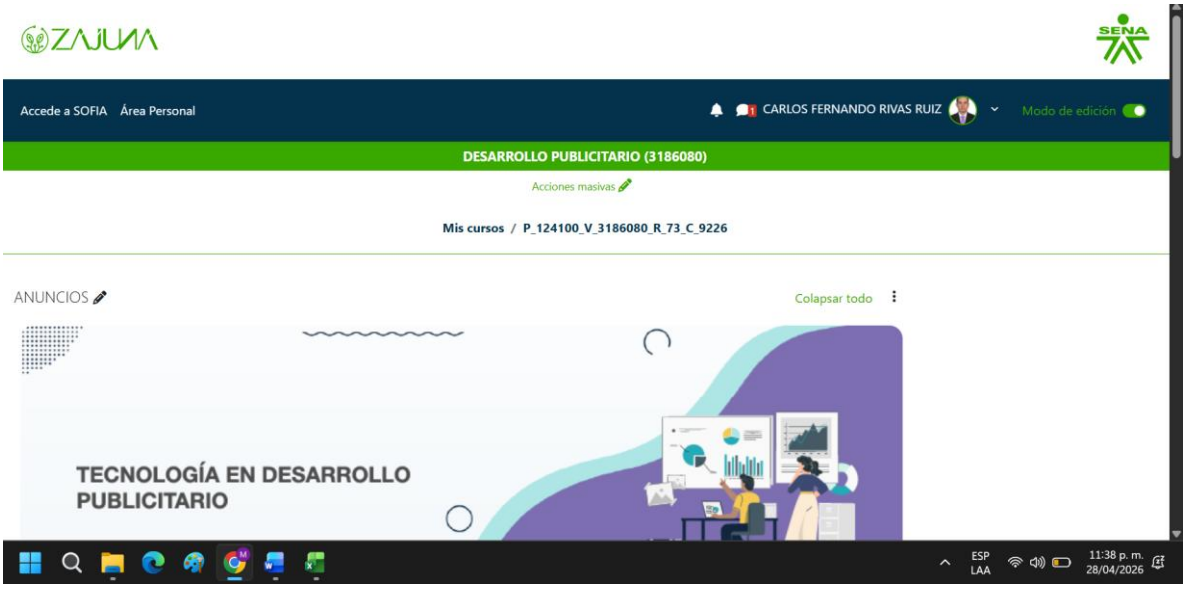
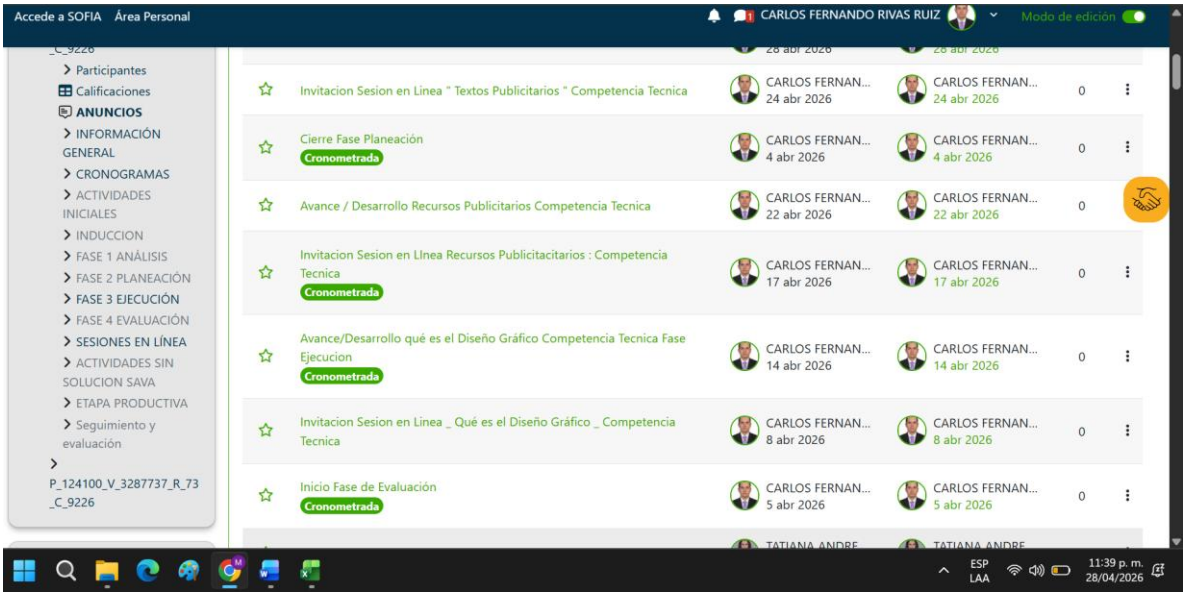
TECNOLOGIA EN DESARROLLO PUBLICITARIO

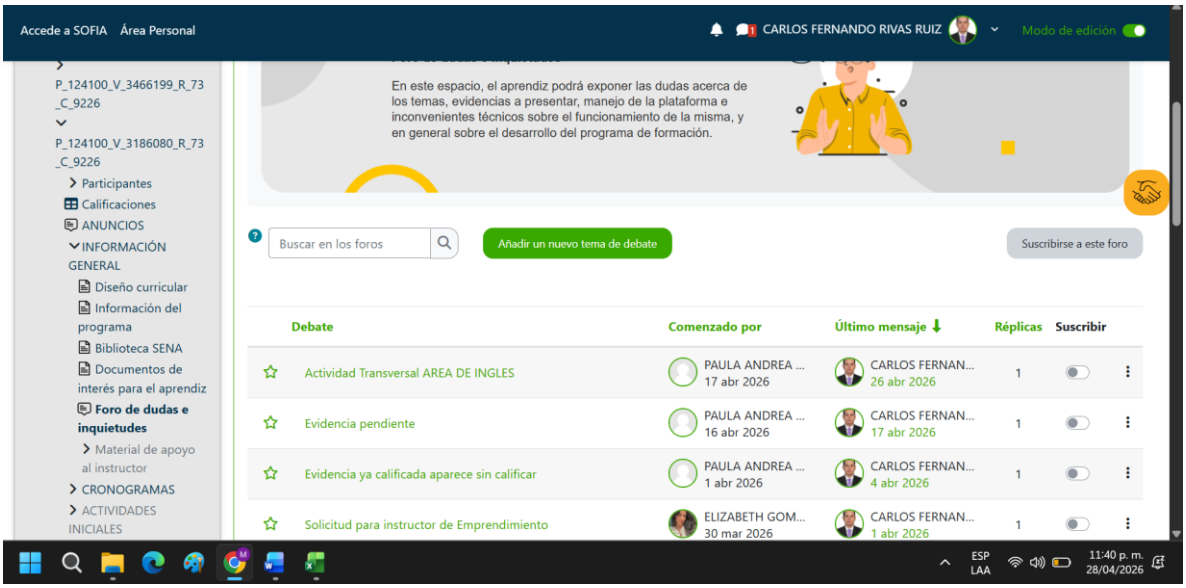
ID 3186080

ANUNCIOS



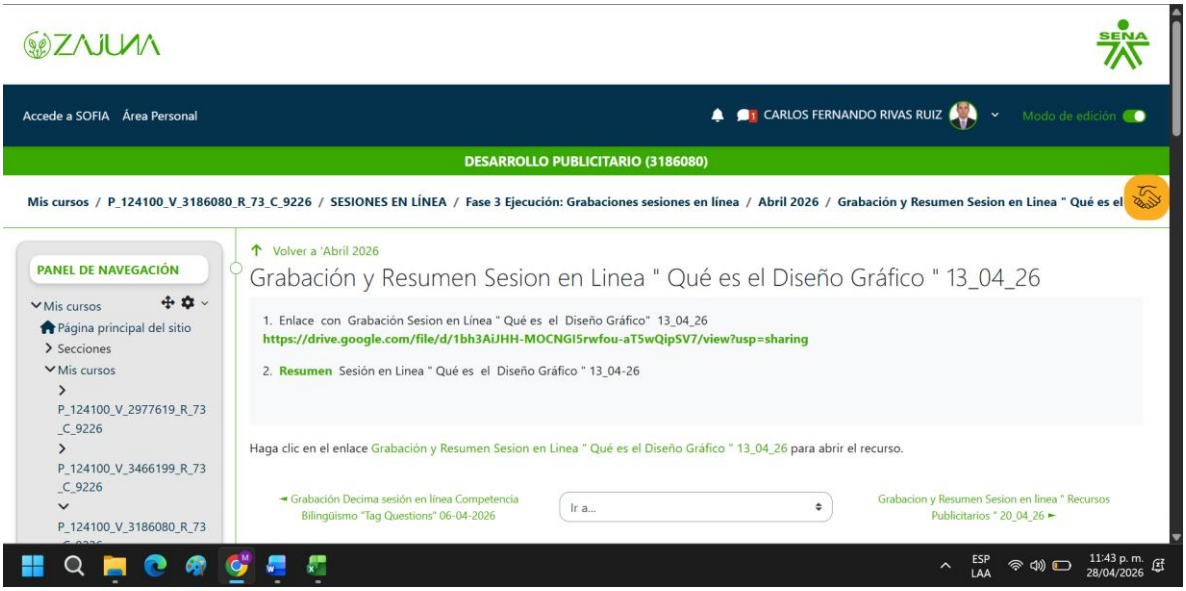


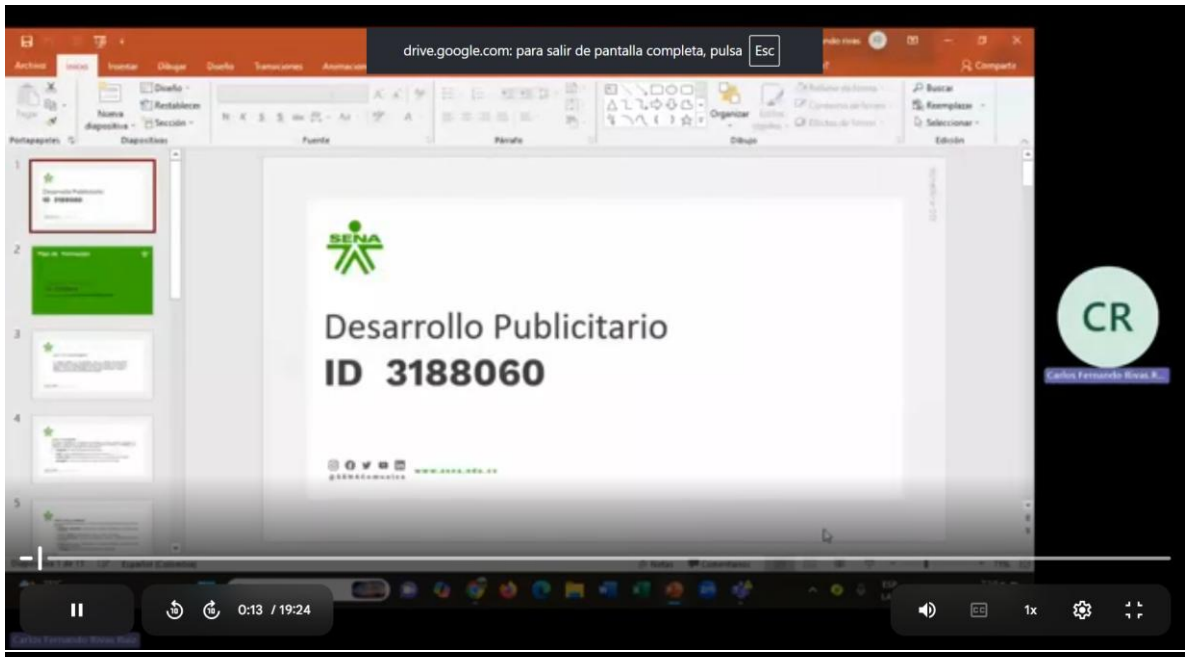
FORO DE DUDAS E INQUIETUDES

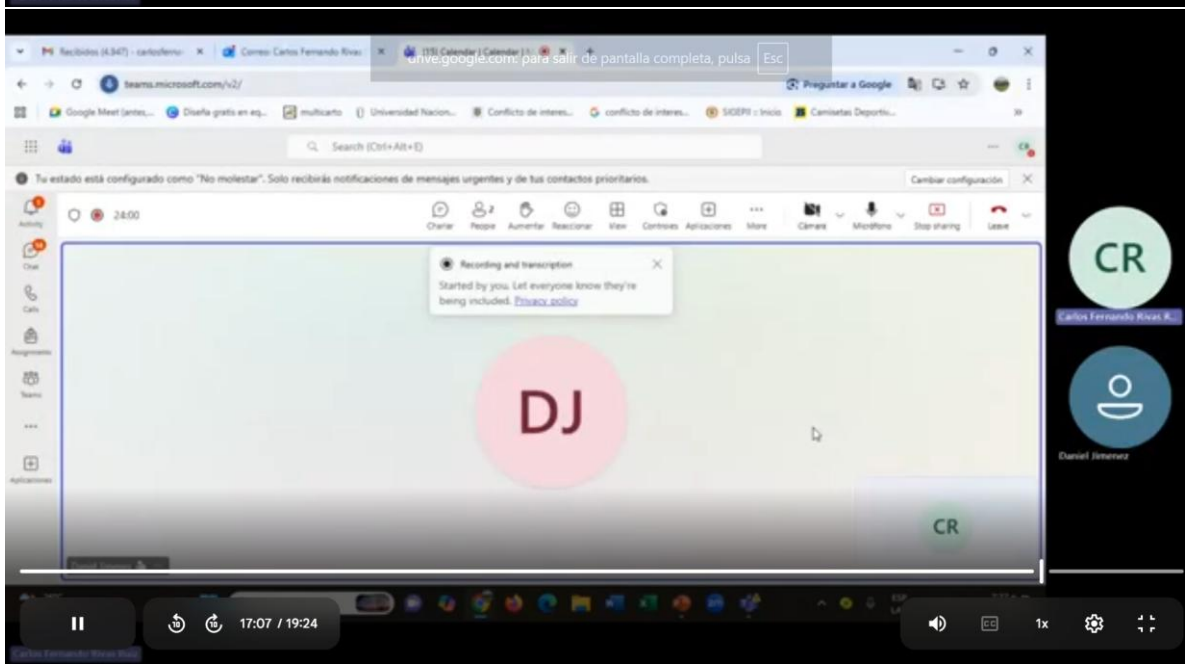


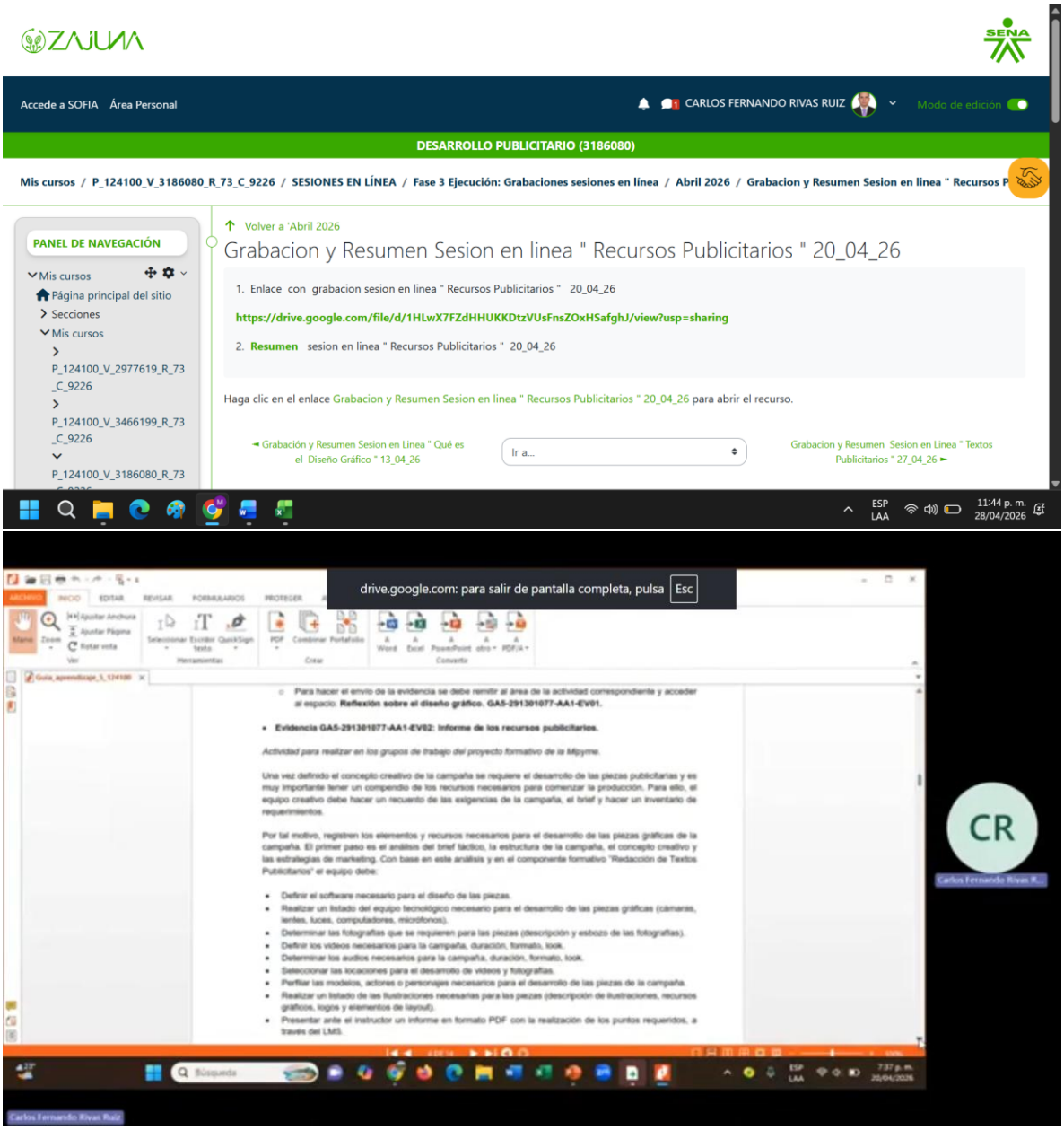
GRABACIONES Y RESUMENES SESIONES EN LINEA



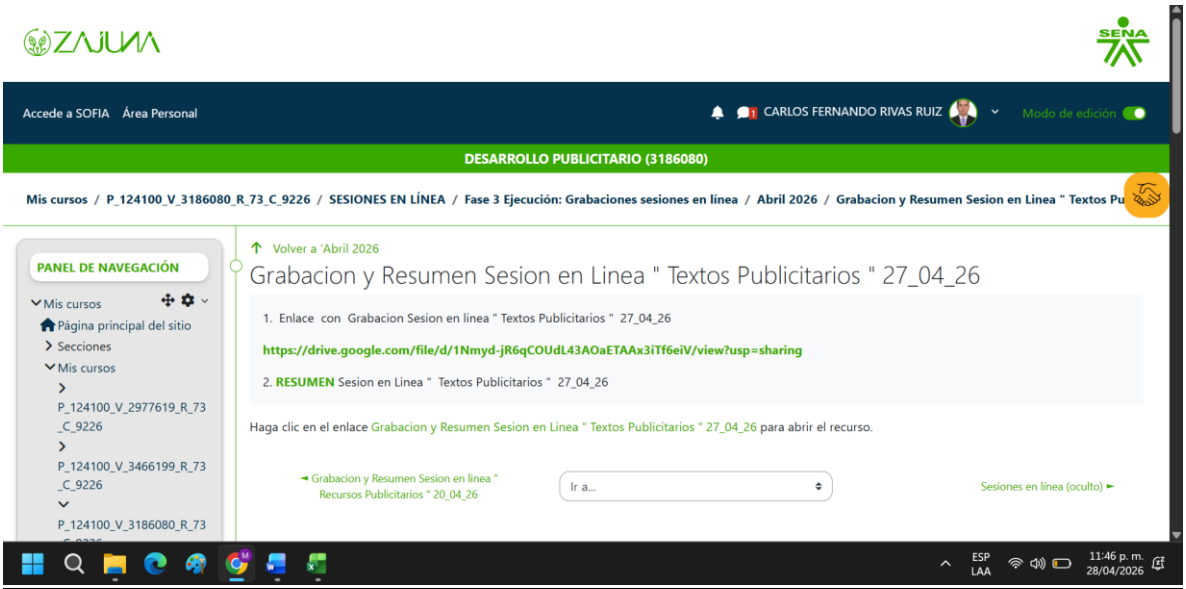


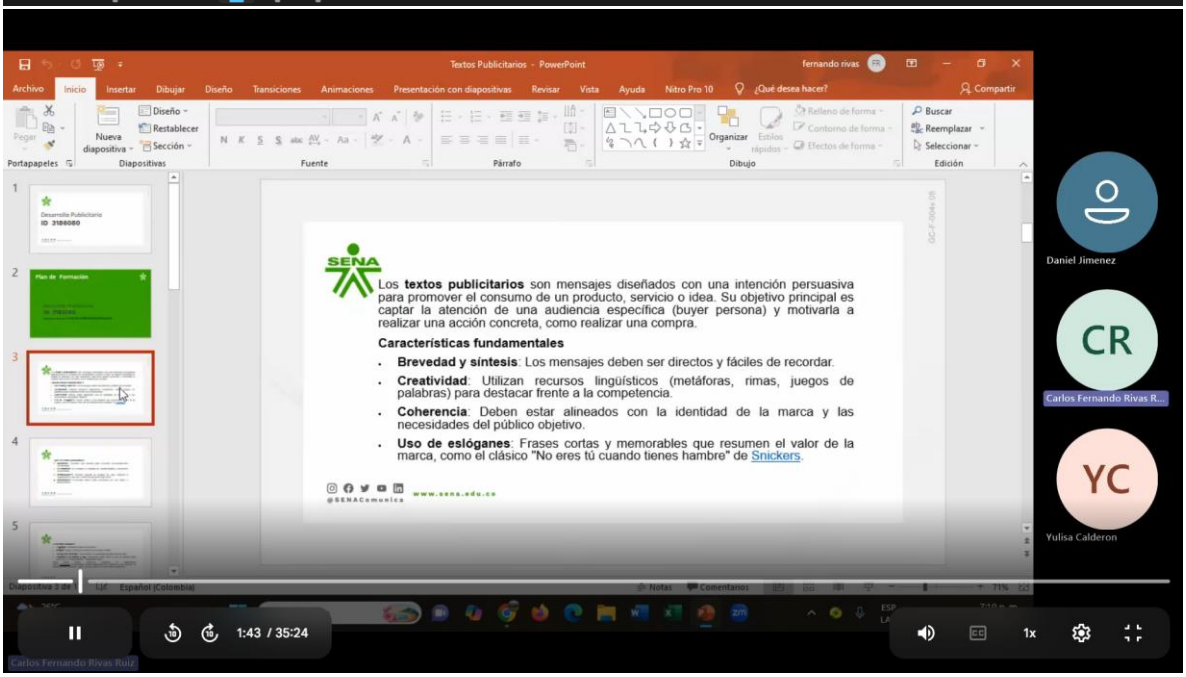

drive.google.com: para salir de pantalla completa, pulsa Esc
Desarrollo Publicitario
ID 3188060
CR
0:13 / 19:24
1x


drive.google.com: para salir de pantalla completa, pulsa Esc
Recording and transcription
Started by you. Let everyone know they're being included. Privacy policy
DJ
CR
Daniel Jimenez
17:07 / 19:24
1x


ZAJUNA
SENA
Accede a SOFIA
Área Personal
CARLOS FERNANDO RIVAS RUIZ
Modo de edición
DESARROLLO PUBLICITARIO (3186080)
Mis cursos / P_124100_V_3186080_R_73_C_9226 / SESIONES EN LÍNEA / Fase 3 Ejecución: Grabaciones sesiones en línea / Abril 2026 / Grabacion y Resumen Sesion en linea " Recursos P
PANEL DE NAVEGACIÓN
Mis cursos
Página principal del sitio
Secciones
Mis cursos
P_124100_V_2977619_R_73_C_9226
P_124100_V_3466199_R_73_C_9226
P_124100_V_3186080_R_73
Volver a 'Abril 2026
Grabacion y Resumen Sesion en linea " Recursos Publicitarios " 20_04_26
1. Enlace con grabacion sesion en linea " Recursos Publicitarios " 20_04_26
https://drive.google.com/file/d/1HLwX7FZdHHUKKDtzVUsFnsZOxHSafghJ/view?usp=sharing
2. Resumen sesion en linea " Recursos Publicitarios " 20_04_26
Haga clic en el enlace Grabacion y Resumen Sesion en linea " Recursos Publicitarios " 20_04_26 para abrir el recurso.
Grabación y Resumen Sesion en Linea " Qué es el Diseño Gráfico " 13_04_26
Ir a...
Grabacion y Resumen Sesion en Linea " Textos Publicitarios " 27_04_26
ESP LAA
11:44 p. m. 28/04/2026

drive.google.com: para salir de pantalla completa, pulsa Esc
Para hacer el envío de la evidencia se debe remitir al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: Reflexión sobre el diseño gráfico. GA5-291301077-AA1-EV01.
Evidencia GA5-291301077-AA1-EV02: Informe de los recursos publicitarios.
Actividad para realizar en los grupos de trabajo del proyecto formativo de la Mipyme.
Una vez definido el concepto creativo de la campaña se requiere el desarrollo de las piezas publicitarias y es muy importante tener un compendio de los recursos necesarios para comenzar la producción. Para ello, el equipo creativo debe hacer un recuento de las exigencias de la campaña, el brief y hacer un inventario de requerimientos.
Por tal motivo, registren los elementos y recursos necesarios para el desarrollo de las piezas gráficas de la campaña. El primer paso es el análisis del brief táctico, la estructura de la campaña, el concepto creativo y las estrategias de marketing. Con base en este análisis y en el componente formativo "Redacción de Textos Publicitarios" el equipo debe:
Definir el software necesario para el diseño de las piezas.
Realizar un listado del equipo tecnológico necesario para el desarrollo de las piezas gráficas (cámaras, lentes, luces, computadores, micrófonos).
Determinar las fotografías que se requieren para las piezas (descripción y esbozo de las fotografías).
Definir los videos necesarios para la campaña, duración, formato, look.
Determinar los audios necesarios para la campaña, duración, formato, look.
Seleccionar las locaciones para el desarrollo de videos y fotografías.
Perfilar las modelos, actores o personajes necesarios para el desarrollo de las piezas de la campaña.
Realizar un listado de las ilustraciones necesarias para las piezas (descripción de ilustraciones, recursos gráficos, logos y elementos de layout).
Presentar ante el instructor un informe en formato PDF con la realización de los puntos requeridos, a través del LMS.
CR
Carlos Fernando Rivas R...
Carlos Fernando Rivas Ruiz


Accede a SOFIA
Área Personal
CARLOS FERNANDO RIVAS RUIZ
Modo de edición
DESARROLLO PUBLICITARIO (3186080)
Mis cursos / P_124100_V_3186080_R_73_C_9226 / SESIONES EN LÍNEA / Fase 3 Ejecución: Grabaciones sesiones en línea / Abril 2026 / Grabacion y Resumen Sesion en Linea " Textos Pu
PANEL DE NAVEGACIÓN
Mis cursos
Página principal del sitio
Secciones
Mis cursos
P_124100_V_2977619_R_73_C_9226
P_124100_V_3466199_R_73_C_9226
P_124100_V_3186080_R_73
Volver a 'Abril 2026
Grabacion y Resumen Sesion en Linea " Textos Publicitarios " 27_04_26
1. Enlace con Grabacion Sesion en linea " Textos Publicitarios " 27_04_26
https://drive.google.com/file/d/1Nmyd-jR6qCOUdL43AOaETAAx3iTf6eiV/view?usp=sharing
2. RESUMEN Sesion en Linea " Textos Publicitarios " 27_04_26
Haga clic en el enlace Grabacion y Resumen Sesion en Linea " Textos Publicitarios " 27_04_26 para abrir el recurso.
Grabacion y Resumen Sesion en linea " Recursos Publicitarios " 20_04_26
Ir a...
Sesiones en línea (oculto)
ESP
LAA
11:46 p. m.
28/04/2026


Textos Publicitarios - PowerPoint
fernando rivas
Los textos publicitarios son mensajes diseñados con una intención persuasiva para promover el consumo de un producto, servicio o idea. Su objetivo principal es captar la atención de una audiencia específica (buyer persona) y motivarla a realizar una acción concreta, como realizar una compra.
Características fundamentales
Brevedad y síntesis: Los mensajes deben ser directos y fáciles de recordar.
Creatividad: Utilizan recursos lingüísticos (metáforas, rimas, juegos de palabras) para destacar frente a la competencia.
Coherencia: Deben estar alineados con la identidad de la marca y las necesidades del público objetivo.
Uso de eslóganes: Frases cortas y memorables que resumen el valor de la marca, como el clásico "No eres tú cuando tienes hambre" de Snickers.
Daniel Jimenez
CR
Carlos Fernando Rivas R...
YC
Yulisa Calderon
1:43 / 35:24
1x