



**Mi Universidad**

**Luis Enrique López Méndez**

Comparación de Diseño Gráfico, Digital y Web

**Unidad 2**

Diseño digital I

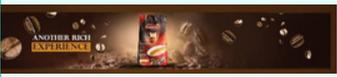
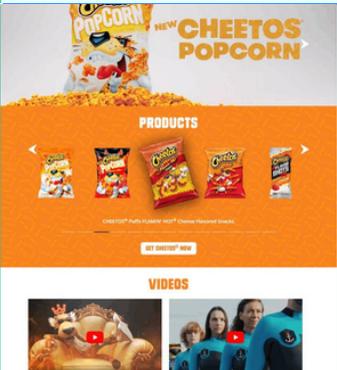
**Lic. María Fernanda Montserrath Campos Román**

**Diseño grafico**

Cuatrimestre 2

# Cuadro Comparativo

## Comparación de Diseño Gráfico, Digital y Web

	Ejemplo	Formato	Interactividad	Audiencia	Proposito
<b>D.Gráfico</b> cartel impreso		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Físico</b>(impreso en papel,lona o vinil)</li> <li>• <b>tamaño variable</b> (Desde A4 hasta espectaculares)</li> <li>• <b>alta resolución</b></li> </ul>	No tiene interactividad, es completamente estático.	Personas en espacios publicos, clientes en tiendas. la segmentación es limitada	Captar la atención del publico en un espacio físico para promocionar productos, o campañas sociales.
<b>D.Digital</b> Banner digital		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Formato digital</b> (PNG,JPEG,GIF)</li> <li>• <b>adaptable a distintas pantallas</b></li> </ul>	Puede incluir animaciones, transiciones y enlaces interactivos. Se puede hacer clic para acceder a otro sitio	Usuarios de internet segmentados según intereses, edad y ubicación geográfica. se puede medir su impacto con métricas.	Atraer a los usuarios en entornos digitales para generar ventas o interacción con la marca.
<b>D.Web</b> pagina web		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Plataforma digital</b> estructurada en HTML, CSS con multiples paginas y secciones.</li> </ul>	Altamente interactiva: permite navegación,botones de acción, formularios y videos.	Usuarios de internet que buscan información o servicios. La audiencia varia según el tipo de pagina web.	Brindar información detallada, vender productos o servicios, facilitar comunicación y mejorar la experiencia del usuario

Cada tipo de diseño se adapta a su medio aprovechando sus características para cumplir su propósito de manera efectiva. Un cartel impreso funciona en espacios públicos porque su impacto visual es inmediato, diseñado para captar la atención en lugares estratégicos como calles, tiendas o eventos. Su contenido es estático y debe ser claro y llamativo. Un banner digital es ideal para medios en línea, ya que permite incluir animaciones, enlaces y segmentación de audiencia, facilitando la interacción y medición de resultados. Además, su contenido puede actualizarse sin costos de impresión. Por otro lado, una página web ofrece una experiencia interactiva completa, permitiendo que los usuarios naveguen por diferentes secciones, accedan a contenido multimedia y realicen acciones como compras o consultas. Su capacidad de actualización y personalización la hace una herramienta clave en el mundo digital. Mientras los carteles impresos dependen de su ubicación y diseño atractivo, los banners y páginas web se benefician de la tecnología para optimizar su alcance y efectividad.