

# CONTENIDO

# PUBLICIDAD, COMUNICACIÓN Y DISEÑO EN MEDIOS DIGITALES

## MÓDULO I. ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y MARKETING

- 1.1 Corazón ideológico de la agencia creativa
  - 1.1.1 Misión
  - 1.1.2 Visión
  - 1.1.3 Valores
  - 1.1.4 Filosofía
  - 1.1.5 Ejemplos de corazón ideológico de diferentes empresas
- 1.2 Modelo de negocio para una agencia creativa
  - 1.2.1 ¿Qué es un modelo de negocio?
  - 1.2.2 Modelo de negocio de lienzo
  - 1.2.3 Ejemplos de modelos de negocios de lienzo
  - 1.2.4 Aplicación del modelo de negocios de lienzo y su relación con el corazón ideológico de la agencia
- 1.3 Propuesta de valor de una agencia creativa
  - 1.3.1 ¿Qué es una propuesta de valor?
  - 1.3.2 Ejemplos de propuestas de valor
  - 1.3.3 Propuesta de valor de la agencia creativa
  - 1.3.4 Definición de productos y servicios de la agencia creativa
- 1.4 Principios de marketing
  - 1.4.1 ¿Qué es la mercadotecnia y para qué sirve?
  - 1.4.2 Marketing mix
  - 1.4.3 Ciclo de vida de producto
  - 1.4.4 Análisis FODA
  - 1.4.5 ¿Qué es la investigación de mercado?
  - 1.4.6 Público objetivo
- 1.5 Principios de Publicidad.
  - 1.5.1 ¿Qué es la publicidad y para qué sirve?
  - 1.5.2 Posicionamiento
    - 1.5.1 Campañas publicitarias
  - 1.5.3 El Brief
  - 1.5.4 Concepto creativo
- 1.6 Dirección de arte
  - 1.6.1 ¿Qué es la dirección de arte?
  - 1.6.2 Storytelling
  - 1.6.3 Worldbuilding/transmedia

- 1.7. Proceso creativo
  - 1.7.1 ¿Qué es la creatividad?
  - 1.7.2 El proceso creativo según Graham Wallas
  - 1.7.3 Las fases del proceso creativo
  - 1.7.4 ¿Cuál es mi proceso creativo?
- 1.8 Naming: cómo elegir el nombre de una marca, empresa o negocio
  - 1.8.1 ¿Qué es?
  - 1.8.2 Proceso de naming
  - 1.8.3 Herramientas para el naming
  - 1.8.4 Creación del nombre de agencia
- 1.9 Creación de contenidos digitales
  - 1.9.1 Tipos de contenidos digitales
  - 1.9.2 Contenido con enfoque corporativo
  - 1.9.3 Contenido de calidad para público objetivo
  - 1.9.4 Posicionamiento a través de contenido

## MÓDULO II. INCUBADORA, INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN

- 2.1 Incubadora de proyecto
- 2.2 Estrategias de financiamiento
- 2.3 Emprendimiento
- 2.4 Empresas creativas
- 2.5 Design Thinking
- 2.6 Construcción creativa de proyectos
- 2.7 Contribución social
- 2.8 Investigación
- 2.9 Marketing de contenidos
- 2.10 Contenidos escritos para campaña publicitaria



DIPLOMADO



EN LÍNEA



TITULACIÓN

- 2.11 Comunicación digital
- 2.12 Manejo del lenguaje
- 2.13 Persuasión y disuasión
- 2.14 Empatía con el cliente
- 2.15 Social media y redes sociales

### MÓDULO III. DESARROLLO Y SOPORTE PARA LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

- 3.1 Pensamiento innovador
  - 3.1.1 Modelos de negocio
  - 3.1.2 Metodologías IDEO
  - 3.1.3 Diseño como proceso complejo
    - 3.1.3.1 Escalera de diseño
    - 3.1.3.2 Innovación social
    - 3.1.3.3 Investigación entorno: usuario, cliente y beneficiario
  - 3.1.4 Tendencias: macro, micro y contra tendencias
- 3.2 Marca
  - 3.2.1 Posicionamiento de marca
  - 3.2.2 Palabras de concordancia
  - 3.2.3 Tendencias sociales
  - 3.2.4 Pairsocial
  - 3.2.5 Neurimarketing
  - 3.2.6 Alianzas comerciales
- 3.3 Estrategias de Comunicación Digital
  - 3.3.1 Universo digital / plataforma de comunicación digital
  - 3.3.2 SEO-SEM
  - 3.3.3 Buscadores y resultados de búsqueda
  - 3.3.4 Red display
  - 3.3.5 Google adwords
  - 3.3.6 Analytics
- 3.4 Redes Sociales
  - 3.4.1 SMO
  - 3.4.2 Servicios sociales
  - 3.4.3 Tendencias sociales
  - 3.4.4 Pairsocial
- 3.5 Medios Digitales
  - 3.5.1 Central de contenidos
  - 3.5.2 Arquitectura de la información
  - 3.5.3 Indexación
  - 3.5.4 Aplicaciones móviles

### MÓDULO IV. CREACIÓN DE CONTENIDOS VISUALES

- 4.1 Dirección de arte
- 4.2 Ambientación
- 4.3 Objetos y utilería
- 4.4 Producción
- 4.5 Aplicaciones y práctica
- 4.6 Ejercicios creativos
- 4.7 Identidad gráfica

- 4.7.1 Proceso de comunicación y proceso de investigación
- 4.7.2 Bases diferenciales y brief
- 4.8 Tipos de Identidad gráfica y características y elección
- 4.9 Construcción de la Identidad gráfica
  - 4.9.1 Bocetaje, reticulación, digitalización, geometrización y justificación
- 4.10 Branding
  - 4.10.1 Aplicaciones y soportes, elementos gráficos, iconografía y texturas
- 4.11 Manual de Identidad gráfica
  - 4.11.1 Características, revisión de contenido y elaboración
- 4.12 Creación de contenidos para redes sociales
  - 4.12.1. Presentación / referencias visuales
  - 4.12.2. Formatos para FB, TW, YT e IG (1:1, 4:5, 16:9, etc.)
  - 4.12.3. Tipos de contenidos
    - a. Infografía
    - b. Fotografía lifestyle y product shoot
    - c. Videonotas
    - d. Podcast (anchor)
    - e. Gif
    - f. Cinemagraph
    - g. Video
    - h. Stopmotion
  - 4.12.4. Preproducción
    - a. Lineamientos de marca
      - I. Creación de moodboard
      - II. Tema/ sobre el proyecto
      - III. Target
      - IV. Look & feel
      - VI. Paleta de color
      - V. Contenido a realizar (formato, red social, técnica, sketch, copy in y copy out)
    - b. Búsqueda y elaboración de materiales
      - I. Fondo
      - II. 01 Compra de props
      - III. 02 Paper craft
    - c. Plan de trabajo
  - 4.12.5. Producción
  - 4.12.6. Postproducción
    - a. Selección de material
      - I. Edición
      - II. Formatos de salida

### EVALUACIÓN

1. Trabajo en equipo: 20%
2. Proceso académico: 20%
3. Participación en clase: 10%
4. Presentación: 20%
5. Ejercicios: 20%
6. Documento final: 10%

## DOCENTES

### RICARDO PAVEL FERRER

Doctor en Artes y diseño por la FAD (UNAM), maestro en Artes visuales del área de arte urbano en el programa de posgrado y licenciado en Artes visuales por la Academia de San Carlos dentro del Programa de Alta excelencia académica. Es profesor de tiempo completo, tutor y director de tesis en el posgrado de la FAD. Coordinador de diplomados de titulación de Educación Continua de la FAD.

Fue secretario académico del posgrado en Artes y diseño de la FAD. Consejero académico en representación de los alumnos de posgrado del área de Humanidades y Artes; fue consejero en la Comisión de difusión cultural-UNAM 2009-2011. Fue coordinador académico de la licenciatura en Artes visuales del Instituto de Artes (IA) de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), siendo fundador del programa educativo y del Instituto de Artes. Profesor Investigador de tiempo completo de la licenciatura en Artes visuales, en el IA de la UAEH de 2002 a 2010. Ha participado en exposiciones individuales y colectivas, bienales, instalaciones, en acciones e intervenciones en torno al espacio público, así como en cursos, talleres, ponencias y coloquios. Ha recibido diversos reconocimientos y becas de instituciones como el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, FOECAH, Gobierno del DF, UNAM, entre otros.

### KARLA RODRÍGUEZ HAMILTON

Cursó la maestría en Artes visuales en el área de Arte y entorno de la FAD (UNAM). Hizo una estancia de Investigación en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia, España, y en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, Argentina, y la licenciatura en Artes visuales dentro del programa de Alta exigencia académica en la FAD; como carrera simultánea cursó la licenciatura en Arquitectura en la Facultad de Arquitectura de la UNAM. Realizó estudios de Arte y entorno en *Morton College*, Chicago, EE.UU. Es coordinadora y profesora de diplomados de titulación de Educación Continua de la FAD. Ha participado con instalaciones, acciones, intervenciones y proyectos de fotografía en bienales, exposiciones individuales y colectivas, en espacios nacionales como el Museo ExTeresa, el Museo de Arte Carrillo Gil, e internacionales, como el Museo Nacional de Quito (Ecuador), Museu da Escola Catarinense (Brasil), Centro de Cultura Contemporánea (Portugal), Galería Metropolitana, Centro Cultural Espacio Matta (Chile), La Casa Amarilla, Ateneu del Raval (España), así como en China, India y Argentina. Ha participado como conferencista en diversos foros como el Colegio de Ciencias y Humanidades (Plantel Sur-UNAM), La feria de Loja, y el Ministerio de Cultura y Patrimonio (Ecuador). También ha impartido clases y talleres para instituciones como la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (Universidad de Buenos Aires, Argentina); la Facultad de Arquitectura de la UNAM; el Ministerio de Cultura y Patrimonio (Ecuador); además de otros colectivos como en el del Barrio del Cabanyal (España) y Territorio Cultural (Chile).

### EDUARDO ACOSTA ARREOLA

Estudió la licenciatura en Publicidad en el Instituto de Mercadotecnia y Publicidad (IMP), cursó la maestría en Artes Visuales y se titula con la tesis *Álbum de familia: entre lo fotografiable y lo no fotografiable*. Ha trabajado como independiente en diversos proyectos. Ha participado en más de trece exposiciones colectivas

tanto nacionales como internacionales. Se desempeña como profesor de asignatura en la maestría en Artes visuales de la UNAM y en la maestría en Diseño y comunicación visual en las materias de Investigación producción (fotografía) e Investigación producción (Diseño y comunicación visual), actividad académica complementaria (La imagen de la ciudad como estrategia y práctica en el Arte contemporáneo) y actividad de tutoría. También es coordinador del proyecto fotográfico *Fotografía y ciudad* para los becarios del Posgrado en Artes y Diseño de la UNAM; sus líneas de investigación: arte y contexto, cultura y sociedad, publicidad y medios, comunicación y diseño, fotografía y gráfica digital. Actualmente se encuentra cursando el doctorado en Artes y Diseño dentro del programa de Posgrado en Artes y Diseño de la UNAM.

#### ISRAEL ALDANA MOLINA

Estudió la licenciatura en Diseño gráfico en la Universidad del Valle de México (UVM). En la Universidad del Claustro de Sor Juana cursó el diplomado “Reflexiones semióticas y hermenéuticas de logos e Imagen” que complementó con el diplomado “Historia de la mirada” en la Escuela de Diseño Gráfico del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA). Continuó su formación en la Universidad Simón Bolívar estudiando el método de investigación de la imagen, la maestría en Comunicación visual con la especialidad en Educación. En el Instituto de Mercadotecnia y Publicidad (IMP), dirigió el diplomado en Creatividad publicitaria y el seminario de titulación creatividad, comunicación y estilo, la opción del freelance. Ha impartido cátedra en la Universidad del Valle de México dentro del departamento de extensión y difusión de la cultura, así como el desarrollo de talleres y cursos enfocados al arte y el diseño. En la Universidad Mesoamericana de San Juan del Río, Querétaro, encabezó el seminario de titulación “Creatividad publicitaria y acción social.” En el Centro Cultural Universitario Justo Sierra dio clases en la Licenciatura de diseño gráfico y en la maestría en Diseño gráfico digital. También participó en la Universidad Vasconcelos en Oaxaca y en la Universidad Veracruzana en conjunto con “Zona de ideas”. Es fundador de CAYAB, laboratorio gráfico, donde desarrolla arte para DVD de clientes como DVD ultra, con cuentas como Rosario Tijeras, Los Muppets, Kurosawa, los hermanos Grimm, Tom Petty, CSI la serie y diversas películas no aptas para menores de edad. Ha intervenido en proyectos de diseño para la UVM, la galería Raquel Tibol y la Universidad Iberoamericana.

#### FELIPE ALONSO

Desde hace 10 años colabora con el estudio de diseño CAYAB donde se encarga de la planeación de proyectos digitales pasando por medios como televisión, web y dispositivos móviles. Ha colaborado en proyectos para la UVM, campus San Rafael, con la publicación Gutenberg® a lado de poetas como Raúl Renán e Iván Leroy, y artistas visuales como los hermanos Castro Leñero, Estela Labiano y José Luis Venegas. Estuvo a cargo de la publicación digital Virtual G, una extensión de su análogo Gutenberg@. Asimismo, desarrolló sitios multimedia en formatos HTML y Flash. De esta forma, decidió instaurar en el laboratorio CAYAB un área de realidad aumentada para marcas como Absolut, la revista Picnic, Grupo Expansión, Grupo Carso, Nissan, Sony, etcétera. Considerando el auge contemporáneo de tabletas y telefonía inteligente y siendo desarrollador autorizado de IOS, trabajo con apps para marcas como: GSI, Chuen, revista Saborearte, Luis Ricaute y para Android Gold Paper AR, Banco del Bajío, entre otros. También colabora en espacios

lúdicos y de experimentación gráfica como el Taller de experimentación gráfica (TEG) comandado por el artista visual Luis Ricaute apoyando en la logística digital para videoarte, juegos interactivos, animación 3D y AR. Por otro lado, trabajó para la agencia digital 4D Agency formando alianzas estratégicas en desarrollo tecnológico para proyectos como Chiapas Interactivo, Choco Krispis, Viral y Nickelodeon. El laboratorio finalmente lo ha llevado a compartir su experiencia en diversas universidades como el IMP, Universidad Simón Bolívar, y Jannette Klein, en donde se especializó en desarrollo de moda digital. En Agencia Arca imparte materias de experimentación tecnológica y multimedia. Es fundador de Grupo Nómada, Centro de Estudios Creativos, donde se proporciona formación con cursos como SEM y medios digitales. Finalmente, se define como “un obsesivo de lo oculto del diseño: el código, la arquitectura y la sutileza del pixel”.

#### JAVIER MANUEL MÁRMOL GONZÁLEZ

Realiza su formación académica en la licenciatura en Artes Visuales, en el Instituto de Artes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Y posteriormente la maestría en Artes Visuales en el área de Arte y Entorno en el Programa de Posgrado de Artes y Diseño de la UNAM. Su trabajo profesional se ha desarrollado como productor, profesor y gestor en proyectos relacionados con las artes, el diseño y la gestión. Ha colaborado con instituciones públicas y privadas. Los proyectos más sobresalientes en su trayectoria son: El fin de una era / Exhibición Individual, Casa Wabi, Ciudad de México. Antropofagia / Exhibición colectiva, Espacio Islera, Ciudad de México. Diálogo monocromático / Exhibición Colectiva, ArtBaena, Ciudad de México. Fear City / Exhibición Colectiva / Salón Acme Número 8, Ciudad de México. Esto es ahora / Exhibición Colectiva / Morton Subastas, Ciudad de México. Gallery Weekend / A Weekend Lover, Instalación in-situ, Artbaena, Ciudad de México. El jardín de Galileo / Instalación in-situ, Guadalajara 90210, Ciudad de México. Pabellón de las escaleras / Esculturas e instalación in-situ, Guadalajara 90210, Ciudad de México. Como era de esperarse / Exhibición Colectiva, Escuela de la Paz, Ciudad de México. Salón Acme Bodega / Exhibición Colectiva, Salón Acme n° 7 Ciudad de México. FE302 / Curaduría / Exhibición Colectiva, Galería Los 14, Ciudad de México. Gallery Weekend / Mordido por un perro rabioso (instalación in-situ), Galería la Esperanza, Ciudad de México. Gallery Weekend / Langosta (escultura), Galería Anonymous, Ciudad de México. Trámite. Buró de Coleccionistas / Exhibición Colectiva Bananero (instalación in-situ), Feria de Arte Contemporáneo Querétaro. Un cuarto por artista / Me pidieron que me fuera (instalación in-situ), Bodega Acme, Ciudad de México. Dobles de Proximidad / Mexichancho Altamoda (instalación in-situ), Museo de Arte Contemporáneo de Chile, Santiago, Chile. Paraísos Perdidos / Galería Adrián Ibáñez, Tabío, Colombia. Un nuevo y viejo mundo / Centro Cultural Gabriel García Márquez, Bogotá, Colombia. La Monarquía tuvo sus ociosos, la República sus holgazanes / Galería Alterna, Ciudad de México. Al con celta / Galería Acapulco 62, Ciudad de México. Salón Acme N° 6 / Salón Acme, Ciudad de México, México. Spinner Sculpture / Bikini Wax, Ciudad de México, México. Candy Shop / Exhibición individual, Galería X, Ciudad de México. Bienal de Arte Universitario UNAM/MUCA UNAM, Ciudad de México. Bienal de Arte Latinoamericano del Bronx / Nueva York, Estados Unidos de América. 19 Pulmones o así. Intervenciones oxigenantes al espacio público / Yisus chocolate (escultura), MUCA ROMA, Ciudad de México. Ha recibido distinciones nacionales y en el extranjero. Dentro de sus principales publicaciones podemos observar: Vota X Amor / Diseño de póster, Ciudad de México. Dobles de proximidad / Catálogo de exhibición,

Museo de Arte Contemporáneo, Santiago, Chile. Trámite. Buró de Coleccionistas / Catálogo de exhibición, Feria de Arte Contemporáneo Querétaro, México. Monedas y billetes en circulación actual / Texto para la muestra. Es tiempo de abundancia, Casa de Lago UNAM, Ciudad de México. Nómada, una mirada a la práctica histórica del comercio en el centro de la Ciudad de México / Museo Ex Teresa Arte Actual, Editorial Tres Nómada, Ciudad de México. Bienal Internacional de Arte Universitario / Catálogo, Sexta emisión, Toluca, Estado de México. 19 Pulmones o así. Intervenciones oxigenantes al espacio público / Catálogo, MUCA Roma, Ciudad de México. Revista Picnic / Rosas, Edición 56, Ciudad de México.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aumont. Jacques. *La imagen*. España: Paidós. 2010.
- Azara, Pedro. *La imagen y el olvido: El arte como engaño en la filosofía de Platón*. España: Siruela. 1995.
- Baetens, Jan and Gelder van, Hilde. *Critical Realism in Contemporary Art*. UK, Leuven University Press, 2010.
- Bartes, Roland. *La Torre Eiffel: Textos sobre la imagen*. España: Paidós. 2011.
- Beckwith, Sandra. *Planes completos de publicidad como crear una publicidad que dará chispa y emoción a los medios*. España: Editorial Deusto. 2004.
- Berger, John. *Modos de ver*. España: Gustavo Gili. 2010.
- Carreras, Roberto. *La publicidad en la era digital*. España: Editorial EVOCA Comunicación e Imagen. 2011.
- Cerevera, Ángel Luis. *Envase y embalaje. La venta silenciosa*. España: Editorial ESIC. 2003.
- De Buen, Jorge. *Manual de diseño editorial*. México: Editorial Santillana. 2005.
- Godoy Domínguez Ma Jesús y Rosales, Mateos Emilio. *Imagen artística, imagen de consumo: Claves estéticas para un estudio del discurso mediático*. España: Ediciones del Serbal. 2009.
- Gombrich, Ernst Hans. *Los usos de las imágenes*. Reino Unido: Phaidon. 2010.
- Guasch, Anna María. *Autobiografías visuales. Del archivo al índice*. España: Siruela. 2009.
- Guilbaut, Serge. *Los espejismos de la imagen en los lindes del siglo XXI*. España: Akal. 2009.
- Jones, Amelia. *Self/Image: Technology, Representation, and the Contemporary Subject*. Routledge: UK. 2006.
- Melot, Michel. *Breve historia de la imagen*. España: Siruela. 2010.
- Muller-Brockmann, Josef. *Sistemas de retículas*. España: Editorial Gustavo Gili. 1982.
- Vilém, Flusser. *Hacia el universo de las imágenes técnicas*. México: ENAP/UNAM. 2010.
- Vitta, Maurizio. *El sistema de las imágenes*. Estética de las representaciones cotidianas. España: Paidós. 2003.
- Wybenga, George L. *The Packaging Designer's Book of Patterns*. España: Paidós. 2012.
- Zapatero, Yolanda. *Diseño Editorial. Periódicos y revistas*. España: Editorial Gustavo Gili. 2008.



UNAM  
FACULTAD  
DE ARTES  
Y DISEÑO



DIVISIÓN  
DE EDUCACIÓN CONTINUA  
Y EXTENSIÓN ACADÉMICA



REDEC UNAM