

UNIVERSIDAD AGRO-ALIMENTARIA DE MAO "IEES-UAAM"



PROGRAMA ANALÍTICO

DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO III

**Mao, Valverde
República Dominicana**



I. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	Diseño grafico publicitario III
Clave de la asignatura:	ART-305
Pre-requisito:	ART-304
Co-requisito:	
Horas teóricas – Horas práctica – Créditos	4 – 2– 4

II. PRESENTACIÓN:

Mediante la asignatura de Diseño grafico publicitario III, el estudiante dominara los conceptos fundamentales acerca de importancia que tienen los procesos creativos y la creatividad publicitaria en la materialización de los mensajes, así como en el diseño de las estrategias y la realización de la comunicación publicitaria y realización de los proyectos de comunicación publicitaria que les sean solicitados, mostrando siempre una actitud crítico-profesional de trabajo en equipo.

III. PROPÓSITOS GENERALES:

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de:

- Obtener los conocimientos necesarios sobre la importancia de la creatividad en el diseño publicitario y la participación del cliente en este proceso.
- Dominar todo lo relacionado el proceso creativo de proyectos integrales de campañas o programas de publicidad de alta complejidad y largo alcance, así como preparar su presentación y fundamentación científica.

IV. GUIAS APRENDIZAJE:

GUIA APRENDIZAJE UNIDAD I.- Desarrollar la Habilidad de Creatividad: Al finalizar esta unidad, el alumno dominara todo lo relacionado a los métodos y técnicas para desarrollar el pensamiento creativo obteniendo nuevas habilidades de diseño y creatividad.

Lección 1.1.	Habilidad creativa.
Lección 1.2.	Desarrollar un foco creativo.
Lección 1.3.	Aumentar la capacidad creativa.
Lección 1.4.	Capacidad de diseño y creatividad.
Lección 1.5.	Nuevas percepciones.
Lección 1.6.	Cambio de paradigmas.
Lección 1.7.	Mecanismos que estimulan la creatividad.
Lección 1.8.	Uso de métodos visuales.
Lección 1.9.	Uso de las experiencias.
Chat.-	Aportes y sugerencias del desarrollo de las habilidades creativas.
Tarea 1.-	Investigar cómo desarrollar un foco creativo.
Tarea 2.-	Analizar como aumentar la capacidad creativa.



- Tarea 3.- Investigar las nuevas percepciones y paradigmas.
 Tarea 4.- Analizar el uso de métodos visuales y la experiencia.
 Foro.- Comentarios, opiniones, dudas, aportes y sugerencias para desarrollar las habilidades de creatividad.

Prueba Guía # 1.

GUIA APRENDIZAJE UNIDAD II.- La Noción Creativa en Publicidad: Al término de esta unidad, el alumno utilizara todo los elementos relacionados a la noción creativa utilizada en la campaña publicitaria.

- Lección 2.1. Principios de la noción en publicidad.
 Lección 2.2. Secuencia creativa.
 Lección 2.3. La estrategia publicitaria.
 Lección 2.4. Elementos de creación.
 Lección 2.5. Elección de los ejes de comunicación.
 Lección 2.6. El concepto de comunicación.
 Lección 2.7. La noción de la campaña publicitaria.
 Chat. - Análisis y comentarios sobre noción creativa en publicidad.
 Tarea 1.- Investigar la secuencia creativa y la estrategia publicitaria.
 Tarea 2.- Analizar los elementos de creación.
 Tarea 3.- Investigar los ejes de comunicación.
 Tarea 4.- Analizar la noción de la campaña publicitaria.
 Foro.- Comentarios, opiniones, dudas, aportes y sugerencias sobre la noción creativa publicitaria.

Prueba Guía # 2.

GUIA APRENDIZAJE UNIDAD III.- El Mensaje Publicitario. Al concluir esta unidad, el alumno utilizara todo lo relacionado al desarrollo de habilidades y técnicas necesarias para el desarrollo de mensajes utilizando estrategias publicitarias.

- Lección 3.1. El mensaje publicitario.
 Lección 3.2. Tipos de mensajes publicitarios.
 Lección 3.3. Determinar la estructura del mensaje.
 Lección 3.4. Localizar el mensaje fuerte.
 Lección 3.5. Determinar la fuerza intrínseca del mensaje.
 Lección 3.6. Dar fuerza al mensaje por medio de la creatividad estratégica.
 Lección 3.7. Dar fuerza al mensaje por medio de la creatividad de expresión.
 Lección 3.8. Importancia del mensaje como elemento generador de atención.
 Chat.- Aportes y sugerencias del mensaje publicitario y los tipos.
 Tarea 1.- Analizar la estructura del mensaje.
 Tarea 2.- Investigar como localizar el mensaje fuerte.
 Tarea 3.- Analizar el mensaje publicitario.
 Tarea 4.- Investigar acerca de la importancia del mensaje.
 Foro.- Comentarios, opiniones, dudas, aportes y sugerencias sobre el mensaje publicitario.

Prueba Guía # 3.

GUIA APRENDIZAJE UNIDAD IV.- Publicidad Para Persuadir: Al concluir esta unidad, el alumno utilizara todo lo relacionado a los mecanismos utilizados en la



publicidad para persuadir a los clientes y consumidores.

- Lección 4.1. Como persuadir a los consumidores.
- Lección 4.2. Publicitarios y la profundidad.
- Lección 4.3. Estrategias publicitarias.
- Lección 4.4. Imágenes publicitarias.
- Lección 4.5. La venta de necesidades ocultas.
- Lección 4.6. La explotación de los factores publicitarios.
- Lección 4.7. Nueva estrategia de clientes.
- Chat.- Aportes y sugerencias de la publicidad para persuadir.
- Tarea 1.- Analizar como persuadir a los consumidores.
- Tarea 2.- Investigar al publicitario y la profundidad creativa.
- Tarea 3.- Analizar las estrategias publicitarias.
- Tarea 4.- Investigar la explotación de los factores publicitarios.
- Foro.- Comentarios, opiniones, dudas, aportes y sugerencias sobre la publicidad utilizada para persuadir a los clientes.

Prueba Guía # 4.

GUIA APRENDIZAJE UNIDAD V.- Creatividad en las Marcas: Al concluir esta unidad, el alumno utilizara todo lo relacionado los pasos y técnicas necesarias para la creación de marcas líderes y las estrategias de comunicación publicitaria.

- Lección 5.1. Técnicas para fomentar la creatividad.
- Lección 5.2. Los caminos creativos de la publicidad.
- Lección 5.3. La marca y su desarrollo.
- Lección 5.4. Picasso y las marcas.
- Lección 5.5. Logo y marcas.
- Lección 5.6. La creatividad en las marcas.
- Chat.- Aportes y sugerencias acerca de la creatividad en las marcas.
- Tarea 1.- Investigar las técnicas para fomentar la creatividad.
- Tarea 2.- Analizar los caminos publicitarios de la creatividad.
- Tarea 3.- Investigar la marca y su desarrollo.
- Tarea 4.- Analizar a Picasso y las marcas.
- Foro.- Comentarios, opiniones, dudas, aportes y sugerencias sobre la creatividad en las marcas.

Prueba Guía # 5.

GUIA APRENDIZAJE UNIDAD VI.- Presentación de Proyectos Creativos: Al concluir esta unidad, el alumno dominara todo lo relacionado a las técnicas de presentación a la hora de vender proyectos estratégicos y la presentación de estos proyectos.

- Lección 6.1. Planeación para la persuasión.
- Lección 6.2. Que hacer que se nos escuche.
- Lección 6.3. Uso de preguntas para vender ideas.
- Lección 6.4. Como tener una gran credibilidad.
- Lección 6.5. Como negociar de manera efectiva.
- Lección 6.6. Vender ideas a grupos.
- Chat.- Aportes y sugerencias de presentación de proyectos creativos.
- Tarea 1.- Analizar la planeación para la persuasión.
- Tarea 2.- Investigar el uso de preguntas para vender ideas.
- Tarea 3.- Analizar como tener una gran creatividad.
- Tarea 4.- Investigar cómo vender ideas a grupos.
- Foro.- Comentarios, opiniones, dudas, aportes y sugerencias sobre la



presentación de nuevos proyectos creativos.

Prueba Guía # 6.

GUIA APRENDIZAJE UNIDAD VII.- Campaña de Publicidad: Al concluir esta unidad, el alumno utilizará todo lo relacionado conocimientos en la concepción, organización, planificación y dirección de campañas de publicidad con un alto concepto de profesionalismo y acerca de los procesos de conceptualización y materialización de estrategias creativas integrales de la comunicación publicitaria.

- Lección 7.1. Plataforma para la campaña de publicidad.
- Lección 7.2. Objeto de la campaña.
- Lección 7.3. Objetivos de la campaña en la comunicación y mercado.
- Lección 7.4. Estrategia y concepción creativa.
- Lección 7.5. Comunicación impresa.
- Lección 7.6. Carteles, vallas, anuncios de prensa, murales impresos.
- Lección 7.7. Guías, mapas, plegables o brochure, volantes, etc.
- Lección 7.8. Comunicación audiovisual.
- Lección 7.9. Guiones de radios y TV.
- Lección 7.10. Comunicación digital.
- Lección 7.11. Programas de multimedia.
- Lección 7.12. Presentaciones digitales.
- Chat.- Aportes y sugerencias acerca de la campaña de publicidad.
- Tarea 1.- Analizar la plataforma para la campaña de publicidad.
- Tarea 2.- Investigar la comunicación impresa.
- Tarea 3.- Analizar la comunicación audiovisual.
- Tarea 4.- Investigar la comunicación digital.
- Foro.- Comentarios, opiniones, dudas, aportes y sugerencias sobre la campaña de publicidad.

Prueba Guía # 7.

Prueba Final.