

Introducción a la asignatura

La forma y la naturaleza de la publicidad deben estar en constante transformación a medida que ésta se adapta o se reinventa para ajustarse a la nueva tecnología y a las demandas y necesidades de un mercado cambiante.

La fragmentación y complejidad de los medios actuales obliga a los anunciantes y sus agencias a buscar nuevas vías más originales de utilizar los medios existentes.

La proliferación de Internet, los medios digitales y los teléfonos móviles han supuesto un aumento en el número de canales comunicativos que proporcionan a los anunciantes nuevas oportunidades para captar a su público de forma interactiva.

Se pretende que el alumno aprenda a comprender, observar, sintetizar, prototipar, corregir, implementar soluciones para la realización de una estrategia de comunicación y aplicarla a los diversos canales de la comunicación incidiendo en los medios actuales de comunicación.

Competencias

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de Proyectos de Identidad Global

Competencias transversales:

Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

Competencias generales:

Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.

Dominar la metodología de investigación.

Competencias específicas:

Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.

Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto.

Conocimientos recomendados

-Conocimientos de retórica y semántica visual gráfica.

(resultados de aprendizaje de la asignatura de 2º Proyectos De Publicidad).

-Conocimientos de software específico de diseño gráfico. audiovisual e interactivo.

(resultados de aprendizaje de la asignatura de:
2º Proyectos De Identidad Visual Corporativa
2º Proyectos De Publicidad
2º Proyectos De Diseño Gráfico Interactivo
2º Proyectos De Diseño Audiovisual).

-Metodología Proyectual.

(resultados de aprendizaje de la asignatura de 2º Proyectos De Publicidad)

*No se recomienda cursar esta asignatura a los alumnos que no hayan cursado las asignaturas de 2º nombradas

Resultados de aprendizaje

_ Realizar, desarrollar y planificar proyectos de comunicación complejos de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

_ Conocer y dominar la metodología de investigación y aplicarla en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

_ Ser capaz de comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonablemente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

_ Ser capaz de tomar decisiones de comunicación de acuerdo con criterios técnicos, estéticos y funcionales.

_ Comprender y aplicar los lenguajes visuales que mejoran la efectividad del mensaje

_ Ser capaz de generar conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

_ Saber aplicar las diversas herramientas o canales de comunicación a los planteamientos del proceso.

_ Saber organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

Contenidos

Introducción

PROYECTOS DE COMUNICACIÓN GLOBAL.

Campañas globales. Realización de estrategias de comunicación más complejas enfocadas no sólo a los medios tradicionales dando un énfasis a los nuevos medios

(el ambient media, publicidad online, publicidad viral.)

Técnicas para la visualización de ideas.

Proyecto de identidad visual corporativa global.

Realización de un proyecto de Comunicación global.

Trabajar sobre los nuevos medios.

Ambient media

(la utilización los medios de forma nueva y original para llamar la atención en medio de la avalancha de formas más convencionales y tradicionales),

La publicidad online,

Internet,

Medios Digitales,

Teléfonos móviles la web TV.

Realización de un proyecto de Comunicación global

Disseny de una campanya de màrqueting per a la Diputació de València que promocióne l'ús del valencià

<http://jorgeserrano.es/comunicacion-global>

Trabajar sobre los nuevos medios.

Ambient media

(la utilización los medios de forma nueva y original para llamar la atención en medio de la avalancha de formas más convencionales y tradicionales),

La publicidad online,

Internet,

Medios Digitales,

Teléfonos móviles la web TV.

FEBRERO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29						

MARZO

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ABRIL

L	M	M	J	V	S	D
	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

MAYO

L	M	M	J	V	S	D
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

8

11

15

18

22

25

29

3

7

10

14

21

7

11

14

18

21

25

28

2

5

9

12

16

19

23

26

Investigación
Documentación

Ideación
1^{os} bocetos

1^a
Comunicación

Selección de
originales

Maquetación
Implementación

2^a
Comunicación

Artes Finales

3^a
Comunicación

Publicación
Reproducción

COMUNICACIÓN
FINAL

INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Tarea 1

Aportar U.R.L sobre la documentación e investigación localizada personalmente en las áreas de actuación siguientes:
(Direcciones de diferentes productos seleccionados que utilicen estos tipos de medios)

Trabajar sobre los nuevos medios.

Ambient media

(la utilización los medios de forma nueva y original para llamar la atención en medio de la avalancha de formas más convencionales y tradicionales),

La publicidad online

Internet

Medios Digitales

Teléfonos móviles la web TV

IDEACIÓN

Tarea 2

Entorno a la Marca

Tarea 3

Eje de Campaña

Tarea 4

Medios seleccionados. Justificación

Tarea 5

Slogan

Tarea 5

Primeros bocetos

Constitución de Grupos de trabajo

G_1

Ambient media

G_2

La publicidad online

G_3

Internet

G_4

Teléfonos móviles. Web Televisión