

---

## Cuerpo A

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | \_\_\_\_\_
- ▶ Cuerpo A
- ▶ Fecha de presentación | \_\_\_\_\_
- ▶ Carrera de Pertenencia | \_\_\_\_\_
- ▶ Categoría | \_\_\_\_\_
- ▶ Línea Temática | \_\_\_\_\_

## **Guía de Trabajo Práctico Final**

Objetivos Título  
del Trabajo  
Estructura  
Criterios de evaluación

### **Publicidad Exitosa**

TÍTULO

### **Publicidad I**

ASIGNATURA

### **Ciclo de Presentaciones Profesionales**

PROYECTO PEDAGÓGICO

## **Guía del Trabajo Práctico Final**

---

La Publicidad acompaña desde su estrategia de comunicación a la venta de productos y servicios. Instala estilos de vida, estereotipos, ritos, mitos y valores. Informa, alimenta y direcciona el deseo a través de argumentos persuasivos. Se vale de construcciones simbólicas para destacar beneficios o ventajas diferenciales, poniendo en evidencia, que los consumidores no solamente compran o consumen objetos, sino fundamentalmente las imágenes y los valores vinculados con esos mismos objetos.

En este contexto, el examen final abordará el desarrollo de los siguientes contenidos:

- Brief Creativo (Agencia de Publicidad).
- Campaña integral: dos avisos gráficos en color, tamaño A4, vertical + board de Comunicación BTL.

**El Trabajo Práctico Final se desarrollará en equipos (máximo tres integrantes) y forma parte del Proyecto Pedagógico: Ciclo de Presentaciones Profesionales.**

### **Título del trabajo: "Publicidad Exitosa"**

#### **Consigna:**

Propuesta, desarrollo y justificación de estrategia de comunicación. Diseño y argumentación de una campaña: piezas gráficas y comunicación alternativa para el lanzamiento de un producto.

#### **Objetivos:**

- Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en la cursada.
- Articular los conceptos y técnicas de Comunicación Integrada de Marketing.
- Fundamentar teóricamente la construcción de todas las piezas de comunicación.
- Adquirir estrategias de estudio y comprensión.

- Ejercitar técnicas de exposición y presentación.

### **Presentación:**

Los cuerpos A, B y C anillados.

Avisos y publicidad no tradicional: anillados en cuerpo B y montados en cartones A4.

Hojas A4 blancas // Páginas numeradas // Arial negra, tamaño 12, interlineado 1,5 // Carátulas con: título "Publicidad Exitosa".

Las normas para las citas bibliográficas son las vigentes para la presentación de todos los trabajos académicos de la Facultad. Para ver la última actualización consultar la normativa para Proyecto de Graduación.

### **Cuerpo A**

- Carátula
- Guía del trabajo práctico final
- Síntesis del trabajo (entre 10 y 30 líneas, interlineado 1,5)
- Aportes y descubrimientos significativos (en 1º persona)
- Currículum vitae (máximo una página) por alumno
- Declaración jurada de autoría (utilizar la ficha institucional)

### **Cuerpo B**

- Carátula.
- Índice.
- Introducción.
- Desarrollo (brief y campaña).
- Conclusiones personales.
- Bibliografía (ver normas APA para citar).

### **Cuerpo C (opcional)**

- Carátula.
- Materiales complementarios y de apoyo.
- Trabajos de campo relevado (la interpretación va en los Capítulos del Cuerpo B)

- Fotocopias de artículos periodísticos, imágenes y otros (NO se deben fotocopiar los capítulos de los libros).

### **Requisitos:**

- Presentación Profesional aprobada.
- Consulta previa (dos veces como mínimo).
- Asistir a la mesa examinadora con el Trabajo Práctico Final, **las piezas montadas** en soporte rígido, el **Portfolio y la Planificación** de la materia entregada por el docente.
- Dominar los contenidos de la asignatura y su correspondiente bibliografía.

### **Criterios para la evaluación del Trabajo Práctico Final:**

- Presentación en tiempo y forma.
- Dedicación, preparación y cumplimiento de las consignas.
- Calidad tanto del Trabajo como de Presentación.
- Actitud y argumentación en la defensa del Trabajo.
- Respeto de las normas de presentación de los trabajos en Diseño y Comunicación.
- Calidad del discurso acorde al ámbito universitario y al nivel alcanzado en la Carrera.
- Esmero para relacionar los resultados obtenidos en el Trabajo Práctico Final con el marco teórico y la bibliografía correspondiente.

## Síntesis:

A partir del análisis de la marca de preservativos Tulipán y el recorrido por sus anteriores campañas gráficas decidimos crear una nueva que siga el camino del humor y el doble sentido siempre presente en la imagen de la marca. Abordamos una temática juvenil apuntando a un target específico, esto nos dio la pauta como grupo para saber qué camino tomaría nuestra creatividad. Utilizamos como concepto de la campaña las fantasías sexuales de las personas, lo cual nos pareció oportuno en relación a la marca a trabajar. Se realizaron dos campañas gráficas que reflejan la temática que utilizamos y el planeamiento de una acción BTL también pensada en función a la propuesta. Las ideas surgieron de todos los métodos que utilizamos en clase para despertar la creatividad y siempre teniendo clara la idea, el target, los recursos, el medio y el momento.

Aportes y descubrimientos significativos:

El trabajo nos dio un gran panorama de toda la labor que hay detrás de las publicidades. Entendimos el recorrido que hay que hacer para que una buena idea surja y sacar de ella lo más significativo. Nos es de suma importancia que estos trabajos no solo creen conocimiento en uno sino también interés en el campo de la materia, nos cambió la visión que teníamos acerca de la publicidad en sí y nos formó una visión crítica de lo que es una buena y una mala publicidad.

## Curriculum Vitae

### **Información Personal:**

Teléfono : [REDACTED]

Email: [REDACTED]

Nacionalidad: Argentina

Dirección: [REDACTED]

Fecha de nacimiento: [REDACTED] [REDACTED]

### **Estudios:**

Secundaria completa – 728 Alfonsina Storni, Puerto Madryn. Orientación CAD (comunicación arte y diseño).

En curso : Diseño de Indumentaria - Tecnicatura en Mordería Y Confección de indumentaria. Universidad de Palermo.

Alianza Francesa: elemental 1,2 y 3 intermedio 1 y 2.

### **Idiomas:**

-Inglés Básico

-Francés intermedio.

### **Experiencia:**

Mesera en restaurante La Comarca. Av. Fontana 590, Trelew, Chubut. 2015

Pasantía en Esteta Studio – estudio de diseño y desarrollo de mordería y realización de indumentaria. 2017

### **Talleres y/o cursos de capacitación realizados:**

Introducción a la serigrafía, Nivel 1. IAD (Instituto Argentino de Diseño) 2015

Fango Taller de Alfarería. 2016

Decir algo dibujarlo. Taller de ilustración. FAUNA. 2017

Diseño de indumentaria. Desarrollo de colección en Centro Cu



## CURRÍCULUM

### EXPERIENCIA

#### **Diseñadora Free-Lance**

Marzo del 2014 a la actualidad

#### **Intermedia SP**

*Febrero de 2017 a la actualidad*

.Diseño Gráfico

.Maquetación

.Creación de guías y manuales

.Presentaciones empresariales

#### **Tienda de papel**

*Octubre de 2016 a Febrero de 2017*

.Diseño Gráfico

#### **Red Alimentaria**

*Octubre de 2013 a Marzo de 2014*

.Diseño Gráfico

#### **Secretaria en consultorio**

*Julio de 2010 a Agosto de 2012*

### EDUCACIÓN

#### **Diseño Gráfico**

UP

*Actualmente en curso*

#### **Diseño Gráfico**

UBA

#### **Secundario**

Yeshurún Torá

*2007 a 2011*

## CURSOS

### **Cursos de Diseño y Maquetación Web**

Educación IT

.HTML - *Avanzado*

.CSS - *Avanzado*

.JQuery - *Básico*

.UX

### **Taller escuela de dibujo y pintura**

*Mayo del 2010 a Mayo del 2016*

### APTITUDES Y CONOCIMIENTOS

.Adobe Illustrator

.Adobe Photoshop

.Adobe InDesign

.Adobe Premiere

.Adobe Dreamweaver

.Wordpress

.Divi

.Fotografía

.Paquete Office

.Dibujo y Pintura

### IDIOMAS

#### **Inglés Intermedio**

.First Certificate Exam

.Preparación para el Certificate of

Advance Exam

Declaración jurada de autoría

A: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Por la presente deajo constancia de ser el autor del Trabajo Práctico Final titulado

\_\_\_\_\_

que presento para la asignatura \_\_\_\_\_

dictada por el profesor \_\_\_\_\_

Dejo constancia que el uso de marcos, inclusión de opiniones, citas e imágenes es de mi absoluta responsabilidad, quedando la UP exenta de toda obligación al respecto.

Autorizo, en forma gratuita, a la UP a utilizar este material para concursos, publicaciones y aplicaciones didácticas dado que constituyen ejercicios académicos de uso interno sin fines comerciales.

\_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Fecha

\_\_\_\_\_

Firma y aclaración

Declaración jurada de autoría

A: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Por la presente dejo constancia de ser el autor del Trabajo Práctico Final titulado

\_\_\_\_\_

que presento para la asignatura \_\_\_\_\_

dictada por el profesor \_\_\_\_\_

Dejo constancia que el uso de marcos, inclusión de opiniones, citas e imágenes es de mi absoluta responsabilidad, quedando la UP exenta de toda obligación al respecto.

Autorizo, en forma gratuita, a la UP a utilizar este material para concursos, publicaciones y aplicaciones didácticas dado que constituyen ejercicios académicos de uso interno sin fines comerciales.

\_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Fecha

\_\_\_\_\_


Firma y aclaración

## Publicidad Exitosa

---

*Publicidad I*

**Cuerpo B**

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | 
- ▶ Cuerpo B
- ▶ Fecha de presentación | 2/07/2018
- ▶ Carrera de Pertenencia | \_\_\_\_\_
- ▶ Categoría | \_\_\_\_\_
- ▶ Línea Temática | \_\_\_\_\_

Índice:

Introducción .....	14
Desarrollo .....	15
Conclusiones personales .....	20
Bibliografía .....	21

## Introducción

El trabajo aborda el desarrollo de un Brief Creativo y de una campaña que integra dos avisos gráficos y un board conceptual de una acción BTL. Desarrollamos la campaña de invierno para los preservativos Tulipán, utilizando el concepto de la fantasía sexual del ser humano llevando lo vergonzoso a un tono humorístico, juvenil y divertido. Defendemos y promovemos la libertad de atreverse a las prácticas sexuales más allá de cualquier impedimento moral, con la única condición del acuerdo pleno de voluntades de las partes intervinientes del acto sexual.

**LLEVALA  
A VOLAR  
CON VOS.**



**#VIVÍTU FANTASÍA**

**tulipán** 

**DEJÁ QUE  
RIEGUE TU  
JARDÍN.**

**#VIVÍTU FANTASÍA**

tulipán® 

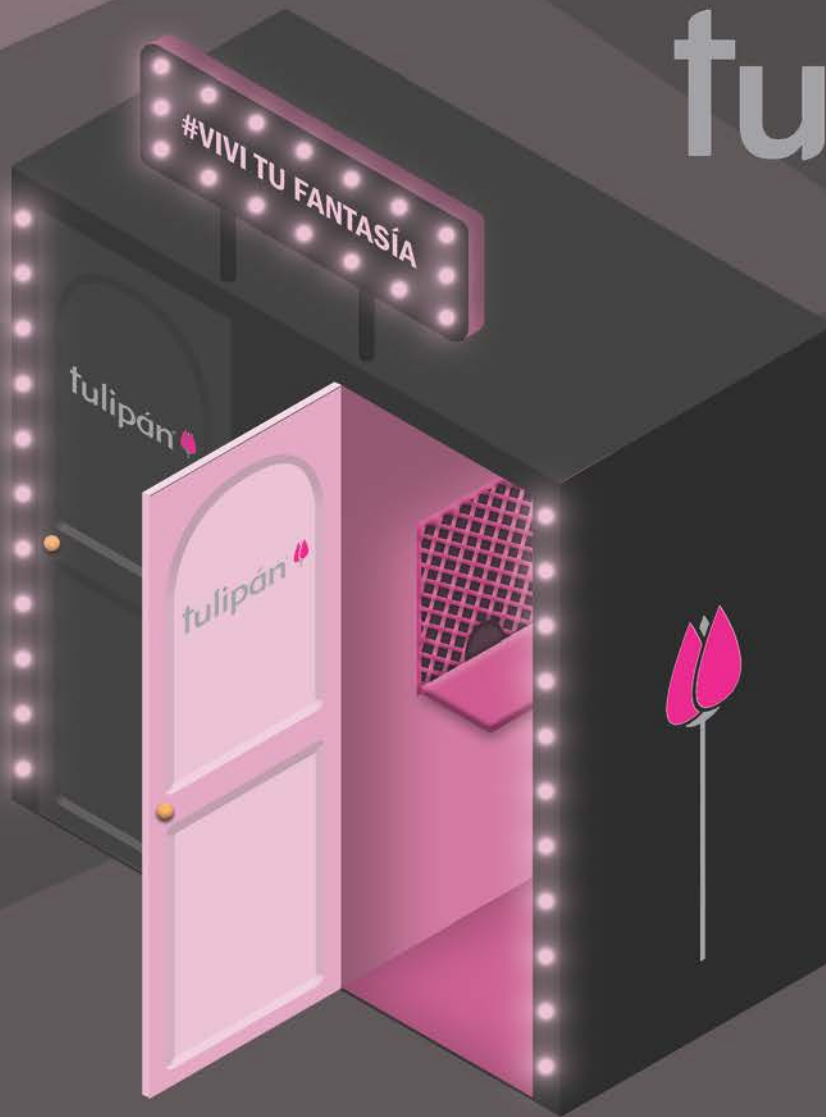




**AGENDÁ  
CITA CON  
TU MÉDICO.**

**#VIVÍTU FANTASÍA**

**tulipán** 



## IDEA

### CONFESIONARIO DE FANTASÍAS

**Contexto:** Ciclos de música Indie Go en Ciudad Cultural Konex que se realizan durante el mes de Junio, Julio y Agosto.

El **confesionario de fantasías** plantea una cabina con dos espacios en el que las personas van a **confesar sus fantasías sexuales** y alguien en el otro sector de la cabina está escuchando. Es un lugar con luz tenue y un sillón cómodo, dentro del cubículo hay un **medidor de fantasías** con luces led; dependiendo que tan osada sea la confesión se le entrega a la persona:

NIVEL

1

CAJA DE PRESERVATIVOS DE 3 UNIDADES.

NIVEL

2

CAJA DE PRESERVATIVOS DE 6 UNIDADES.

NIVEL

3

CAJA DE PRESERVATIVOS DE 6 UNIDADES + caja metálica porta preservativos.

## INSIGHT

Las personas generalmente sienten vergüenza de contar sus fantasías, entonces se lo guardan. El confesionario de fantasías **permite que las personas cuenten lo que imaginan sin ponerse límites**. Queremos lograr **incentivar a las personas a cumplir sus fantasías**, proponemos **atreverse** con el beneficio que usando nuestro producto van a realizar la acción **con seguridad**.

Brief creativo:

Cliente: Tulipán

Producto: preservativo de látex, presentación de 3,6 y 12 unidades, con una muestra de gel lubricante.

Fecha: Julio, Agosto.

Tipo de trabajo: Grafica en revista THC y Rolling Stones + acción BTL en un ciclo de música indie.

Target: Ambos sexos entre 18 y 30 años, clase media. Residentes en CABA y GBA. Estudiantes y profesionales, con una vida sexual activa, con varios compromisos sociales, curiosos, inquietos. Buscan oportunidades sexuales y establecer un noviazgo. Valoran el diseño, el arte, la ecología y la vida al aire libre. Son modernos. Les gusta verse bien y cuidar su aspecto físico.

Tono de comunicación: humor, informal, emotivo.

Propuesta a comunicar: Atrevido.

Justificación de la propuesta: El preservativo evita embarazos no deseados y el contagio de enfermedades sexuales. Los productos Tulipán son elaborados en las plantas industriales más importantes del mundo, empleando materia prima de la mejor calidad, tecnología de vanguardia y superando los más estrictos controles de calidad que utilizan las marcas líderes internacionales.

## Conclusiones personales

### Conclusión 1

Saber reconocer una buena publicidad, un trabajo bien hecho y tener conciencia de todos los pasos que hubieron previo a que aquel anuncio este en ese lugar, son herramientas que gracias al trabajo puedo reconocer. Logre trabajar la creatividad estimulándola desde un lado divertido. Estoy muy a gusto tanto con la realización del trabajo como con el resultado mismo. Estoy motivada a seguir trabajando con la campaña propuesta y seguir investigando acerca de los temas vistos.

### Conclusión 2

Fue una experiencia muy interesante y que realmente captó mi atención. Ver la historia y lo amplio del mundo publicitario, junto con el proceso mediante el cual se desarrolla y pone en práctica cada publicidad, me ha hecho considerar un nuevo camino a partir del cual pensar el Diseño Gráfico. Con la creatividad en conjunto con la diversión, llegamos a resultados que nos motivan a continuar avanzando, investigando, descubriendo, experimentando y llegando cada vez más lejos.

Bibliografía:

Roig Fernando. A – La estrategia creativa, relaciones entre concepto e ideas. Argentina.  
Editorial Infinito.

## Publicidad Existosa

---

### Cuerpo C

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | \_\_\_\_\_
- ▶ Cuerpo C
- ▶ Fecha de presentación | \_\_\_\_\_
- ▶ Carrera de Pertenencia | \_\_\_\_\_
- ▶ Categoría | \_\_\_\_\_
- ▶ Línea Temática | \_\_\_\_\_

