

LIC. DISEÑO GRAFICO

Jennyfer González Lopez

Materia:

TECNOLOGIA DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

Docente:

Lic. Juan José Ojeda Trujillo

Actividad:

Act. Plataforma 2

Cuatrimestre:

6° Cuatrimestre

Modulo:

1er Modulo

Grupo:

A



4.1. COMUNICACIÓN GENUINA

Es aquella que refleja honestidad, autenticidad y transparencia en la expresión de pensamientos, sentimientos y necesidades

4.2. CREDIBILIDAD VISUAL

Percepción de una marca o persona como digna de confianza y creíble a través de su diseño visual

4.9. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La responsabilidad de los Medios de comunicación e información su origen en la llamada Teoría de la Responsabilidad de los medios de comunicación de la Prensa, planteada en 1947 a raíz del Informe Hutchins/ en la Universidad de Chicago

4.8. INCLUSIÓN EN LA COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación cumplen un papel central en la sociedad como agentes en la formación de opinión pública.

4.7. DISEÑOS MINIMALISTAS

Desde el diseño de moda a la decoración de interiores, la tendencia a utilizar únicamente los elementos esenciales y a deshacerse de lo recargado lo llena todo.

4.6. CONTENIDO AUDIO VISUAL CORTO

Los usuarios ya eligieron el vídeo y el audio como formatos estrella en redes sociales el año pasado, aunque su verdadero potencial aún estaba por llegar.

4.5. COHERENCIA DE COMUNICACIÓN

La comunicación a nivel corporativo o empresarial es una función que debe ser llevada a cabo con profundo análisis, partiendo del concepto del negocio, su visión y misión o marco estratégico que funge como mantra de la dinámica de este

4.3. COMUNICACIÓN 360°

Estrategia integral que abarca todos los puntos de contacto de una empresa con sus clientes, tanto internos como externos.

4.4. ELEMENTOS DISTINTIVOS

Un SIGNO DISTINTIVO determina la identidad grafica/física/operativa de un producto o servicio, en conjunto con elementos gráficos-visuales propios que diferencian el artículo de sus competidores, proporcionándole UN RECONOCIMIENTO en el sector comercial; son todos aquellos símbolos, figuras, vocablos o expresiones que se utilizan en la industria o en el comercio para distinguir un producto, servicio o establecimiento, de otros de su misma especie, clase o actividad en el mercado.

TENDENCIAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

