|  |
| --- |
| **CÓDIGO:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **Autor:**  | **Guallo Guaipacha Jhon Elvis** |
| **Tema:** | ANÁLISIS DEL CONCEPTO CREATIVO PUBLICITARIO PARA LA CREACIÓN DE UNA METODOLOGÍA COMO APORTE DE INVESTIGACIÓN A ESTUDIANTES Y PROFESIONALES. |
| **Institución:** | UNACH, Sede Ecuador.  |
| **Facultad:** | Ciencias de la Educación Humanas y Tecnologías |
| **Paginación:** | 82 p. |
| **Ubicación:** | Riobamba |
| **Año:** | 2018 |
| **Tutor:**  | Mariela Samaniego |
| **Link:**  |  |
| **Resumen** | La presente investigación parte del análisis del concepto creativo publicitario, en la cual se abarca datos importantes dentro de la creación publicitaria, es por ello que el tener entendimiento sobre este tema, es fundamental para quienes están inmersos en el contexto publicitario. Por tal motivo se planteó como objetivo de investigación desarrollar una metodología para la creación del concepto publicitario, que sirva como aporte de investigación a estudiantes y profesionales interesados en el tema antes expuesto. Esta investigación permitirá al lector conocer la forma de crear conceptos creativos publicitarios, de manera estructurada y con un fundamento metodológico. Las metodologías de Elmo Lewis y Bruno Munari aportaron para la creación de la metodología realizada, así como datos relacionados con la publicidad, los mismos que han sido estudiados para el cumplimento del objetivo establecido. El concepto creativo publicitario es una fase fundamental dentro de la creación de campañas publicitarias, el tener conocimiento sobre el tema motivo el desarrollo de la presente investigación. |
| **Summary**  | This research is based on the analysis of the advertising creative concept, in which important data is included within the advertising creation; that is. Why having an understanding on this subject is fundamental for those who are immersed in the advertising context. Therefore, the research objective was to develop a methodology in order to create an advertising concept, which serves as a research contribution to students and professionals interested in the discussed subject from above. Additionally, this research allows readers to know how to create creative advertising concepts, in a structured manner and with a methodological foundation. The methodologies of Elmo Lewis and Bruno Munari contributed to the creation of the methodology carried out, as well as data related to advertising, which have been studied to meet the established objective. The creative advertising concept is a fundamental phase in the creation of advertising campaigns. Having knowledge of the studied subject motivated the researcher to develop this present investigation.  |