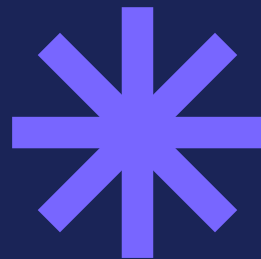


Especialidad en Creatividad y Estrategia Publicitaria



Roger y Anita
tampoco querían
dejarlos en casa



mejor,
#desrutinate en
**AUTOCINEMA
COYOTE**

Compra tus boletos en www.autocinemacoyote.com
Insurgentes Sur 1799, Cdm. Guadalupe Inl Ciudad de México

    /Autocinema Coyote





Introducción

La Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes —institución pionera en la enseñanza del Diseño desde **1961**— suscribe las acciones que han fomentado la organización y desarrollo de la educación e investigación artísticas de nivel superior, da continuidad a los esfuerzos institucionales en materia de educación e investigaciones artísticas y fortalece el proyecto académico que sustenta en el ámbito del diseño.

La perspectiva conceptual de la EDINBA le ha permitido ofrecer programas académicos respaldados por un **enfoque integral** del diseño, así como de estudios de posgrado sobre disciplinas específicas del diseño.

La Especialidad en Creatividad y Estrategia Publicitaria está estructurada para que sus egresados accedan al mercado profesional con una calificación más adecuada y su desempeño tenga un mayor **impacto y aceptación** en el campo de la Publicidad, respondiendo así a la necesidad de un programa académico de nivel posgrado en donde se profundice en este campo del conocimiento.

Objetivos de la especialidad

Se pretende formar a profesionistas capaces de:

- * Contar con elementos teóricos y mercadológicos que les permitan **reconocer y aplicar estrategias** para publicitar productos y servicios.
- * Manejar las áreas técnicas y procesos específicos de la **Publicidad como servicio profesional**.
- * **Desarrollar estrategias publicitarias** integrando sus conocimientos de Diseño para que de esta manera incidan en el mercado profesional de la Publicidad.
- * **Reconceptualizar la actividad publicitaria** innovando en el mercado profesional, comprometiéndose con la calidad estética de la publicidad y, con un sentido ético que beneficie a la sociedad.



Perfil de ingreso

La Especialidad está dirigida preferentemente a personas con experiencia profesional en Diseño y/o Publicidad.

Las capacidades y actitudes requeridas de los aspirantes son:

- * Interés por la **dinámica social**.
- * Interés por la **función publicitaria** y su relación con el diseño y la comunicación.
- * **Capacidad creativa** para desarrollar conceptos de comunicación y diseño.
- * Capacidad para **proponer estrategias de promoción innovadoras**.
- * Capacidad de **análisis y síntesis** para identificar los elementos que determinan las decisiones de promoción.
- * **Facilidad de comunicación** para favorecer las relaciones interpersonales.

Perfil de especialización

El egresado será capaz de:

- * Comprender y **planificar la gestión de la Publicidad**, sus elementos técnico-productivos, así como los administrativos y financieros.
- * **Identificar necesidades** en materia publicitaria y dar respuesta a ellas con servicios profesionales adecuados en este campo.
- * **Planear, diseñar y ejecutar campañas publicitarias** de acuerdo a las necesidades de sus clientes.
- * Poseer una alta concepción de la **ética profesional** tanto en lo que respecta a sus clientes, como al compromiso de veracidad y honestidad con el público receptor que la Publicidad implica.
- * Revalorar el concepto del Diseño en la práctica publicitaria, comprometiéndose con la **calidad visual** de los mensajes **y su función estética** en la cultura visual de nuestra sociedad.
- * **Comprometerse con la función social** de la Publicidad en nuestro país.
- * Desarrollar la práctica de la Publicidad **innovando la prestación de servicio**, estableciendo procedimientos alternos que posibiliten el acceso de nuevos usuarios a ésta y proponiendo la utilización de medios publicitarios novedosos.

Perfil de especialización

- * **Interactuar con los diversos especialistas** involucrados en el proceso publicitario (mercadotecnia, desarrollo de productos, etcétera), así como con los usuarios de la misma (clientes).
- * Coordinarse y colaborar con profesionales especializados de la producción tales como las **casas productoras de mensajes** en formatos audiovisuales.
- * Comprender la **dinámica social y cultural** en la que se desarrolla su práctica profesional.
- * Comprometerse con la **calidad de los mensajes** y su impacto en la cultura de masas, tanto en su carácter visual como en el empleo del lenguaje.
- * Conocer el **marco legal** de la actividad profesional.
- * Estructurar y programar la ejecución y difusión de las campañas publicitarias; así como realizar una **proyección financiera** de las mismas.



Plan de estudios

Duración: 1 año

Semestres	Áreas		
	Contexto	Creatividad	Estrategia
Primero	Introducción a la publicidad <i>4.00 créditos</i>	Pensamiento creativo <i>4.00 créditos</i>	Construcción de marca <i>4.0 créditos</i>
	Procesos de comunicación <i>3.00 créditos</i>		
	Gestión de la publicidad <i>4.50 créditos</i>		
	Sociedad contemporánea <i>3.00 créditos</i>		
	Marco regulatorio <i>3.00 créditos</i>		
Segundo		Creatividad publicitaria <i>4.50 créditos</i>	Análisis de campañas <i>3.00 créditos</i>
		Mensaje publicitario <i>3.00 créditos</i>	Mercadotecnia <i>4.50 créditos</i>
			Medios publicitarios <i>4.00 créditos</i>
	Proyecto publicitario 5.20 créditos		

Escuela de Diseño

Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura

Xocongo 138, col. Tránsito, alcaldía Cuauhtémoc,

C.P. 06820, Ciudad de México · (55) 8647 5870

edinba@edinba.gob.mx · www.edinba.bellasartes.gob.mx



CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA



INBAL