

ETAPAS DEL PROYECTO	ACTIVIDADES CLAVES	EVIDENCIAS	TALLER DE PIEZAS GRÁFICAS	CULTURA Y TENDENCIAS	LAB. DIGITAL LAYOUT
Diseño de flyer o equivalente	Determinar características del producto o servicio para levantar sus atributos de valor y diferenciación.	Lámina digital de fundamentos y moodboard asociado al público objetivo y servicio o productos del caso dado.	U1		
	Determinar características asociadas al público objetivo considerando distintos canales por los que se comunica (online-offline), considerando estilos de vida y consumo según macro tendencias y tipologías de grupos objetivos.			U1	
	Desarrollar conceptos creativos para la propuesta de flyer o pieza equivalente.	Bocetaje de Flyer y digitalización de bocetos			U1
	Desarrollar flyer con el concepto creativo seleccionado, integrando imágenes rasters con elementos gráficos vectoriales, componiendo digitalmente y generando jerarquía y recorrido visual.	Flyer en archivo digital Illustrator			
Diseño de Afiche o equivalente para emprendimiento	A partir del concepto creativo definido en el proyecto anterior especificar mensaje a comunicar en afiche o pieza equivalente	Presentación de definición de mensaje a comunicar, estilo y línea gráfica de acuerdo a la temática a abordar.	U2		
	Especificar línea gráfica, estilos visuales y diversos recursos gráficos de orden compositivo que se asocian al mensaje y tono a comunicar, integrando personalidad de la empresa y características del público objetivo.	Bocetos y layout digital de propuestas de afiche			
	Desarrollar 3 propuestas de layout digital, de acuerdo a las características del mensaje a comunicar, público objetivo y estilo en el diseño contemporáneo.				
	Seleccionar de la mejor alternativa, que cumpla con los objetivos y necesidades comunicacionales.	Afiche o equivalente en archivo digital			U2
Diseño de Folletos o equivalente para emprendimiento.	Identificar necesidades comunicacionales, a partir de análisis de atributos de los productos y/o servicios y características del grupo objetivo al cual se enfoca objetivo.	Investigación y presentación de de la problemática comunicacional a abordar.	U3		
	Levantar tendencias de consumo y segmentación de mercado asociado al público objetivo, utilizando WGSN como fuente de información para la definición conceptos claves a comunicar y prospectar nuevos productos o servicios.	Informe de la investigación tendencias de consumo público objetivo.		U3	
	A partir del concepto central creativo ya definido con anterioridad, especificar mensaje a comunicar en de la propuesta del folleto o pieza equivalente (díptico-tríptico-desplegable), incluyendo línea editorial a partir del concepto escogido.	Presentación final de la investigación y conceptualización			
	Proponer alternativas de retículas a partir del concepto central creativo y seleccionar la propuesta que mejor lo represente. Elaborar propuestas de diseño para díptico, tríptico y desplegable aplicando la línea gráfica editorial antes definida.	Bocetos y layout digital de propuestas de folletos			
	Diseñar layout digital del folleto o pieza equivalente junto al material visual a trabajar en el encargo.	Archivo original e impreso de los folletos seleccionados			
	Elaborar una maqueta impresa de las propuestas seleccionadas (díptico-tríptico-desplegable).	Maqueta impresa			U3
	Montar y presentar las propuestas finales en formato impreso (díptico-tríptico-desplegable).	Lamina final impresa con proceso de diseño.			