

PROYECTOS DE
COMUNICACIÓN
GLOBAL
DG3^o

BRIEFING
Precious Umolu

BRIEFING CREATIVO



Antecedentes.

Título

God of war: Ascension

Desarrolladora(s)

SCE Santa Monica Studio

Distribuidora(s)

Sony Computer Entertainment
America

Director(es)

Todd Papy

Escritor(es)

Marianne Krawczyk
Ariel Lawrence

Compositor(es)

Tyler Bates (Principal)
Timothy Williams

Motor

Motor de God of War III modificado

Plataforma(s)

PlayStation

Fecha(s) de lanzamiento

NA 12 de marzo de 2013
EU 13 de marzo de 2013
AU / JP 14 de marzo de 2013
UK 15 de marzo de 2013

Género(s)

Acción-aventura, Hack and slash

Modos de juego

Un jugador, multijugador

Formato(s)

Blu-Ray Disc Doble Capa

Controles

Joystick, Sixaxis (DualShock)

Clasificación(es)

BBFC 18
CERO



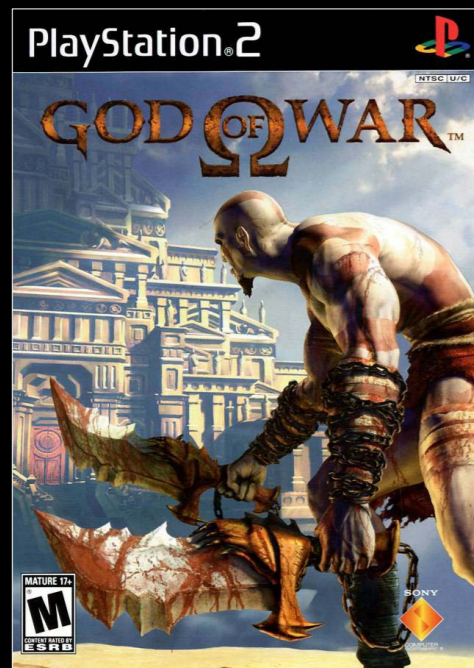
ESRB



OFLC R
OFLC R18
PEGI



USK 18



Precuelas

God of War

God of War II

God of War: Betrayal

God of War:
Chains of
Olympus

God of War III

God of War:
Ghost of Sparta

God of war ascension es una precuela de los juegos anteriores que vinieron hacia fuera antes de él excepto estos God of War: Betrayal, God of War: Chains of Olympus y God of War: Ghost of Sparta.

Competencia

Esta es la lista de juegos que salieron el mismo día que fue lanzado God of war ascension.

- Darkstalkers Resurrection
- Sniper: Ghost Warrior 2
- StarCraft II: Heart of the Swarm
- Darkstalkers Resurrection
- A World of Keflings
- Chaos Rings II
- Slam Bolt Scrappers
- Super Stickman Golf 2

Objetivos de la campaña

General

- Dominar el presente generación del videojuego.
- Para hacer que la saga mundialmente conocida y a aumentar las ventas de la nueva precuelas y por la anticipación de más secuelas.
- Excelente oportunidad de vender un pack exclusivo de la nueva precuelas.
- Ventajas de vender merchandise.
- Para crear una franquicia dominat.

Especial

- To dominate the genre of this game.
- Modify the graphic to the maximum capacity of the console and explore the potentials of the console.
- Para hacer el juego accesible y adaptado a otras plataformas de sony como la psp vita.
- Finalmente introducir una característica de online de la saga que carecían de las precuelas.
- Crear descargables y contenido exclusivo para mantener al consumidor o jugador leal a través de actualización.

Proposición

En este proyecto, puede multar a una muy intuitiva, violento, interesante, legible y estética en los niveles subconscientes y sobre todo para poder gana sobre los consumidores y los fans de juegos. Con los limitados recursos y presupuesto disponible, tendré que gestionar los pocos recursos y habilidades que tengo a mi disposición para lograr mis metas.

Tono

Violento, oscuro, un antiguo, sombrío y épica.

Requisitos

Requisitos. Medios de difusión de la campaña. Como tengo recursos limitados, voy a imprimir imágenes editadas o pegatinas. Allí, voy a necesitar un ordenador con software adobe(Photoshop, Illustrator y Indesign).

Presupuesto

24,100 euros

Público objetivo o Target.

Adultos de 18 a 30 años de edad.
Los de bachillerato a los de la universidades.
Los jugadores online por su nueva característica.

Perfil demográfico:

- Género: Los dos sexes
- Edad: Desde 18 a 30 años
- Ubicación geográfica: Gente urbana /De la ciudad valaciana.
- Nivel socioeconómico: Clase media
- Nivel educativo: Estudio medio

Perfil psicográfico:

Actitudes: Agresivos
Hábitos: Horas jugando con el amigo y online.
Aspiraciones: Hacerse el mejor entre amigos y dominar varias habilidades de juego.
Intereses: La historia del juego y la experiencia gráfica de próxima generación.
Relativos al concepto/producto/servicio: El producto es un software que se vende por diron Bluray para jugar en el plataforma o consola play station 3.
Canales más habituales de información: Online, redes sociales y carteles.
Motivaciones compra: Tener una experiencia de gráfica mejorada y también jugar con amigos de online en competiciones.

INFORMACIÓN



Investigación y estudio de la problemática.

- Tendremos que lidiar con alguna restricción en propiedades públicas para evitar el vandalismo.
- Materiales utilizados para esta publicidad debe ser temporales y debe ser fáciles de quitar después de utilizado para evitar daños por ejemplo, la etiqueta engomada.
- Más sitio turísticos que atraería la publicidad puede ser un gran concurso con otras empresas que lo podría ser más caro de lo previsto.
- El tiempo en realidad podría tener un efecto negativo sobre los materiales utilizados para la publicidad, por ejemplo, lluvia lavado de pintura utilizado. Esto significa que debe tener precaución mediante el uso de materiales que tiene resistencias a las condiciones ambientales.
- Ya hemos mencionado vandalismo pero esta vez tiene que ver con las nuestras propiedades o publicidad que significa que debe ser algún tipo de seguro.

Investigación y estudio del público objetivo.

El público objetivo son sobre todo los fanáticos de las secuelas y quienes también son nuevos en la franquicia. Los objetivos son maduro audiencia debido a la violencia intensa, sangre, contenido sexual y/o lenguaje fuerte del juego. Esta vez, los desarrolladores de juegos hacen un gran cambio de dar el juego de característica de múltiples jugadores online que permitirá a los jugadores jugar online que significan competencia online.

El juego ofrece una función multijugador para hasta ocho jugadores, con un elemento pequeño de la historia.

El juego es clasificado "M" para madura que significa de 18 años de edad y por encima, pero varía en algunos países consideran maduros y 18 mientras que otro de 17.

La mayoría de los targets son entre 18 años a 30 años que sean estudiantes de último año de secundaria o primer año de la Universidad a los ciudadanos de clase media y también solteros, gente urbana. El juego no requiere mucho conocimiento intelectual para solucionar rompecabezas pero estudio medio y habilidades de juego.

INFORMACIÓN



Análisis y conclusiones.

Antes de realizar cualquier proyecto, existe la necesidad de tener una estrategia y un plan de alcanzar nuestro objetivo y esto también significa tener en cuenta los riesgos que pueden ocurrir problemas pero se pueden evitar o reducir todos por no hacer caso omiso de ellos, pero teniendo conciencia y precaución.

El público también tienen un papel mayor porque son nuestra misión y cómo llegar a ellos y hacerles llegar la información sin ningún obstáculo y obscuridad. Dado que la mayoría de el ambiente medios de comunicación van a estar en los lugares públicos, lo que habrá tanto para adultos y niños, me vino la idea de minimizar la violencia que tiene el video juego, por minimizinng la violencia, sustituir todos los actos de violencia contra personas o animales pero la violencia hacia las criaturas míticas.

CONCEPTO CREATIVO



Plantear distintas ideas y 7

conceptos.

Tengo varios conceptos y aparte de tener concepto, tenía que tener en cuenta que los conceptos deberían que quedar bien con los medios, lugares, públicos y presupuestos. Con la combinación de la metáfora y la mitología griega con la ayuda de unos mapas mentales, se logra incontables ideas y conceptos.

Debido a la sinopsis o las tramas de los anteriores juegos de la saga de God of War que salieron antes de God of War Ascension que es una precuela a ellos, eso significa que yo ya conozco la trama futura y con este conocimiento, pude conseguir algunos conceptos e ideas.

- Dioses sangrantes (Estatuas de dioses griegos sangrando)
- Alas de libertad (Las alas de Ícaro)
- Lleno de acción. (Un paquete de Blu-ray como un mupis./ Una consola de PS3 exclusiva)
- Gama titánica. (Huella de un Titán)
- Furia de fuegos. (Trazos de hoja llameante.)
- Semilla de destrucción. (Caja de Pandora)
- Monstruo de monstruos. (La cabeza de un hidra)
- Vestigios de la batalla. (Barco naufragio)
- Batalla inmortal. (Kratos luchando contra un hecatónquiros de un edificio)
- Máquina de matar (Un actor en maquillaje.)

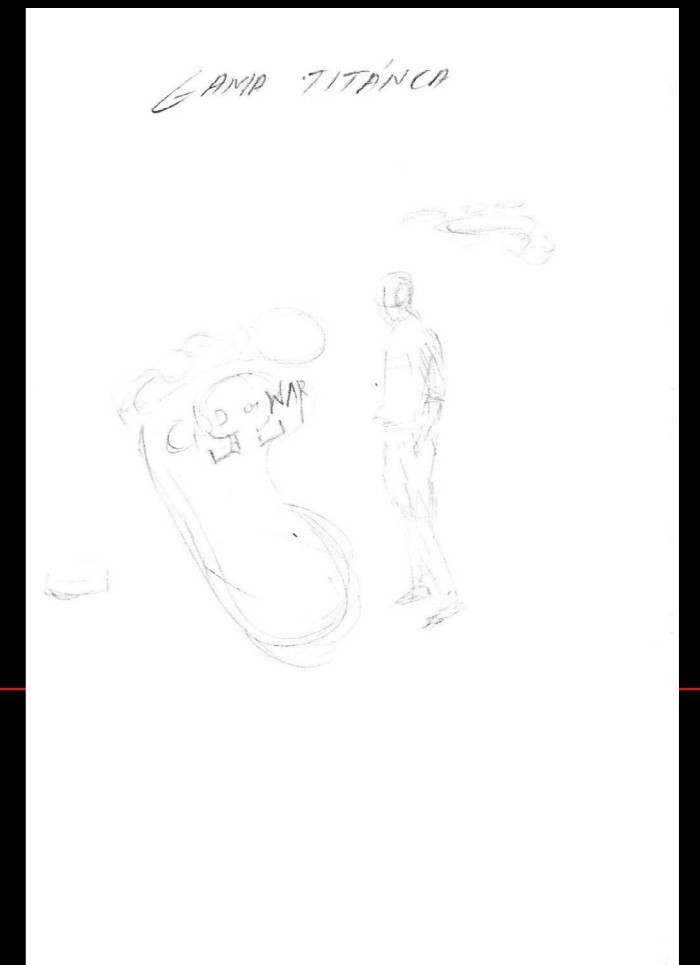
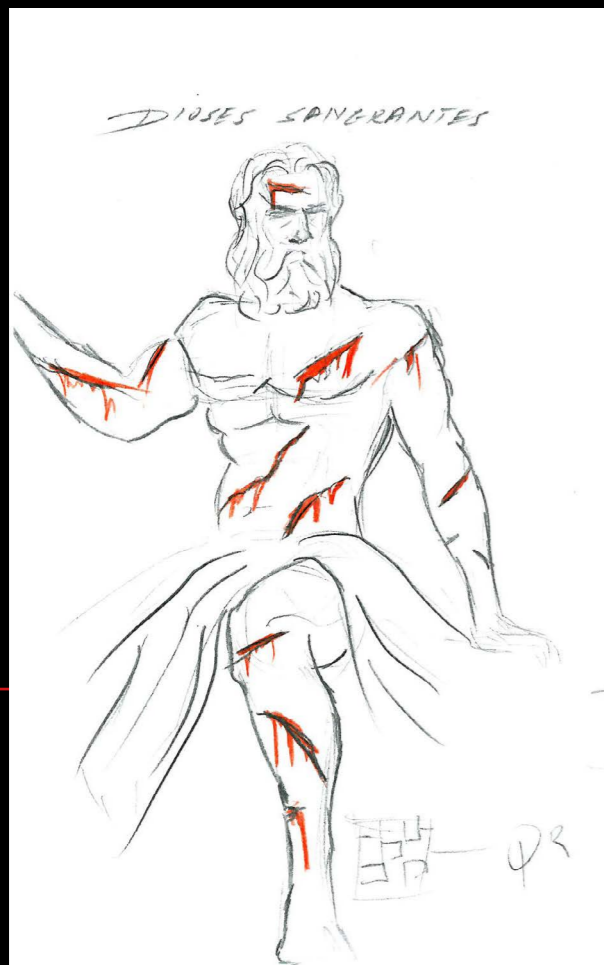
Redacción publicitaria- nucleo

semático de la campaña

La publicidad pretende mostrar al público cómo épica de un juego de Dios de la ascensión de guerra será y cómo brutal, maduro, oscuro, cruel y lleno de emociones de venganza impulsada por historia profunda o grave a diferencia de otros juegos que tienen guión poco profundo pero la serie de God of War es conocida por su buena historia. Puesto que este juego es una precuela a los demás, el protagonista es mortal aquí y no ha logrado tan característica inmortal, los jugadores son y serán capaces de relacionarse con él como un ser humano y sentir su dolor y ver la parte humana de él antes de que se convierta en el monstruo loco y Dios se le conoce como en las secuelas.

La misión más importante es subliminalmente llevar al público a un mundo nuevo del God of War Ascension, un mundo que pueden relacionarse y el juego también se modifica para que mucha gente puede jugar online, una característica que los anteriores no tenían. En este caso, la empresa quiere que el reproductor de video juego que se introduce en una innovación de todo el potencial de la consola PS3.

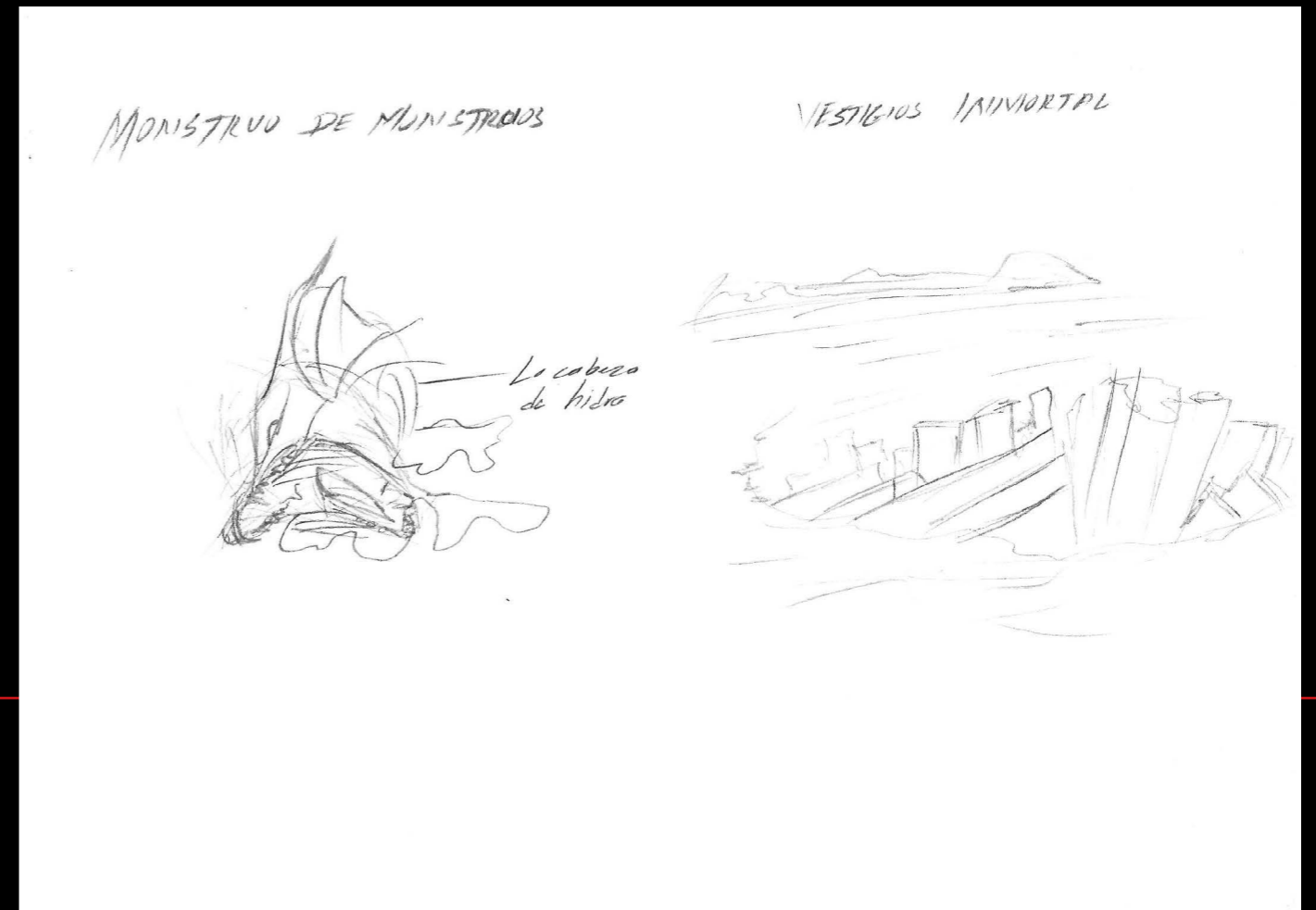
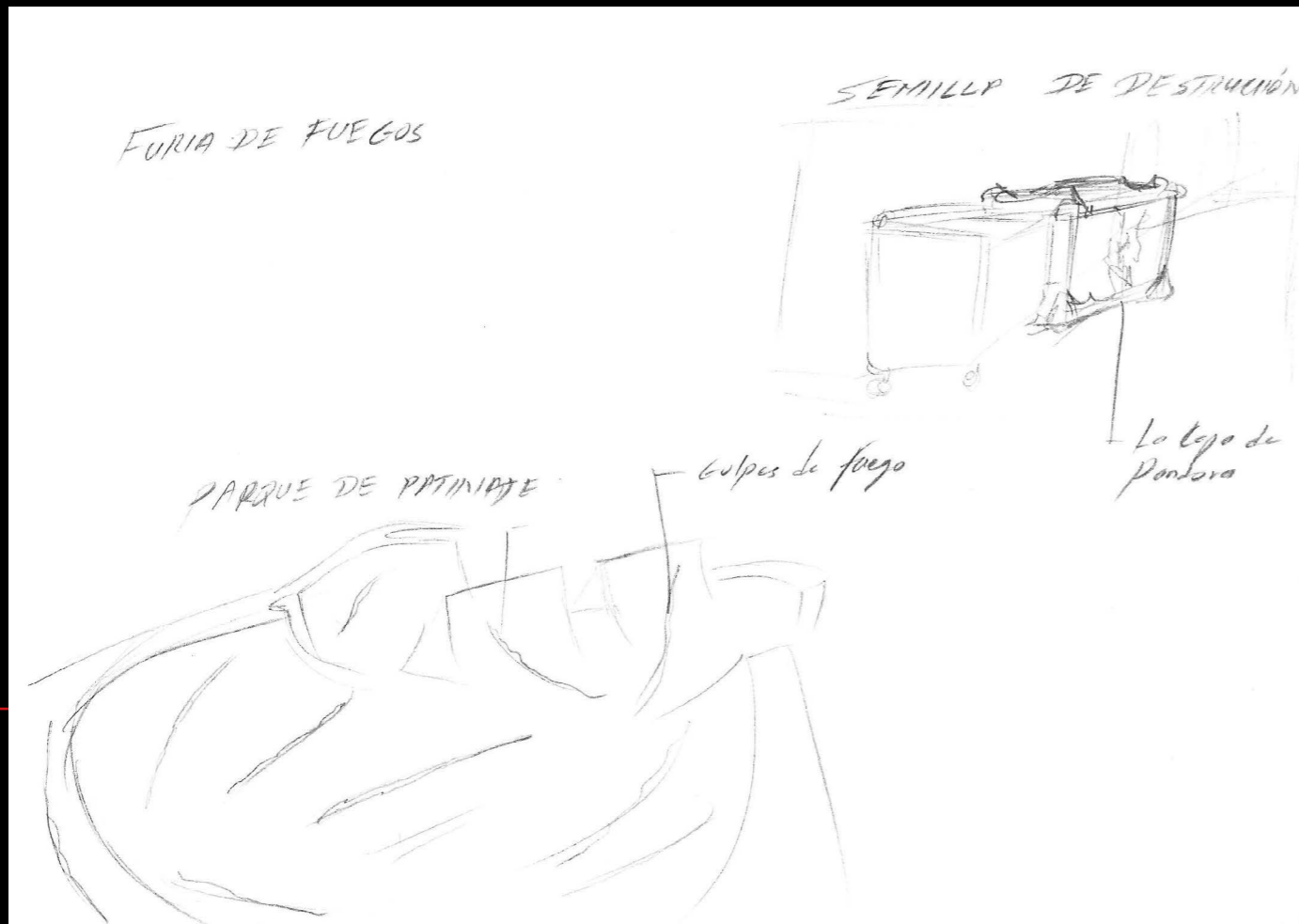
CONCEPTO CREATIVO



Bocetos / borradores.

Edspues del concepto conceptos.

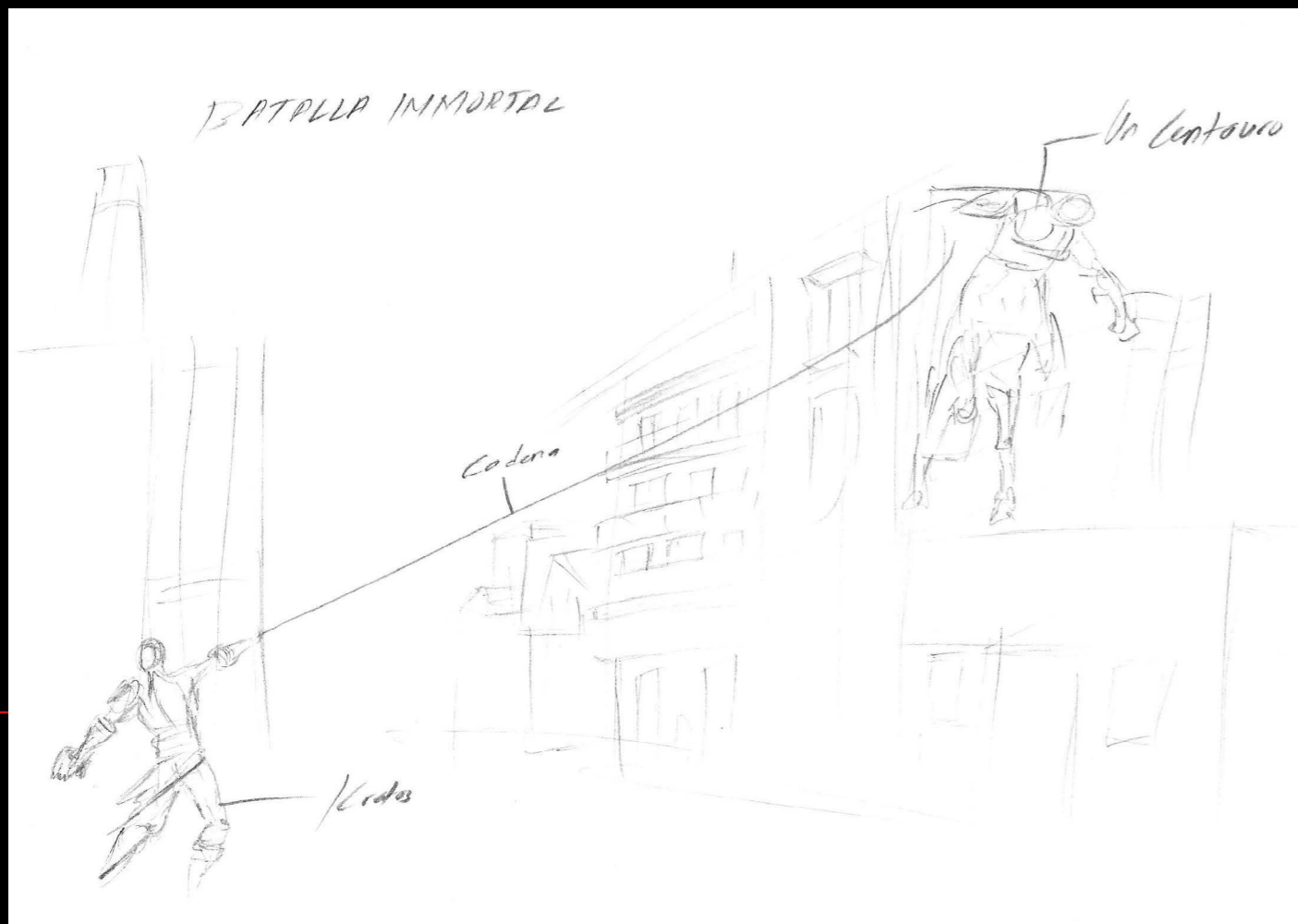
CONCEPTO CREATIVO



Bocetos / borradores.

Edspues del conceptoconceptos.

CONCEPTO CREATIVO



Bocetos / borradores.

Edspues del conceptoconceptos.

DIRECCIÓN DE ARTE



Investigar distintos recursos

gráficos para los conceptos anteriores.

-Dioses sangrantes (Estatuas de dioses griegos sangrado)

En este caso, necesitaremos una estatua de algunos dioses (yo personalmente prefiero la estatua de Hércules) y luego hacen mella golpe o raya como herida y luego poner pinturas de sangre así que parecen la estatua de este sangrado.

-Alas de libertad (Las alas de Ícaro)

Necesitaremos unas pegatinas de las alas del dios griego Ícaro, también una pegatina del logotipo del video juego para pegar en el cristal de una parada de autobus.

-Lleno de acción.(Un paquete de blu ray como un mupis.)

Un mupis que parece un caso de BluRay, plastico azul transparente de tamaño de un mupis con un carátula del disco real del video juego pero de tamaño del mupis.

-Gama titánica. (Huella de un Titán)

Unas pegatinas de la huella de un titan pero con el efecto de la abolladura y otra pegatina del logo del videojuego.

-Furia de fuegos.(Trazos de hoja llameante.)

Pinturas de grafitti de trazos de hoja llameante hecho con espray. No vamos a utilizar las pegatinas porque se van a romper fácilmente, porque de los neumáticos de las patinetas.

-Semilla de destrucción. (Caja de Pandora)

Una caja de manderas grande del tamaño del cubo de la basura tallado con arte detalles de caja de pandora.

-Monstruo de monstruos. (La cabeza de un hidra)

Una cabeza plastica moldeado de una hidra diseñado por los artistas que hacen efectos practicales para las películas con sangre falsa. Molde de silicona, pintura texturizada y pintura de sangre falsa.

-Vestigios de la batalla. (Barco naufragio)

Tablones de madera rotas tallados y hechos como partes de un antiguo barco griego.

-Batalla inmortal. (Kratos luchando contra un hecatónquiros de un edificio)

Pinturas de spray profesionales tanto de Kratos el protagonista y una Hecatónquiros.

-Máquina de matar (Un actor en maquillaje.)

Un actor con maquillaje de Kratos el protagonista del video juego.

DIRECCIÓN DE ARTE



Experimentación en el

tratamiento de la imagen

Además de la casi totalidad de las imágenes, conceptos e ideales están influenciados por la mitología griega, en este caso, vamos a explorar un tono más oscuro, serio, y también reinventado versión de lo que la saben acerca de la mitología griega, aunque el juego parece violento, sería conveniente utilizar que en la mayoría de la publicidad ya que los niños pueden estar expuestos a ella, pero dándole un aspecto épico es una de la meta más importante.

DIRECCIÓN DE ARTE



Creación de la imagen de campaña.

Hay ha sido varios logos para cada uno de la parte de los juegos lanzados en esta franquicia como todos mantienen la misma tipografía y el símbolo de omega pero las diferencias sólo dos son los números de roma y la textura añadida en God of war, God of war 2 and God of war 3. En el caso del Dios de la guerra ascension, hubiera sido lógico lo han nombrado God of war 4 pero también una mala idea, la empresa primero hay que cambiar esa decisión porque parece muy desgastada la serie y además, God of war ascension es una precuela de los juegos anteriores, un título único tendría más sentido. Por lo tanto, manteniendo la misma tipografía y su símbolo era necesaria pero modificados con algún efecto era la mejor opción y por último poner el título de "ascensión". Como puede ver, hay dos versiones de el Dios de la guerra la ascensión y el logotipo y colores logotipo blanco y negro. La versión en color es de hecho para las imágenes en color, animación para uso del vídeo mientras que la versión en blanco y negro se hace uso de la simplicidad.

El logo de los desarrolladores fue cambiado recientemente a causa de algunas innovaciones de la empresa. Por lo tanto, el logo fue diseñado de manera que podría

incorporar con cualquiera de los juegos realizados por los desarrolladores como se puede ver en la foto de arriba.

IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA

Estudio de medios y tiempos de exposición en cada medio.

Tiempo	1º semanas	3º semanas	4º semanas	6º semanas	7º semanas	8º semanas	9º semanas
Conceptos	Dioses Sangrantes.	Alas De Libertad	Gama Titánica.	Furia De Fuegos.	Semilla De Destrucción.	Monstruo De Monstruos.	Vestigios de la batalla.
Medios	Ambient Media	Ambient Media	Ambient Media	Ambient Media	Ambient Media	Ambient Media	Ambient Media
Público	Los peatones	Pasajeros De Autobús	Fanáticos Del Fútbol.	Los Patinadores	Estudiante Universitario	Los Turistas De Verano	Los Extranjeros
Lugares	Plaza Esapaña	Paradas De Autobús	Estadio De Valencia	Parque De Patinaje	La Universidad De Valencia	Jardín Del Turia	La Playa
Presupuesto	1200 euros	1500 euros	1800 euros	800 euros	2000 euros	4000 euros	4500 euros

IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA

Estudio de medios y tiempos de exposición en cada medio.

Tiempo	10º semanas	11º semanas	12º semanas
---------------	-------------	-------------	-------------

Conceptos	Batalla inmortal.	Lleno de acción.	Máquina de matar
------------------	-------------------	------------------	------------------

Medios	Ambient Media	Ambient Media	Actor
---------------	---------------	---------------	-------

Público	Pasajeros De Autobús	Los peatones	Fanáticos Del La Precuela.
----------------	----------------------	--------------	----------------------------

Lugares	El Barrio Carmen	Ajuntament De Valencia	Conferencia del juego
----------------	------------------	------------------------	-----------------------

Presupuesto	1000 euros	1500 euros	6000 euros
--------------------	------------	------------	------------



ACTOR

Brandon Miles White es un modelo y actor que se utilizan para promover el Dios de guerra juego. Brandon Miles White tiene el físico de cuerpo y con la ayuda de maquillaje, va a tener un parecido muy similar a la protagonista de los videojuegos, Kratos.

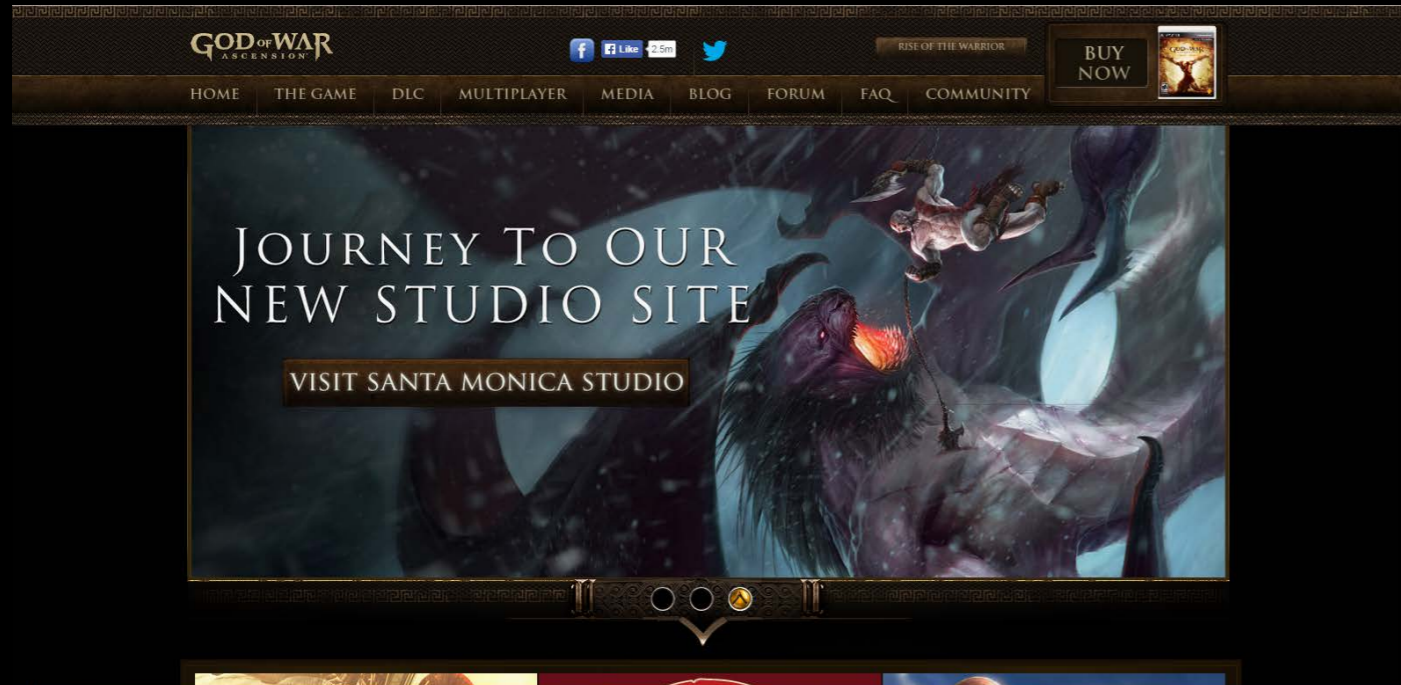












LA PAGINA WEB Y FACEBOOK

FIN