un manual de identidad corporativa para emprendimientos. Este enfoque práctico sugiere que la actividad es parte de un curso más amplio sobre técnicas digitales, proporcionando una introducción y permitiendo la exploración posterior en sesiones adicionales.



Metodología

Las estrategias de enseñanza, aprendizaje y evaluación se dividen en cuatro fases: Introducción, Interacción con el OVA, Aplicación práctica y Retroalimentación. Los estudiantes interactúan con el OVA, que presenta módulos teóricos, ejemplos prácticos y actividades. Luego, aplican lo aprendido con herramientas digitales como Illustrator y Photoshop, creando un manual de identidad corporativa. Posteriormente, se evalúa su trabajo y comprensión. Las herramientas TIC, como el OVA y software de diseño, son clave en la estrategia planteada. Permiten acceso a contenido interactivo, desarrollo de habilidades prácticas y comunicación fluida entre estudiantes y tutor.

Resultados

Según los indicadores, el impacto de la estrategia y herramienta implementada es positivo. Un 80% de los estudiantes participó activamente en las actividades interactivas del OVA, evidenciado por sus respuestas en el formulario de percepción y la experiencia con el OVA. El 60% comprende los principios fundamentales del diseño de marca después de interactuar con el OVA, indicando una mejora en el entendimiento del contenido. Además, el 80% considera la experiencia enriquecedora para su formación creativa y conocimientos en diseño de marca comercial. Un 80% se siente bastante seguro en el uso de herramientas digitales como Illustrator y Photoshop, indicando un aumento en la confianza. Respecto a las actividades evaluativas, el 60% las percibe como bastante útiles para mejorar sus habilidades en diseño de marca comercial. Estos indicadores cuantitativos reflejan un impacto positivo en el aprendizaje y la percepción de los estudiantes, respaldando la efectividad de la estrategia implementada.

Conclusiones y recomendaciones

La experiencia enriquece la enseñanza al combinar teoría y práctica, promoviendo un aprendizaje profundo y activo. La alta participación y el aumento de la confianza en el uso de herramientas digitales indican un impacto positivo en los estudiantes. Recomendaciones incluyen flexibilidad en el diseño, integración tecnológica efectiva y evaluación continua para mejorar la experiencia educativa. Así mismo, las lecciones aprendidas resaltan la importancia de adaptarse a las necesidades de los estudiantes y aprovechar el potencial de la tecnología para promover un aprendizaje efectivo y relevante.

La experiencia descrita ofrece una visión inspiradora sobre cómo integrar de manera efectiva la tecnología en el proceso de enseñanza-aprendizaje para mejorar la participación, comprensión y desarrollo de habilidades de los estudiantes. Las recomendaciones derivadas de esta experiencia pueden ser útiles para diseñar y mejorar futuras experiencias educativas en diversos contextos y disciplinas.



Resumen gráfico

"Potenciando el Aprendizaje: Estrategias Innovadoras con OVA en Diseño de Marca Comercial"



Referencias

- Carreño, S. (2012). Diplomado de Semiótica. *Instituto Cultural Helénico*.
- Consuegra, D. (1967). *De marcas y símbolos: una tesis*. Talleres de Gráficas Castilla.
- Kapferer, J. N. (2012). Las marcas, capital de la empresa: Creación y gestión de marcas de éxito. Ediciones Deusto.
- Keller, K. L. (2016). Administración estratégica de la marca: creación, gestión y posicionamiento de marcas. Pearson Educación.