

3ª Edición



LEO
DESIGN
DISEÑO, MKT & PUBLICIDAD

Boletín Quincenal

SALA LEO

Un espacio para alumnos, atendido por alumnos.

NOTICIAS

EVENTOS CULTURALES

TRABAJOS DE ALUMNOS

VENTA DE
MERCHANDISING

LIBROS Y REVISTAS
ORIENTACIÓN ACADÉMICA
COPIAS E IMPRESIONES

EDITORIAL

La Sala Leo es un espacio de investigación y lectura, el cual también ofrecerá servicios de impresión, fotocopias y orientación académica. Los alumnos que visiten la Sala Leo podrán hacer preguntas, buscar referencias para sus trabajos o pedir opiniones acerca de ideas o trabajos de diversos cursos. La Sala Leo será dirigida por estudiantes sobresalientes del instituto, un marketero y un diseñador, quienes ofrecerán un servicio de asesoramiento, orientarán y guiarán al alumno en caso éste necesite ayuda sobre cualquier curso. La Sala cuenta con una computadora con acceso a internet para satisfacer las necesidades de información y conocimiento académicas, y una gran variedad de libros y revistas acerca de diseño gráfico, publicidad, marketing, arte, fotografía y recomendación de los mejores eventos culturales en Lima.

Staff de Sala Leo
EDICIÓN

Staff de Sala Leo
FOTOGRAFÍAS

Staff de Sala Leo
REDACCIÓN

Staff de Sala Leo
DISEÑO



ÍNDICE

04

NOTICIAS

Sobre diseño y publicidad.

Market in Love
Crash the Super Bowl
Facebook o Twitter
Red Bull Stratos

06

TRABAJO ALUMNOS

Un espacio amigable donde encontrarás
soluciones, apoyo académico y artículos
de tu interés.

Libros(físicos y virtuales)
Revistas
Investigación

10

MERCHANDISING

Materiales de Leo Design a la
venta en Sala Leo.

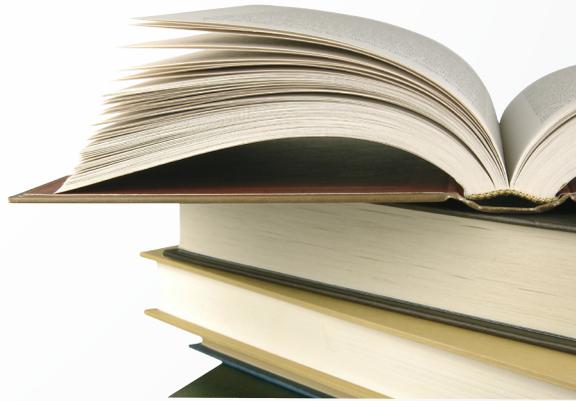


11

SECCIÓN CULTURAL

Eventos culturales y lugares
recomendados.

La Feria del Libro 2013
Dédalo Arte y Café
La Pinta RestoArt



MARKET IN LOVE : LA PRIMERA WEB DE CITAS ENTRE ANUNCIANTE Y TARGET.



A quién no le gusta que lo quieran? A nadie, ¿verdad? Pues con las marcas es igual. Ellas también necesitan amor y con esa idea nace Market in Love, la primera web de citas entre anunciantes y marcas.

Como cuentan sus creadores, la web nace de la necesidad real que tienen las marcas de encontrar ese público que las quiera tal y como son, con su escala de valores, sus defectos y sus virtudes, como si fueran personas. "Toda marca tiene su lugar en el mundo, sólo hay que saber posicionarla en el lugar adecuado".

CRASH THE SUPER BOWL:EL MAYOR CONCURSO DE PUBLICIDAD DEL MUNDO.



Un millón de dólares, que tu anuncio se emita en la Superbowl y la posibilidad de participar en la próxima película de Los Vengadores junto a Robert Downey Jr.

Por primera vez llega a España el concurso Crash the Super Bowl que da la posibilidad a cualquiera de optar a estos tres premios tan solo presentando un anuncio de 30 segundos de duración antes del 24 de noviembre.

Existe un jurado profesional, que será el encargado de elegir a uno de los dos finalistas, y la votación popular elegirá al número uno, que se llevará el millón de dólares. Los dos seleccionados participarán en la nueva película de Los Vengadores y verán emitido su anuncio en la Super Bowl.

Dentro del jurado profesional que dará con las mejores propuestas se cuenta con Stan Lee, creador de Spiderman, Hulk, Thor o DareDevil. "Creo que el hecho de que los dos anuncios finalistas sean retransmitidos durante la Super Bowl y de que es un concurso tan grande y que se abre la participación a todo el mundo, es decir, no sé cuántos concursos existen que tengan tal envergadura. Además, el premio es muy grande, un millón de dólares es como para tenerlo en cuenta", explica.

FACEBOOK o TWITTER: ¿QUE PREFIEREN LOS JOVENES DE AHORA?

Facebook continúa perdiendo popularidad entre los usuarios más jóvenes. Parece que ha dejado de ser el sitio más cool para las nuevas generaciones de internautas, quienes optan por otros canales donde puedan actuar libremente lejos de la controladora mirada de los adultos. Pese a este receso en su índice de popularidad, Facebook todavía se reserva un as en la manga. Se trata de Instagram, su plataforma de realización y envío de imágenes, que causa furor entre los adolescentes. Este servicio ha aumentado su repercusión en los últimos 6 meses, lo que le ha permitido alcanzar los 150 millones de usuarios.

¿Qué hará Facebook para volver a ser el más popular de la clase?



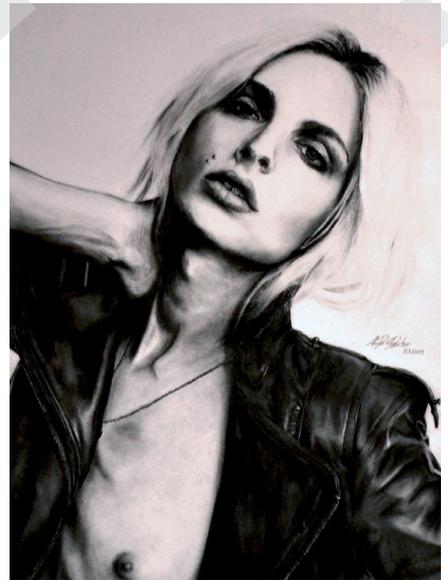
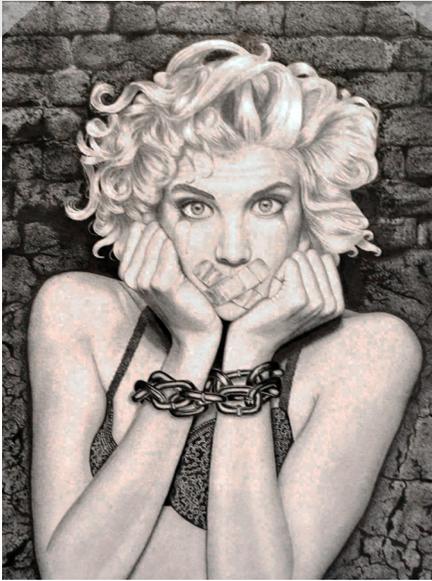
RED BULL STRATOS: EL GRAN PRIX QUE NUNCA LO FUE EN CANNES LIONS



Cuando el 14 de octubre de 2012, el austríaco Felix Baumgartner se lanzaba en caída libre desde 39 kilómetros de altura sobre la Tierra, Red Bull, la marca que lo patrocinaba, conseguía lo que jamás había logrado nunca una campaña publicitaria tradicional. Se estima que Red Bull logró conectar con 170 millones de personas de todos los rincones del planeta, un hito con un valor publicitario de alrededor de 1.000 millones de dólares.

Sin embargo, ha sido la gran ausente en la que se supone que es la meca de la publicidad: Cannes Lions, ni rastro de ella en ninguna de las 16 categorías que integran el prestigioso certamen publicitario.

Lo que está claro es que Red Bull es de todo menos un anunciante convencional y por eso quizás su campaña más celebrada hasta el momento tampoco ha estado en Cannes Lions.



El manual de Identidad Corporativa y su verdadero valor



Considero que todos los diseñadores gráficos del Perú (y porque no de todo el mundo) saben lo que es un Manual de Identidad Corporativa, o Brand Book en su versión en inglés; sin embargo me pregunto ¿cuántos lo usan? o para ser más preciso ¿cuántos lo emplean correctamente?

Al decir correctamente no me refiero únicamente al respeto que debería guardar cualquier diseñador por las normas de uso que rigen una marca; al decir correctamente me refiero a todo el bagaje teórico-práctico que se encuentra detrás de la creación de dicho manual y a los beneficios inherentes de emplearlo siguiendo las instrucciones que este contiene. Después de todo, el manual de identidad corporativa es creado con el fin de preservar nuestra identidad y generar una imagen consecuente con la personalidad de la marca. Como para tomarlo en serio, ¿no?

La teoría afirma que el manual de Identidad Corporativa es el documento en el que se plasman los diseños, líneas maestras, formas, colores, tipografías, tamaños, composiciones, variaciones, condiciones y restricciones referentes al uso de la imagen de una marca y/o compañía, ya sea que esta represente un producto, un servicio o una institución. En él se describen las reglas para aplicar, manipular, imprimir o insertar la marca (y sus elementos) en los diferentes medios de comunicación (interna o externa) de la compañía.

Este manual debe ser una herramienta que nos ayude a construir marcas que conquisten la mente y el corazón de sus consumidores. Desarrollamos este manual luego de realizar análisis estratégico que involucra una profunda comprensión del cliente, entorno de mercado, el producto y la cultura interna de la empresa, determinando el propósito de la marca y su posicionamiento, los cuales deben comunicarse claramente en todo momento y lugar.

En definitiva, el manual de Identidad Corporativa no contiene únicamente las normas básicas de construcción de la identidad corporativa y su aplicación en las distintas plataformas de comunicación; su verdadero valor reside en que contiene el ADN de nuestra marca. Tratémoslo con respeto.



SALA LEO

ORIENTACIÓN ACADÉMICA

El staff de sala leo orientará y guiará al alumno en la búsqueda de libros, revistas o información.

El alumno también podrá presentar trabajos o ideas de diferentes cursos y el staff de Sala leo orientará a través de críticas constructivas.

IMPRESIÓN A4

La Sala Leo cuenta con una impresora donde el alumno puede solicitar impresiones tamaño A4.

Se imprimirá únicamente en blanco y negro y el pago es en caja.

Precio: 30 céntimos por cara.

Copias: 10 céntimos



*Para más información acercarse a Sala Leo
o escribir a: ecollado@leodesign.edu.pe



Abierto de Lunes a viernes de 10:00 am a 8:30 pm
Sábados de 09:00 am a 1:00 pm

LIBROS Y REVISTAS

En la Sala Leo encontrarás libros y revistas sobre Diseño Gráfico, Publicidad, Marketing, Fotografía, Economía, Administración, Diccionarios y Obras literarias. Además de separatas hechas por profesores. Los alumnos tienen libre acceso a los libros y revistas únicamente dentro de la Sala Leo.

RECOMENDADOS

LUEZER'S ARCHIVE 1º edición 2013



Archive es una de las mejores y más completas revistas a nivel mundial en cuanto a campañas publicitarias respecta.

Podrás encontrar las campañas más impresionantes además de las ganadoras de los más importantes premios de la publicidad.

LITERATURA: La Divina Comedia Dante Alighieri



La obra maestra de este genial escritor. La Divina Comedia relata el viaje de Dante por el Infierno, el Purgatorio y el Paraíso, guiado por el poeta romano Virgilio, sin duda un clásico que debes leer.

LIBRERÍA

Lápices, lapiceros, reglas, borradores, goma y todo lo que necesites.



MERCHANDISING

Nuestro merchandising especialmente diseñado para ti:

El cuaderno universitario - con divisiones para cada curso, que te permitirá estudiar ordenadamente.

Cuaderno rojo ideas - No dejes que tus ideas brillantes se pierdan, tenlo siempre en tu mochila o cartera.

Cuaderno negro boceto - En cualquier momento puedes recibir un toque de inspiración, atrápalo, diséñalo.

Portafolio de trabajos.- Protege en él tus mejores trabajos y disfruta de tu desarrollo año a año.

Maletín - Un diseñador, un publicista y marketero necesita traer consigo todos sus implementos para desarrollar su creatividad.

Libreta de notas - Práctico para la cartera o mochila, organízate día a día.

Lápiz y lapicero de material orgánico.

Maletín Publicitario, color negro.
PRECIO: s/ 65.00

Portafolio de trabajos, negro.
PRECIO: s/ 70.00

Cuaderno negro bocetos.
PRECIO: s/ 5.00

Cuaderno rojo ideas.
PRECIO: s/ 6.00

Cuaderno universitario Leo Design.
PRECIO: s/ 25.00

Lapiceros, color tinta negro.
PRECIO: s/ 1.70



SALA LEO

Un espacio para alumnos atendido por alumnos

Contáctanos
ecollado@leodesign.edu.pe
bmartinez@leodesign.edu.pe

LEO
DESIGN
DISEÑO, WEB & PUBLICIDAD