



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM- Estelí

**Campaña publicitaria para red social Facebook del proyecto
“Promoción a la educación de calidad” ejecutado por INPRHU –
Estelí, Nicaragua en el segundo semestre del año 2022**

**Advertising campaign for the social network Facebook of the
project "Promotion of quality education" executed by INPRHU -
Estelí, Nicaragua in the second semester of the year 2022**

Autores

Francis Junieth Castro Mairena
Cynthia Yalila Monge Rivera
Jenniffer Tatiana Palacios Martínez

Tutores

Msc. Andrea Lucía Córdoba Peralta
Lic. Henry Jafet Escalante Morales

Estelí, 6, febrero, 2023



RESUMEN

La presente investigación Campaña publicitaria para red social Facebook del proyecto “Promoción a la educación de calidad” ejecutada por Instituto de Promoción Humana (INPRHU – Estelí), tiene como objetivo diseñar una campaña publicitaria para la promoción al derecho de la educación de calidad, con el fin de fortalecer al Instituto, en relación a la publicidad de uno de sus proyectos divulgados en la página de Facebook. Es una investigación con enfoque cualitativo y se aplicaron las técnicas de entrevistas, observación, y revisión documental. Los principales resultados fueron la verificación del funcionamiento de la línea gráfica utilizada en sus publicaciones y la obtención de los elementos necesarios para la creación de una campaña publicitaria integrando conceptos de diseño y una unidad visual, para tener un mayor impacto de divulgación y así lograr una mayor comunicación del quehacer del proyecto.

Palabras claves: Campaña publicitaria, línea gráfica, educación de calidad, INPRHU

ABSTRACT

The present investigation Advertising campaign for the social network Facebook of the project "Promotion of quality education" executed by the Institute of Human Promotion (INPRHU - Estelí), aims to design an advertising campaign to promote the right to quality education, in order to strengthen the Institute, in relation to the advertising of one of its projects disclosed on the Facebook page. It is an investigation with a qualitative approach and the techniques of interviews, observation, and documentary review were applied. The main results were the verification of the operation of the graphic line used in their publications and the obtaining of the necessary elements for the creation of an advertising campaign integrating design concepts and a visual unit, to have a greater impact of dissemination and thus achieve a Greater communication of the project work.

Keywords: Advertising campaign, graphic line, quality education, INPRHU

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se muestra la "Campaña promoviendo el derecho a la educación de calidad, uso de las aplicaciones y herramientas tecnológicas", se realizó con el objetivo de lograr transmitir el quehacer del proyecto ejecutado por INPRHU – Estelí, siendo ésta diseñada para ser publicada en la página oficial Facebook de esta institución, con el propósito que las personas tengan más conocimientos de la importancia de las herramientas y aplicaciones tecnológicas para la educación y a su vez informar sobre la institución y el apoyo que brinda a la población.

Para realizar la investigación, se identificaron cinco trabajos de tesis, una de ellas se encontró en la universidad Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí Nicaragua, una Chinandega, Universidad Centroamericana UCA, una en república dominicana, Universidad APEC, una en Universidad Señor de Sipán de Perú y otra en UNT, universidad nacional de Trujillo, Perú.

Esta investigación tiene como objetivo, Proponer el diseño de campaña publicitaria para red Social - Facebook del proyecto Promoción al derecho de la educación de calidad ejecutado por INPRHU – Estelí, Nicaragua.

El Instituto de Promoción Humana (INPRHU - Estelí) a pesar de ser una organización sin fines de lucro, más antigua de Nicaragua en ofrecer apoyo a la comunidad de Estelí. Esta organización cuenta con su línea gráfica, que es la que representa la identidad visual de una empresa, sin embargo, no es implementada y es necesario gestionarla de manera adecuada pues abarca muchos aspectos con los que pueden cometerse errores que resulten perjudiciales, tal es, un sistema de comunicación débil.

Esto se da debido a que no cuentan con una persona experta en el área de manejo de diseño de publicaciones, lo que también causa que no se creen diseños estéticos o elaborados haciendo uso de la línea gráfica para darle una mejor visualización e imagen a la página de Facebook de INPRHU – Estelí. Es decir, no existe un estudio práctico sobre el uso de diseño de campañas publicitarias que divulguen el quehacer de los proyectos que ejecuta dicha entidad.

MATERIALES Y MÉTODOS

Es una investigación de tipo interpretativa porque se realiza teniendo una relación con el objeto de estudio, el cual es INPRHU – Estelí, es una investigación cualitativa ya que se basa en una obtención de datos no cuantificables, por lo tanto, se puede decir que según su profundidad u objetivo es descriptiva, aclarando que su objetivo el cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, es decir situaciones, costumbres y actitudes se hace referencia a la caracterización de que define a la población de INPRHU – Estelí, siendo investigación aplicada teniendo como fin principal resolver un problema en un periodo de tiempo corto, dirigida a la aplicación inmediata mediante acciones concretas para enfrentar el problema.

Los participantes del estudio fueron los trabajadores de INPRHU – Estelí y docentes involucrados en el proyecto de la campaña publicitaria, para ello se aplicó el muestreo por conveniencia. Por lo tanto, puede confirmarse que esta investigación y su muestreo está conformada por informantes claves, seleccionado según el interés de la investigación, tales son directora de INPRHU – Estelí, 4 trabajadores encargados de llevar la campaña para promover el derecho a la educación de calidad haciendo uso de aplicaciones y herramientas tecnológicas, en la OSFL INPRHU – Estelí y se toman en cuenta 4 docentes de diferentes escuelas, los cuales reciben las capacitaciones y réplicas de este proyecto.

Para efectos de este estudio, las técnicas de recolección de información fueron la observación, análisis de documentos y entrevistas, a continuación, se describen cada una de las técnicas mencionadas.

Para la planificación de esta investigación primeramente se hizo selección del tema y delimitación, luego se pasó a recolección de datos, se aplicación instrumentos, se capturó, transcribió y ordenó la información, luego se codificó, para último integrar la información.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Diseño de publicaciones en la red social Facebook para divulgar el quehacer de los proyectos que ejecuta INPRHU Estelí

Para darle inicio a la de resultados, es importante aclarar que se hace mención a la línea gráfica lo cual incluye logo, marca, tipografía colores y formas, estas se unifican en un concepto creativo para que mantengan la coherencia. Estos elementos están incorporados en el manual de marca de INPRHU – Estelí, sin embargo, no se presenta en el diseño de sus publicaciones, por lo que a continuación se presentan capturas que demuestran la falta de su aplicación y buen diseño en las publicaciones que transmite a través de la red social Facebook de INPRHU – Estelí.

Figura N° 2

Captura de la página de la red social Facebook INPRHU – Estelí



Con lo anteriormente mostrado se puede observar de cómo es el diseño que normalmente maneja INPRHU - Estelí para transmitir sus publicaciones. Dichas publicaciones como se puede observar, la utilización de colores, tipografías, logos y demás elementos, no están a un nivel desarrollado en base a diseño, lo que indica y es bastante notable que las combinaciones no están a una línea grafica de diseño.

Haciendo presente de la importancia que es mantener la línea gráfica, lo cual se refiere al manejo estándar de los elementos gráficos que componen el diseño y cuyo objetivo

principal es mantener la identidad de un proyecto o compañía. Contar con una apropiada línea gráfica es de suma importancia para una entidad porque es mediante esta que un determinado target o grupo social recuerda o asocia a una empresa. (Moreira Aguirre , 2017)

Parámetros e información de la campaña publicitaria del proyecto “Promoviendo el derecho a la Educación de Calidad, Uso de Aplicaciones y Herramientas tecnológicas”

En la investigación para esta campaña, primeramente, se desarrolló el estudio de lo que aborda una línea gráfica y sus elementos, se puede conceptualizar según Moreira Aguirre (2017) que las líneas gráficas se refieren al manejo estándar de los elementos gráficos que componen el diseño y cuyo objetivo principal es mantener la identidad de un proyecto o compañía. Contar con una apropiada línea gráfica es de suma importancia para una entidad porque es mediante esta que un determinado target o grupo social recuerda o asocia a una empresa.

Luego pasando a la investigación de los parámetros e información que debe contener una campaña publicitaria, se prosigue a conocer acerca del proyecto ejecutado por INPRHU – Estelí, en el cual se requirió de un largo proceso a fin de indagar sobre todo lo que conlleva el proyecto, se explica seguidamente acerca de dicha investigación. Mediante estrategias aplicadas, para identificar cuáles son los elementos de importancia en esta campaña, en transcurso de visitas donde se realizaban entrevistas y observaciones, buscando información y conociendo el público objetivo, se puede decir que:

Trabajando con INPRHU – Estelí - Nicaragua, apoyando y acompañando a dar sus capacitaciones y replicas tanto en el instituto, así también como en las diferentes escuelas del distrito dos y tres de la ciudad de Estelí, se pudo observar que el proyecto el cual desarrolla esta organización es de gran apoyo para darle nuevas estrategias para la educación, ya que se brinda la enseñanza – aprendizaje de un nuevo sistema que se puede implementar en la educación, además de conocer el interés demostrado por el

tema, de esta manera también se dedujo que aplicaciones es de suma importancia plasmarlas en los diseños de la campaña publicitaria para este proyecto.

para darle el inicio a la campaña, se tiene presente que el Instituto de Promoción Humana INPRHU – Estelí, cuenta con una línea gráfica, haciendo análisis del manual de marca, a través del cual se pudo apreciar los elementos que son útiles para la creación de la campaña publicitaria para el proyecto, “Promoviendo el derecho a la Educación de Calidad, Uso de Aplicaciones y Herramientas tecnológicas”, ejecutado por dicha institución, tales elementos como colores, tipografías, logo, aplicaciones y adaptaciones.

Brief de la campaña Promoción al Derecho de la Educación de Calidad

La información que contiene esta campaña promoviendo el Derecho a la Educación de Calidad, Uso de Aplicaciones y Herramientas Tecnológicas.: es decir, los datos que se representaron en los diseños que se realizaron, esta información fue brindada por los coordinadores y luego de ser corregida y aceptada por la directora de INPRHU – Estelí, paso a ser un elemento de la campaña.

El Producto: Descripción y características más destacadas.

En el proyecto promoción al derecho a la educación de calidad, ejecutado por INPRHU – Estelí, se desarrolla la enseñanza aprendizaje para docentes y estudiantes, sobre aplicaciones y herramientas tecnológicas que brindan apoyo a la educación virtual, se promueven una variedad de aplicaciones a través de capacitaciones y replicas brindadas en el INPRHU – Estelí y en escuelas del distrito 2 y 3 de la ciudad de Estelí.

Objetivo de la campaña:

- Promover las herramientas y aplicaciones tecnológicas para la educación virtual del proyecto ejecutado por INPRHU -Estelí
- Incorporar en los diseños de este proyecto, la línea grafica de INPRHU – Estelí

Lema: Preparádonos para el futuro.

Target: Público de INPRHU – Estelí y sus seguidores y nuevos conocedores de la página de Facebook.

Posicionamiento: Brindar información del proyecto que promueve INPRHU – Estelí, a través de la campaña para promover el derecho a la educación de calidad haciendo uso de aplicaciones y herramientas tecnológicas, con esta campaña llegar a tener un mejor reconocimiento de esta institución, tomando en cuenta y valorando los aportes que brinda a la sociedad.

Medios: Red social Facebook.

Creatividad: Concientizar a las personas del aporte a la educación de las aplicaciones y herramientas tecnológicas que sirven de apoyo para la educación.

- **Fecha de iniciación de campaña:** Esta campaña está diseñada con el propósito de que se mantenga activa durante un mes y una semana.

- **Lugar y fecha de presentación.**

Los diferentes diseños de publicaciones, tanto como videos, gif y flyer estarán activos y siendo subidos a la plataforma de Facebook, dos publicaciones por semana, teniendo en cuenta que hay diseños en diferentes opciones o formatos que proporciona Facebook

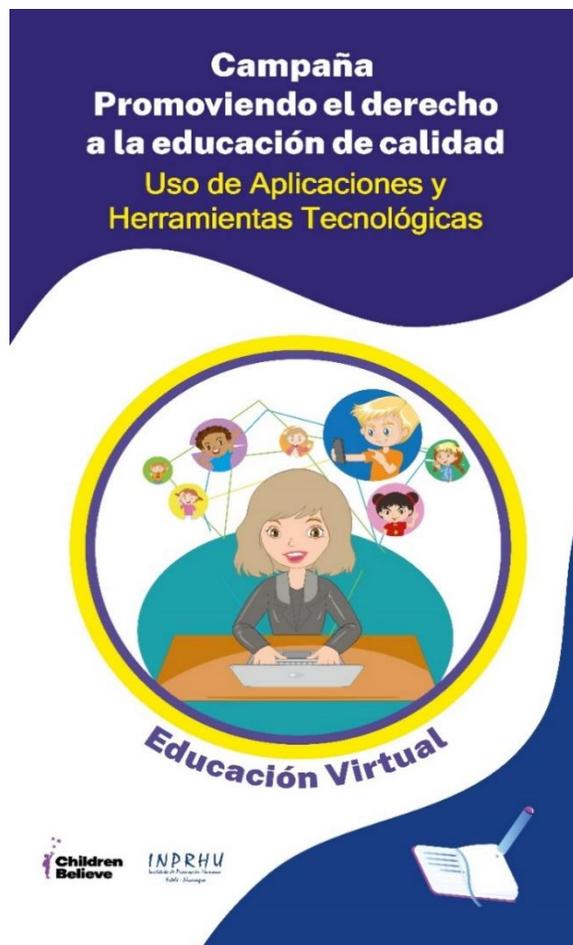
- **Presupuesto:** Monto de inversión por parte, para producción y medios de la campaña promoción al derecho a la educación de calidad.

Total	\$ 280
-------	--------

Campaña publicitaria para red Social - Facebook del proyecto Promoción al derecho de la educación de calidad para la divulgación de las actividades del proyecto incorporando la línea gráfica

A continuación, se muestran los diseños realizados para la campaña publicitaria

Figura 6



Nota. Está figura forma parte de la primera imagen que presenta la publicación carrusel, manteniendo un tamaño de 1080 px x 1080 px.

Figura 7

Educación de calidad

SI ES VIRTUAL TAMBIÉN ES REAL
Creamos contornos educativos



Campaña Promoviendo el derecho a la educación de calidad

Children Believe **INPRHU**

Figura 9

Plataforma educativa virtual



Herramienta segura y confiable que permite un aprendizaje personalizado de uso libre y gratuito, con ejercicios y lecciones sobre matemáticas, ciencias y más.

Es útil para estudiantes, maestros/as, madres y padres de familia, además es una plataforma de fácil manejo para el reforzamiento escolar.

Children Believe **INPRHU**

Figura 8

USO DE APLICACIONES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS



Plataformas educativas virtuales

Children Believe **INPRHU**

Figura 10

Plataformas educativas virtuales



Permite aprender vocabulario de distintos idiomas, a través de diferentes juegos, fortalece la lectura, la escritura y la pronunciación.



Promueve la enseñanza - aprendizaje de las matemáticas, a través de lecciones interactivas.

Children Believe **INPRHU**

Nota. Diseño de publicación carrusel. Miden 1080 px x 1080 px

Figura 11



Figura 12



Figura 13



Figura 14



Figura 15



Nota. Segundo diseño de publicación carrusel

Facebook nos brinda la posibilidad de crear publicaciones carrusel o publicaciones en secuencias, donde puedes agregar imágenes y que se vean de una forma más atractiva. Aprovechando de esta manera presentar información importante de las aplicaciones que desarrolla la campaña.

Figura 16



Nota. Docentes en capacitaciones. Flyer de 1200 px x 628 px.

Figura 17



Nota. Flyer, contiene una medida de 1000px x 1300px.

Figura 18



Nota. El flyer presente contiene una medida de 1000px x 1300px.

Figura 19



Nota. Captura de video, tiene una medida de 1080px x 565px.

Figura 20



Nota. Esta es una captura de un gif alusivo la campaña promoviendo el derecho a la educación. Tiene una medida de 1920px x 1080px.

Figura 21



Nota. En este flyer tiene una medida de 1000px x 1300px.

Figura 22



Nota. Para cierre de esta campaña, presentamos este flyer mostrando la frase lema de esta campaña “Preparándonos para el futuro”. Contiene una medida de 1000px x 1300px.

Validación de la campaña publicitaria

A través de las validaciones en general de la propuesta de campaña publicitaria, fueron tomados en cuenta, INPRHU – Estelí, licenciada en diseño gráfico y docentes con los que se trabajó para la campaña para el proyecto “Promoción al derecho a la educación de Calidad, uso de aplicaciones y herramientas tecnológicas” ejecutado por INPRHU – Estelí, se realizan con el propósito de confirmar que los diseños sean viables, factibles y funcionales. Confirmando haber realizado un trabajo que pueda satisfacer los requisitos pedidos para lograr transmitir correctamente el quehacer del proyecto, siendo así, fue validada con finalidad apropiada y también lista para su transmisión a través de la red social Facebook.

CONCLUSIONES

Las formas de comunicación publicitaria en Facebook utilizada por el INPRHU – Estelí para divulgar el quehacer de los proyectos que ejecuta, son diseños con poca profesionalidad, realizados de una forma no muy adaptada a su línea gráfica, como consecuencia en sus publicaciones no están transmitiendo la identidad grafica de la organización. Esto se da debido a la falta de un profesional en diseño y manejo de publicidad.

En la investigación se pudo identificar los parámetros que contiene el diseño de la campaña publicitaria los cuales fueron obtenidos a través de estrategias aplicadas donde se dedujo que los datos a presentar mediante las publicaciones, es información que transmita el quehacer del proyecto “Promoción al Derecho a la Educación de Calidad” que ejecuta INPRHU – Estelí, fueron aplicados conforme a orientaciones requeridas para la creación de una campaña publicitaria, luego del el brief creativo, se procedió a la creación de los diseños, con el objetivo que logren transmitir información dicho proyecto.

La campaña logra comunicar el mensaje deseado a su público; esto es demostrado con las validaciones utilizadas, lo que demuestra que, si es transmitida por medio de su página, logrará informar a las personas de la importancia y del buen uso de la tecnología en la educación, también al incorporar la línea gráfica, transmite una identificación de INPRHU– Estelí en su página de Facebook.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- <http://funes.uniandes.edu.co/3665/1/Antequera2013KhanNumeros83.pdf>
Campaña publicitaria de lanzamiento del producto Hotel Mesón Valencia,
<http://repositorio.uca.edu.ni/id/eprint/4971>
- Campaña Publicitaria de CUA CUA <https://hdl.handle.net/11537/13629>
- Mathematics* <https://www.eastersealstech.com/2020/01/16/imathematics-app-math-helper-and-solver/>
- Publicidad en Redes* <https://www.rama.es/media/rama/files/book-attachment-5999.pdf>
- Plataforma microsoft teams <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v6i3.1329>
- Liderazgo de marca.* <http://alvarezdebans-publicidad.blogspot.com/2007/09/copy-strategic-o-contra-brief-la-copy.html>
- Skype en la educación. [file:///D:/CUENTA/Downloads/166859Text%20de%20l'article-218993-1-10-Obtenido de https://catalogosiidca.csuca.org/Record/UNANM.74166/Description](file:///D:/CUENTA/Downloads/166859Text%20de%20l'article-218993-1-10-Obtenido%20de%20https://catalogosiidca.csuca.org/Record/UNANM.74166/Description)
- Métodos empíricos de la investigación.
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/icea/asignatura/mercadotecnia/2020/metodos-empiricos.pdf
- Batista, & Herrera, M. Á. (Enero de 2010). *ResearchGate*.
<https://www.researchgate.net/publication/200578771>
- Batista, M. Á. (Enero de 2010). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/200578771_Disenando_para_la_educacion_una_reflexion_sobre_el_papel_del_diseno_en_la_educacion_actual
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* . <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Ventajas y desventajas de método deductivo/inductivo o/inductivo.
<https://ciencia.lasalle.edu.co/gs/vol3/iss2/13/>
- Caporale, V. (s.f.). *Proceso de Creacion Marcaria* . Obtenido de
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/10279_30654.pdf
- Castillo, L. (2005). Análisis documental. <https://www.uv.es/macass/T5.pdf>
- Cauas, C. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación* .
<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariables,enfoqueytipodeinvestigacion.pdf>

Sitio Personal Ricardo Fernandez. Obtenido de Sitio Personal Ricardo Fernandez:
<https://blog.uclm.es/ricardofdez/2014/01/28/microsoft-excel-en-educacion/>

Análisis de la publicidad institucional <https://core.ac.uk/download/pdf/51389694.pdf>

La política en tiempos de WhatsApp.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Obi3BwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=>

Guzmán Elisea , J. (2003). Desarrollo de campaña publicitaria. Obtenido de
<http://eprints.uanl.mx/5347/1/1020149150.PDF>

Hernandez, C. E., & Carpio, N. (15 de Febrero de 2019). *Introducción a los tipos de muestreo*. Obtenido de <https://alerta.salud.gob.sv/wp-content/uploads/2019/04/Revista-ALERTA-An%CC%83o-2019-Vol.-2-N-1-vf-75-79.pdf>

Hurtado de Barreda, J. (2008). *Metodo de la investigación holística*. caracas
<https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>

INPRHU Estelí. (s.f.). *INPRHU Estelí*. Obtenido de INPRHU Estelí:
<https://www.inprhuesteli.org/quienes-somos/>

Fundamentos de Marketing. México D. F.: Pearson –
<http://biblioteca.univalle.edu.ni/files/original/8ab09f2788e35e5fe5fb576462a8ef45c10495e5.pdf>

Krause, M. (1995). REVISTA TEMAS DE EDUCACION N° 7.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24790w/La_investigacin_cualitativa_Un_campo_de_posibilidades_y_desafos_.pdf

Liberos, E., Núñez, Á., Bareño, R., Garcia del poyo, R., Gutierrez ulecia, J. c., & Pino, G. (2014). *El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital*. Madrid: ESIC.

López Noriega, M., Lagunes Huerta, C., & Herrera Sánchez, S. (2006).
<https://docplayer.es/83954342-Poblacion-muestra-y-muestreo.html>

Martínez Vanegas , K. S. (2021). Módulo de herramientas tecnológicas para el aprendizaje.
https://campus.mined.edu.ni/pluginfile.php/244344/mod_resource/content/2/M%C3%B3dulo%20Herramientas%20tecnol%C3%B3gicas%20para%20el%20aprendizaje....pdf

Martínez, R. E. (s.f.). *RosaElemil*. Obtenido de <https://rosaelemil.com/campanas->

Melchor Sánchez, M., & Fortoul van der Goes, T. (2021). *Zoom y la educación en ciencias de la salud: ¿medio o mensaje?* Obtenido de <https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2021.38.21349>

Moreira Aguirre , J. J. (2017). FUNDAMENTOS DEL DISEÑO
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20129/1/TESIS%20FINAL%20CON%20NORMAS%20APA%20final.pdf>

Morón, M. (2021). Publicidad + Diseño. *Revista Publicidad más Diseño*. Obtenido de https://issuu.com/mulinmoron2/docs/revista_mulin_moron_lista_tama_o_carta

Pardinas, F. (2015). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Obtenido de <https://books.google.com.ni/books?id=PDqKweTKbhUC&pg=PA109&dq=observaci>

Peña, C., Tejadas, E., & Rosario, R. (2018). Diseño de campaña publicitaria para la motivación del turismo interno de Constanza, La Vega, Rep. Dom 2018. Obtenido de https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/TESIS_CI_PUB_25_2018_ET180404.pdf

Pineda Cachero, A. (2009). Propagan y publicidad institucional. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/13057/file_1.pdf?sequence=1

Rodríguez Parrales, D. H., Moreno Lozano, D. Y., Orellana Rosado, J. M., & Pincay Reyes, K. D. (Septiembre de 2021). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383838>

Rodríguez Sabiote, C., Lorenzo Quiles, O., & Herrera Torres, L. (Diciembre de 2005). <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1038/1/Teor%20c3%ada%20y%20pr%20c3%a1ctica%20del%20an%20c3%a1lisis%20de%20datos%20cualitativos.pdf>

Rodríguez, D. (15 de Octubre de 2019). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/ventajas-desventajas-facebook/>

Rodríguez, T. (s.f.). *VaToel*. Obtenido de <https://www.vatoel.com/social-media-marketing/#:~:text=El%20Social%20Media%20es%20el,comunicaci%C3%B3n%20en%20el%20mundo%20digital.>

Salazar Velarde, M. A. (1986). PUBLICIDAD INSTITUCIONAL EL PROTAGONISMO https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1563/INF_034.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4850/Santamar%20c3%ada%20Cardozo%20Luis%20Edmundo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2014). *Fundamentos de Marketing*. México D. F.: McGraw- Hill Interamericana.

Arquitectura y Diseño: <https://universidadeuropea.com/blog/ramas-diseno-grafico/>

Vilasuso, R. (2013). *La publicidad audiovisual: una forma de arte posmoderno*. Obtenido de http://casalamm.com.mx/libros_lamm/La_publicidad_audiovisual.pdf

Villaescusa Cantalapiedra, A. (s.f.). *Observatorio de tecnología educativa*:

Von Ahn, L. (24 de marzo de 2014). Entrevista interactiva Duolingo. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=t0vpQ57bBSY>