



DIPLOMADO DISEÑO PARA PUBLICIDAD DIGITAL

En alianza con la
INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU COLOMBIA



Objetivos del programa

Brindar a diseñadores y publicistas y comunicadores los instrumentos necesarios para iniciarse en el diseño de materiales publicitarios para medios digitales.

Preparar a los estudiantes para los proyectos de producción digital en agencias.

Dirigido a

Diseñadores gráficos, publicistas y áreas afines que quieran entrar en la industria de producción para el mercadeo y la publicidad digital.

Módulo I. ¿Qué es la Publicidad Digital?

Definiciones y diferencias entre los mecanismos de comunicación para la publicidad online y offline.

- Comunicación centrada en el valor
- Comunicación multimedial y transmedial
- Qué es el diseño de publicidad digital
- Diferencias en la comunicación en publicidad digital Vs tradicional
- Áreas de conocimiento a tener en cuenta
- Enfoque de comunicación multimedial y transmedial

Intensidad: 111 horas

Educación Continuada

Cra. 4 No 23 - 76

Módulo 29 of. 201

PBX: (+571) 242 7030

Exts.: 3956/57/58

Teléfono: 321 3571

www.utadeo.edu.co

Módulo II. Diseño, Animación, Interactividad con Flash Actionscript, HTML5 y CSS3

Flash es actualmente el estándar de diseño de piezas de publicidad en medios online mientras que HTML5 se perfila como el mecanismo que en el futuro se utilizará para la producción digital en web.

- Creación de un sitio web local y remoto
- Estructura básica de los sitios web, basándose en el uso de las nuevas etiquetas HTML5
- Vinculación de diferentes páginas
- Menús con la ayuda de CSS3
- Galerías de javascript (jQuery) para crear efectos de pase de diapositivas
- Creación de contenido interactivo con Flash, para ser usado en multimedias, animaciones o juegos
- Creación de símbolos
- Manejo de la línea de tiempo
- Creación de interpolaciones de movimiento y de forma
- Utilización de herramientas que ayuden a programar de manera más rápida la animación de símbolos

Módulo III. Diseño de Pauta para Medios Digitales

Construcción de comunicación para las piezas de publicidad digital, especificaciones técnicas de las piezas y de algunos de los principales medios online en Colombia.

- Objetivo de la comunicación
- Determinando el mensaje
- Especificaciones de piezas
- Especificaciones de algunos medios (CEET/ ICCK/ MSN/ OA/ Google display network/ IAds

Módulo IV. Introducción al Proceso de Producción Digital

- Obtención y gestión de requerimientos
- Comunicación con el cliente y gestión de cambios
- Algunas herramientas de manejo de la producción para equipos de trabajo

Módulo V. Marketing de Productos Interactivos

- Proceso comercial
- Modelos de negocio digital
- Propuesta de valor digital
- Fuentes de monetización del tráfico web
- Consiguiendo tráfico
- Análisis de métricas
- Mecanismos de relacionamiento
- Introducción a SEM, SEO y marketing en redes sociales

Módulo VI. Tecnología de la Pauta Digital

- Ad servers
- Arquitectura y generalidades del manejo de servidores de pauta
- Montaje de piezas y campañas
- Funcionamiento
- Operación
- Limitaciones del medio

Módulo VII. Taller Diseño de Piezas

El estudiante desarrollará un proyecto individual de publicidad de activación digital (Piezas para web, página de aterrizaje y piezas para móviles) utilizando una marca real, que se constituirá en el inicio de su portafolio personal.

- Banners (tradicionales y rich media)
- Móviles (iOS, Android, Windows 8)
- Mailings (Diseño y corte)
- Páginas de aterrizaje (objetivo, modelos y diseño)
- Tabs y apps de Facebook (diseño y montaje)

Proyecto Final

Cada estudiante escoge una marca y una campaña para crear las piezas publicitarias, las cuales serán evaluadas por directores de producción de IAB. Tradicionales (4), Rich Media (3), Móvil (1) y Landing (1).