

Creació d'una marca corporativa per un equip d'eSports



Memòria de Projecte Final de Grau/Màster

Grau en Multimèdia

Creació Gràfica

Autor: Joaquín Daniel Martínez Arias

Consultor: Pere Báscones Navarro

Professor: Irma Vilà Òdena

Data de lliurament

14 de gener de 2019

Crèdits/Copyright



Aquesta obra està subjecta a una llicència de [Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

Abstract

La finalitat d'aquest projecte es mostrar el passos que s'haurien de fer en cas de voler professionalitzar una marca ja existent.

Per començar ens posarem en el lloc d'una agència de disseny gràfic a la qual mitjançant un briefing els contacten per a professionalitzar una marca, la qual es molt bàsica.

S'indicaran les pautes que s'han de seguir per dur a terme tota la imatge corporativa, es a dir, la creació d'un manual d'identitat propi per a la marca, el disseny d'aquesta, i la realització d'altres elements necessaris dintre d'un equip d'eSports, com ara una samarreta sponsoritzada o un dossier específic per a patrocinis.

Tot seguit veurem com es duu a terme la tasca de disseny per a la nova marca, quins son els recursos i els aspectes més importants a tenir en compte en la creació de la imatge.

Per acabar obtindrem el disseny de la marca i el manual d'identitat i aquests hauran d'estar ben definits.

Abstract (english version)

The purpose of this project is to show the steps that should be taken in the case of wanting to professionalize an existing brand.

First of all, we will put ourselves in the place of a graphic design agency, which through a briefing an eSports team contact them to professionalize a brand, which is very basic.

We will indicate the guidelines that must be followed to carry out the entire corporate image, that is, the creation of an own identity manual for the brand, the design of it, and the realization of others items that are necessary within an eSports team, such as a sponsored t-shirt or a specific sponsorship dossier.

Next we will see how the design task for the new brand is carried out, what resources and the most important aspects to take into account when creating the image.

Finally we will get the design of the brand and the identity manual and these must be well defined.

Índex

1. Introducció/Prefaci.....	6
2. Descripció/Definició/Hipòtesi.....	7
3. Objectius.....	8
3.1 Principals.....	8
3.2 Secundaris.....	8
4. Marc teòric/Escenari.....	9
4.1 Antecedents.....	10
4.2 Escenari.....	11
4.3 Bases teòriques de referència.....	13
5. Continguts.....	14
5.1 Briefing.....	14
5.2 Redisseny de la marca.....	15
5.3 Manual d'identitat.....	18
5.4 Dossier.....	21
5.5 Samarreta.....	22
6. Metodologia.....	23
7. Plataforma de Desenvolupament (Programari).....	24
8. Planificació.....	26
9. Procés de treball.....	27
10. Conclusions.....	29
Bibliografia.....	30
Figures.....	31

I. Introducció/Prefaci

El tema que he escollit per al meu treball de final de grau (TFG) tracta sobre el disseny i la creació d'una marca per a un equip d'eSports (*electronic sports* o esports electrònics), que es un tema que té bastant d'èxit avui dia, ja que sovint sorgeixen nous equips i aquests necessiten una bona marca corporativa.

Els equips de nova formació es veuen obligats a contactar amb dissenyadors gràfics o a empreses per a que els hi dissenyin tota la marca corporativa i els hi facin tasques de manteniment d'aquesta, ja que la marca corporativa per a un equip d'eSports es la seva identitat, per això necessita un manual d'identitat o es mostrin les aplicacions que tindrà la seva marca, els colors que s'empraran en tots i cada un dels productes relacionats amb l'equip, i la tipologia i l'estil que mantindran cada un dels elements que conformen la marca. Tot això es útil per a l'equip ja que en un futur, l'equip necessita contractar un altre dissenyador gràfic per a qualsevol tipus de recurs gràfic, aquesta persona mitjançant el manual d'identitat tindrà a mà tota la informació que necessiti per a dur a terme qualsevol tipus de feina, i d'aquesta manera es facilitarà la gestió.

Un dels problemes que sorgeix sovint alhora de crear una marca corporativa es definir primer els que seran els seus valors i el que vol transmetre. Un dels principals aspectes sobre el concepte de marca corporativa està relacionat amb allò que representa, es important ja que expressa la identitat de la marca. Els valors, la visió o la cultura corporativa son producte de la estratègia duta a terme amb la marca corporativa. Es a dir, abasta productes, serveis i representa el valor de la marca en si mateixa.

La finalitat d'aquest treball es fer un seguiment de tots els passos necessaris, que hauria de realitzar un dissenyador gràfic o una empresa dedicada al disseny gràfic, per a la creació d'una marca per a un equip d'eSports, per a això el projecte anirà acompanyat d'un anàlisi que expliqui com s'ha aplicat el disseny i de quines tendències gràfiques hi ha actualment en el món dels eSports. També a nivell metodològic es realitzarà un projecte seguint una metodologia que es plasmi en la memòria i que la presentació final sigui el més professional possible, tant a nivell de manual, com de aplicacions més concretes.

2. Descripció/Definició/Hipòtesi

L'objectiu principal del meu projecte serà la creació i el disseny d'una marca corporativa per a un equip d'eSports, per a això es desenvoluparà un logotip/isotip/isologo/imagotip que establirà una identitat o marca a l'equip. Cada dia sorgeixen nous equips d'eSports i amb aquests sorgeixen més i més marques noves, per tant, es una pràctica comú avui dia.

Els passos a desenvolupar en aquest projecte estarien formats per:

- Creació d'una marca d'identitat visual per un equip d'eSports.
- Desenvolupar un manual d'identitat per a establir l'ús de la marca.
- Desenvolupar un dossier per a l'equip on es mostrin les diferents condicions per a possibles patrocinis.
- Dissenyar un model 3D d'una samarreta per a l'equip un cop creada la marca.

3. Objectius

3.1 Principals

- Realització d'una marca tenint en compte les demandes i necessitats concretes d'un equip d'eSports (demandes i necessitats concretades al briefing).
- Realització d'un manual d'identitat que pugui establir un correcte ús de la marca.
- Realització d'un dossier per a l'equip on vinguin explicades les condicions per a possibles patrocinis.

3.2 Secundaris

- Aplicació de la marca en una samarreta, que esdevindria la equipació, ja que avui dia, al món dels eSports, les samarretes dels diferents equips s'han convertit en elements molt importants, es venen igual que samarretes de futbol.
- Innovació de la marca, aplicar-li dinamisme o moviment, però més enllà de crear un logo que es mou.

4. Marc teòric/Escenari

La marca corporativa es el conjunt d'elements que integren la identitat visual d'una organització: logotip, isotip, colors i tipografia. En un sentit més ampli, comprèn a més tots els mecanismes duts a terme per a proporcionar la citada identitat (anuncis publicitaris, presentació de productes, prestació de serveis, uniformes, etc.) És el resultat de la estratègia de la organització per a crear una imatge i actitud pròpies, que s'estenen associativament als seus productes, activitats i institucions. En el sector privat, serveix també per a distingir els productes d'una companyia de les dels seus competidors, així com per a crear una imatge del que representa la companyia en la ment dels consumidors i dels propis treballadors.

Per exemple, la marca corporativa del València Club de Futbol està formada per un ratpenat negre a la part superior posat sobre un escut acabat en punta arrodonida on es plasmen els colors de la senyera: una franja blava en horitzontal a la part superior amb el nom del club escrit en lletres blanques majúscules, i avall nou franges verticals: cinc de grogues i quatre de vermelles, que representen la bandera de l'antic Regne de València, amb una pilota marró clàssic de futbol al centre.



Figura 1: Escut València Club de Futbol

L'any 2016, el València Club de Futbol va anunciar que creava oficialment una secció dedicada als eSports sota el nom de València Club de Futbol eSports. Així es com es va convertir en el primer club de futbol d'Espanya en tenir una secció d'eSports.

El que diferencia l'equip d'eSports del Valencia Club de Futbol de la resta d'equips de futbol que tenen secció d'eSports es sens dubte l'escut, ja que mentre tots els demes equips utilitzen el mateix escut, el Valencia va crear un de diferent per a la seva secció d'eSports: segueix estant format per un ratpenat negre a la part superior posat sobre un escut, però l'escut no acaba en punta arrodonida, si no que es rodó directament, segueix tenint plasmat els colors de la senyera, la franja blava horitzontal a la part superior amb el nom del club escrit en lletres blanques majúscules, i avall les franges verticals amb la senyera amb la pilota marró clàssic de futbol al centre, però a més aquesta versió té una mena de cinta que envolta l'escut i on apareix escrit amb lletres blanques la paraula eSports.



Figura 2: Escut València Club de Futbol eSports

4.1 Antecedents

Deixant de banda el futbol i les seves tradicions en el escuts, parlem-ne ara de casos més actuals en equips que no estan condicionats a cap mena de tradició on la seva marca s'ha creat ex-propria a l'equip. Com a antecedents trobem diversos equips d'eSports que han seguit una evolució dintre d'aquest sector, jo posaré com exemple l'equip de G2, antigament conegut com Gamers2.

Als seus inicis, Gamers2 contava amb una marca corporativa bastant simple, era bàsicament un logotip amb una tipografia molt bàsica amb el nom de l'equip en vermell y negre.



Figura 3: Logotip de Gamers2

Degut a l'èxit de l'equip dintre del panorama europeu, l'equip començava a tenir força suport dintre del videojoc principal en el que competien, el League of Legends, i en poc temps van aconseguir una plaça per disputar la competició europea de la màxima categoria, la LCS EU (League of Legends Championship Series Europe). Degut a l'èxit aconseguit, l'equip va canviar totalment la seva marca, es va professionalitzar el seu aspecte, i es va introduir un missatge o identitat per als fans que començaven a tindre.



Figura 4: Isologo de G2

En el nou disseny es pot observar com es manté l'essència de l'antic logotip (es pot llegir perfectament G2 en el que ara es una mascara d'un samurai), però s'ha buscat un element que pugui representar als seus fans, una cosa molt comú en aquest sector, ja que la majoria de marques d'aquest sector son mascotes (lleons, dracs, etc), i no vol dir que l'escut de l'equip s'identifiqui amb la temàtica del videojoc, ni molt menys, perquè els equips d'eSports no només competeixen en un videojoc, arriben a competir fins a en quatre o cinc de diferents, però el més famós es sens dubte el League of Legends.

Un altre exemple de redisseny en la marca que podem trobar es amb l'equip H2K, que als seus inicis lluia un logotip que fusionava les dues lletres y el nombre del seu nom.



Figura 5: Primer logotip de H2K

De la mateixa forma que G2 eSports, H2K també va canviar la seva marca, van dissenyar un escut on es pot llegir H2K en el centre, l'escut presenta signes de desgast, com de lluita, això pot ser identificat com un significat metafòric, ja que es podria dir que es deixen la pell competint a màxim nivell.



Figura 6: Actual escut de H2K

4.2 Escenari

Dintre del món dels eSports, trobem diferents tipus de marques, l'estil que més predomina es el dels escuts, però dintre d'aquests escuts podem trobar diferents estils, escuts amb lletres o escuts amb una mascota a dins. També hi ha que no utilitzen escut i estan formats per un imatip (imatge i text).

En la següent figura podem trobar alguns dels equips que conformen la lliga més important d'eSports d'Espanya, la SuperLiga Orange. Trobem diferents tipus d'escuts amb mascota, o no té per que ser una mascota, també pot ser un rol (un samurai, un encaputxat, una mascara de gladiador desgastada, etc.). També trobem escuts només amb el nom de l'equip, i per últim marques que no son escuts.



Figura 7: Equips de la SuperLiga Orange

Analitzaré un parell de marques de equips actuals, començant pel de Giants Gaming, ja que probablement es l'equip més gran i important que tenim a territori espanyol. Giants Gaming es una organització espanyola que té equips competitiu per a League of Legends, Call of Duty i FIFA, entre d'altres. El seu escut es bastant senzill, però té un molt bon disseny: es un escut negre amb la vorera blava, al centre trobem escrita la paraula Giants en majúscules, i a sota les sigles GG, amb la primera ge girada, per donar efecte de simetria, les sigles GG signifiquen el nom de l'equip Giants Gaming. Actualment, com que van aconseguir el patrocini de Vodafone, podem trobar també a la part superior de l'escut, a sobre de la paraula Giants, el logo de Vodafone.



Figura 8: Escut Giants Gaming



Figura 9: Escut Vodafone Giants

A continuació analitzaré l'escut de Mad Lions. Mad Lions es una organització Madrilenya amb equips competint al màxim nivell per a League of Legends i Clash Royale. El seu escut té el fons de color negre, la vorera de l'escut es d'un marró vermellós i un fil taronja, al centre podem veure el nom de l'equip Mad Lions, i un lleó a sobre de les lletres, sobresortint una mica per a dalt de l'escut, a la part inferior de l'escut podem veure la bandera de la comunitat de Madrid, i la cua del lleó sortint per sota de les lletres.



Figura 10: Escut Mad Lions

4.3 Bases teòriques de referència

En el procés de gestió de la imatge corporativa, les variables fonamentals són: identitat corporativa, comunicació corporativa, imatge corporativa i la retroalimentació. La identitat corporativa és la realitat de la corporació de la personalitat única i individual de l'entitat que la diferencia de les altres. La comunicació corporativa és el conjunt de les fonts, els missatges i els mitjans pels quals l'empresa transmet la seva singularitat o marca als seus diferents públics. La imatge corporativa està en l'ull de l'espectador la impressió de la corporació global en poder dels seus diversos públics. L'objectiu en la gestió de la imatge corporativa és comunicar la identitat de la companyia per a aquestes audiències o grups que són importants per a l'entitat, de tal manera que ells desenvolupen i mantenen una opinió favorable de l'entitat. Aquest procés consisteix en la configuració d'una identitat positiva, comunicant aquesta identitat a les audiències significatives, i l'obtenció de retroalimentació de l'audiència per assegurar-se que el missatge s'interpreta positivament. Una imatge insatisfactòria pot ser millorada mitjançant la modificació de la comunicació corporativa, reformació de la identitat corporativa, o ambdós.

La identitat corporativa (la realitat i singularitat de la organització) pot ser dividida en quatre parts: estratègia corporativa, la cultura corporativa, disseny organitzacional, i d'operacions. L'estratègia és el pla general que determina l'abast del producte/mercat de l'entitat, les polítiques i programes amb que decideixin competir en els seus mercats elegits. La cultura corporativa són els valors i creences compartits que els membres de l'organització tenen en comú, com es relacionen entre si, els seus llocs de treball, i l'organització. Defineix el que el personal de l'empresa creu que és important i sense importància, i explica en gran mesura per què l'organització es comporta de la manera que ho fa. El disseny organitzacional es refereix a les opcions fonamentals que els alts directius fan en el desenvolupament del model de relacions d'organització. Abasta qüestions com ara, si les tasques bàsiques han de ser organitzades per funció o divisió de producte, la configuració general de la companyia, el grau de descentralització, el nombre de personal de l'equip, el disseny dels llocs de treball i els sistemes i procediments interns. Operacions, el quart i últim component de la identitat corporativa, és la suma de les activitats de l'entitat, que es dedica a dur a terme a la seva estratègia. Aquestes activitats es converteixen en part de la realitat de l'entitat i poden influir en la seva identitat en una àmplia varietat de formes.

5. Continguts

Com que el meu treball de final de grau es de tipus professionalitzador, en aquest apartat faré una memòria gràfica (mitjançant captures de pantalla) de tota la feina que realitzaré dissenyant la marca corporativa i el manual d'identitat.

5.1 Briefing

A partir d'un briefing, suposarem que una entitat actual ens demana redissenyar la seva marca corporativa.

A. Informació general

1. Breu descripció de l'entitat: l'entitat es un equip d'eSports dedicat principalment al videojoc League of Legends. Té com objectiu fer una bona temporada a la lliga regular per així aconseguir molts fans. Els seus jugadores ofereixen a diari un servei d'Streamings (retransmissions online en directe de les seves partides d'entrenament).
2. Què els diferencia de la competència? En principi no hi ha cap diferencia entre aquest equip o qualsevol altre ja existent, el seu objectiu es competir al màxim nivell.
3. Valors de l'entitat: l'entitat està a favor de la igualtat, ja que en aquest sector la presència femenina es molt baixa o quasi nul·la, no hi ha jugadors de sexe femení, el 90% de tots els jugadors professionals son homes.
4. Visió des de l'exterior: es vol tenir una imatge que sigui representativa per a tots els nostres fans, es a dir, que en veure el nostre escut es puguin sentir identificats.
5. Informació breu del sector en el que opera: principalment l'equip competirà a màxim nivell del videojoc League of Legends.
6. Informació breu sobre competidors directes: en aquest sector hi ha moltes entitats que compten amb un equip competitiu de League of Legends.
7. Clients potencials: el patrocini es molt important en aquest sector, per tant hem d'aconseguir que grans marques de perifèrics per a ordinador vulguin ser patrocinadors nostres.

B. Informació sobre identitat visual

1. Material gràfic amb la identitat visual corporativa actual: l'equip actualment té un logotip de lletres molt bàsic i l'equip es diu OpTic Gaming.



Figura 11: Logo OpTic Gaming

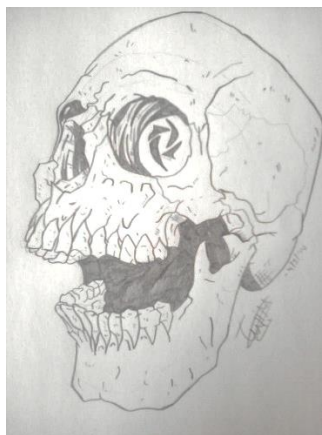
2. Motius del canvi d'identitat visual: es vol canviar la identitat per què l'actual es molt bàsica, es vol aconseguir una marca més professional.

C. Informació sobre la nova identitat visual

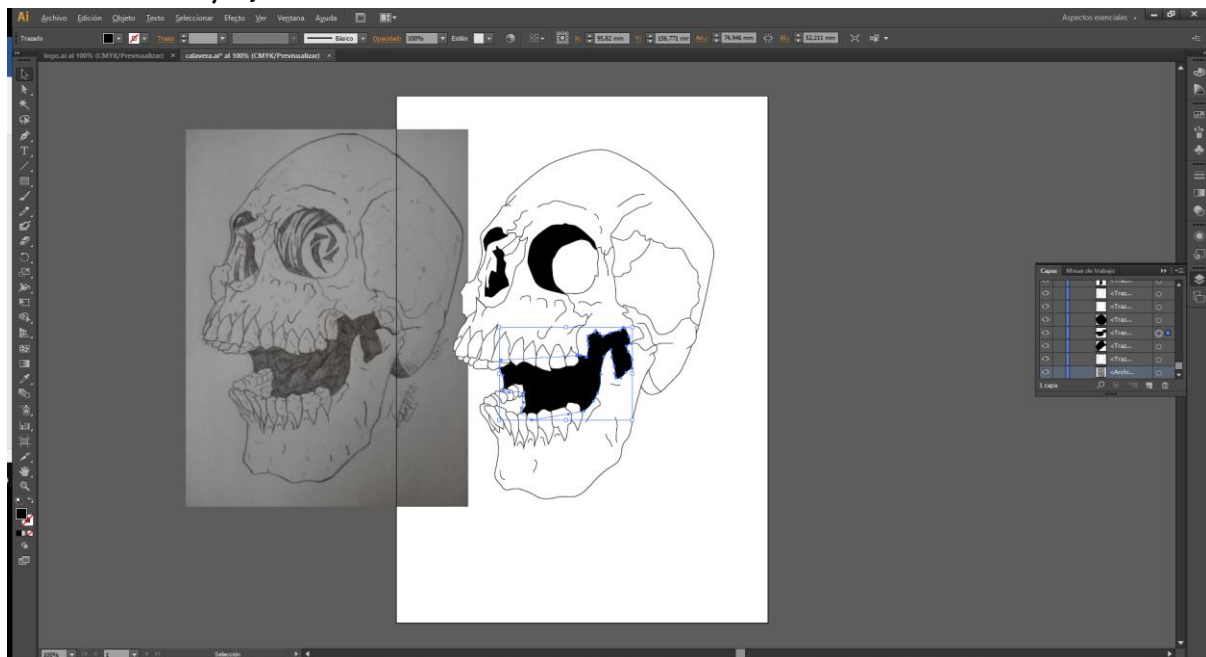
1. Idea sobre la nova identitat visual: es vol un escut per a l'equip, que ens representi i es pugui utilitzar per a fer samarretes. L'escut ha de portar el nom de l'equip.
2. Paraules clau: OpTic, Gaming.
3. Elements que deu incloure: El nom de l'equip, un escut i algun tipus d'element que pugui representar l'entitat (a elecció del dissenyador).
4. Es desenvoluparà un manual d'identitat corporativa? Si, es farà un manual d'identitat per a la marca que reculli tota la informació d'aquesta (colors, tipografies, usos correctes, etc.).

5.2 Redisseny de la marca

Primer es van dissenyar unes propostes a mà per veure qual li agradava més al client, i finalment es va decantar per aquesta:



Com que el client va donar el vist bo, es va procedir a digitalitzar aquesta proposta, es a dir, a vectoritzar-la mitjançant Adobe Illustrator.



El següent pas va ser escollir una tipografia, finalment es va escollir al tipografia Tech Headlines Italic, i es va procedir a fusionar-la amb l'element ja creat



Un cop aconseguit això, mitjançant un altre programari, l'Adobe Photoshop, es va procedir a fer l'escut





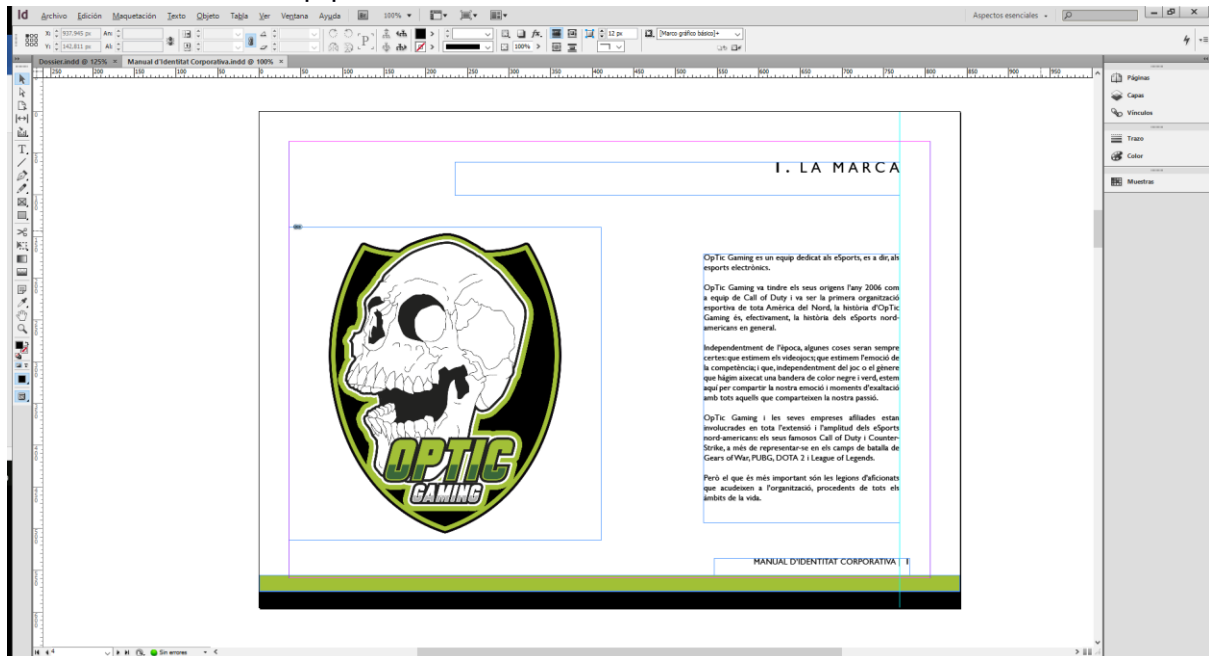
Amb l'escut ja dissenyat, es pot passar al següent punt, el manual d'identitat, per al correcte ús d'aquest.

5.3 Manual d'identitat

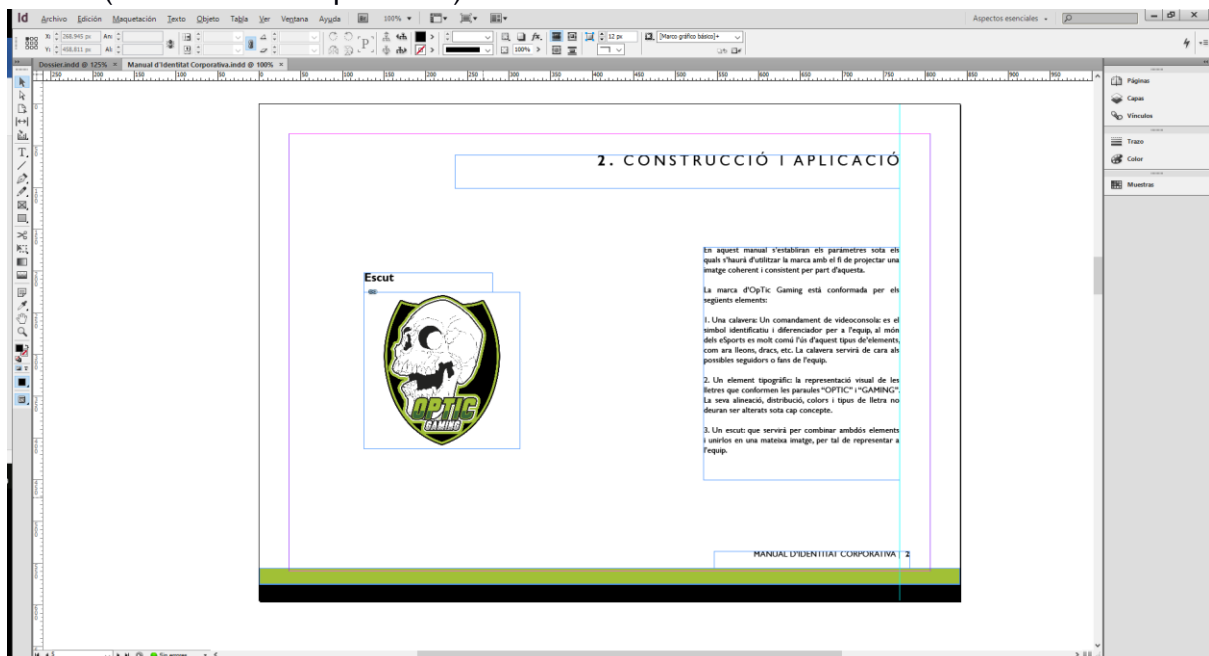
El manual ha estat realitzat amb Adobe InDesign.

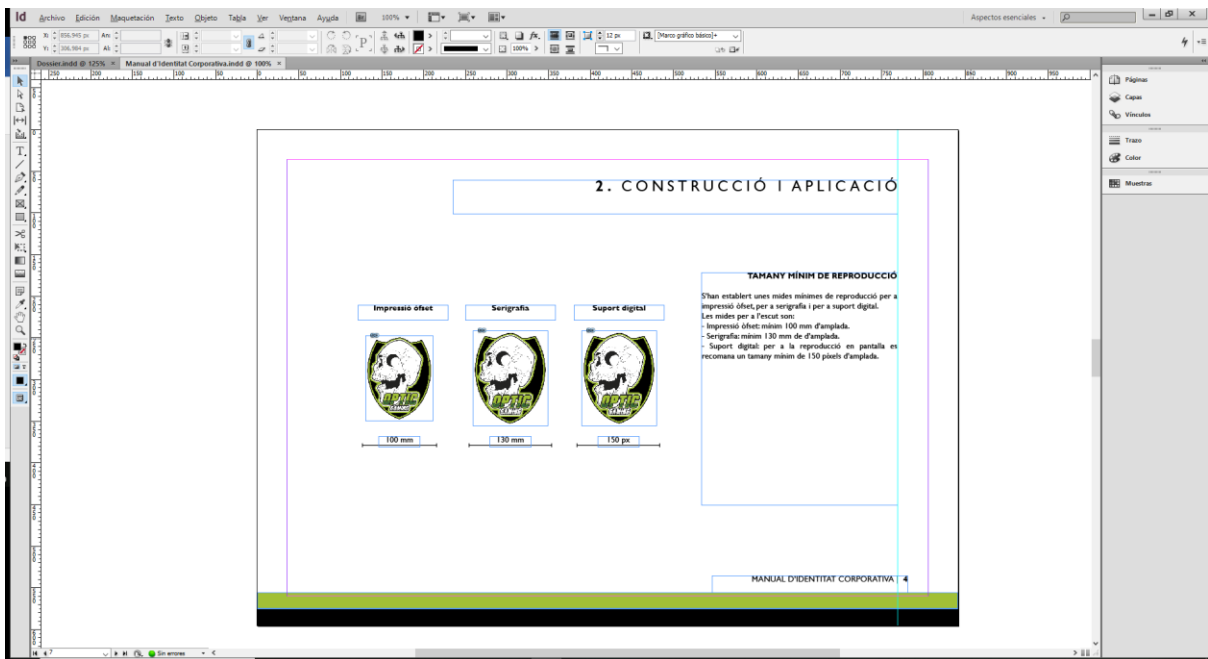
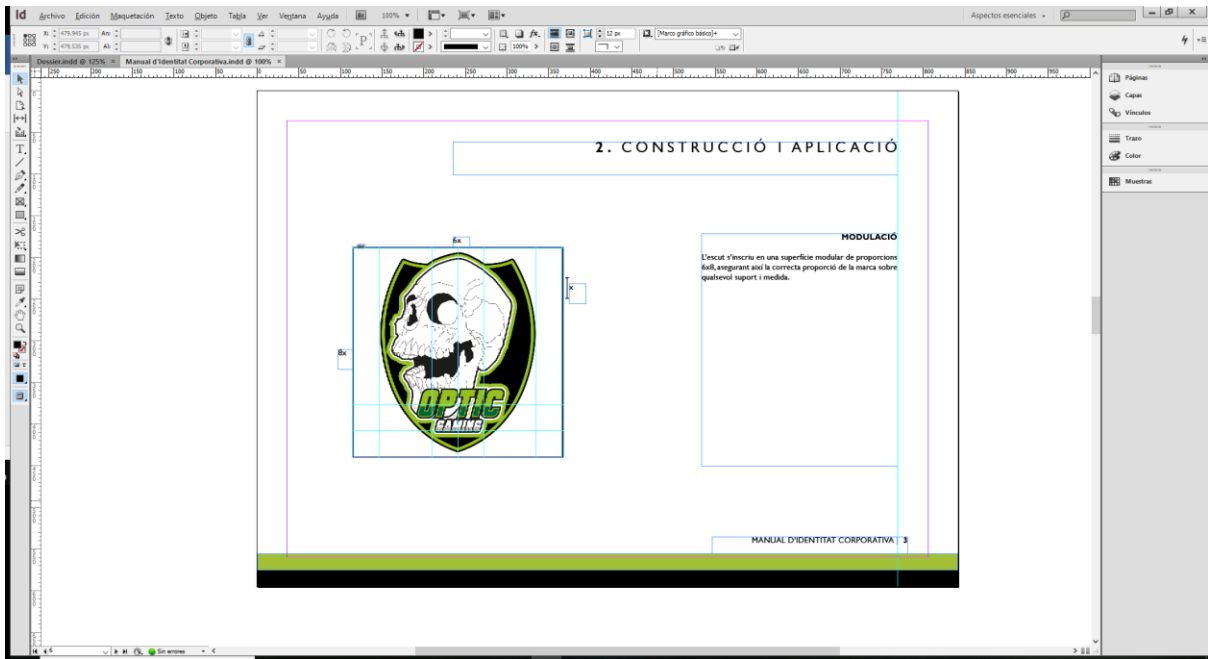
Continguts del manual:

1. Explicació de la marca: aquí s'explica la motivació de la marca, amb els seus inicis i es una petita introducció a l'equip.

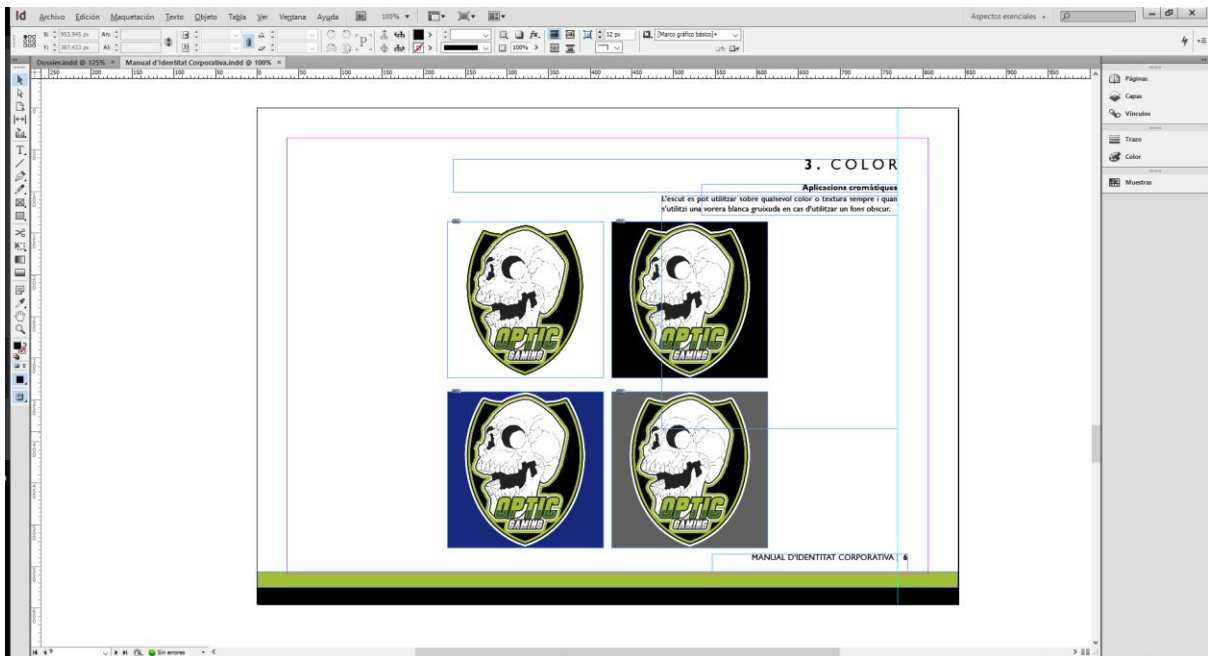
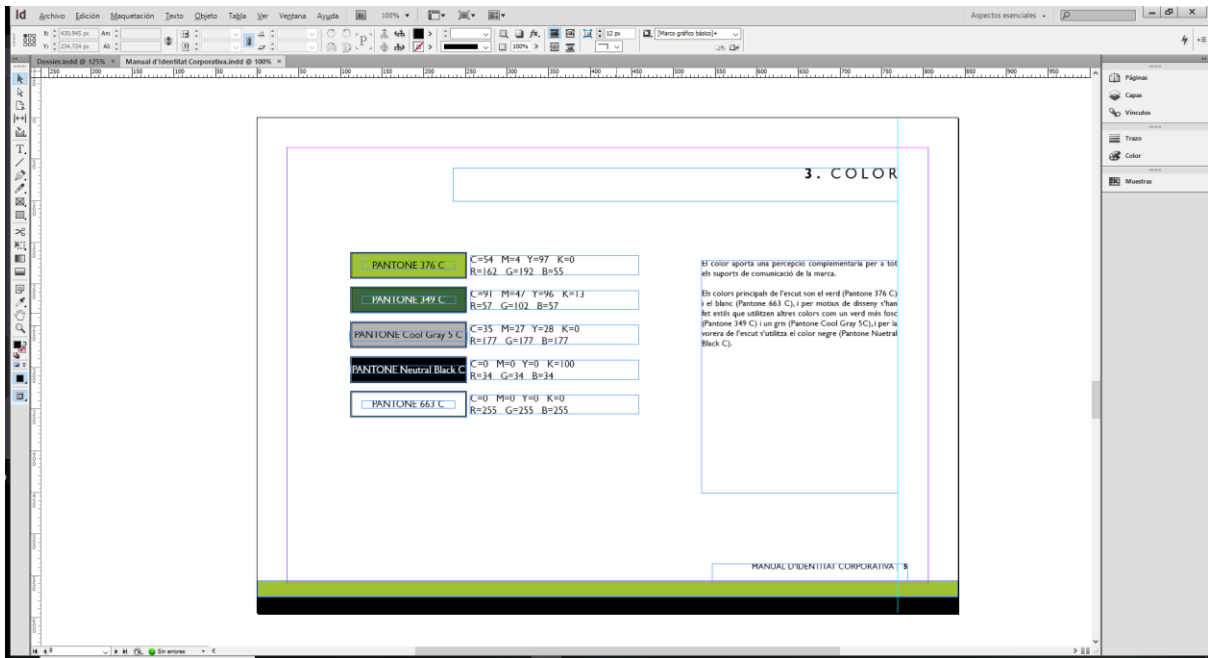


2. Construcció i aplicació: s'explica com ha estat creada la marca (modulació) i com s'ha d'aplicar (mida mínima de reproducció).

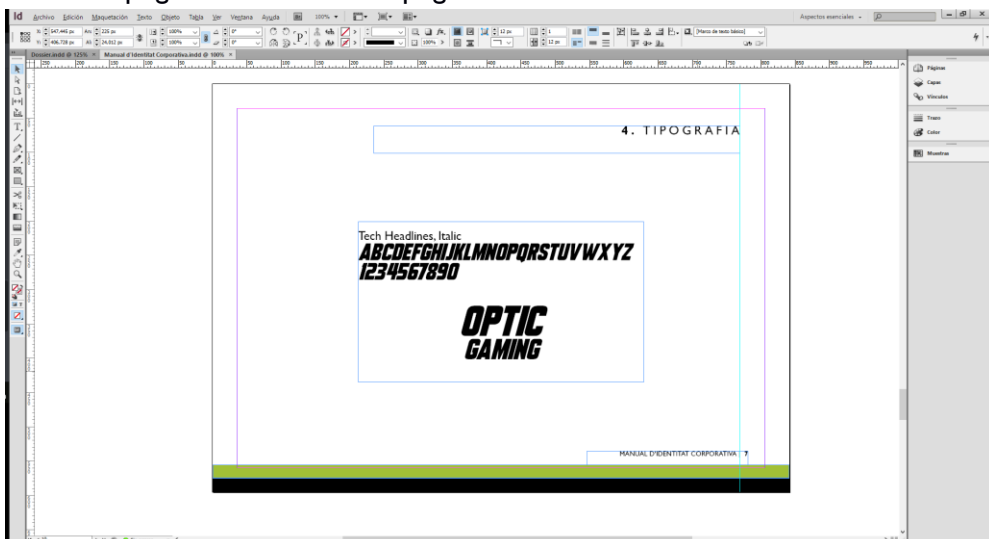




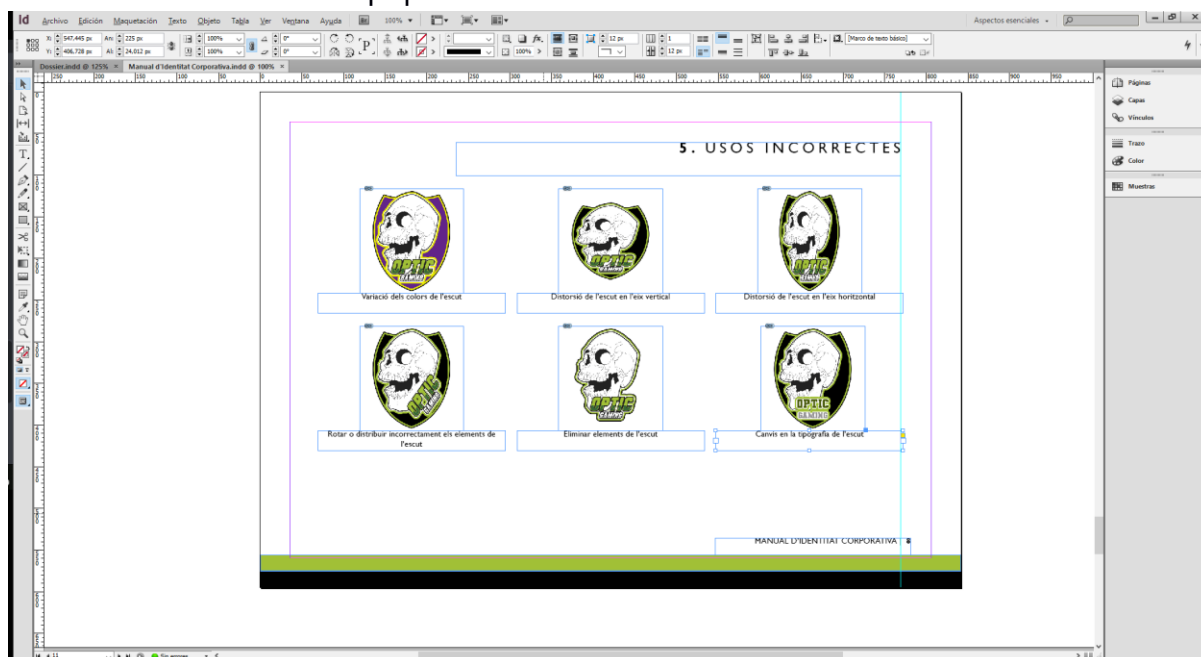
3. Color: s'expliquen els colors utilitzats i les possibles aplicacions cromàtiques de la marca.



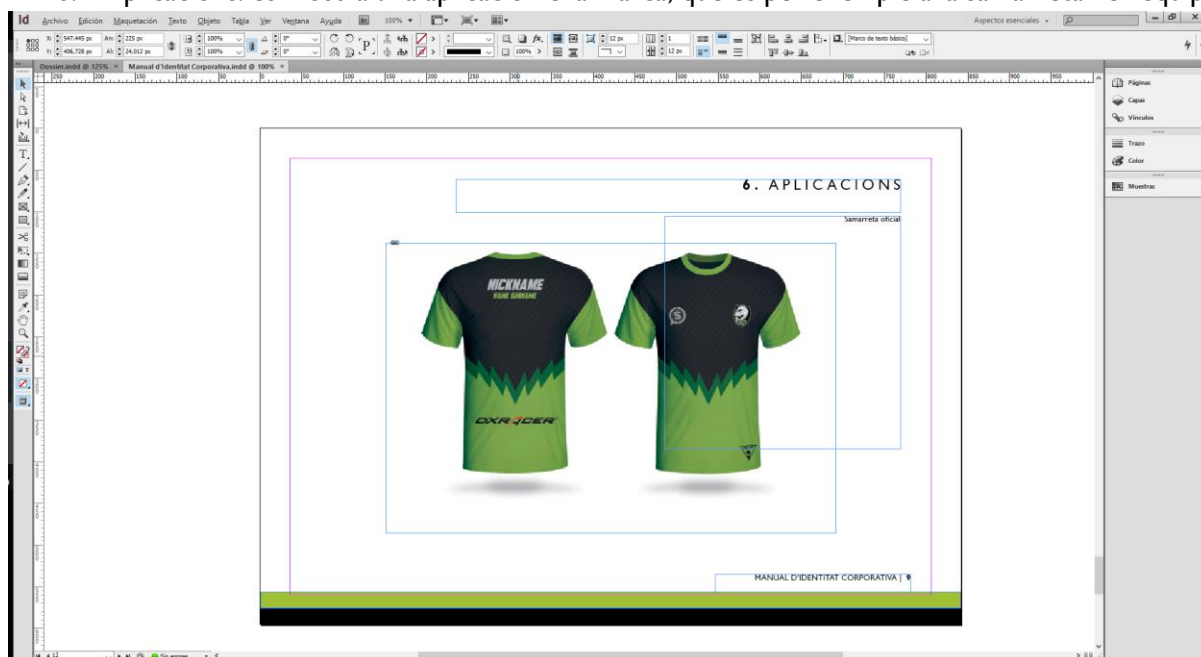
4. Tipografia: es mostra la tipografia utilitzada en la marca



5. Usos incorrectes: s'expliquen els diferents usos incorrectes de la marca.



6. Aplicacions: es mostra una aplicació de la marca, que es per exemple a la samarreta de l'equip.



5.4 Dossier

El dossier ha estat realitzat amb Adobe InDesign.

Continguts del manual:

1. Què és OpTic Gaming?: En aquest apartat es fa una introducció de la organització.
2. Organigrama: Es mostra l'organigrama de la organització, per qui està dirigida, etc.
3. Equips: Es parla sobre la quantitat d'equips per a videojocs que té competint actualment la organització.
4. Models de patrocini: Es parla dels diferents tipus d'sponsors que busca el club (Principal, secundaris, etc.)
5. Contacte: Per contactar en cas d'estar interessat.

5.5 Samarreta

S'ha descarregat un "template" per a la realització del disseny de la samarreta. Inicialment la idea era realitzar la samarreta de zero mitjançant el programa 3ds Max, però per un incidència no s'ha pogut realitzar i finalment s'ha fet el disseny mitjançant un "template" d'internet i el programa Adobe Photoshop.



6. Metodologia

Per començar el projecte serà necessari veure que hi ha actualment al mercat, per tant es farà una recerca per veure que hi ha actualment al sector.

La recerca d'informació es realitzarà mitjançant Internet, es buscarà la informació a pàgines web que puguin servir d'ajut per a diversos temes, per exemple, com que la finalitat del treball es desenvolupar una marca corporativa per a un equip d'eSports, es pot buscar informació sobre els actuals equips que hi ha en aquest món, per veure els seus valors i que vol transmetre, quin tipus de logotip s'utilitzen, etc.

Respecte als recursos gràfics creats, es realitzaran mitjançant diversos programes de la suite Adobe, principalment s'utilitzaran el Photoshop, l'Illustrator i l'InDesign. L'Adobe InDesign s'utilitzarà principalment per al desenvolupament del Manual d'Identitat, i l'Illustrator i el Photoshop s'utilitzaran per a la marca corporativa.

- Programari que serà necessari: primer de tot hem d'identificar quin serà el programari necessari per a poder realitzar correctament qualsevol recurs gràfic necessari per a la elaboració d'aquest projecte.
- Elaboració de la marca corporativa: definir una identitat i uns valors a l'equip.
- Elaboració del manual d'identitat: aquest recollirà tota la informació de la marca, consisteix en un document que té tota la informació necessària sobre el tractament que se li ha de donar a la marca. Es tractarà d'un document lliurable de tipus professional.
- Elaboració d'un dossier per al club: el dossier recollirà les diferents condicions de patrocini per a possible *sponsors* que pugui rebre el club.
- Disseny d'una samarreta per al club: es farà una proposta de samarreta que exemplificarà sobretot el tema dels *sponsors*, de la visibilitat que aquests guanyen, i també es mostrarà com el merchandasing es important en aquest sector.

Per a la realització d'aquest projecte, tindrà en compte diferents punts clau:

- Investigació: la proposta del projecte no es una innovació, per tant ja existeix al mercat, així que es tomaren com a referència altres marques ja existents, analitzant els elements que utilitzen, els colors, etc.
- Digitalització: es vectoritzarà la millor proposta per donar lloc a la que esdevindrà la marca.
- Colors: es molt important pensar primer en la marca en una versió monocromàtica (blanc i negre). Si funciona en blanc i negre, que es la versió més simple, significa que la marca podrà ser aplicada a més colors.
- Aplicacions: veure si la marca funciona tant en horitzontal com en vertical. Seleccionar una mida mínima de reproducció, fons sobre els quals es podrà utilitzar la marca, etc.

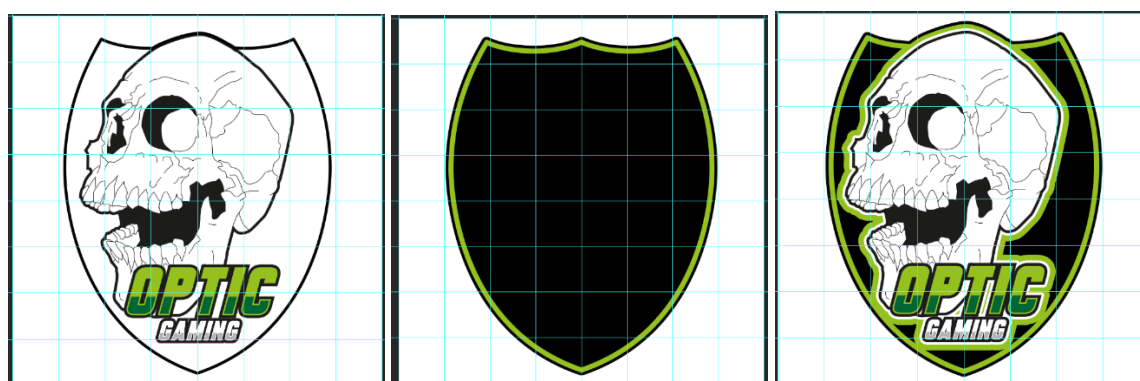
7. Plataforma de Desenvolupament (Programari)

En aquest apartat mostraré la feina realitzada mitjançant captures de pantalla del programari utilitzat al transcurs d'aquest projecte

- Adobe Illustrator: per a la vectorització d'elements de l'escut:



- Adobe Photoshop: per a la maquetació final de l'escut, i el disseny de la samarreta





- Adobe InDesign: per a la realització del manual d'identitat i del dossier.



- Altres: es tenia pensat realitzar el disseny de la samarreta mitjançant 3ds Max, però per incidències amb l'ordinador que donava error a l'obrir el programa, finalment es va realitzar amb photoshop.

8. Planificació

Dates clau:

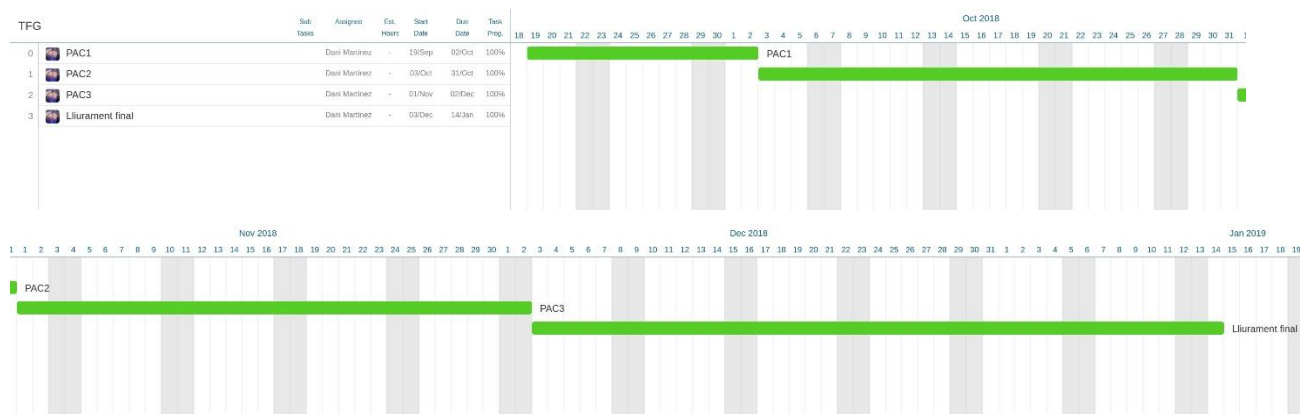
- PAC 1. Data: 02/10/2018
- PAC 2. Data: 31/10/2018
- PAC 3. Data: 02/12/2018
- Lliurament final. Data: 14/01/2019

Fites:

- PAC 1. Del 19/09/2018 al 02/10/2018
- PAC 2. Del 03/10/2018 al 31/10/2018
- PAC 3. Del 01/11/2018 al 02/12/2018
- Lliurament final. Del 03/12/2018 al 14/01/2019

Diagrama de Gantt:

	Tasca	Inici	Final	Duració
	PAC 1	19/09/2018	02/10/2018	14 dies
	PAC 2	03/10/2018	31/10/2018	29 dies
	PAC 3	01/11/2018	02/12/2018	32 dies
	Lliurament final	03/12/2018	14/01/2019	43 dies



9. Procés de treball

PAC 1. Definició formal del projecte

- 1. Introducció/Prefaci
- 2. Descripció/Definició/Hipòtesi
- 3. Objectius
 - o 3.1 Principals
 - o 3.2 Secundaris
- 4. Marc teòric/Escenari
 - o 4.1 Antecedents
 - o 4.2 Escenari
 - o 4.3 Bases teòriques de referència
- 5. Continguts
- Annex 9. Bibliografia

PAC 2. Desenvolupament i consolidació I

- 1. Introducció/Prefaci (modificat el tercer paràgraf seguint els teus comentaris).
- 3. Objectius (petits retocs).
- 4. Marc teòric/Escenari
 - o 4.1 Antecedents (redactat de cero, enfocat en el sector del meu projecte).
- 6. Metodologia
- 7. Plataformes de Desenvolupament (només esmentat, s'anirà completant a mida que el projecte avanci).
- 8. Planificació
- 9. Procés de treball

PAC 3. Desenvolupament i consolidació II

- 3. Objectius (redefinits).
- 4. Marc teòric/Escenari (ampliat)
 - o 4.1 Antecedents (ampliat)
 - o 4.2 Escenari (redactat de cero, enfocat en el projecte).
 - o 4.3 Bases teòriques de referència (redactat de cero).
- 5. Continguts
 - o 5.1 Briefing
 - o 5.2 Redisseny de la marca
 - o 5.3 Manual d'identitat
- 6. Metodologia (afegit coses d'altres apartats que quedaven millor aquí però no s'ha de encaixar millor)

Lliurament final

- 1. Introducció/Prefaci
- 2. Descripció/Definició/Hipòtesi
- 3. Objectius
 - o 3.1 Principals
 - o 3.2 Secundaris
- 4. Marc teòric/Escenari
 - o 4.1 Antecedents
 - o 4.2 Escenari
 - o 4.3 Bases teòriques de referència
- 5. Continguts
 - o 5.1 Briefing
 - o 5.2 Redisseny de la marca
 - o 5.3 Manual d'identitat
 - o 5.4 Dossier
 - o 5.5 Samarreta
- 6. Metodologia
- 7. Plataforma de Desenvolupament (Programari)
- 8. Planificació
- 9. Procés de treball
- 10. Conclusions

10. Conclusions

Finalment s'ha aconseguit l'objectiu principal del projecte, que era dissenyar una marca de zero (tot i que s'ha fet un suposat de briefing en el qual una marca ja existent demanava un redisseny). La nova marca es més professional que la que ja havia i té una temàtica bastant atractiva.

Per altra banda, el manual d'identitat corporativa permetrà a la organització fer un bon ús de la nova imatge, i també li donarà més i noves oportunitats de fer-se visible en el món dels eSports.

En aquest projecte he utilitzat coneixements adquirits en assignatures cursades durant el grau, com ara son Disseny Gràfic, Creativitat i Estètica, Imatge i Llenguatge visual, entre altres, que m'han ajudat molt a realitzar tot el projecte fins al final, son molts els aspectes teòrics que vaig aprendre i que he pogut posar en pràctica en aquest lliurament final.

Tot i que he anat curt de temps durant el semestre, he pogut entregar un projecte bastant sòlid, que crec que compleix amb la idea inicial que tenia en ment quan vaig fer la proposta de projecte i que a més a més m'ha agradat dissenyar-ho, m'ho he passat bé vectoritzant, i fent l'escut, es una cosa que m'agrada i la qual no m'importaria dedicar-m'hi en un futur si aconsegueixo feina en una agència de disseny gràfic, o si trobo feina en alguna entitat d'eSports.

Bibliografía

Wikipedia. Marca corporativa. Enllaç: https://es.wikipedia.org/wiki/Marca_corporativa

Luis Caballero (2011). AEG, la primera identidad corporativa de la historia. Enllaç:

<http://www.brandemia.org/aeg-la-primer-identidad-corporativa-de-la-historia>

e02. Proyecto de Identidad Visual Corporativa. El briefing. Enllaç:

<http://www.e02.es/cubic/ap/cubic.php/doc/Proyecto-de-Identidad-Visual-Corporativa.-El-briefing-305.html>

Docencia es arte. Briefing para imagen corporativa – identidad de marca. Enllaç:

<https://es.scribd.com/doc/299362963/Briefing-para-imagen-corporativa-identidad-de-marca>

Wikipedia. Valencia Club de Fútbol. Enllaç:

https://es.wikipedia.org/wiki/Valencia_Club_de_F%C3%BAtbol

Wikipedia. Valencia Club de Fútbol eSports. Enllaç:

https://es.wikipedia.org/wiki/Valencia_Club_de_F%C3%BAtbol_eSports

Aaron Arenas Ramírez. Imagología y teoría de la imagen corporativa. Enllaç:

<https://www.gestiopolis.com/imagologia-teoria-la-imagen-corporativa/>

Figures

Figura 1. Escut Valencia: <http://lajugadafinanciera.com/wp-content/uploads/2018/04/logotipo-centenario-valencia-cf.jpg>

Figura 2. Escut Valencia eSports: <https://www.republica.com/deportes-electronicos/wp-content/uploads/sites/48/2016/06/va.jpg>

Figura 3. Gamers2: <https://lol.gamepedia.com/Gamers2>

Figura 4. G2: https://en.wikipedia.org/wiki/G2_Esports

Figura 5. H2K primer logo: <http://gambit-gaming.com/images/general/2015/01/19/20150119141704-3635.png>

Figura 6. H2K nou logo:

https://dlu5p3l4wpay3k.cloudfront.net/lolesports_gamepedia_en/thumb/5/57/H2k-Gaminglogo_square.png/220px-H2k-Gaminglogo_square.png?version=00ced9a88d5b5ee452b6b75a2f02f377

Figura 7. Equip: <https://cdn.atomix.vg/wp-content/uploads/2018/02/En-Espa%C3%Bl a-se-crea-la-Asociaci%C3%B3n-de-clubes-de-eSports-Atomix-2.jpg>

Figura 8. Escut Giants: https://esports.as.com/2018/03/09/rsz_689px-giants_gaming_2017.png?hash=037c86c72a68b2078c8a3b3b8ad592774a3171c0

Figura 9. Escut Vodafone Giants: https://s04.s3c.es/imag/_v0/770x420/7/8/2/700x420_vodafone-giants.jpg

Figura 10. Escut Mad Lions: https://esports.as.com/2018/03/08/l_4rT-jqfMzK8l7ewuXo2HMA.png?hash=e361b1ed880c062c25368f79fa634496675c52af

Figura 11. Logo OpTic Gaming:

https://pbs.twimg.com/profile_images/1039888190549635074/BRgbbYbl_400x400.jpg