

**PROJECTE DE DESENVOLUPAMENT  
DE CREACIÓ DE MARCA  
CREANDO MEDIA  
IDENTITAT CORPORATIVA I PÀGINA WEB**



**Universitat Oberta  
de Catalunya**

**Memòria de Projecte Final de Grau**

**GRAU MULTIMÈDIA**

**TFG CREACIÓ GRÀFICA**

**Autor: Xavier San Nicolás Civit**

**Consultor: Pere Báscones Navarro**

**Darrera actualització 11 de Maig de 2015**

## Crèdits



Aquest document ha estat creat sota llicències de **Creative Commons**, en concret la de Atribució – No Comercial – Compartir Igual 4.0 Internacional, és a dir: No es permet l'ús comercial de l'obra original ni de les possibles obres derivades, la distribució de les quals s'ha de fer sota la mateixa llicència CC o sota una llicència equivalent a la que regula l'obra original.

Es considera llicència equivalent una llicència CC amb els mateixos elements que l'original, de la mateixa versió o d'una versió posterior, i de qualsevol jurisdicció reconeguda per Creative Commons o no adaptada a cap jurisdicció.

## **Dedicatòria**

Agrair sempre, al equip docent que he tingut la sort de compartir molts dels meus camins de la meva trajectòria educativa. La meva família i als meus millors amics.

Moltes gràcies.

## **Cita**

“La nostra recompensa es troba en l’esforç i no en el resultat.

Un esforç total és una victòria completa.”

Mahatma Gandhi

## Abstract

Aquest TFG està emmarcat dins de l'àrea de Creació gràfica del Grau Multimèdia de la UOC. La nostra idea principal és “**CREAR-IMAGINAR**” des dels inicis una nova marca, posicionar-la, ubicar-la en el mercat i poder realitzar totes les diferents campanyes de marketing.

El nostre projecte s'engloba dins la fase de creació de marca en el que desenvoluparem i veurem tot el procés de naixement des dels primers esbossos fins a la fase final de marketing final de promoció d'una nova marca.

Treballarem també amb la identitat corporativa d'aquesta realitzant un manual d'identitat, per tal que en el futur hi hagi una base sòlida en la qual es pugui consultar abans de prendre qualsevol decisió de caire visual. A més d'això que ja forma part del branding de marca, l'estudi d'identitat visual, també desenvoluparem el catàleg corporatiu i una pàgina web on englobi totes aquestes tasques en format portfoli per mostrar els treballs. També s'inclouran finalment les campanyes de promoció a les xarxes socials com Twitter i Facebook.

**Paraules clau:** TFG, Multimèdia, Usabilitat, Interfícies, Crear, Disseny Gràfic, Community Manager, Disseny Web, TIC, Gestió, Organització, Xarxa, Coordinació, Pimes, Website, Cloud computing, Software, Programació Web, .net, Bases de Dades, Tenda Online, Portfolio.





# Índex

- 1 Introducció
- 2 Anàlisis i disseny de la marca.
  - 2.1 Definició del nostre projecte
    - 2.1.1 1 Direcció “**Briefing creatiu**”
      - 2.1.1.1 Estudi de la Marca
      - 2.1.1.2 Estudi del sector
      - 2.1.1.3 Estudi dels clients potencials
    - 2.1.2 2 Direcció “**El namming**”
    - 2.1.3 3 Direcció “**El disseny del logotip**”
    - 2.1.4 4 Direcció “**Manual Identitat gràfica**”
  - 2.2 Disseny del Branding de Marca
  - 2.3 Disseny del Dossier Corporatiu
  - 2.4 Disseny de la pàgina Web / Portfoli
- 3 Objectius
  - 3.1 Objectius principals
  - 3.2 Objectius secundaris
- 4 Marc Teòric
- 5 Continguts
  - 5.1 Dimensió
  - 5.2 Tipologies
  - 5.3 Organització de continguts
  - 5.4 Descripció detallada de continguts
- 6 Metodologia
  - 6.1 Bríffing i estudi del Branding e identitat visual
  - 6.2 Metodologia primera fase del disseny de la marca
  - 6.3 Metodologia segona fase de disseny web
  - 6.4 Tendències del disseny web
  - 6.5 Eines utilitzades i plataformes de desenvolupament
- 7 Arquitectura de l’aplicació
- 8 Plataforma de desenvolupament
  - 8.1 Requeriments tècnics per la pàgina web
  - 8.2 Requeriments de servidor web

8.3 Requeriments del client web

8.4 Manteniment del sistema

9 La plantilla elegida

10 Plataforma de desenvolupament

11 Planificació

12 Procés de treball / desenvolupament

13 Diagrames UML

14 Disseny Web

14.1 Wireframes

15 Usabilitat / UX

16 Interfaç

17 Identitat visual

18 Seguretat

19 Test

20 Pressupost

21 Anàlisi de Mercat

22 Viabilitat

23 Conclusions

24 Bibliografia i recursos.

## **Annexos**

- **Annex 1** – Brífling de projecte
- **Annex 2** – Manual identitat gràfica
- **Annex 3** – Branding de marca
- **Annex 4** – Dossier corporatiu
- **Annex 5** – Wireframes
- **Annex 6** – Pàgina Web Portfoli.
- **Annex 7** – L'imatge en Xarxes Socials

# 1. Introducció

Des dels inicis dels meus estudis, la inquietud per aprendre i superar nous reptes professionals sempre ha estat un dels principals valors de la meua vida. En els darrers anys he ocupat molts llocs de feina amb molta responsabilitat per realitzar tasques que necessitava potser més formació en el seu àmbit.

Sincerament veig aquest treball de final de grau com una oportunitat per posar en comú tots els coneixements i l'experiència que he adquirit els últims anys a la universitat i en el meu món laboral.

Aquest projecte per tant, ha de ser la culminació de tota una sèrie de inquietuds per el món de la moda, el disseny gràfic i l'emprenedoria que fa temps que em ronden pel cap. Per aquest motiu vaig tenir la inquietud d'estudiar el Grau Multimèdia, per poder aprofundir en tots els punts forts del anàlisis, disseny i desenvolupament de projectes multimèdia.

Es per aquest motiu que sorgeix en el darrer curs de la meua etapa universitària, la idea de focalitzar totes les meves tasques i idees en un nou projecte de futur i començar a preparar el meu projecte personal i que en un temps no molt llunyà començarà a operar dins del sector.

Els reptes principals d'aquest TFG són els de crear i dissenyar els principals elements de la marca comercial **Creando Media**. Volem donar coneixement de les principals idees fent una identitat corporativa per a què en un futur hi hagi una base sòlida en la qual es pugui consultar abans de prendre qualsevol decisió de caire visual. També farem una recerca per veure quines son les tècniques actuals de creació gràfica, buscarem les tendències actuals i seleccionarem la més idònia per fer aquest procés de desenvolupament, buscarem també les eines principals de desenvolupament gràfic, tant en l'àmbit del disseny, com tecnològic. El més important es veure durant els darrers anys quins han estat els esdeveniments passats que han marcat l'evolució d'aquestes i mirant les tendències actuals i futures. Per tant, amb aquestes línies em disposo a començar un camí ple d'energia, il·lusió i esperança. Soc totalment conscient del complicat moment que estem passant econòmicament i de les dificultats que hi ha alhora d'emprendre un projecte com el present.

## 2. Descripció / Definició

Una **#marca** sense **#disseny** és com una cadira sense una pota

El projecte tracta tot el procés de disseny d'una nova marca i la seva identitat pròpia, a més de desenvolupar algunes de les seves plataformes possibles de promoció com poden ser el merchandising, el Packing i la pàgina web. Tot això aplicant alguns dels coneixements adquirits durant el Grau, des de la planificació inicial, el disseny, la usabilitat i la definició final. Vam pensar inicialment amb el nom, naming de l'empresa. El naming d'una marca únicament es fa una vegada a la vida. Per tant, és una de les decisions més importants de les que pot dependre l'èxit d'una empresa.

### 2.1 Definició del nostre Projecte

- ✓ Avaluar i desenvolupar la solució a una nova marca.
- ✓ Analitzar els recursos, les alternatives disponibles i les condicions de mercat.
- ✓ Conceptualitzar, dissenyar i avaluar la solució.
- ✓ Planificar i gestionar projectes gràfics.

Per tal de procedir al desenvolupament del projecte, hem definit varies etapes ben diferenciades per realitzar totes les etapes de disseny. Les etapes de planificació en primer lloc. I a continuació la etapa de creació gràfica amb totes les seves tasques i finalment, l'etapa de desenvolupament web on aplicarem tots les continguts de programació web après en el Grau. En primer lloc treballarem en la fase de especificació de requeriments i veurem l'abast del projecte. Ens centrarem en analitzar els diferents punts forts de cada etapa de desenvolupament. La principal etapa del projecte és la fase de disseny. Veurem com neix un disseny corporatiu on es dissenyarà la imatge gràfica (logotip + isotip) de la marca segons els detalls definits en el Branding brief i les observacions de la primera reunió de **kickoff** del projecte.

En el nostre desenvolupament tindrem 4 direccions bàsiques que les aplicarem per a tota l'etapa d'anàlisi, disseny i desenvolupament de la marca.

- 1 Direcció “**Brífling creatiu**”
- 2 Direcció “**El namming**”
- 3 Direcció “**El disseny del logotip**”
- 4 Direcció “**Manual Identitat gràfica**”

### **2.1.1 Briefing Creatiu**

A continuació parlarem de la primera fase del disseny del briefing creatiu, aquest serà el nostre document que hem d'obtenir per analitzar com volem desenvolupar la publicitat d'una marca, producte, etc. Per això, s'han de tenir en compte diversos aspectes i saber aprofitar-los. En tot cas, sempre cal considerar els punts clau (com, per exemple, si ens dirigim a clients nous o als ja existents) i tenir-los tots presents. A partir d'aquí l'equip creatiu ja podrà començar a treballar en la publicitat de la marca, producte, etc. donant-li l'estètica corresponent segons les variables extretes del qüestionari: colors, formes, escenaris, sensacions, veus, models... sempre depenent del mitjà de publicitat.

[Nota: Per veure el briefing del projecte \(Annex 1\)](#)

## 2.1.2 El namming

Triar un mal nom pot condemnar la marca al fracàs, igual que pot arribar a situar-la en una posició privilegiada si aquest és bo. Les percepcions que un nom provoca són un element fonamental en la preferència d'una marca, perquè un bon nom pot arribar a enamorar a qui ho llegeixi. Inicialment vam trobar el nom des d'una pluja d'idees. Per això, tot bon procés necessita tenir molt clar que volem dir amb el nostre nom, per tant varem pensar havia de ser:

- ✓ **Ser curt i fàcil de recordar.** Un nom massa llarg o complicat disminueix la possibilitat de record.
- ✓ **Ser original i creatiu.** I així distingir-se dels competidors. Si tens una empresa comercialitzadora de dolços no hauries cridar-la "Dolços García", ja que no es distingiria de la seva competència.
- ✓ **Concentrar l'estratègia empresa.** L'empresa ha de tenir clar quin és el seu públic objectiu i el posicionament que vol tenir en el mercat.
- ✓ **Considerar els significats en altres idiomes.** Aquell que sembla un bon nom pot ser motiu de fracàs per un significat desconegut.
- ✓ **Transmetre un missatge positiu.** Normalment és una cosa que s'aconsegueix amb el temps, però també es pot aconseguir amb noms que provoquen sensacions positives, com tots els elements que envolten coses agradables: sol, primavera, felicitat, sorpresa, etc.

Per acabar, destacar que després de tenir les claus d'èxit de l'elecció del nom, vam elegir Creando Media perquè té la longitud adequada, a més és senzill i té pregnància. Validant molt la significació del nom sabem que per una part estem "CREANT" i per l'altra banda estem creant "MEDIA" tot el que engloba la nova era de disseny digital i desenvolupament d'aplicacions. Aquests eren els nostres punts forts per tal que el nom fos també emocional.

### 2.1.3 El disseny del logotip

Un cop tenim definit totes les fases anteriors, ajudant-nos del brifing, el naming i l'estudi sobre diferents teories de creació de marca, es desenvoluparà la imatge corporativa. Es proposaran 3 solucions bocetades en Illustrator i se'n farà una anàlisi crítica de cadascuna per tal d'arribar a una conclusió per escollir-ne una. A partir d'aquest punt, es desenvoluparà extensivament la proposta bocetada en diferents formats, per la seva aplicació.



Marcar rectangular (principal)



Marca vertical (corporativa)



Marca quadrada (corporativa)

### **2.1.4 Manual d'Identitat gràfica**

En aquesta fase de desenvolupament de la identitat gràfica, definirem la marca i veurem les seves normes d'ús. També s'ha dissenyat un anàlisi exhaustiu en un document de Brífling de Creando Media en el que hem analitzat tot el procés sencer de disseny amb el seu estudi corresponent de totes les seves parts. Als manuals que Identitat gràfica hem definit els nivells de marca i totes les normes d'identitat gràfica corresponents a la marca creada. Aquestes han sigut explicades. Justificarem la estratègia i veurem tota la segona etapa de disseny en la que treballarem el dossier corporatiu i tota la campanya de Packking.

[Nota: Per veure el Manual d'Identitat gràfica del projecte \(Annex 2\)](#)

### **2.2 Disseny del Branding de Marca**

Un cop tenim definits els darrers documents, amb el següent dossier aplicarem la marca creada i veurem la manera de destacar el nostre producte en tots aquells aspectos que arribaran als nostres clients.

1. Aplicació de la marca
2. Suports en paper
3. Xarxes socials
4. Promocions online
5. Innovacions

[Nota: Per veure el Branding de Marca \(Annex 3\)](#)

### **2.3 Disseny del Dossier Corporatiu**

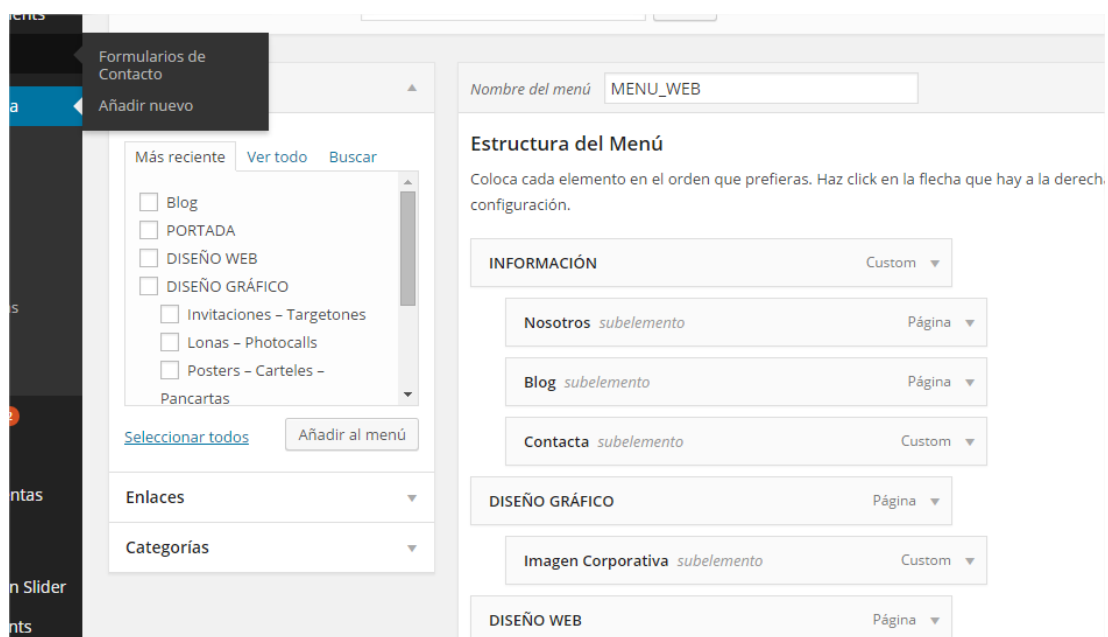
Hem de vendre el nostre producte, el més important serà crear un dossier corporatiu per explicar que fem, com ho fem i mostrar els principals treballs realitzats, és una forma molt original de posicionar-nos en el mercat. Durant aquesta etapa s'ha treballat amb un dossier corporatiu molt original per tal de demostrar tot el que hem après durant el Grau.

[Nota: Per veure el Dossier Corporatiu Creando Media \(Annex 4\)](#)



## 2.4 Etapa disseny web

Finalment al darrera etapa es la que ens centrarem en l'arquitectura web i el desenvolupament multimèdia de la web, aplicarem tot el que haurem creat per tal d'aplicar-ho a la pàgina web.



Serà aquest moment que endinsarem per crear un mapa de l'arquitectura del lloc per demostrar visualment com s'organitzarà el contingut i l'estructura del lloc web. Aquesta etapa ens ajudarà a comprendre què i com comunicarem i establirem les funcionalitats que els usuaris necessitaran.

### 3. Objectius

Aquest projecte de disseny creatiu ens planteja una sèrie d'objectius relacionats amb la menció gràfica que ens concreten en els següents punts. Per una banda introduïrem els principals objectius de la marca, per altra banda els objectius del desenvolupament web com a plataforma de promoció del nostre portfoli.

En primer lloc, indagarem en la competència, entenem com a competència totes les diferents empreses de serveis web i disseny gràfic. Això ens permetrà conèixer de quina manera es dirigeixen al seu públic. Aquest procés de indagació de comprendre, lògicament, la identificació de necessitats i desitjos del mercat actual. D'aquesta manera, podrem observar quins tipus de campanyes de promoció realitzen les empreses, a quin tipus d'usuaris van dirigides i quin és el missatge principal. L'eix principal serà veure les tendències a l'hora de desenvolupar projectes web.

Amb l'objectiu del TFG que satisfà tot aquest procés de “**creació des de zero d'una nova marca**” que pretén que a partir d'aquest procés de recerca i comparació, puguem crear una marca potent, llançar-la i transmetre un missatge que arribi als consumidors. La idea principal és treballar molt amb l'excel·lència del nostre projecte, ser professionals, evitar els errors que hem après, també hem buscat informació sobre les diferents maneres de crear pàgines web: Aquest objectiu consisteix en realitzar un conjunt d'estudis sobre les diferents possibilitats d'eines que podíem utilitzar, en el desenvolupament de la pàgina web.

D'aquesta manera, l'objectiu final per el nostre TFG serà tenir el **producte** final amb totes les seves fases de disseny desenvolupades per tal que la marca *Creando Media*, ja com empresa pugui obtenir majors beneficis econòmics a través de la promoció dels serveis de la nostra empresa.

### 3.1 Objectius principals

L'objectiu principal és desenvolupar una identitat corporativa, aquesta serà recollida en un dossier de presentació juntament amb el desenvolupament de l'estratègia de la marca i també els corresponent manual d'identitat corporativa. Sense disseny gràfic no hi ha marca. Un dels elements tangibles del branding - el procés de creació d'una marca- és la identitat visual, el disseny gràfic, els elements únics que identifiquen una marca i la posicionen en la ment del consumidor. Treballar una estètica, una simbologia que vagi en consonància amb els valors, és crucial per donar una ànima a un projecte. Pensa un moment en el color roig? I ara en begudes? Coca-Cola no?

Volem crear la mateixa persuasió.

- ✓ Definició i desenvolupament de l'identitat visual i estètica per crear la nostra pròpia marca del nostre producte. Crear una proposta de disseny complet per identificar la nostra marca.
- ✓ Creació de gràfics i contingut multimèdia. Disseny de tots els gràfics dels dossiers corporatius, pàgina web i xarxes socials a través del programari de ***l'Adobe Master Collection CS6***.
- ✓ Disseny i desenvolupament d'un lloc web des de la perspectiva de marketing online. Crear una pàgina Web corporativa adaptant la línia gràfica de la marca com a font principal del seu desenvolupament. Disseny d'interfícies amb realització de resultats d'anàlisi d'interacció per a millorar-la de forma iterativa. Planificar i estructurar el desenvolupament del projecte mitjançant l'elaboració un pla de treball aplicant una metodologia adient.
- ✓ Sintetitzar una solució corporativa gràfica molt treballada i realista al problema proposat, utilitzant solucions gràfiques per tal de crear un dossier corporatiu de l'empresa i tots els elements de la campanya de Packking.
- ✓ Implementació i distribució del producte multimèdia.

## 3.2 Objectius secundaris

Aquests són els objectius addicionals que enriqueixen el nostre TFG.

- ✓ Posar en pràctica els coneixements adquirits al Grau a través d'un projecte real.
- ✓ Utilitzar els diferents *Frameworks* i llibreries externes per a millorar el nostre producte a nivell tècnic. Profunditzar en coneixements específics d'usabilitat i disseny d'interfícies utilitzant el CMS Wordpress específic online.
- ✓ Fer una campanya de comunicació de Marca.
- ✓ Promoció de la nostra marca a les xarxes socials Facebook i Twitter.
- ✓ Informar-me sobre la tecnologia web per al disseny de les pàgines responsives utilitzant els gestors de continguts més adients.
- ✓ Treballar amb les eines de creació gràfica més actuals.
- ✓ Dissenyar elements visuals a la nostra pàgina web per tal de transmetre emocions perquè simplement facin l'experiència d'ús molt més agradable.
- ✓ Documentar adequadament tots els processos per a la realització de la memòria i presentació del projecte. Tenir diferents maneres de navegar: Aquest objectiu sorgeix per la diversitat que pot tenir l'usuari en decidir i trobar la manera més fàcil de navegar a través de la nostra pàgina web. El que pretenem amb això, és crear diferents menús i mètodes de navegació per tal d'intentar donar varietat quan naveguem per el portal web.
- ✓ Obtenir estadístiques sobre les visites de la web: Saber quin és el grau d'utilització de la nostra pàgina web, era un dels nostres objectius, així que vàrem plantejar l'objectiu de conèixer quines eren les visites que es realitzaven en la nostra web, i així tenir una idea del pensament dels nostres usuaris i si creien que la nostra pàgina web era usable i accessible.

## 4. Marc teòric

L'oportunitat del negoci apareix en el moment que observem les diferents empreses o agències de disseny multimèdia. Volem **estratègia, creativitat i servei**. Aquesta és la nostra clau.

### EL BRANDING I LA MARCA – MARC TEÒRIC

Per entendre què és el **branding**, el primer que hem de comprendre, és què és una **marca**. La definició més habitual, la qual podem trobar en la majoria de fonts (tant bibliogràfiques com d'Internet), és la que estableix l'Associació Americana de Màrqueting, i sosté que una marca és "**un nom, signe, símbol o disseny, o un combinació d'ells, la finalitat és identificar els béns o serveis d'un venedor o grup de venedors i diferenciar-los de la seva competència**". D'aquesta manera, m'agrada més definir el terme marca com la suma de totes i cadascuna de les sensacions, percepcions i experiències que una persona té com a resultat del contacte amb una organització, els seus productes i serveis que ofereix.

Aquesta definició denota que una marca resideix per sobre de tot, en la **ment** de les persones, que hi accedeixen a través d'un o diversos dels seus punts de contacte. En les percepcions que sobre una marca concreta tingui una persona determinada, influirà tant el que hagi vist, escoltat o llegit sobre aquesta en mitjans propis, pagats, generats i socials -online i offline-, com el nivell de qualitat del contacte amb el seu personal i la satisfacció amb el comprat (en cas d'haver-ho). D'aquesta manera, es construeix l'experiència de client o experiència de marca per al client, segons preferim denominar-lo.

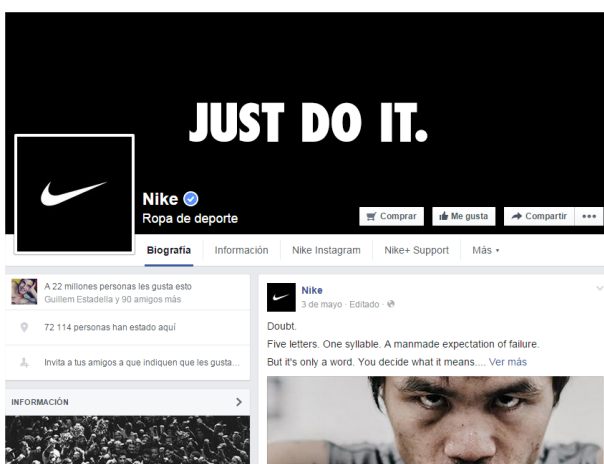
Ara que ja ens fem una idea bàsica de què és una marca, podem endinsar-nos amb major seguretat en el **branding**. El **branding** és la **disciplina** de gestió que s'ocupa que tots els elements que formen part d'una marca funcionin de manera sinèrgica.

## EL CONCEPTE DE MARCA

El concepte de marca respon a la pregunta: **Com et dius?** El concepte de marca és la idea general que resideix sota la creació d'una **marca**. Haurà de ser atractiu i convincent per a qui entri en contacte amb la marca, resultar rellevant en el moment de la seva creació, i sobretot, tenir potencial a llarg termini. El concepte de marca, es reflecteix a través del nom de la marca, el seu país d'origen, la seva història i històries (el relat que comunica la marca sense el qual les marques no funcionarien), la seva imatge visual, la seva logotip, els seus colors, les seves formes, el seu llenguatge i el conjunt de la seva oferta.

Les millors marques posseeixen un concepte distintiu que clarament les diferencia de les seves competidores. Pensem per exemple en **Nike** i **Adidas**; tot i que comparteixen característiques similars i la seva oferta és pràcticament idèntica, la seva manera d'entendre l'esport és diametralment oposada: Nike representa la competitivitat extrema, la passió per l'esport, la superació personal i l'individualisme, mentre que Adidas representa el gaudi compartit d'una afició, on la superació personal també està present, però l'important no és guanyar, sinó participar.

Un ràpid cop d'ull a les seves pàgines de **Facebook**, ens dona una idea bastant clara de per on va cada marca.



El concepte és l'arrel des de la qual la **marca** comença a créixer i a desenvolupar-se, pel que és vital que sigui sòlid, ja que amb el temps, alguns aspectes de l'estratègia de branding aniran **canviant**, mentre que el concepte, com més consistent sigui, més temps podrà romandre inalterable. Un cop tenim clar com ens diem, ens toca decidir qui som.

## BRANDING DEL NOSTRE PROJECTE FINAL

Per acabar el marc teòric parlarem més a fons de la importància que hem vist en el nostre projecte de desenvolupament del **branding** com a part d'un procés mitjançant el qual ens volem presentar als públics i ensenyar la nostra proposta de valor de manera significativa i diferencial.



Hem entès el branding com el vehicle pel qual la visió que Creando Media té de si mateixa i pot ser percebuda i compresa des de fora. Una estratègia de **branding** ben concebuda, desenvolupada i implementada, ofereix els següents **beneficis** per a l'organització:

- Propicia que els processos de canvi es produeixin de manera més ràpida i senzilla.
- Facilita la tasca de comunicar a tots els públics a qui han al davant, amb qui estan tractant, què és, què representa i significa, què fa, com ho fa i per què ho fa.
- Permet als representants de l'empresa, explicar com estan relacionades les seves activitats.
- Possibilita que totes aquelles persones que entrin en contacte, o tractin amb l'empresa, compreguin els seus valors i objectius.
- Fomenta la consolidació dels missatges que emet l'empresa, de manera que els mateixos resulten més coherents, eficaces i memorables.

Aquests avantatges, es tradueixen en diversos beneficis concrets en diverses àrees de l'empresa:

### **A nivell de màrqueting**

- El branding estimula la persuasió dels consumidors a mirar amb bons ulls a l'empresa i els serveis.
- Crea consciència de marca, fomenta la preferència per la mateixa i augmenta la fidelitat dels clients cap a aquesta.
- Atrau millors proveïdors i els anima a operar amb major regularitat i consistència.
- Les despeses en activitats de comunicació es racionalitzen i millora la seva ROI.
- Permet que l'organització pugui establir més fàcilment en nous nínxols i / o mercats alhora que sobresurt en mercats madurs o saturats.
- Afavoreix el desenvolupament de noves activitats de generació de valor dins de l'organització.
- Millora la qualitat percebuda dels productes i serveis de l'organització.

### **A nivell intern**

- El branding millora la moral i la motivació dels empleats.
- Augmenta l'orgull de pertinença a l'empresa.
- Ajuda a reduir la rotació de personal.
- Atrau talent de més nivell que altres competidors amb marques pitjor posicionades.
- Fomenta el treball en equip i la col·laboració interdepartamental.
- Millora la qualitat dels processos de producció, el que repercuteix en la qualitat final dels productes i serveis que rep el client.
- Amb aquest petit argumentari que tens a les mans, la propera vegada que et vingui un llest de fira d'un altre departament a tirar-te en cara que el que fas és vendre fum, serà l'última vegada que ho faci.

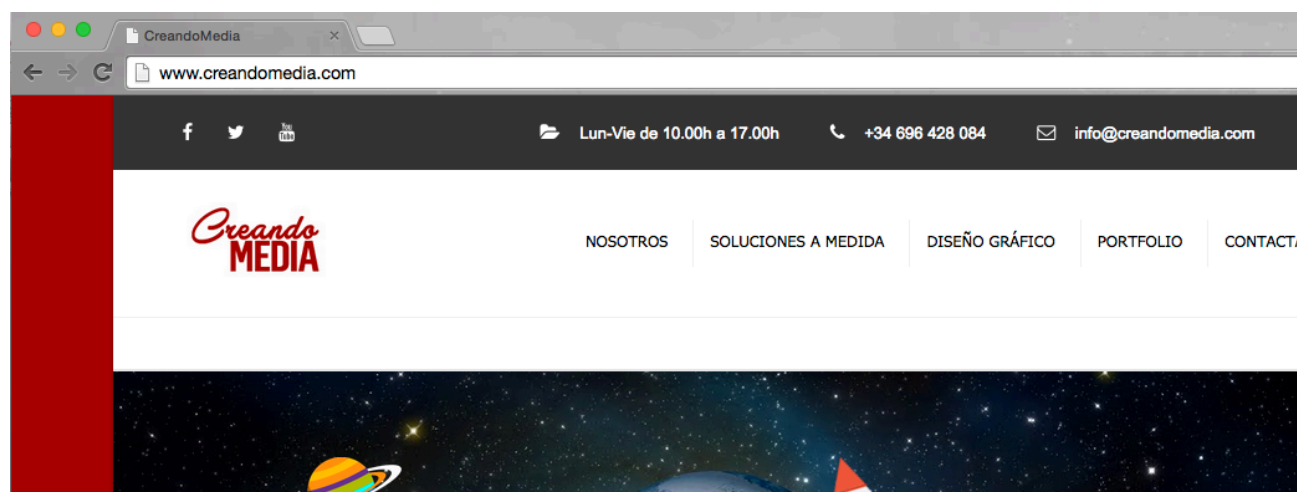


En definitiva, la millor manera de saber qui som és veure el nostre treball i conèixer els nostres clients. Si necessita un equip capaç de desenvolupar i gestionar de forma òptima la seva imatge i comunicació, compti amb nosaltres.

## **WEB**

Per últim, al marc teòric parlarem del procés a desenvolupar la pàgina web, ens recolzarem amb les disciplines de l'Arquitectura de la informació i de la Usabilitat. La primera fa referència al sistema general de disseny transversal que ens ajudarà a tractar i a organitzar l'estructura, els continguts i la interacció.

Per altra banda, la usabilitat per la seva part, reforça la idea de la importància de l'usuari com a nucli del bon funcionament del sistema basat en aspectes com: facilitat d'ús, solidesa, consistència, eficiència, etc. L'estat actual de la web es defineix com la web 2.0 o web social.



Al llarg d'aquesta última dècada hi ha hagut un canvi de paradigma de l'usuari com a receptor d'informació, a un usuari productor d'informació i continguts multimèdia.

## **5. Continguts**

Els continguts que seran els entregables del nostre projecte seran:

- ✓ Brífling del Projecte
- ✓ Manual Identitat gràfica
- ✓ Manual Branding de marca
- ✓ Pressupost
- ✓ Pàgina Web / Portfoli

### **5.1 Dimensió**

El mètode seguit per a la realització del treball ha estat marcat per les limitacions de temps i la necessitat de complir els terminis de lliuraments. Aquest fet, unit als lliuraments intermèdies que s'havien de fer de les diferents PACs, ha provocat la decisió de dividir el projecte en dos grans fases.

#### **Primera fase del disseny**

Per a la primera fase, es va crear el brífling del projecte, el manual d'identitat gràfica, el manual de branding de marca i es va definir el pressupost.

#### **Segona fase del disseny**

Parlarem de la dimensió de la pàgina web, aquesta disposarà d'una part pública. Una part pública destinada al portfoli de la pàgina web. Només de consulta d'informació. A banda d'una part privada per als administradors autoritzats i un sistema de gestió de continguts (CMS) per a administrar-la..

## 5.2 Tipologies

Els continguts són principalment de tipus text, amb imatges i un vídeo explicatiu.

- ✓ Contingut textual amb textos explicatius, etiquetes i enllaços.
- ✓ Contingut gràfic imatges de fons, imatges com captures de pantalles de portfoli, icones, fotografies i altres elements decoratius.
- ✓ Contingut audiovisual serà un vídeo explicatiu de la pàgina web.

## 5.3 Organització de continguts

### Primera fase del disseny

- Brífling
- Manual Identitat gràfica
  - Marca
    - Elements
    - Disseny
    - Usos excepcionals
    - Nivells
    - Exemples
  - Color
  - Tipografia
  - Usos inapropiats de la marca.
- Branding de Marca
  - Aplicació de la marca
  - Suports en paper
  - Xarxes socials
  - Promocions online
- Pressupost

## **Segona fase del disseny**

La segona part del disseny intervindrà la pàgina web, la part pública de la pàgina web estarà constituïda de la forma següent. El menú principal no contindrà diferents nivells sinó que aprofitarem la connexió d'enllaços per aprofundir en el contingut.

### **ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓ**

- ✓ **INICI**
- ✓ **NOSALTRES**
- ✓ **SOLUCIONS A MIDA**
  - **PÀGINES WEB**
  - **PÀGINA CORPORATIVA**
  - **APLICACIONS WEB**
  - **LANDING PAGE**
  - **TENDES ONLINE**
  - **INGENIERIA WEB**
  - **APLICACIONS ESCRITORI**
  - **APLICACIONS MÓVILS**
- ✓ **DISSENY GRÀFIC**
  - **IMATGE CORPORATIVA**
  - **DISSENY GRÀFIC OFFLINE**
  - **DISSENY GRÀFIC ONLINE**
  - **PACK FLYERS I CARTELLS**
- ✓ **PORTFOLI**
- ✓ **CONTACTA**

La part privada de la pàgina web estarà constituïda de la forma següent i destacarem el més important.

- ✓ **GESTIÓ DE NOTÍCIES**
- ✓ **GESTIÓ DE PÀGINES**
- ✓ **GESTIÓ PLUGIN SLIDER REVOLUTION**
- ✓ **GESTIÓ D'USUARIS**
- ✓ **GESTIÓ DE LLIBRERIA MULTIMEDIA**
- ✓ **GESTIÓ DEL EQUIP (TEAM)**
- ✓ **GESTIÓ DE FORMULARIS**
- ✓ **GESTIÓ DE PORTFOLI**
- ✓ **CONFIGURACIÓ DE BARRES LATERALS I CONTINGUTS**
- ✓ **AJUSTAMENTS**
- ✓ **OPCIÓNS**

## 5.4 Descripció detallada de continguts

A continuació anirem a destacar el funcionament de la pàgina web que es l'aplicació que té mes descripció detallada. Entenem que la resta de continguts son informatius.

### PART PÚBLICA

La part pública es conforma de totes les pàgines que un client qualsevol, sense necessitat de registrar-ne prèviament pot accedir de forma lliure. Això es molt important perquè es una pàgina web portfoli de treballs, el que ens interessa es vendre els nostres serveis i arribar al Target de població més gran.

The screenshot displays the website for Creando Media. At the top, there is a dark navigation bar with social media icons (Facebook, Twitter, YouTube), a calendar icon indicating business hours from Monday to Friday, 10:00h to 17:00h, a phone icon with the number +34 696 428 084, and an email icon with the address info@creandomedia.com. Below this is a white header with the Creando MEDIA logo on the left and a navigation menu with the following items: NOSOTROS, SOLUCIONES A MEDIDA, DISEÑO GRÁFICO (highlighted in red), PORTFOLIO, and CONTACTA.

The main content area features a list of services on the left: Imagen Corporativa, Diseño Gráfico Online, Diseño Gráfico Offline, and Pack Flyers y Carteles, each with a right-pointing arrow. To the right of this list is a large graphic design advertisement. It features a cartoon superhero character in a red and yellow suit with a yellow mask, waving. The text reads: "Diseño gráfico" in large red letters, with "Diseño" in smaller black letters above "gráfico". Below this, it says "El diseño gráfico es simple, por eso es tan complicado". The Creando MEDIA logo is in the top right corner of the ad.

Below the advertisement, there is a paragraph of text: "En equipo de Creando Media tenemos los mejores diseñadores gráficos y ilustradores, con más experiencia en todo tipo de diseños, para nosotros cada proyecto es como un reto, enfocando el desarrollo para lograr la satisfacción total de nuestro cliente, aportando para ello: dedicación, profesionalidad y soluciones con excelencia tecnológica. Nuestra filosofía de trabajo es construir los servicios tecnológicos necesarios entorno a nuestros clientes para alcanzar la excelencia." This is followed by another paragraph: "Realizamos todo el proceso, desde el estudio de los requisitos, pasando por el análisis, diseño y desarrollo hasta el posterior mantenimiento del producto software que necesita su empresa, satisfaciendo sus necesidades de desarrollo e implementación para optimizar su rendimiento, productividad y la de sus sistemas." At the bottom of the ad section, it says "¡Consulte con nosotros!".

At the bottom left of the page, there is a red button that says "ASISTENCIA TÉCNICA" and a graphic of a hand pointing to a tablet displaying the Creando MEDIA logo.

## PÀGINA INICIAL

És la pàgina d'accés al web inicial (accedint a través del domini creandomedia.com) on es troben la presentació del producte a través de les opcions principals de navegació.

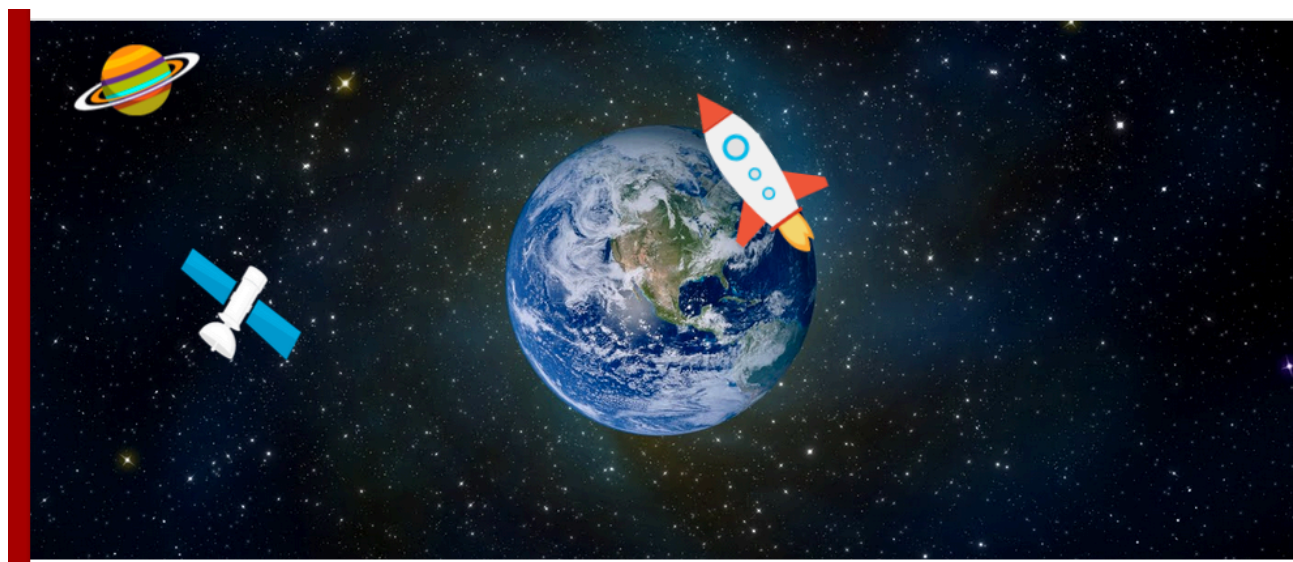
## CAPÇALERA



- ✓ Icones de social Media enllaçats a les plataformes de xarxes socials diferents.
- ✓ Dades d'informació de contacte i correus electrònics.
- ✓ Logotip: Aquest funciona també com a enllaç per a tornar a la pàgina d'inici.
- ✓ Enllaços principals del menú de continguts i serveis.
- ✓ Formulari de contacta

## SLIDER REVOLUTION PER A NOVETATS

Slider amb les diferents promocions.



## COS DE LA PÀGINA

El cos de la pàgina serà utilitzat per tota la diferent informació pública de la pàgina web. S'accedirà a aquesta informació a través del menú superior de navegació de la capçalera anteriorment explicat.

**Diseño Gráfico Offline**

Desde Creando Media prestamos la máxima de atención a los detalles y ofrecemos un servicio integral de diseño gráfico, de este modo obtenemos unos resultados profesionales en todos los proyectos. Nuestro equipo propio de diseño aporta ideas durante todo el ciclo de vida de la aplicación, adaptándose a los rápidos cambios de la sociedad y las nuevas posibilidades tecnológicas.

**Elige el soporte**  
**FLYERS**  
**CARTELES**  
**BANNERS**  
**NEWSLETTERS**  
**PANCARTAS**  
**BANDERAS**  
**¡TU PONES EL LÍMITE!**

Además, ofrecemos servicios de outsourcing de diseño gráfico offline y diseño multimedia online cubriendo todas las necesidades de su negocio. Banners, Imagen corporativa y web carácter, anuncios, flyers, dípticos, trípticos, tarjetas de visita, folletos, catálogos y mucho más.

## PEU DE LA PÀGINA

Hem utilitzat el peu de pàgina per definir els diferents enllaços a les xarxes socials i diferents promocions.

**Tweets** [Seguir](#)

**Creando Media** @Creando\_Media 9 jun  
¡FALTAN 5 DÍAS!  
fb.me/23LgB3U1x

**Creando Media** @Creando\_Media 8 jun  
Más de 10 años trabajando con muchos proyectos, el próximo sábado descubriremos nuestra web! fb.me/2WypkgBIA

**Creando Media** @Creando\_Media 8 jun  
Estamos construyendo nuestra página web, este sábado inauguramos! Estamos muy felices!

**Creando Media** @Creando\_Media 4 jun  
¿Ya nos sigues en nuestro Twitter? Todo lo informamos en Twitter a @Creando\_Media

El movimiento se **demuestra** andando

**Creando MEDIA**

Nos sentimos orgullosos de haber trabajado durante 10 años ayudando a más de 50 clientes en la realización de más de 125 proyectos.

**¿Un proyecto en mente?**

Contacta con nosotros y pídenos una propuesta sin ningún compromiso

**Estrategia. Creatividad. Tecnología. Todo 100% digital.**

**TENEMOS LA SOLUCIÓN**

**Creando...**  
213 clics en "Me gusta"

A ti y 133 amigos os gusta esto.

**CreandoMedia**  
9 de junio a las 21:47

¡FALTAN 5 DÍAS!

**PACK ARTISTA**  
¡FÁCIL Y COMODO!

**Si eres artista éste es tu PACK**

Diseño Logotipo + Diseño Marketing Online  
Banco Social + Newsletter + Diseño Web  
+ REGALO FORMACIÓN 24h COMMUNITY MANAGER

**MERCHEMAR**

**WEB AUTOGESTIONABLE 100%**  
Con blog, agenda, noticias, fotos, vídeos y enlazada con tus redes sociales. ¡Y a precios de escándalo!

**¡Infórmate ya!**

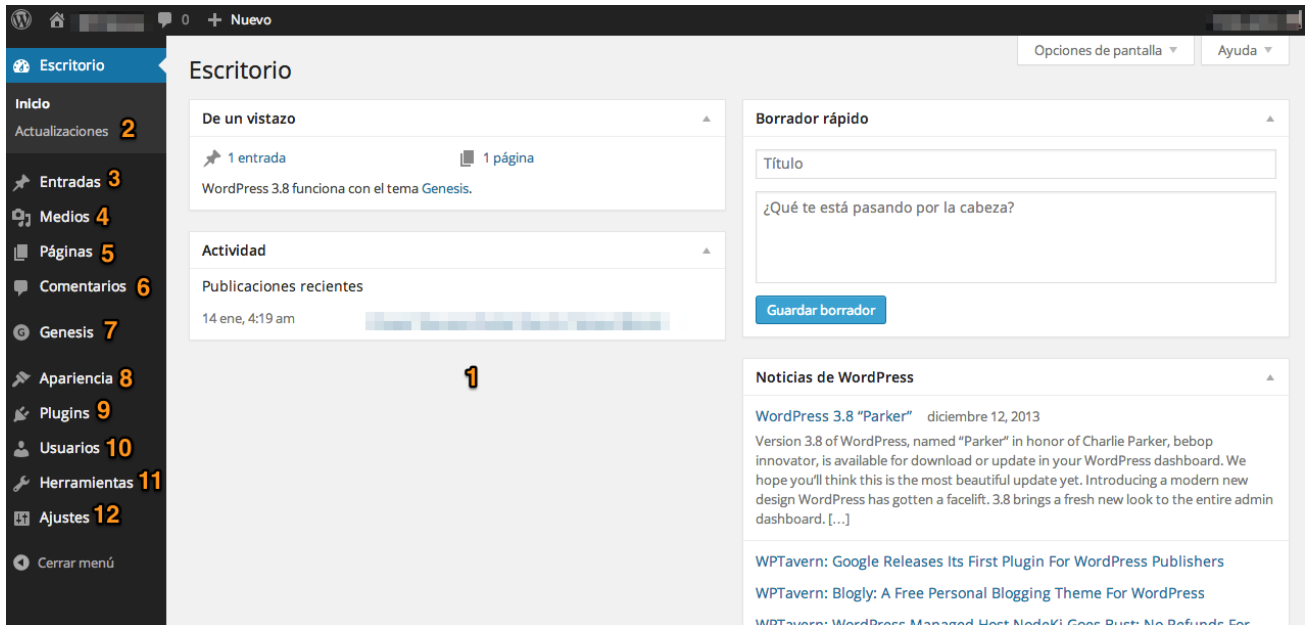
CreandoMedia | © 2015 www.creandomedia.com |



## PART PRIVADA

Utilitzarem wordpress, és una eina molt potent que gestionarem la nostra pàgina.

Panel de Control.



Tot es fa des del "Escriptori" o **Dashboard** principal, en el qual tens tot per manejar les diferents àrees de **WordPress** i el teu lloc web. Hem enumerat totes les possibilitats.

1. **Dashboard:** És la finestra principal de l'escriptori on podem veure un resum de les notícies publicades, els comentaris recents, notícies del món de WordPress, escriure un post ràpid i molt més. Pots gestionar les coses que apareixen en aquesta a la part superior on diu "Opcions de Pantalla".
2. **Actualitzacions.** Tot el que tingui amb actualitzar WordPress i plugins podràs veure-ho aquí.
3. **Entrades.** Aquí és on afegeixes i edites noves entrades (o notícies en el nostre cas).
4. **Media.** Afegeix una nova imatge, document o fins i tot vídeo.
5. **Pàgines.** En aquesta secció afegeixes pàgines més estàtiques i que no tenen data de publicació com els posts. Són molt usades per crear tots els continguts de la nostra pàgina de Creando Media.
6. **Comentaris.** Maneja la secció de comentaris incloent edició, aprovació, spam i paperera.

8. **Aparença.** Aquí pots editar i instal·lar nous temes, modificar el codi o CSS per millorar el disseny, canviar la capçalera i fons del teu lloc. També trobaràs la secció de Ginys.

9. **Plugins.** Instal·la nous plugins, revisa els que ja tens instal·lats, elimina els que no necessitis o també pots editar el codi de ser necessari.

10. **Usuaris.** Afegeix nous usuaris, edita el teu perfil i administra els diferents perfils de les persones que tenen accés al teu lloc.

11. **Eines.** Consulta les eines disponibles (algunes vénen amb plugins) i també importa o exporta configuracions de temes o documents d'altres plataformes com Blogger, LiveJournal, WordPress.com o Tumblr.

12. **Configuració.** Configuració bàsica del lloc, d'escriptura, lectura, comentaris, mitjans i enllaços permanents.

## **6. Metodologia**

La finalitat del nostre TFG serà posar el pràctica tots els màxims coneixements assolits a través del Grau Multimèdia. Els intentarem materialitzar en totes les fases de desenvolupament multimèdia. Cal destacar també, que l'autor del projecte també es Enginyer informàtic i això es un nou handicap que afegeix un bon nivell de programació i experiència en Project Manager de projectes com a responsable d'equips en les seves tasques professionals en l'actualitat en serveis de AMS de manteniment d'aplicacions informàtiques. D'altra banda també, les diferents experiències amb clients i en el coneixement propi del mercat. En aquest sentit, serà essencial tota l'etapa d'anàlisi, recerca, experiència i destacant un nivell d'abstracció podem desenvolupar un projecte multimèdia de creació d'identitat gràfica molt potent, simplificant a la vegada al màxim el funcionament de totes les fases de desenvolupament però per l'altra aprofundint en una innovació gràfica per exemple. Requeriments, perfils d'usuari, anàlisi de mercat i continguts. Aquest treball conjunt servirà per definir el context del mercat en què ens movem així com assentarà les bases de l'estructura de continguts i abast del projecte.

**A continuació hem de plantejar una metodologia de treball en la qual pautarem les activitats a realitzar en cada una de les diferents fases del nostre projecte.**

### **6.1 BRIEFING I ESTUDI DEL BRANDING E IDENTITAT VISUAL**

Durant el procés de creació de marca, també anomenat branding, es cerca aconseguir notorietat i fidelització del client, aprofitant l'oportunitat per a mostrar perquè s'ha d'escollir la nostra marca i no pas una altra. Així doncs, existeix una voluntat de liderar, de diferenciar-se i d'assolir eines que ajudin a aquests objectius. El moment de posar en marxa una acció de branding pot nèixer a causa de diferents raons: en el naixement d'una nova empresa o producte, quan es vol revitalitzar una identitat de marca ja existent, quan existeix un canvi de nom, quan es vol fomentar un sistema integrat i coherent d'una marca que ha evolucionat, quan dues marques es fusionen, etc. Però sempre haurem de tenir en compte quins són els grups d'interès que afecten a l'èxit per tal d'aprofitar totes les oportunitats i construir una marca competent.

En primer lloc, cal definir un briefing del nostre projecte a desenvolupar mitjançant el qual definim la necessitat i la viabilitat de llançar el producte, mitjançant l'estudi i comparativa de mercat, anàlisi DAFO, mapa de posicionament, la idea i estratègia de campanya.

Un cop plantejada la necessitat de llançar la nostra marca, hem de definir una marca (CREANDOMEDIA") i identitat visual per a aquesta. Aquesta marca serà la representació gràfica del producte, que es projectarà al públic a través d'un símbol i un disseny tipogràfic especial. La identitat visual es veurà reflectida a través d'un manual d'identitat corporativa en el qual es definiran els aspectes gràfics, com ara la imatge de marca, les seves aplicacions, mides mínimes, cromatisme, tipografies, fotografies i la resta d'informació corresponent.

## **6.2 METODOLOGIA PRIMERA FASE DISSENY DE MARCA**

A continuació en primer lloc parlarem de quina metodologia hem fet servir per a tot el procés creatiu. Hem aplicat diferents fases per poder arribar a la proposta final. La metodologia utilitzada proposada seria la següent:

- 1. Conformació del equip de treball**
- 2. Identificació de tecnologies a utilitzar**
- 3. Familiarització amb la interfàç del programari**
- 4. Definició d'escenaris**
- 5. Elaboració de borradors**
- 6. Producció gràfica**
- 7. Realització ajustaments i canvis**

### **A l'hora de treballar com ho hem fet?**

Anem per feina! Volem parlar de l'estil ja que és una eina, és el que vas a fer servir per donar a la diana. Pensem amb els colors que volem utilitzar i què representen aquests colors. Pensem en les imatges que ajuden al nostre objectiu, el ritme que atraïem a la nostra audiència, les paraules que comuniquen amb ells. Pensem també en les referències culturals i les fites que estableixen un marc de referència comú entre tu i la nostra audiència. Per als inicis agafem un full de paper o un fitxer de text per anotar aquests pensaments i

decisions. Quan treballes en un projecte final de carrera, com és aquest, les sessions de **brainstorming** són molt importants i ens permeten plasmar els pensaments de forma tangible. Les miniatures són icones per als pensaments, marcadors visuals que permeten imaginar un disseny. Però en lloc de dibuixar versions completes i perdren's en els detalls, només hem de fer esbossos en miniatura perquè serveixin de recordatoris del concepte original.

Tingues la millor música de fons (jo recomano Peace and Love, Kenny G, entre d'altres) i posa't d'un humor que encengui la nostra imaginació, ens permeti establir connexions entre pensaments i conceptes que són estranys i nous.

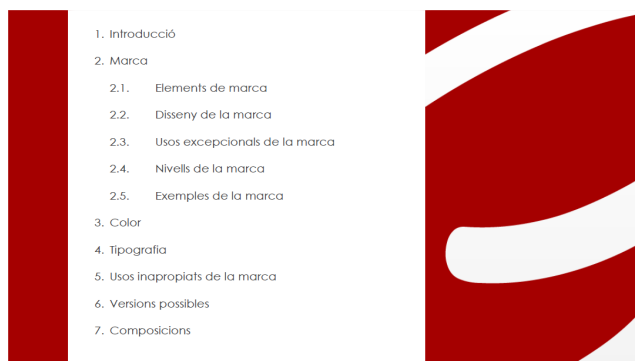
La creativitat no es dóna en un buit. És un estat mental en el qual pots entrar. Elaborem doncs en aquest moment els primers esbossos, aquests començaran a prendre joc a la pantalla a través del nostre programari i finalment podrem començar a retocar totes les idees fins a trobar un disseny definitiu.

Aquest pas final és aquí per acabar amb els aspectes finals de dimensionalitat, il·luminació i detalls d'un prototip. Generalment, els gràfics vectorials no et permeten crear brillantors i ombres realistes.



Creando  
MEDIA

Tant **Freehand** com **Illustrator** s'acosten bastant a aquest objectiu, però realment **Photoshop** destaca molt més. Ajusta els colors de la imatge, suavitza els píxels dels collages, introdueix vores i acaba. Així podrem veure si el que havíem analitzat finalment s'ha dut a terme. El disseny i la creativitat emergeixen d'una manera diferent per a cada persona, en el meu cas, aquesta és la manera que funciona per a mi.



La tendència a simplificar el disseny, portarà com a conseqüència la utilització de la iconografia per sintetitzar la informació i treballar només amb dos colors bàsicament de marca. L'avantatge del nostre logotip no és només estètica sinó que a més, en poder inserir els nostres logotips com si es tractés d'una tipografia més a la teva web, això et permet escalar com tu vulguis sense perdre resolució.

media pot tenir més nivells refer-se a la nostra empresa, forma breu els nostres serveis i serveis comercials i de tipografia del segon nivell i mateixa tipografia que paraula MEDIA. Els nivells el mateix color i just sota

canviar en alguns tipus de la pàgina web o algun però això ja apareixeria com rigituds dels nivells per la reservat sempre serà com composicions en el cas



A més de que ajuden a que els nostres dissenys pesin menys i el temps de càrrega sigui menor. El primer que vam realitzar és el manual d'identitat visual en el que constaran els següents apartats:

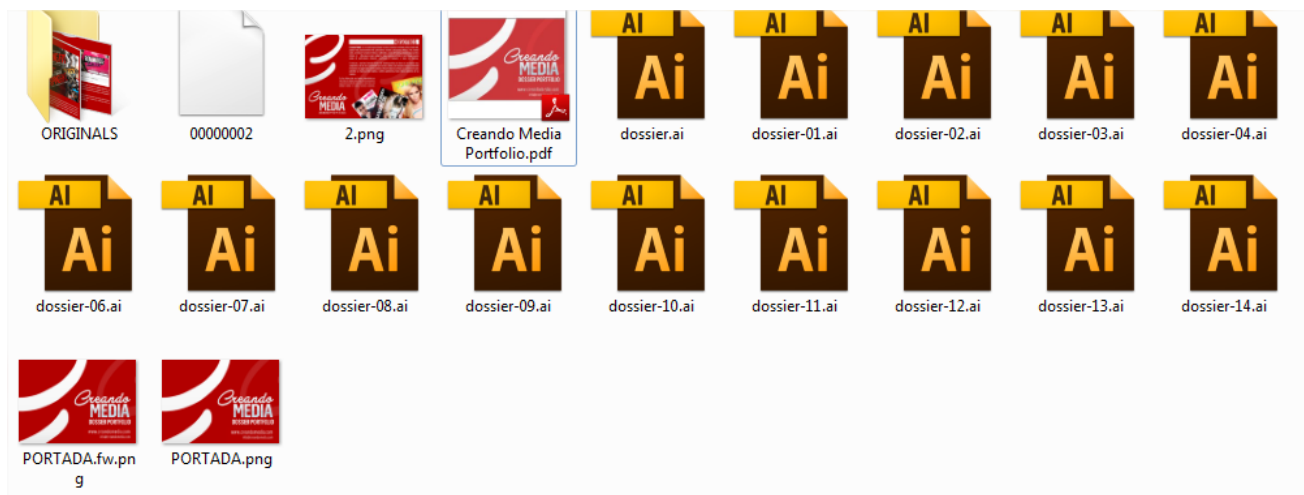
- ✓ Marca
  - Elements de marca
  - Disseny de la marca
  - Usos excepcionals
  - Nivells
  - Exemples



- ✓ Color
- ✓ Tipografia
- ✓ Usos inapropiats de la marca
- ✓ Versions disponibles
- ✓ Composicions

Després es procedirà a crear els altres manuals com el branding de marca que és el document que explica l'aplicació i els usos de la nostra marca. També el dossier corporatiu, aquell document que nosaltres ensenyarem als clients per mostrar els nostres projectes.

Finalment també cal comentar que es va treballar inicialment amb un brífing de projecte complet per saber tot el que volíem. Els documents estan treballats amb el *Adobe Illustrator* com a programa de maquetació. Com realitzar tasques de disseny i maquetació útils tant per a la web com per a la producció impresa amb el programa.

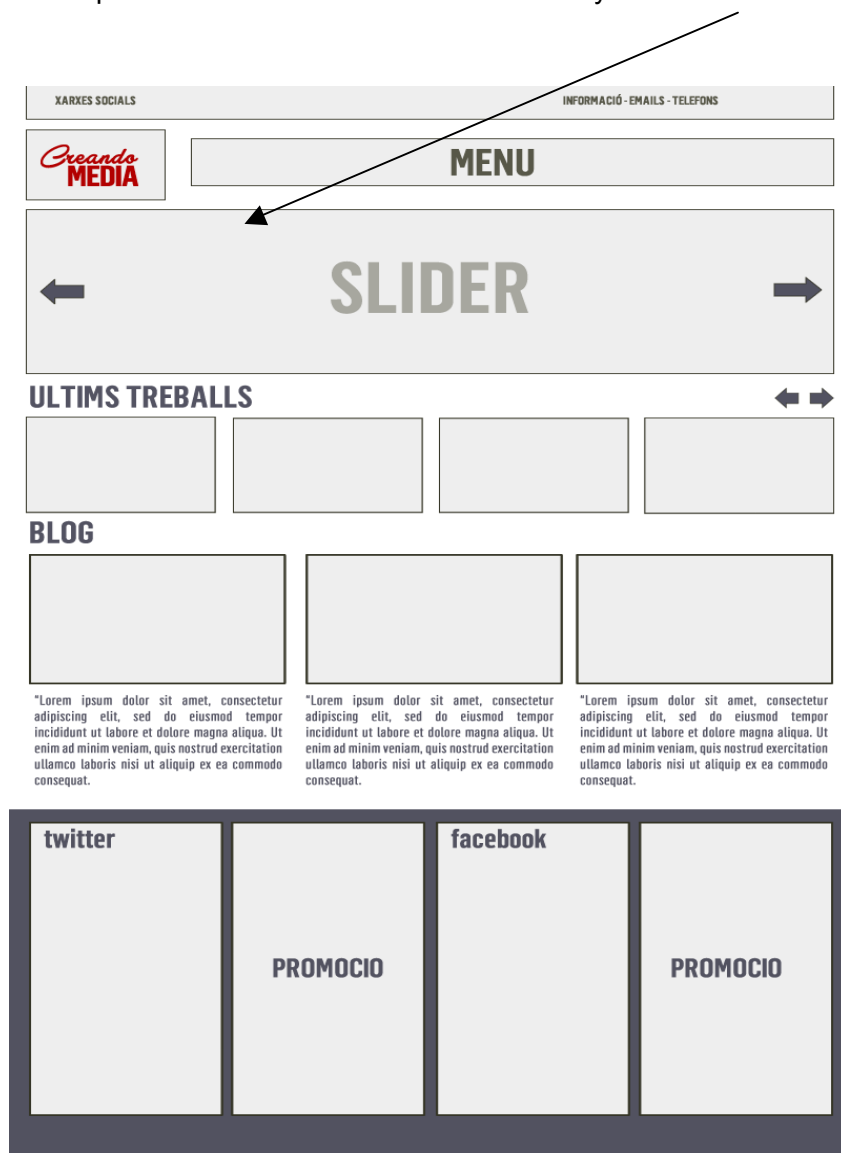


## 6.3 METODOLOGIA SEGONA FASE DISSENY DE LA PÀGINA WEB

La segona fase del nostre projecte es avançar en el disseny web. Un cop concretats els aspectes anteriors hem de començar a definir la pàgina web, la seva estructura i els seus continguts. El desenvolupament del lloc web es va a realitzar mitjançant la metodologia de disseny centrat en l'usuari com a procés encaminat al disseny del producte (lloc web) que respongui a les necessitats reals dels seus usuaris finals. Aquesta metodologia comprendrà una sèrie de fases, com ara: planificació, disseny, avaluació, prototipatge, implementació,

llançament, manteniment i seguiment. En aquest procés, a més del que s'ha esmentat també hem de plantejar la utilització d'algun framework que ens permeti obtenir un web responsiva, és a dir, un lloc web que s'adapti a qualsevol dispositiu. Per al desenvolupament d'altres complements multimèdia com la pàgina web ens endinsarem ràpidament en utilitzar plataformes que ens ajudin com *el CMS Wordpress* ja que hem analitzat i comentat anteriorment que es idoni per al que nosaltres necessitem. Una vegada la web estigui en línia es posarà a prova la seva usabilitat i compatibilitat amb els estàndards d'Internet i amb totes les pantalles (disseny Conceptualització, disseny i llançament d'un negoci online de desenvolupament web, comunicació i màrqueting adaptatiu, o responsive).

L'arquitecte d'Informació s'encarrega de definir l'organització, etiquetatge, navegació i sistema de recerca d'un lloc web, elements que ajuden els usuaris a trobar i gestionar la informació de manera efectiva. Nosaltres en aquest cas vam treballar amb els dissenys dels **Wireframes**.

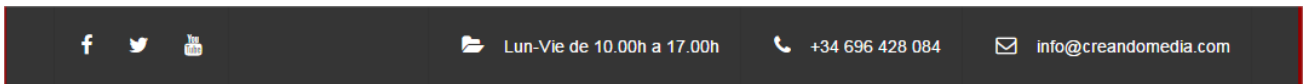




**Wireframe:** permet crear una referència visual de l'estructura d'una pàgina web, definint al detall el contingut i la seva distribució visual, organitzant així la informació a nivell de pàgina.

A continuació a partir del **Wireframe** inicial, anirem a mostrar els dissenys que s'han desenvolupat seguint les directrius establertes en les fases de disseny.

## CAPÇALERA



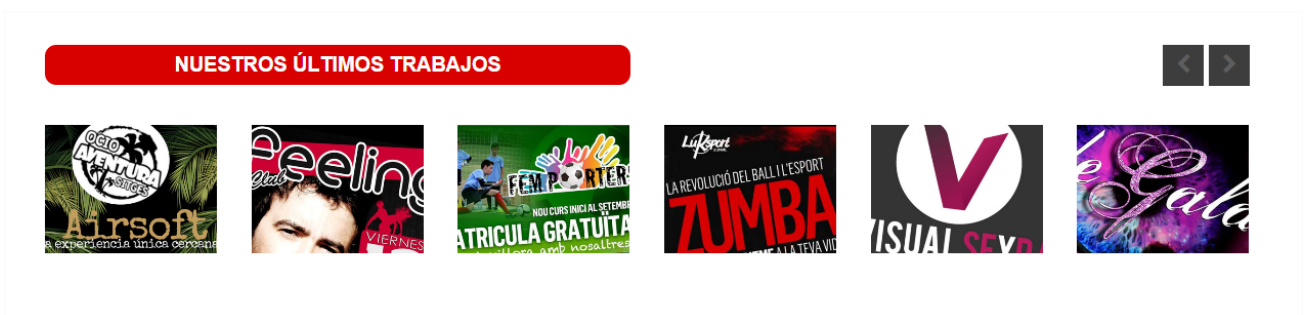
## MENÚ



## SLIDER



## ULTIMS TREBALLS



## BLOG



### ¡Diseño para Romántico Latino!

5.06.2015 / by admin / 0 comments

Esta semana hemos trabajado en las redes de Romántico Latino con un diseño muy elegante para afrontar esta nueva etapa con el single 'Latino' Loco Corazón. Desde Creando Media llevamos tiempo trabajando al servicio de artistas para la promoción y su...



### ¡Promoción JUNIO 2015!

11.12.2014 / by admin / 0 comments

Este mes de Junio te ofrecemos una nueva promoción. Diseñamos flyers pensados para crear impacto. Nuestros expertos en marketing planifican la estructura de los mismos para que así capten por completo la atención del público al que van destinados y su...



### ¡Menta Beach Party at Volcano!

11.11.2014 / by admin / 0 comments

Hace unos días nos reunimos con los responsables del proyecto de ocio de este verano en el complejo Volcano. Se llamará Menta Party y será una fiesta electrónica que se celebrará durante la temporada 2015 y durante las sesiones de...

## FOOTER

**Tweets**

Seguir

**Creando Media** @Creando\_Media 16h  
Más de 10 años trabajando con muchos proyectos, el próximo sábado descubriremos nuestra web!  
fb.me/2WypkgBIA

**Creando Media** @Creando\_Media 23h  
Estamos construyendo nuestra página web, este sábado inauguramos! Estamos muy felices!

**Creando Media** @Creando\_Media 4 jun  
¿Ya nos sigues en nuestro Twitter? Toda la información en nuestra cuenta ¡siguenos!  
fb.me/1NErtbufz

**Creando Media** 4 jun  
Twittear a @Creando\_Media

El movimiento se **demuestra** andando

**Creando MEDIA**

Nos sentimos orgullosos de haber trabajado durante 10 años ayudando a más de 50 clientes en la realización de más de 125 proyectos.

**¿Un proyecto en mente?**

Contacta con nosotros y pídenos una propuesta sin ningún compromiso

**Estrategia. Creatividad. Tecnología. Todo 100% digital.**

**TENEMOS LA SOLUCIÓN**

**CreandoMedia** 15 horas

Más de 10 años trabajando con muchos proyectos, el próximo sábado descubriremos nuestra web!

**PACK ARTISTA ¡FÁCIL Y CÓMODO!**

**Si eres artista éste es tu PACK**

Diseño Logotipo • Diseño Marketing Online (Redes Sociales) • Newsletter • Diseño Web • REGALO FORMACIÓN 24H COMMUNITY MANAGER

**MERCHEMAR**

Merché Mar en la receta de Creando Media

**WEB AUTOGESTIONABLE 100%**

Con blog, agenda, noticias, fotos, vídeos y enlazada con tus redes sociales. ¡Y a precios de escándalo!

**¡Infórmate ya!**

## CRÈDITS

CreandoMedia | © 2015 www.creandomedia.com |

## 6.4 TENDENCIES DISSENY WEB

Com diu el refrany, una imatge val més que mil paraules i és per això que la tendència serà a substituir contingut per grans imatges. Les imatges a tota pantalla posseeixen gran potència a l'hora de comunicar alguna cosa i permeten mostrar amb tot luxe de detalls el que a la web s'està oferint. Podríem dir que aquest 2015 el contingut visual serà el rei.

Ja està començant a utilitzar aquest recurs i va a ser un dels més vistos l'any que ve: El d'utilitzar un vídeo a tota pantalla a la Home del web. Vídeos no massa llargs i reproduïts en bucle, que fan una breu sinopsi sobre el tema del que tracta la web.

### Responsive design o l'adéu a les webs per a mòbils

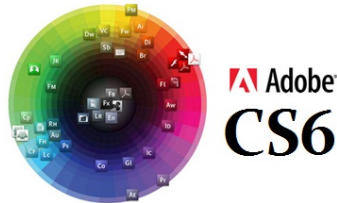
Amb l'arribada del disseny responsive, les versions web per a mòbils estan començant a desaparèixer. Per 2015 aquest tipus de webs haurien de conformar una minoria notable i qui no tingui una web adaptable estarà fora. Sí has llegit bé. Els menús, entre tots els elements del web pot considerar un dels més estàndard i que menys canvis ha sofert al llarg del temps.

En ser un element fonamental en l'estructura de la web, que situa i guia l'usuari en tot el recorregut per la web, no podia sofrir massa modificacions ja que, si no, l'usuari podia ser despistat i per tant, perdre la seva comesa . No obstant això, com l'augment de trànsit a les webs des de dispositius mòbils continua progressivament en augment, la forma com mostrem el menú o navegació de les pàgines webs canviarà. De fet ja està canviant en moltes webs. L'usuari ja ha donat per coneixença que 3 ratlletes a la part superior de la pantalla vol dir que quan punxes aquí les diferents seccions del web van a aparèixer desplegadas. I aprofitant aquesta situació i la tendència a simplificar el disseny, cada vegada serà més comú veure aquest tipus de menú a les webs.

Els llocs voluminosos que fragmenten la història de la seva marca al llarg de desenes de pàgines ja han fet història. Els usuaris ara esperen ser capaços de desplaçar-se a través de tot el que s'ofereix en una sola pàgina. Tot i que els llocs amb diverses pàgines són més amigables per al SEO, els dissenys que ofereixen contingut en forma d'una única pàgina s'estan guanyant als usuaris de smartphones i tabletetes.

## **6.5 EINES UTILITZADES I PLATAFORMES DE DESENVOLUPAMENT**

Les eines que utilitzarem per la realització d'aquest TFG seran les següents:



### ✓ **Software:**

- Adobe **Illustrator** CS6 (Maquetació dels dossiers i manuals)
- Adobe **Photoshop** CS6 (Desenvolupament de les imatges)
- Adobe **Fireworks** CS6 (Disseny vectorial d'elements, icones e imatges)
- Adobe **Dreamweaver** CS6 (Desenvolupament del codi web)
- Office (Microsoft Word i Exel)
- **Filezilla** (Per la pujada d'arxius al servidor web)

### ✓ **Hardware:**

- Ordenador IMAC amb sistema operatiu OS X Versió 10.9.4 amb processador 2.9 Ghz Core i5 i memòria de 8 GB 1600 Mhz DDR3. Tarjeta gràfica NVIDIA GeForce GT 650M 512 MB.
- Ordenador Portàtil Lenovo ThinkPad L540 Inter CORE i5 VPro.

## 7. Arquitectura de l'aplicació

El projecte **Creando Media** és un projecte nou, s'ha registrat de nou també el domini, després d'un anàlisi de les paraules clau i un estudi de la disponibilitat de dominis. Teníem molt clar que per una qüestió de màrqueting i imatge de marca només volíem un .com, i com que la idea era fer una web totalment posicionada al mercat vam comprar el domini.

És una tarja de presentació i una eina de posicionament com volem que pròximament sigui. Des dels inicis de treball amb el desenvolupament del projecte, hem treballat amb una eina de gestió de continguts com Wordpress. Després de molt llegir i d'experimentar amb altres plataformes "assequibles", com Joomla o Drupal, vam descartar finalment els altres CMS per els problemes d' usabilitat i navegació.

WordPress ofereix molts avantatges, entre les que destaquen:

- ✓ És molt fàcil aprendre a usar-lo i està a l'abast de qualsevol usuari
- ✓ No es necessiten coneixements tècnics, de programació o disseny web per crear un lloc web però nosaltres, hem re dissenyat tots els continguts a través de programació a mida.
- ✓ Instal·lació i configuració en pocs minuts
- ✓ Amigable amb els motors de cerca
- ✓ Moltes possibilitats de disseny
- ✓ S'adapta a qualsevol tipus de necessitat en la web

## Anem més a fons de Perquè Wordpress!

### Usabilitat.

El seu funcionament és intuïtiu, amb una corba d'aprenentatge poc pronunciada, idoni per que siguin els clients els que actualitzin els seus continguts. A més, no cal saber programació per fer-lo servir, tot i que si son necessaris coneixements bàsics per a personalitzar les plantilles.

### Escalabilitat

Amb ell es poden construir des de senzills blogs minimalistes fins a webs complexes, incloent-hi botigues online amb passarel·les de pagament.

### Posicionament

Des del punt de vista de programació, WordPress està molt bé construït, té molt en compte els algorismes que utilitzen els principals cercadors del món i per això és el CMS que, segons els experts, millor posiciona. Un factor clau de cara al màrqueting online. La estratègia de posicionament és la següent: El primer que hem de fer és triar bé les **keywords**. Per a això, haurem d'estudiar amb quines paraules es posiciona la nostra competència, pensar quins són els productes, serveis o idees que anem a emfatitzar i utilitzar eines com l'eina de paraules clau de Google. Aquesta ens proporciona informació sobre el volum de cerques per a les keywords que estem analitzant i, a més, ens ofereix termes alternatius. Un cop triades les keywords, assegurar-nos que el títol ("tittle") del nostre web contingui alguna d'aquestes paraules claus, que hi hagi una bona densitat de les mateixes en el contingut de la web (sense abusar) i ressaltar en negreta / cursiva .

El contingut ha de ser rellevant, d'acord amb la temàtica de la nostra web i amb aquestes paraules clau que hem triat. Tota la informació ha d'estar perfectament estructurada, a força de nivells i subnivells (estructura d'arbre), sense contingut duplicat (això no li agrada gens a google). No oblidar-nos d'una bona redacció i una ortografia correcta. El contingut és el rei i cal cuidar-lo.

Si parlem d'enllaços interns, no oblidar-nos d'ells. Cal connectar unes pàgines amb altres per facilitar la navegació, augmentar la visibilitat ... Com en tot, sense abusar-ne. I si volem ajudar, amb el tema de les imatges no oblidar l'etiqueta "alt" en totes les nostres imatges

ajuda a google a interpretar la temàtica de les imatges. Les imatges per si soles són difícils d'indexar per al cercador. Com que el nostre cas, tenim un blog, cal estructurar bé les categories i etiquetes. A google li agrada l'ordre.

Els enllaços permanents del nostre web sempre serà millor per a google les adreces tipus creandomedia.com/pagina, en lloc de la per defecte de wordpress: creandomedia.com/?p=123. Només has d'anar-te'n a Ajustes / Enllaços permanents i marcar la casella de "Nom entrada". Després, a cada pàgina / entrada podràs editar l'enllaç amb el nom que tu vulguis.



### Ajustes de los enlaces permanentes

By default WordPress uses web URLs which have question marks and lots of numbers in them; however, WordPress offers you your permalinks and archives. This can improve the aesthetics, usability, and forward-compatibility of your links. A [number of t](#) to get you started.

#### Ajustes comunes

<input type="radio"/> Predeterminado	<code>http://www.creandomedia.com/?p=123</code>
<input type="radio"/> Día y nombre	<code>http://www.creandomedia.com/2015/06/09/pagina-ejemplo/</code>
<input type="radio"/> Mes y nombre	<code>http://www.creandomedia.com/2015/06/pagina-ejemplo/</code>
<input type="radio"/> Numérico	<code>http://www.creandomedia.com/archivos/123</code>
<input checked="" type="radio"/> Nombre entrada	<code>http://www.creandomedia.com/pagina-ejemplo/</code>
<input type="radio"/> Estructura personalizada	<code>http://www.creandomedia.com</code> <input type="text" value="/%postname%/"/>

#### Opcional

Si quieres puedes introducir aquí estructuras personalizadas para las URLs de tu etiqueta o categoría. Por ejemplo, usando `te` de categorías sean algo como `http://www.creandomedia.com/temas/sin-categoria/`. Si dejas esto en blanco se usarán los

També es fundamental, un Plugin de posicionament. És fonamental, ja que ens permet posicionar cadascuna de les nostres pàgines / entrades per separat. S'instal·la des de la pestanya de connectors.



Només has de posar el nom i et sortirà l'última versió en primer lloc. Un cop instal·lat, l'actives i hauràs de configurar les seves opcions (et sortirà directament al vostre escriptori wordpress: AJUSTOS / All in One SEO). Aquí configures les dades generals del lloc. Després, a cada pàgina / entrada et sortirà una finestra del connector on podràs configurar títol, descripció i keywords d'aquesta pàgina / entrada en concret. Hauràs de assegurar-te que està activada l'opció de mostrar el connector a Opcions de pantalla de l'escriptori WordPress.

En tots els manuals de SEO ens parlen de la importància del **sitemap.xml**, un arxiu on vam indicar a google l'estructura del nostre lloc perquè aquest ens indexi correctament. Bé, en WordPress et instal·les aquest connector i t'ho fa tot sol. No has de preocupar de res més. D'altra banda, també és molt important analitzar els resultats de la nostra pàgina web amb Google Analytics, tots els sabem. Doncs WordPress disposa d'un fantàstic plugin per integrar-lo. Un cop tens donada d'alta el teu compte a Analytics i has afegit la pàgina web que vols analitzar, Google t'ofereix un ID de seguiment, així com un codi que cal col·locar en totes les pàgines del lloc web que vols analitzar. Amb aquest plugin, Google Analytics for WordPress (t'ho instal·les i el actives des wordpress, com tots), només has de indicar el teu ID de seguiment. Oblida't de caminar col·locant codi.

Una vegada que tens la teva pàgina web és convenient donar-la d'alta en directoris generals i especialitzats. Donem visibilitat i ens ajuda a millorar el page rank. I ja està! Per descomptat hi ha moltes més coses que es poden fer. El SEO es pot perfeccionar, però aquestes són al meu parer les regles bàsiques per posicionar en cercadors una pàgina web feta amb Wordpress

## **Preu**

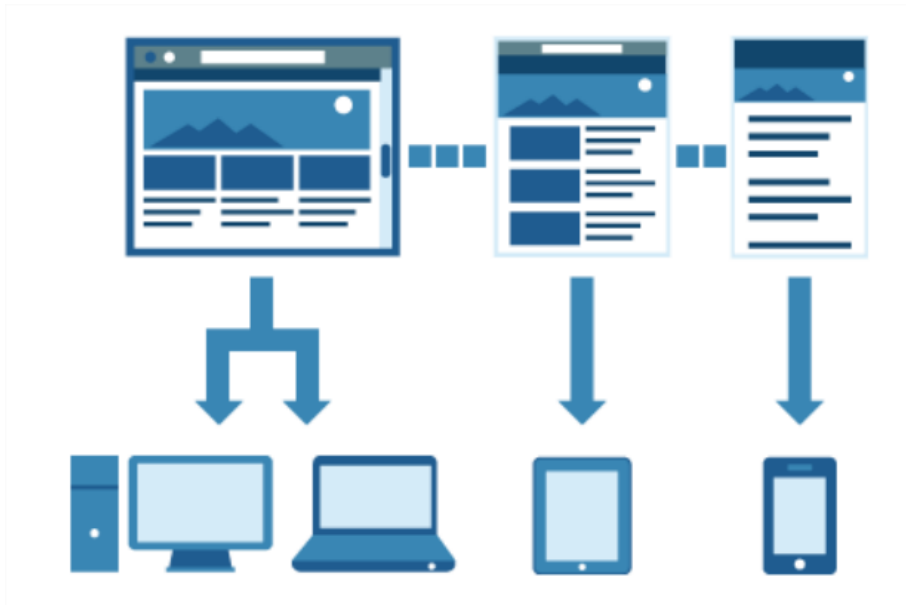
Wordpress és totalment gratuït. I tots els seus complements, plugins i widgets, també són gratuïts o es poden aconseguir a molt bon preu. A més, les llicències de les plantilles, també conegudes com a temes, tenen un preu molt assequible, i els seus desenvolupadors/dissenyadors solen oferir un suport i una atenció tècnica en adquirir-les, a més d'actualitzacions freqüents que milloren les seves funcionalitats tècniques. Aquest preu assequible permet que, en cas de necessitat una nova web o noves funcionalitats, es pugui plantejar un nou disseny de la web poc traumàtic, ja que els continguts i l'estructura (seccions, pàgines) no es perdrien.



Permet definir diferents usuaris i rols d'usuari (administrador, col·laborador, etc.), programar la publicació de les entrades, fer zones d'accés restringit mitjançant contrasenya, publicar per e-mail, traduir la seva interfície, importar continguts d'altres gestors, guardat automàtic, permet comentaris i integració amb xarxes socials, implementar un cercador intern a la web, pujar tot tipus d'arxius multimèdia (fotos, vídeos, àudios, etc.)... Cal comentar, que inicialment Wordpress va néixer com a plataforma de blogs, aquest CMS ha evolucionat d'una forma espectacular fins a poder crear, avui en dia pàgines completes i per la meua experiència com a enginyer informàtic no té res a envejar a webs programades des de zero. Es poden trobar plantilles adaptades a pràcticament qualsevol model de negoci, amb funcionalitats exclusives desenvolupades i testades per milers de programadors de tot el món. A més, com que aquestes plantilles professionals són totalment personalitzades nosaltres hem intentat adaptar al màxim els estils. Entenem que tant pel que fa a la seva estètica (colors, fons, tipografies, etc.) com a la seva maquetació (mòduls, *widgets*, plugins, etc.), la veritat és que resulta difícil trobar dues pàgines iguals.

Sense oblidar que tot i tenir una plantilla que potser altres projectes hauran utilitzat, seran els textos i el material multimèdia de cada pàgina, en definitiva, la imaginació i la creativitat de cada projecte, el que realment dona vida i caràcter a les pàgines.

Al següent apartat veurem quina plantilla hem escollit i quins són els motius que han fet decidir per aquest tipus de plantilla. La resta de les visualitzacions estan automatitzades. Una altra cosa que tenia molt clara és que el disseny havia de ser responsive, és a dir, adaptatiu a qualsevol format de pantalla, una tècnica que mitjançant estructures i imatges fluides, i un ús molt peculiar dels estils CSS, permet adaptar automàticament la web a l'entorn de l'usuari. Així, per exemple, els continguts, incloent-hi textos, mòduls i elements gràfics, es redistribueixen de manera automàtica en funció de la pantalla de l'usuari, ja sigui un monitor, un portàtil, una tablet o un smartphones, oferint en cada cas la màxima llegibilitat i usabilitat.



Per aquest motiu vaig descartar algunes plantilles, i vaig decidir-me per aquesta. Als annexos es poden veure captures de pantalla de la web adaptada a PC, tablet i smartphones. En definitiva, que les seves possibilitats són increïbles per donar resposta a pràcticament qualsevol projecte.



La plataforma Wordpress de Creando Media està allotjada a un servidor Italià, concretament ARUBA, que per un preu mòdic, ofereix un servei d'allotjament web molt complet i escalable en funció de les necessitats i el tràfic il·limitat gratuït, cosa que a Espanya cap empresa ho ofereix.

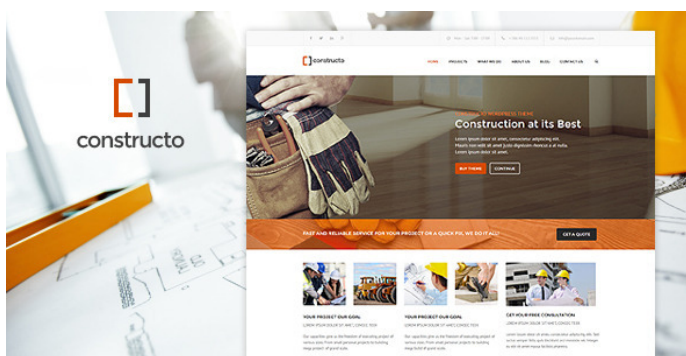
## **Característiques hem contractat com a servidor HOSTING**

El servei **Domini + Hosting Windows i Linux + Correu** permet registrar un domini amb extensió a triar entre les disponibles i disposar d'espai il·limitat en disc per publicar les pròpies pàgines i els propis arxius. Elegir el servei Hosting Windows + Linux, serà possible triar si fer apuntar el host www del domini sobre la plataforma Windows o Linux (la variació podrà ser sol·licitada mitjançant la funció existent en el Panell de Control)

Basant-se en les dues plataformes, el servei Hosting Windows + Linux suporta de manera nativa dels llenguatges Perl i PHP (a la plataforma Linux) i ASP i NET Framework (a la plataforma Windows 2012).

## 9. Plantilla elegida

Dins de Wordpress, tenim la gran possibilitat d'adquirir una part de la feina de desenvolupament web ja treballada, aquesta son les plantilles (*themes*). En primer lloc volem comentar perquè hem decidit comprar una plantilla a la pàgina web de [www.themeforest.com](http://www.themeforest.com)

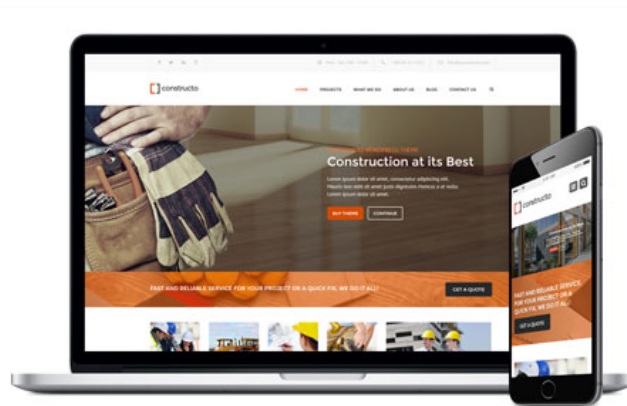


Els inicis del TFG volíem dedicar-nos més temps amb el disseny que amb la programació del site, per tan decidir adquirir la part del plantilla base comprant-la a la pàgina web de venda de plantilles.

### Quina plantilla s'ha elegit i perquè?

Hem adquirit la plantilla **Constructo** dins d la gran quantitat de temes perquè hem analitzat el volíem publicar a través de l'arquitectura de la informació de Creando Media.

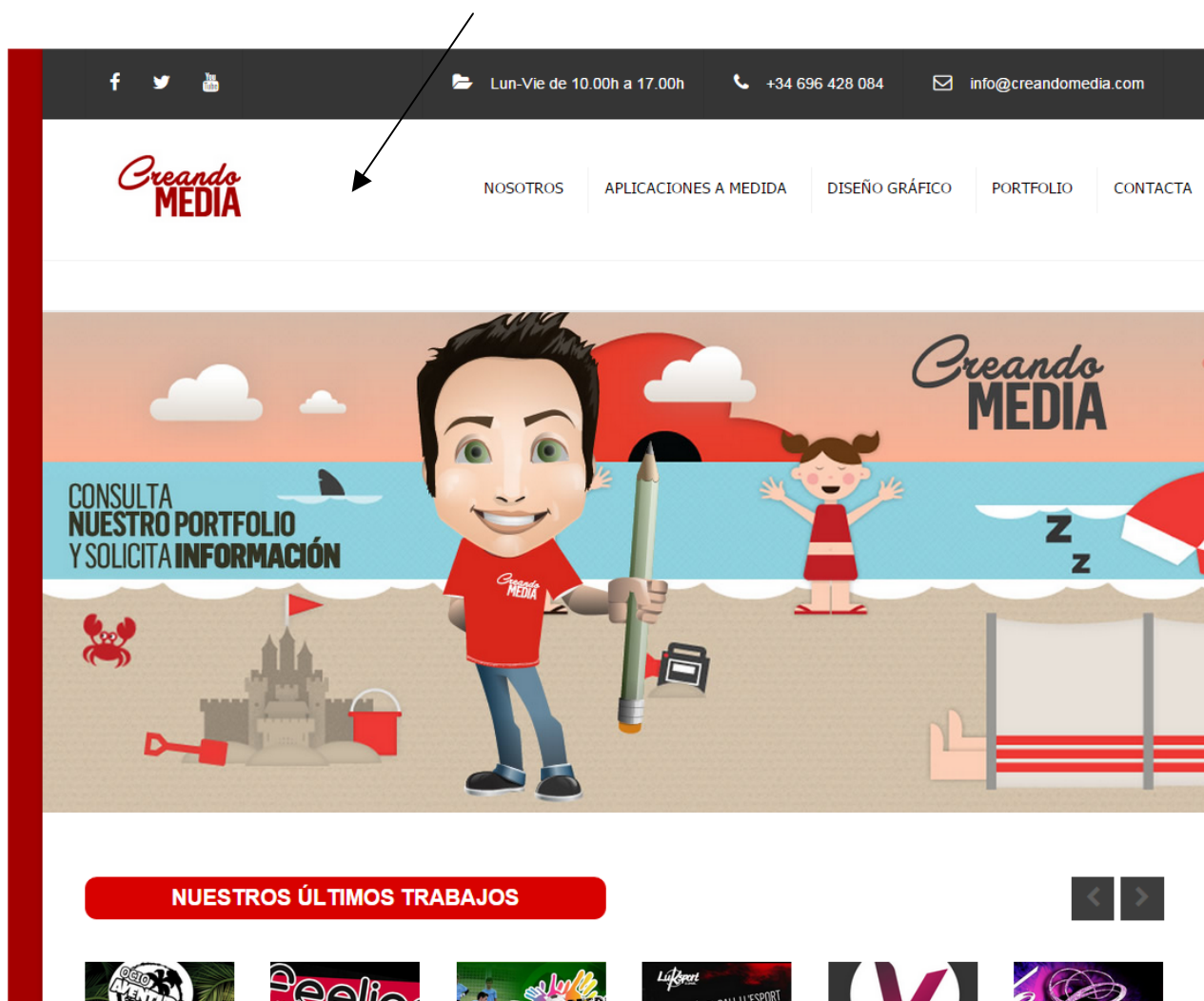
Volem una forma senzilla, neta, elegant com a interfície per tant nosaltres modificarem amb gran mesura tots els estils i afegirem la nostra identitat gràfica a la pàgina web. Un dels motius principals és que tenim el **Visual Composer Page Builder** aquest, és un plugin de WP ideal per a la composició de webs. Això ens ha fet descartar més de 50 plantilles diferents.



També tenim a l'inici un **Slider** molt gran i dinàmic que ens servirà per mostrar totes les nostres promocions de disseny gràfic. La idea serà doncs adaptar la plantilla a un treball de creació gràfica, aplicant les normes i justificacions de tot el procés d'identitat gràfica de

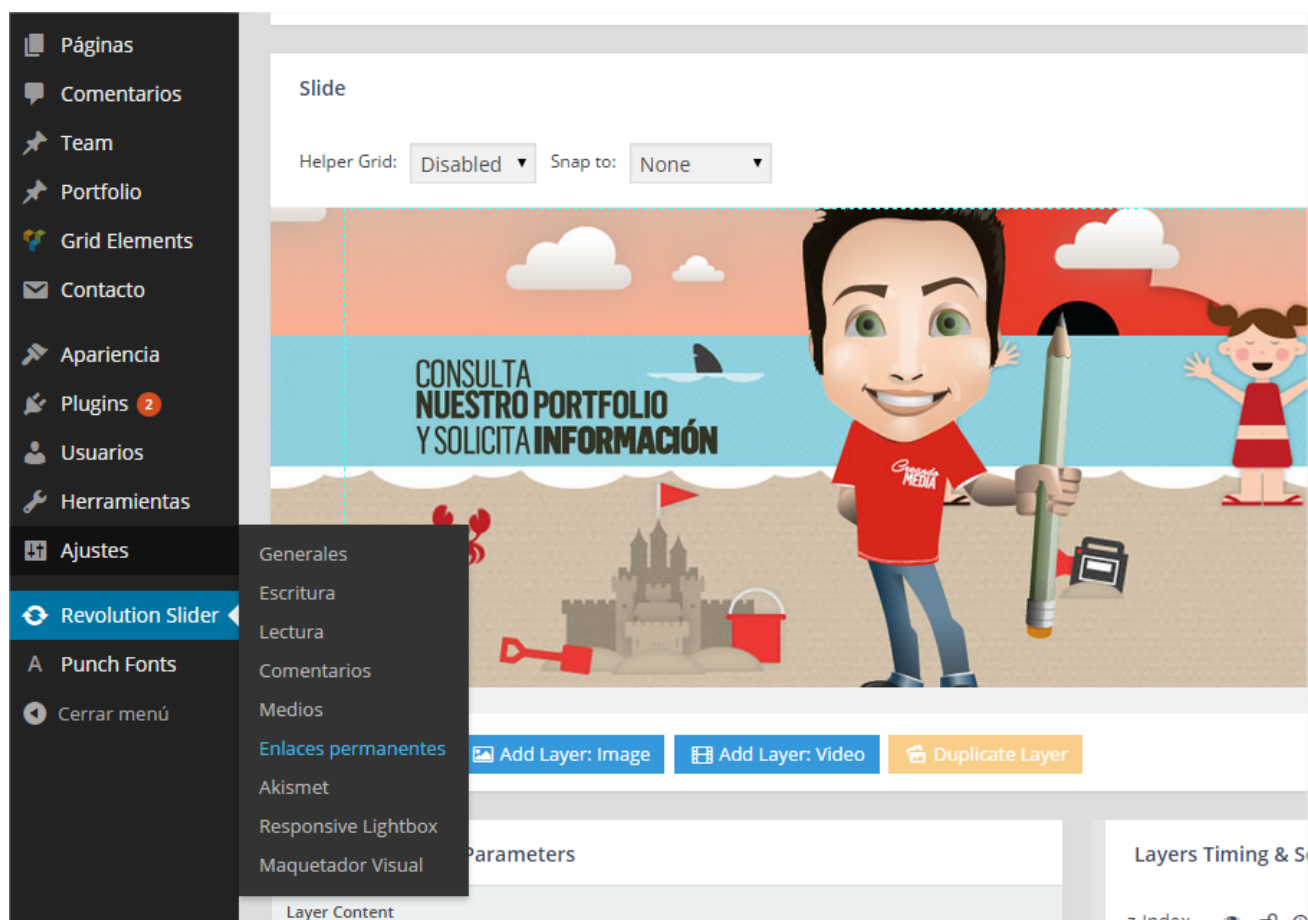
CreandoMedia. Plasmarem la marca amb totes les possibilitats de la plantilla per veure el treball i la versatilitat del disseny de la web.

Finalment, sobre el tema de les plantilles legals és molt important destacar el tema legal de les llicències del tema, rebrem suport del autor del tema, actualitzacions mensuals i feedback entre altres usuaris per a possibles problemes.



No entrarem amb detall en el tema de plantilles, perquè es una activitat externa però imprescindible per al nostre portfoli, podem comentar que independentment de l'orientació que li vulguem donar, hi ha una característica gairebé imprescindible per a totes: el disseny adaptable. Amb una sola versió de la nostra web i per mitjà del full d'estils CSS, permetrà que el nostre lloc es re-disseny i segons sigui la resolució de la pantalla des d'on el visualitzem.

Una de les característiques més importants és que crearà un menú més accessible i eliminarà la informació menys rellevant per tal de millorar la navegació, per exemple el peu de pàgina o les sidebars. Si triem un disseny no adaptable (non responsive) és probable que el trànsit procedent d'aquests dispositius romanguí i navegui menys pel nostre lloc. No entrarem amb detall sobre la plantilla, el que hem fet es crear, innovar i potenciar-la en tots els termes de disseny, hem modificat estils, hem ubicat nous elements. I sempre aprofitant el que ens dona com a feina extra feta. És important no perdre entre les infinites plantilles i les seves opcions. Quan vegis que estàs naufragant pregunta't pel més important: **¿quin contingut vaig a mostrar?** Aquí tens la clau. Les programacions complexes i vistoses de vegades no aporten valor a la nostra pàgina i no són una bona idea. El disseny ha de ser un reflex del que estàs intentant comunicar però sense descuidar la usabilitat, els temps de càrrega i la facilitat a l'hora de modificar tema. La millor plantilla de totes serà en la que millor imaginis teus continguts i més facilitats et de per exposar-los.



## **10. Plataforma de desenvolupament**

### **Requeriments tècnics per la pàgina web**

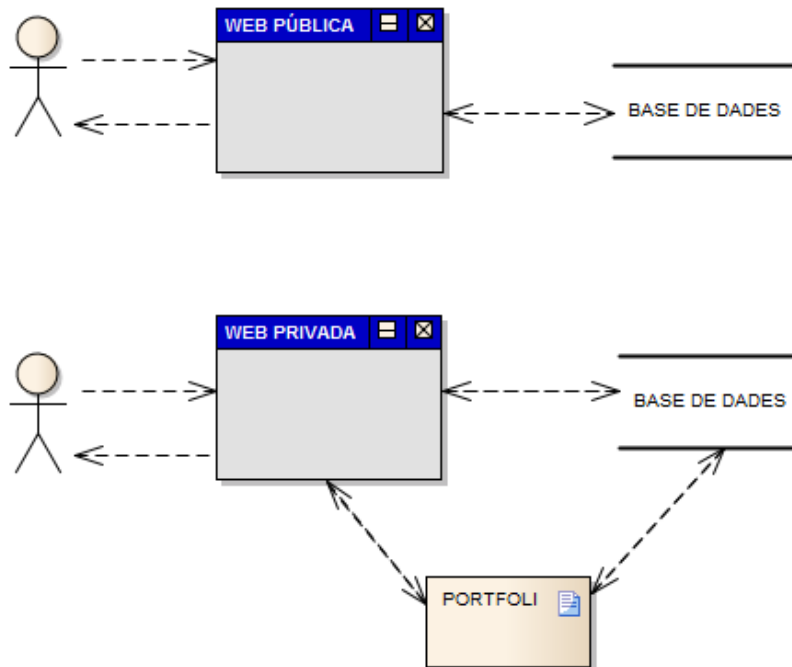
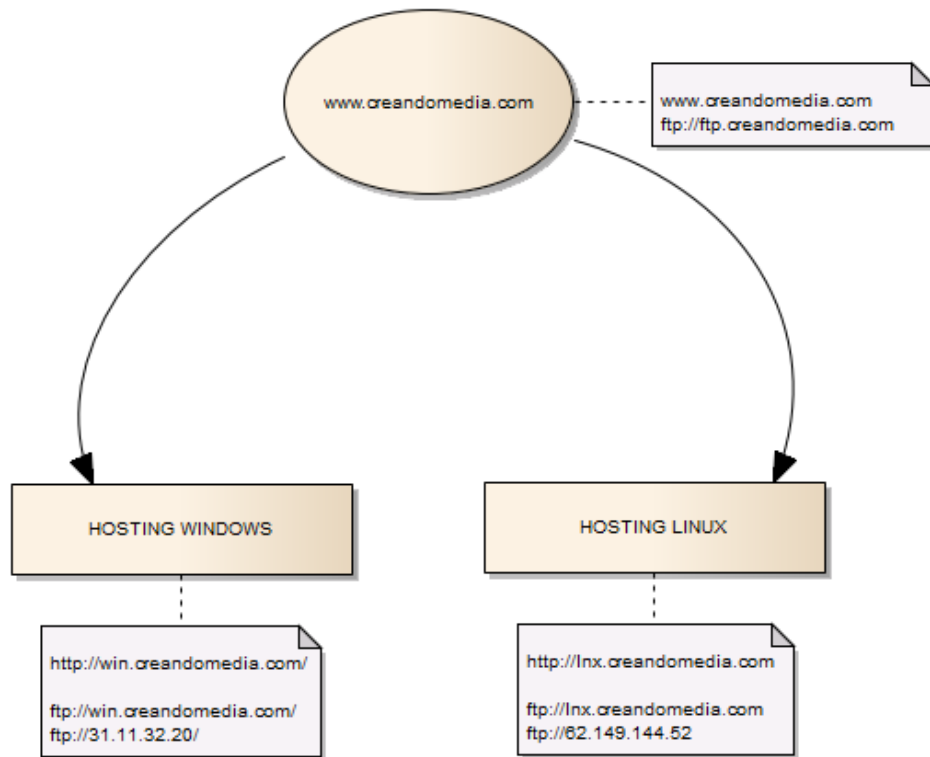
- Php >= 5.3.3
- .NET
- Mysql 5.1
- Javascríp
- Control de versions Git
- HTML5
- CSS3
- Ajax

### **Requeriments de servidor web:**

Escollint el servei Hosting Linux + Windows, és possible destacar el host www del propi domini a plataforma Windows o Linux. En qualsevol cas es posaran a la teva disposició dues direccions addicionals del tipus win.creandomedia.com i lnx.crenadomedia.com, allotjades respectivament en un web server Windows i un Linux.

D'aquesta manera es podrà disposar, per a un mateix domini, d'ambdós sistemes operatius i d'aquesta manera poder aprofitar els avantatges oferts per ambdós Basat en ambdues plataformes, el servei suporta els llenguatges Perl i PHP en Linux i ASP.NET/.NET Framework 3.5 / 4.5 a la plataforma Windows. Escollint el servei Hosting Linux + Windows, és possible utilitzar el host www del propi domini a la plataforma Windows o Linux.

Els dos espais web disponibles amb aquest servei (Linux i Windows) es poden utilitzar de forma simultània, és a dir, es poden crear vincles (o enllaços) entre pàgines presents en Windows i les presents en Linu, sense produir un mal funcionament del lloc . D'aquesta manera, es poden utilitzar llenguatges i aplicacions adequades per a ambdues plataformes, superant les "limitacions" de cadascuna d'elles: aquesta és una de les principals avantatges d'activar la doble plataforma.





## **Requeriments del client web:**

El client podrà accedir al web a través del navegador, smartphone o tablet tenint accés a totes les mateixes funcions. Això és possible gràcies a la manera de treballar *Responsible web design* fent ús del llenguatge HTML5 i CSS3 aplicat al tema de Wordpress.

## **Manteniment del sistema:**

El servidor comptarà amb un sistema de còpies de seguretat per a assegurar la integritat de les dades. Així mateix la programació i disseny del sistema queda obert a un procés de millora constant i ha de ser prou flexible per a ser capaç d'incorporar altres aplicacions complementàries a les que s'introdueixen en aquesta primera versió del web.



# 12 Procés de treball

## 1. KICKOFF – DEBAT IDEES (1 SETMANA)

Pluja d'idees - Brainstorming d'idees pel projecte.

Anàlisi i selecció amb la supervisió del coordinador.

### Objectius:

- ✓ Aprofitament de tots els coneixements adquirits durant el Grau Multimèdia
- ✓ Compaginació amb la meua activitat professional com enginyer informàtic.
- ✓ Projecte Multimèdia

## 2. DEBAT IDEES I DEFINICIÓ DE REQUERIMENTS

- ✓ Anàlisis d'opinions amb coordinador i contrast de solucions.
- ✓ Disseny abast de projecte i presentació de la memòria en primer borrador.

## 3. ENTREGA (PAC1)

- ✓ Es realitza l'entrega de la primera part de la memòria i la planificació.

## 4. FEEDBACK

- ✓ Modificacions **FeedBack** amb coordinador per a possibles millores, solucions, definicions d'objectius i fites assolir. Proposta Formal del Projecte.

## 5. BRIEFING DEL PROJECTE I CÀLCUL DE PRESSUPOSTS

- ✓ Definició del brifing del projecte. Recollirà tota la informació necessària per al projecte, establirem el calendari, fases i condicions que es desenvoluparan.
- ✓ També contempla la creació del pressupost.
- ✓ Avaluació de riscos.

## 6. FASE DE DISSENY DE MARCA

### 6.1 PRIMERA FASE

- ✓ Disseny manual d'identitat gràfica.
- ✓ Definició de marca i normes d'ús. Exemples.
- ✓ Disseny del Branding de Marca.
- ✓ Merchandising
- ✓ Promoció exemples.

### 6.2. SEGONA FASE

- ✓ Disseny dossier Portfoli, contemplarà també la informació corporativa.

## 7. ENTREGA (PAC2)

- ✓ Durant aquesta entrega s'entregaran totes les fases anteriors, la memòria i els annexos corresponents al manual d'identitat gràfica, el branding de marca, el dossier corporatiu i el brífing inicial.

## 8. FASE D'ARQUITECTURA I INSTAL·LACIÓ WEB

- ✓ Definició i estructura de continguts web.
- ✓ Definició dels WireFrames
- ✓ Arquitectura de l'informació
- ✓ Instal·lació del Hosting i Wordpress.
- ✓ Programació i desenvolupament de la pàgina web.

## 9. FASE DESENVOLUPAMENT WEB

- ✓ Disseny de la interfície Web
- ✓ Disseny elements d'interacció
- ✓ Creació de continguts Web
- ✓ Es crearà un portfoli amb mostra de tots els nostres projectes realitzats.

## 10. ENTREGA (PAC3) ENTREGA 12 DE MAIG

- ✓ Entrega de tots els documents modificats.

## 11. FEEDBACK

- ✓ Possible *FeedBack* amb coordinador per a possibles millores.

## 12. EL·LABORACIÓ PRESENTACIÓ

- ✓ Es realitzarà tota la documentació necessària.
- ✓ Feedback de la memòria del TFG.
- ✓ S'entregarà el vídeo – presentació.
- ✓ Es publicarà a l'espai desitjat.

## 13. ENTREGA (PAC4)

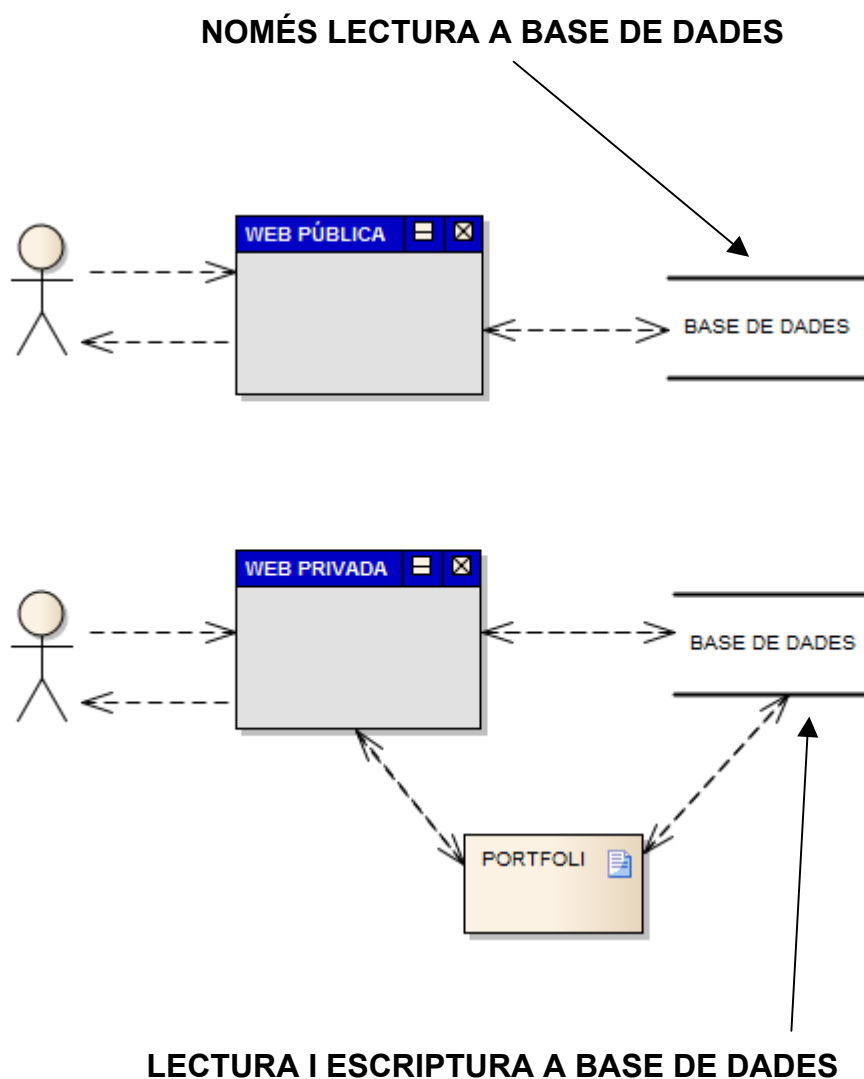
- ✓ S'entregarà tot el material realitzat juntament amb la documentació i el vídeo presentació.

## 14. TANCAMENT DEL PROJECTE

## 13. Diagrames UML

En el nostre projecte, no tenim moltes classes definides, però hem separat amb un disseny simple d'UML la part pública de la part privada.

La part pública l'usuari podrà accedir al contingut públic i consultar-ne així la seva informació.



En el cas de la part privada, l'usuari registrat mitjançant **login** i **password** podrà accedir al panel de control de la pàgina web, per modificar el contingut de la web i en aquest cas també el de la base de dades. Els usuaris registrats tenen els permisos per modificar tota la informació referent a les pàgines, als portfoli de clients definits i també a tota la informació

com galeries d'imatges i configuracions web.

## **14. Disseny Web**

Aquesta fase del projecte explicarem com hem dissenyat a través de la plantilla els diferents **Wireframes** de la nostra aplicació web i com haurem distribuït tota la informació. Com en anteriors apartats es dividiran en vàries parts.

### **Arquitectura de l' informació**

Abans de començar a desenvolupar el lloc web hem de definir una estructura per a aquest i els nivells de profunditat i navegabilitat del lloc. La pàgina web dels nostres serveis ha de contenir les següents seccions.

NOSALTRES	APLICACIONS A MIDA	DISSENY GRÀFIC	PORTFOLI	CONTACTA
-----------	--------------------	----------------	----------	----------

El nostre lloc web té una estructura d'arbre, l'arrel és la pàgina de inicial com a portada i referència per accedir a les notícies i altres promocions destacades, en la qual s'exposen les diferents seccions que contindrà el nostre lloc. La selecció d'una secció ens condueix, així mateix, a una llista de subtemes que poden o no dividir-se. Hi hauran apartats com disseny gràfic i web que si tindrem sub-elements.

Aquest tipus d'organització permet al lector conèixer en quin lloc de l'estructura es troba, a més de saber que conforme s'endinsa en l'estructura, obté informació més específica. La informació més general es troba en els nivells superiors. En el cas de la pàgina web que realitzarem, la nostra estructura només tindrà un nivell de profunditat, no existiran retrocessos per accedir a les seccions, tots els nivells són accessibles amb un sol clic gràcies a un menú principal situat a la capçalera de totes les pàgines del nostre lloc web. Hem dividit l'aplicació en les diferents seccions per tal d'estructurar totes les dades que volíem a la nostra pàgina web.

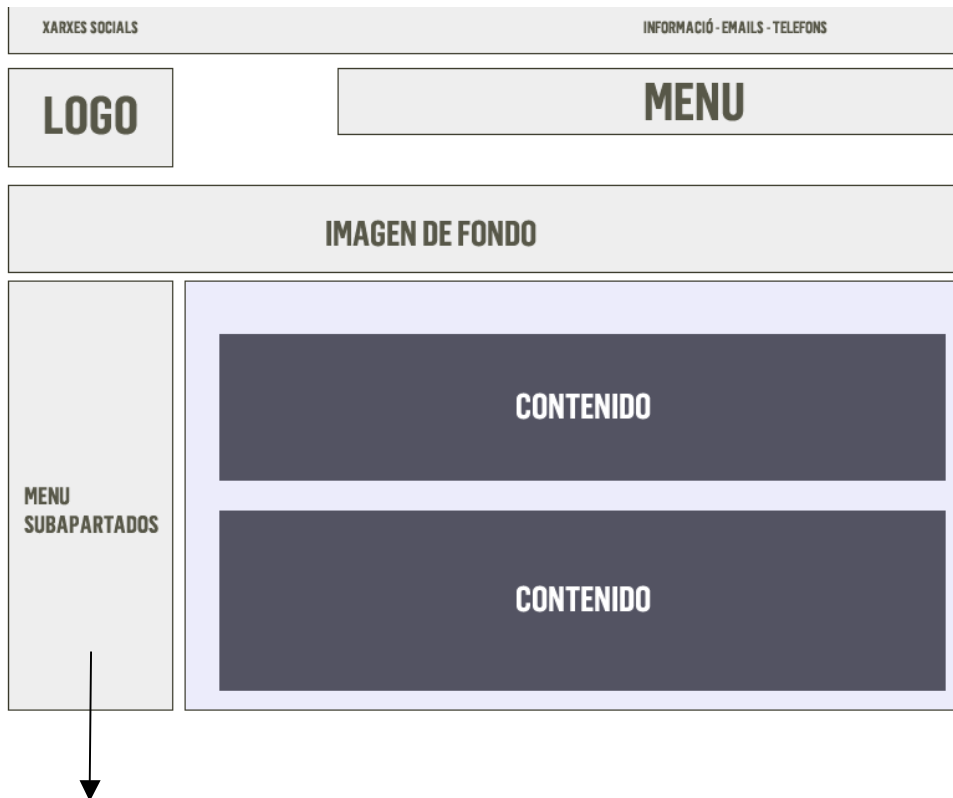
# WireFrames

## WIREFRAME INICI

The wireframe on the left defines the structure of the website. It includes a top navigation bar with social media links and contact information. Below this is a menu, a large slider area, a section for recent works, and a blog section. The bottom part of the wireframe is dedicated to promotional content, including social media feeds for Twitter and Facebook, and two promotional banners.

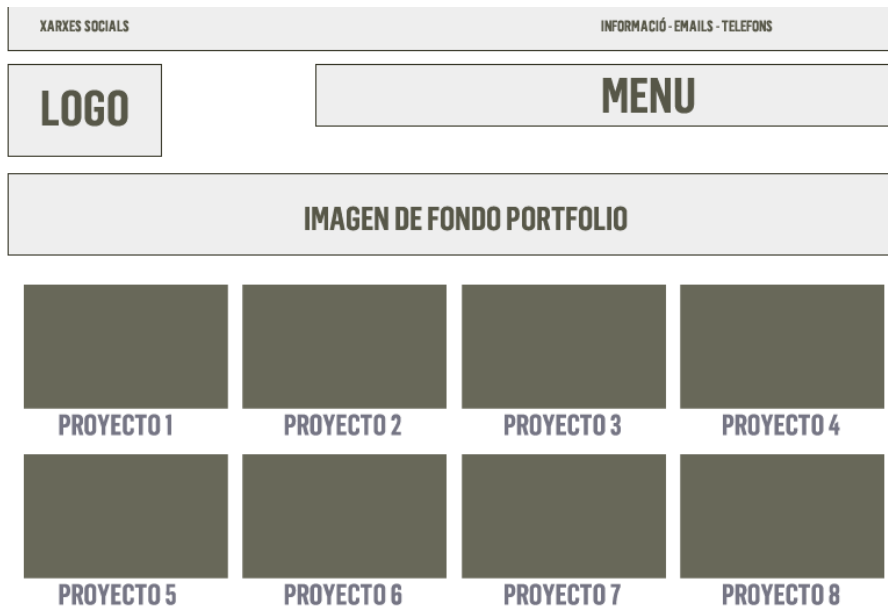
The website screenshot on the right shows the implementation of this wireframe. The header features the 'Creando Media' logo and navigation links. The main banner is a beach-themed illustration with the text 'CONSULTA NUESTRO PORTFOLIO Y SOLICITA INFORMACIÓN'. Below the banner is a grid of 'NUESTROS ÚLTIMOS TRABAJOS' (Our latest works). The blog section features three posts with titles like '¡Diseño para Romántico Latino!', '¡Promoción JUNIO 2015!', and '¡Menta Beach Party at Volcano!'. The footer contains social media feeds and promotional banners for various services.

# WIREFRAME PÀGINES INFORMACIÓ

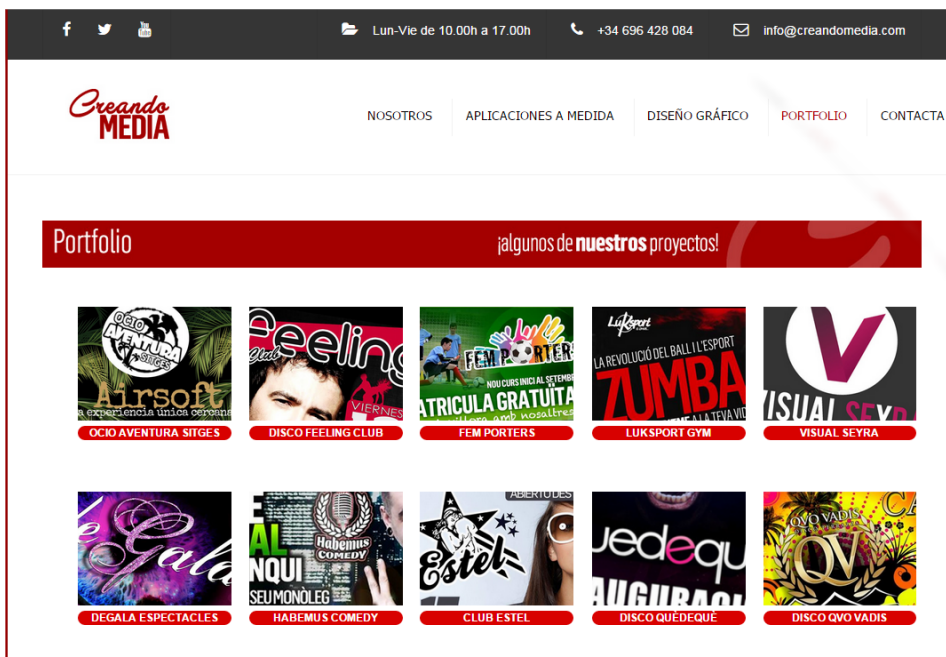




# WIREFRAME PORTFOLI GENERAL



## Aplicació de la Marca al exemple de portafolis



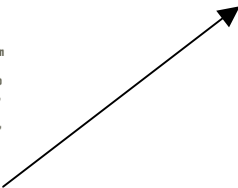
# WIREFRAME DEMO PORTFOLIO PROYECTO

XARXES SOCIALS		INFORMACIÓ - EMAILS - TELEFONS	
LOGO	MENU		
IMAGEN DE FONDO PORTFOLIO			
FOTO 1 PROYECTO	<p>Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. Fue popularizado en los 60s con la creación de las hojas "Letraset", las cuales contenían pasajes de Lorem Ipsum, y más recientemente con software de autoedición, como por ejemplo Aldus PageMaker, el cual incluye versiones de Lorem Ipsum.</p>		
FOTO 2 PROYECTO	<p>Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. Fue popularizado en los 60s con la creación de las hojas "Letraset", las cuales contenían pasajes de Lorem Ipsum, y más recientemente con software de autoedición, como por ejemplo Aldus PageMaker, el cual incluye versiones de Lorem Ipsum.</p>		
FOTO 3 PROYECTO	<p>Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. Fue popularizado en los 60s con la creación de las hojas "Letraset", las cuales contenían pasajes de Lorem Ipsum, y más recientemente con software de autoedición, como por ejemplo Aldus PageMaker, el cual incluye versiones de Lorem Ipsum.</p>		
FOTO 4 PROYECTO	<p>Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. Fue popularizado en los 60s con la creación de las hojas "Letraset", las cuales contenían pasajes de Lorem Ipsum, y más recientemente con software de autoedición, como por ejemplo Aldus PageMaker, el cual incluye versiones de Lorem Ipsum.</p>		

LISTA TECNOLOGIA

ENLACES WEB PROYECTO

## Aplicació de la Marca a un exemple de Portfoli



## 15. Usabilitat/UX

A continuació explicarem quina es l' informació sobre com s'han aplicat principis i tècniques d' usabilitat i experiència d'usuari al treball realitzat. Podríem definir la “usabilitat” com la facilitat amb que les persones poden fer servir una eina en general, o en aquest cas, una pàgina web amb la informació corporativa de l'empresa.

En el nostre procés de desenvolupament varem tenir en compte la usabilitat, tant des del punt de vista del back-end com, sobre tot, de l'usuari, on juga un paper fonamental el disseny de la plantilla seleccionada.

D'una banda, Wordpress és una plataforma molt fàcil de fer servir, amb una organització per pestanyes de tots els serveis molt intuïtiva. D'una altra, la plantilla seleccionada per tirar endavant el projecte també fa gala d'una gran usabilitat. Un disseny minimalista i intuïtiu, amb conceptes clars que faciliten la navegació, convida a fer scroll, sobre tot a dispositius mòbils. A més, es tracta d'un disseny responsive, que garanteix la màxima usabilitat també sobre petites pantalles.

Jakob Nielsen, un del principals teòrics sobre usabilitat, va definir les “10 regles heurístiques o principis bàsics d' usabilitat” que he intentat aplicar al disseny de la meva web:

1. Visibilitat de l'estat del sistema. El lloc web o aplicació ha de mantenir sempre informat a l'usuari del que està passant i brindar-li una resposta en el menor temps possible.
2. Relació entre el sistema i el món real. Utilitzar el llenguatge de l'usuari, amb expressions i paraules que li resultin familiars. I mostrant la informació en un ordre lògic i natural.
3. Llibertat i control per part de l'usuari. En cas de triar alguna opció del lloc web o aplicació per error, l'usuari ha de disposar d'una “sortida d'emergència” per desfer l'opció realitzada.
4. Consistència i estàndards. Els usuaris no tenen per què saber que diferents paraules, situacions o accions signifiquen el mateix.
5. Prevenició d'errors. És important ajudar a l'usuari al fet que no caigui en un error.
6. Reconèixer abans que recordar. Fer visibles accions i opcions perquè l'usuari no

tingui què recordar informació entre diferents seccions o parts del lloc web.

7. Flexibilitat i eficiència en l'ús. Tant per usuaris bàsics, com avançats. Els acceleradors o dreceres de teclat, per exemple, poden fer més ràpida la interacció per a usuaris experts.
8. Disseny estètic i minimalista. Les pàgines no han de contenir informació innecessària. Cada informació extra competeix amb la informació rellevant i disminueix la seva visibilitat.
9. Ajuda als usuaris a reconèixer, diagnosticar i recuperar-se dels errors. Els missatges d'error han d'estar redactats amb un llenguatge senzill i proper.
10. Ajuda i documentació. Encara que és millor que el lloc web pugui ser usat sense ajuda, pot ser necessari proveir cert tipus d'ajuda.

## 16. Interfaç

En els últims anys, el context empresarial de les empreses dels serveis multimèdia han canviat de manera molt important, i els mercats s'han sofisticat. Si



en el passat el producte era el rei de les campanyes de màrqueting, actualment el centre s'ha desplaçat clarament al client o usuari. Davant la varietat d'ofertes actuals per a productes similars, els clients són cada vegada més selectius, i exigeixen que el producte proporcioni experiències satisfactòries. Per a això, crearem un lloc web amb una interfície atractiva en la qual l'usuari no només rebrà sinó que buscarà el que vulgui, quan vulgui i en el temps que vulgui dels nostres serveis multimèdia.

### INTERFAÇ DE LA PÀGINA WEB

La interfície del lloc web, qualsevol sigui l'objectiu que persegueixi, ha de donar compte de normes de caràcter general, que es refereixen a les seves característiques com a sistema d'informació i comunicació. Gràcies al compliment d'aquestes, l'usuari aconseguirà accedir a les informacions que se li ofereixen i, a més, podrà realitzar les accions que l'organisme propietari de l'espai digital li lliura a través d'aquest sistema. La interfície que definirem estarà dissenyada per ser adaptada a un lloc web i, al seu torn, permetre també que pugui ser visualitzada en dispositius mòbils (smartphones i tablets). el producte multimèdia estarà desenvolupat mitjançant codi HTML, CSS i JavaScript (jQuery). La interfície s'adaptarà a qualsevol resolució de pantalla, intentant ocupar sempre el 100% de aquesta, sent així una interfície amb disseny responsiu.

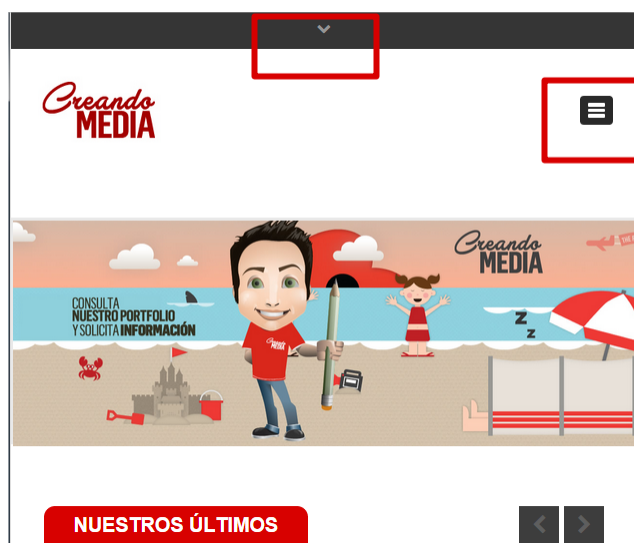
Aquestes característiques tenen a veure amb els elements d'identificació, de navegació, de continguts i d'acció que el lloc web ha de contenir, tots els quals s'analitzen en aquesta secció. L'existència i importància d'aquests elements, com així mateix la ubicació que han de tenir en la interfície, s'ha vist comprovada a través de les investigacions que s'han fet al voltant de les pàgines web.

És important que les interfícies es construeixin tenint en compte aquesta evidència, per tal d'assegurar que els visitants rebin la informació quant arribin al lloc web, permetent que el disseny web contribueixi al millor ús dels continguts i funcionalitat, en lloc d'afectar aquest ús.

Respecte dels elements de la interfície, els aspectes més rellevants a tenir en consideració són els següents:

- ✓ Ús de logotips
- ✓ Sistema de navegació
- ✓ Àrees de continguts
- ✓ Àrees d'interacció
- ✓ Experiència d'usuari

## INTERFAÇ PER A MÒVILS I TABLETS



(*Responsive design*) i disseny a mida

Creació d'interfície per a mòbils, tablet, web, optimitzant l'estructura per adaptar-lo a les seves característiques específiques i orientats a la consecució d'objectius. En l'actualitat qualsevol projecte a Internet s'ha d'adaptar als diferents dispositius que utilitzen els usuaris.

Hi ha dues tendències clares segons la naturalesa del projecte disseny adaptable

A la nostra captura podem veure com els elements emmarcats amb vermell han sigut automàticament reemplaçats per la versió *tablet o mòvil*.

## 17. Identitat visual

La identitat corporativa és l'aposta estratègica que fa una marca perquè sigui percebuda de una forma o una altra. És la seva personalitat, el seu caràcter. Resulta de la combinació de factors físics i emocionals que confereixen a la marca una aura que la diferencia de la resta de firmes que ofereixen productes similars. La identitat de la marca es fa visible en la seva imatge corporativa: representació gràfica i estils de aquesta. En el cas de la nostra marca Creando Media, el **manual d'identitat visual** que hem creat per a la marca es compon de les següents seccions: logotip i anagrama, versions, colors corporatius, tipografia utilitzada, cromatisme, versions monocromàtiques. Per altra banda el document de **Branding de Marca** serà la visió principal de les diverses aplicacions sobre fons de color, papereria comercial (targetes de visita, sobre, full Din A4), disseny de les pancartes, merchandising i aplicacions de marketing.

La importància de tenir definits uns estils globals, tant colors com tipografies i anagrama ens permeten fer un lloc web totalment integrat amb la marca, el qual des del punt de vista del disseny centrat en l'usuari ha de presentar una coherència visual, que sempre permeti saber a els visitants on es troben i que és el servei **multimèdia** que estan consultant.

The image shows a social media profile for 'Estudio Multimedia'. The profile header includes the name 'Estudio Multimedia' in a stylized font, the website 'www.creandomedia.com', the email 'info@creandomedia.com', and the phone number 'Tlf. 696428084'. To the right of the text are four icons: a bar chart, a pencil, a magnifying glass, and a group of people. Below the header, there are statistics: TWEETS 278, SIGUIENDO 1.543, SEGUIDORES 268, and FAVORITOS 5. The profile picture is a black square with the 'Creando MEDIA' logo and a cartoon character holding a pencil. Below the profile picture, the name 'Creando Media' and the handle '@Creando\_Media' are visible, along with the text 'TE SIGUE'. The main content area shows a tweet from 'Creando Media @Creando\_Media' posted 15 hours ago.

## 18.Seguretat

Precisament per la gran popularitat que ha assolit Wordpress en els darrers anys, s'ha convertit en un dels objectius més substancials pels delinqüents informàtics. Així, durant aquesta any, han transcendit algunes notícies relacionades amb els atacs de força massius contra webs basades en Wordpress<sup>15</sup>. Tot i que Wordpress és una plataforma força segura, considero imprescindible la creació d'un protocol de seguretat que aplicaré a totes les webs, començant per la meua.

Programació de còpies de seguretat periòdiques de tota la web, tant dels continguts (tema, plugins, entrades, arxius multimèdia), com de la base de dades. Per fer-ho, m'aprofitaré de la comoditat de treballar al núvol, i utilitzaré algun plugin que permeti automatitzar aquesta còpia.

Una bona solució la tenim en **Wordpress Backup to Dropbox**<sup>16</sup>, que permet programar una còpia incremental de tota la pàgina a un compte del popular servei de disc dur virtual.

Actualització periòdica de Wordpress, de les plantilles i dels seus plugins. Mantenir al dia la plataforma és la millor manera de prevenir incidències de seguretat. Tot i així, cal comprovar que la plantilla instal·lada sigui compatible amb la nova versió de Wordpress abans de realitzar l'actualització, ja que en cas contrari, poden produir-se problemes d'incompatibilitat, i algunes funcions deixarien de ser operatives. Instal·lació de sistemes de protecció contra **spam** als comentaris. Hi ha plugins que s'encarreguen de mantenir a ratlla els **spammers** que poden envair els comentaris de la nostra web. Akismet<sup>17</sup> és, sense cap mena de dubte, el més popular i eficaç. Incorporació de captches per realitzar interaccions a la web, ja sigui per deixar comentaris com accedir a les zones restringides. Així evitarem que els robots maliciosos automatitzin la generació de contrasenyes, i limitarem l'accés només a "humans". El plugin Captcha<sup>18</sup>, que proposa una senzilla operació matemàtica, és un dels més coneguts.

### Més informació sobre seguretat Wordpress

Atac massiu a Wordpress. <http://ayudawordpress.com/ataque-masivo-de-fuerza-bruta-para-acceder-a-sitios-wordpress/>

Utilització de Wordpress <http://wordpress.org/plugins/wordpress-backup-to-dropbox/>

Plugin Akismet <http://akismet.com/wordpress/>



## 19. Test

El disseny responsive de **CreandoMedia.com** ha estat testat en diferents dispositius (ordinador, mòbil, tablet), resolucions de pantalla i navegadors (Chrome, Firefox, Safari, Explorer), i en tots ells funciona correctament.

De moment he utilitzat 3 eines per provar diferents aspectes de la web:

1. **W3C Validator20**: indica que hi han alguns errors de programació que hauré de resoldre.
2. **Woorank21**: analitza aspectes relacionats amb el SEO i la usabilitat. També haig de treballar per millorar l'optimització.
3. **Pingdom22**: per analitzar la velocitat de càrrega de la web.

Amb aquestes eines, ja validades, anirem fent proves de disseny, usabilitat i, sobre tot, continguts. Pel compliment amb la legalitat vigent, tant des del punt de vista de protecció de dades com amb la denominada Llei de Cookies, he afegit una pàgina basada en el text legal.

Una vegada finalitzat tot el desenvolupament s'han de realitzar totes les proves per comprovar el correcte us i comprensió de la web per part de tercers.

## 20. Pressupost

Un dels grans avantatges de començar la creació d'una marca com un projecte d'aquestes característiques és que no és necessari una gran inversió. No cal un lloguer, ja que basta amb un ordinador i una bona connexió a Internet. Tampoc és necessari desplaçar-se a cap oficina, només amb les primeres idees de negoci. Per a la posada en marxa de Creando Media.com, les inversions realitzades fins el moment són:

- ✓ Plantilla web Constructo: **40 €**
- ✓ Hosting Aruba.it Domini + Espai Linux + Windows: **38€** anuals
- ✓ Altres despeses indirectes
  - Connexió ADSL
  - Energia elèctrica

Hardware i software: l'ordinador ja el tenia i el paquet de programes Adobe CS me l'ha proporcionat el Grau Multimèdia.

Si en un futur volem ampliar el nostre projecte amb una campanya **Newsletter**, clau en l'estratègia de comunicació i màrqueting, utilitzaré l'eina **Mailchimp**, gratuïta sempre i quan no es superin els 2.000 subscriptors o els 12.000 enviaments mensuals.

Per tant estem parlant de poca inversió.

## **21. Anàlisi de mercat**

L'anàlisi de l'oferta de serveis de desenvolupament web em va permetre identificar alguns actors molt evidents dins d'aquest escenari. Avui en dia, les empreses que proporcionen serveis d'allotjament han llençat sistemes de creació web "paquetitzats" que ofereixen hosting, domini i gestor de continguts propi per una quota mensual.

Tot i que les seves funcionalitats són limitades, es crea una dependència absoluta amb la companyia per ampliar les funcionalitats de la web, subministren una forma bàsica i assequible per crear una web sense complicacions. 1and1 i Arsys (recentment adquirida per la primera) o Wix en son exemples. Quan varem parlar d'aplicar un CMS, vam estar analitzant els més populars, com Wordpress, Joomla, Magento, etc., han sorgit companyies que simplifiquen l'autogestió de continguts per una quota mensual on aglutinen el hosting, el domini, la plantilla i l'allotjament. Potser el cas de Wordpress.com sigui un dels més paradigmàtics. Aprofitant el codi lliure del popular CMS, aquesta empresa ofereix serveis integrats per crear i allotjar webs de forma senzilla i intuïtiva, a canvi d'una quota mensual que va augmentant en funció de les necessitats de l'usuari (domini personalitzat, possibilitat de personalitzar colors mitjançant CSS 30 , afegir plugins i widgets, més ample de banda, etc.). Són eines molt interessants, però que pequen de poca o cap humanitat, ja que normalment només disposen d'un telèfon internacional, un xat o un fòrum per atendre consultes.

Les empreses de màrqueting i comunicació tradicional també ofereixen, entre els seus molts serveis, el desenvolupament web. Tot i així, a les agències els interessa que les empreses contractin més serveis de la seva cartera per què el contracte sigui rentable, ja que han de suportar uns costos d'infraestructura elevats, i en molts casos, sobre tot quan es tracta de pimes, professionals autònoms o start-ups, aquests pressupostos conjunts son massa grans. Les empreses informàtiques de tota la vida, que porten el manteniment de xarxes i ordinadors, també han diversificat el seu negoci oferint en molts casos el servei de desenvolupament web als seus clients, moltes vegades sobre alguna plataforma CMS desenvolupada per ells mateixos. Lògicament no poden oferir un resultat com els que oferiria un professional de la comunicació, ni la flexibilitat i capacitat d'adaptació de plataformes obertes, ja que cada canvi o actualització en la seva plataforma requereix d'un esforç de programació que en aquest cas, Creando Media si té!

## **22. Viabilitat**

### **Estudi de Mercat**

Mercat Segons el Ministeri d'Indústria, a Espanya hi han 3.195.210 empreses, de les quals 3.191.416 (99,88%) son pimes (entre 0 y 249 treballadors). I també hi ha més de 3 milions d'autònoms. Tot i que el 70% de les empreses te web, la necessitat d'optimitzar-les i actualitzar la seva imatge i els seus continguts, ampliant el seu abast a xarxes socials, fa que les inversions en presència digital vagin augmentant progressivament

### **Competència**

Grans proveïdors d'allotjament que també proporcionen serveis automatitzats per a la creació de webs (tipus 1&1). Empreses de disseny i comunicació que desenvolupen pàgines web (Salsa Creativa, Magnet) Empreses informàtiques que desenvolupen pàgines web (tipus Dual Solution). Professionals del SEO que desenvolupen pàgines web (tipus Seonbarcelona). Plataformes per a l'auto creació de webs (Wordpress.com, Wix.com).

### **Pla de màrqueting**

Es basarà fonamentalment en el boca a boca, aprofitant els contactes professionals que tant el meu soci com jo tenim per les nostres feines (ell, professional del màrqueting online, jo, periodista tecnològic). A més, realitzarem campanyes SEM esporàdiques

## 23. Conclusions

Un cop finalitzat el projecte, em comenten que realitzi una autoavaluació del treball realitzat. En primer lloc, abans de fer valoracions, sempre ens venen el cap si hem complert les expectatives, jo vaig decidir realitzar aquest projecte perquè una de les meves feines en el futur serà dirigir un equip de professionals per realitzar tot tipus de projectes multimèdia. Per tant volia tenir una marca, ubicar-la al mercat i oferir a tots els clients aquests serveis. Actualment sota [www.creandomedia.com](http://www.creandomedia.com) ja està funcionant online el meu projecte.

A continuació també volia comentar que hem complert totes les fases que ens vam definir a la planificació i també totes les tasques a desenvolupar. Un projecte així crec que és bastant difícil d'afrontar només amb el Grau Multimèdia, el tema programació es don en "poc" nivell i tota la fase de base de dades, modificacions de la programació, creacions i ajustaments de plugins de la pàgina web han estat bastant difícils de realitzar.

El que està clar, es que assolim amb una gran quantitat de coneixements que hem aplicat durant tot el desenvolupament del treball final de grau. També tenim l'expectativa de seguir millorant i ampliar en futures versions, donada la magnitud i l'escalabilitat del projecte. Molts dels coneixements adquirits al llarg del grau s'han posat en pràctica i això satisfà a nivell personal i acadèmic els meus valors.

En el meu cas m'ha servit molt el rol de **dissenyador** per a la realització de gràfics i dossiers entregables. A part, també **destacar el rol de programador web** per la modificació, instal·lació i edició de la pàgina web. Sóc conscient que la meva feina com enginyer informàtic m'ha ajudat en alguns aspectes, però si vaig voler fer aquest grau, es per assolir els coneixements tècnics del món Multimèdia.

Amb més temps i sense els terminis d'entrega possibles, seguirem avançant aquest projecte i fent-lo realitat.

El futur, serà immediat, seguirem treballant i afegirem serveis, farem algun vídeo de presentació multimèdia i algunes falques de so publicitàries serien ideals per completar aquest gran repte..

## **24. Bibliografia i recursos**

- **Navegador Chrome**  
<http://www.google.com/chrome>
- **Medició dels píxels** (<https://chrome.google.com/webstore/detail/measureit/aonjhmdcgbgikgipickfkefpphjpg> )
- **Gestor de continguts (CMS):**  
[www.wordpress.org](http://www.wordpress.org)
- **Navegador Firefox**  
(<http://www.mozilla.org/es-ES/firefox>)
- **Navegador Safari**  
(<http://www.apple.com/es/safari> )
- **Wordpress:**  
[www.ayudawordpress.com](http://www.ayudawordpress.com)
- **Apis programes suite Adobe CS 5.5 i 6:**  
<http://www.adobe.com/es/>
- **Proveïdors de plantilles CMS responsives:**  
<http://themeforest.net>  
<http://www.elegantthemes.com>  
<http://www.woothemes.com/>
- **Eines Webmasters Google:**  
<http://support.google.com/webmasters/?hl=es>
- **Analítica web:**  
<http://www.google.com/analytics>
- **Validació web:**  
<http://validator.w3.org/>
- **Esquemes de colors i codificació:**  
<https://kuler.adobe.com>  
<http://www.colourlovers.com/web>

- **Medialoot:**  
<http://medialoot.com>
  
- **Freepik:**  
<http://www.freepik.com>
  
- **Font Palace:**  
<http://www.fontpalace.com/>
  
- **Font Explorer:**  
<http://www.fontexplorerx.com/>
  
- **iStockphoto:**  
<http://www.istockphoto.com/>
  
- **123rf:**  
<http://es.123rf.com>
  
- **Lectures**
  - Head First HTML with CSS & XHTML. Elisabeth Robosn y Eric Freeman. O'Reilly. 2005..
  - Adobe Photoshop CS Avanzado. Ben Willmore. Ed. Anaya Multimedia. 2004.

## Annexos

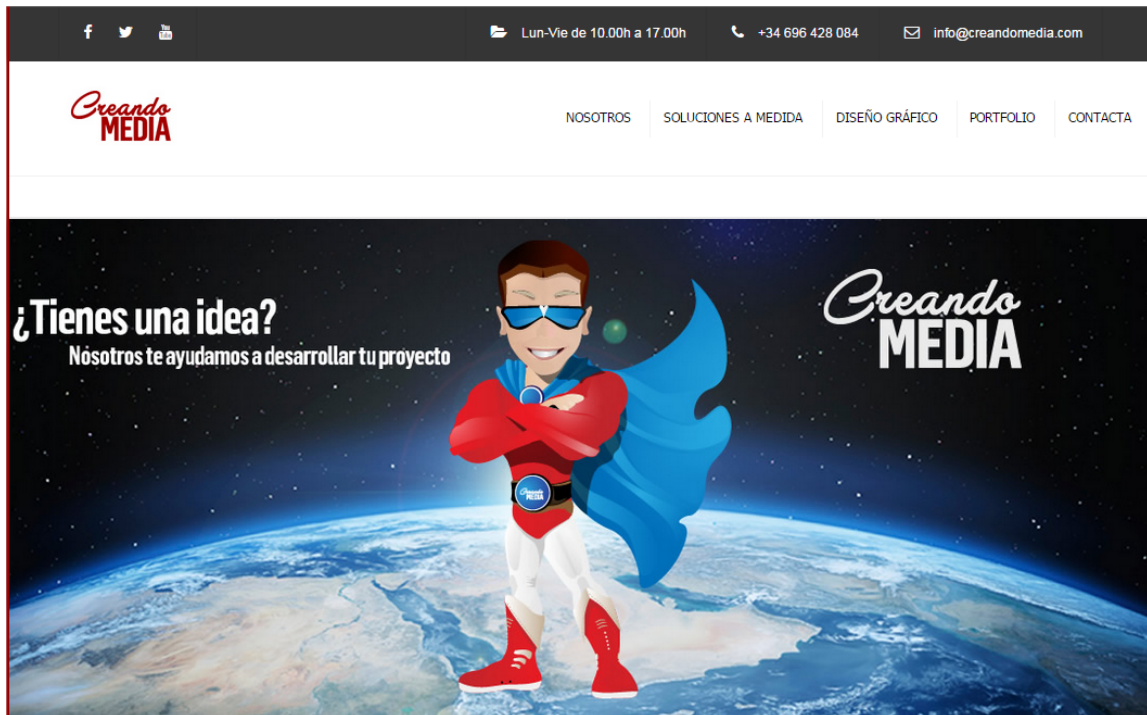
- **Annex 1** – **Brífling de projecte** (Veure document adjunt)
- **Annex 2** – **Manual identitat gràfica** (Veure document adjunt)
- **Annex 3** – **Branding de marca** (Veure document adjunt)
- **Annex 4** – **Dossier corporatiu** (Veure document adjunt)
- **Annex 5** – **Wireframes** (Veure arxiu adjunt)



## Annex 6 – Pàgina Web

A continuació a través de la pàgina web, us mostrarem diferents captures de diferents parts de la pàgina web, seguint els **Wireframes** inicials hem complert tots els objectius marcats.

### MENÚ I SLIDER SUPERIOR



### ULTIMES NOVETATS PORTFOLI DE LA PORTADA WEB

#### NUESTROS ÚLTIMOS TRABAJOS

**¡Lidia Guevara renueva su Web!**  
10.06.2015 / by admin / 0 comments

La conocida cantante Barcelonesa Lidia Guevara, tendrá su nueva página Web online. Esta página Web saldrá próximamente con sus nuevas novedades musicales que saldrán a la venta en todas las tiendas digitales próximamente.

**¡Diseño para Romántico Latino!**  
5.06.2015 / by admin / 0 comments

Esta semana hemos trabajado en las redes de Romántico Latino con un diseño muy elegante para afrontar esta nueva etapa con el single 'Latino' Loco Corazón. Desde Creando Media llevamos tiempo trabajando al servicio de artistas para la promoción y su...

**¡Promoción JUNIO 2015!**  
11.12.2014 / by admin / 0 comments

Este mes de Junio te ofrecemos una nueva promoción. Diseñamos flyers pensados para crear impacto. Nuestros expertos en marketing planifican la estructura de los mismos para que así capten por completo la atención del público al que van destinados y su...

**¡Menta Beach Party at Volcano!**  
11.11.2014 / by admin / 0 comments

Hace unos días nos reunimos con los responsables del proyecto de ocio de este verano en el complejo Volcano. Se llamará Menta Party y será una fiesta electrónica que se celebrará durante la temporada 2015 y durante las sesiones de...

## MENÚ SOLUCIONS A MIDA

- Páginas web >
- Página Corporativa >
- Aplicaciones Web >
- Landing Page >
- Tienda Online / E-commerce >
- Ingeniería Web >
- Aplicaciones Escritorio >
- Aplicaciones Móvil >

**Tienda Online / E-commerce**

Ofrecemos a nuestros clientes una plataforma para comercio electrónico, de desarrollo propio y en constante evolución, idónea para crear tiendas online adaptadas a los requerimientos de cada cliente, potentes, con acabados profesionales, personalidad propia y optimo posicionamiento en buscadores.



**Tu tienda online  
¡vende en Internet!**

Trato directo y personal. Disponibilidad y compromiso de nuestros profesionales para el éxito de su proyecto. Diseño atractivo, totalmente a medida y respetando su brandbook, con un acabado profesional y al gusto del cliente. Sin límites en la cantidad de artículos, categorías, catálogos, imágenes, documentos, videos, etc... con una administración fácil e intuitiva donde podrá gestionar sus productos, ver sus ventas, exportar sus informes y mucho más.

**¿QUÉ NECESITAS?  
¡CUENTANOS DE QUÉ  
VA TU PROYECTO!**

La imaginación  
no tiene límites

**ASISTENCIA TÉCNICA**



- Páginas web >
- Página Corporativa >
- Aplicaciones Web >
- Landing Page >
- Tienda Online / E-commerce >
- Ingeniería Web >
- Aplicaciones Escritorio >
- Aplicaciones Móvil >



Soluciones  
a Medida

Somos expertos en el desarrollo de aplicaciones de negocio a medida

En Creando Media desarrollamos tanto proyectos cerrados, en los que aseguramos al cliente la independencia de la explotación del sistema entregado, como asistencias técnicas a través de las cuales nuestro equipo humano garantiza la viabilidad técnica de los proyectos. Creando Media ha desarrollado un **modelo propio** de gestión de proyectos, basado en metodologías ágiles y en continua evolución, que garantiza una interacción constante entre cliente y equipos de desarrollo para, así, adaptarse a las necesidades de nuestros clientes.

**Programación web a medida o sobre CMS (WordPress, Joomla, Prestashop y Magento)**

Tener un buen diseño no es suficiente. El éxito de tu web en la red depende en gran medida de que como esté programada y optimizada. Todos nuestros proyectos web se programan siguiendo los estándares W3C y con programación optimizada para buscadores. Utilizamos los lenguajes más actuales: PHP, ASP y Python, y las tecnologías más punteras (HTML5, CSS3, jQuery).

**¿Qué es un CMS (Content Management System)?**

CMS son las siglas de Content Management System, en castellano Sistema Gestor de Contenidos. Un CMS es una herramienta que permite crear, editar, clasificar y publicar cualquier tipo de información en una página web, desde una área de acceso privado y restringida por usuario y contraseña.

**¿Con qué CMS's trabajamos?**

WordPress en su origen era un motor de blogs, actualmente es utilizado para el desarrollo de prácticamente cualquier tipo de proyecto. Este CMS destaca por su sistema de administración amigable y de fácil uso, permitiendo a cualquier usuario gestionar el contenido de su web de una manera ágil.

**Prestashop** es un CMS especializado en tiendas online, destinado principalmente a la creación de tiendas pequeñas y medianas. Frente a otros CMS's orientados a e-commerce destaca por su gran número de funcionalidades que cubrirán todas las necesidades y requerimientos.

Creando Media es el CMS para creación de tiendas online más avanzado del mercado actualmente, recomendado internacionalmente para

## MENÚ DISSENY GRÀFIC

- Imagen Corporativa >
- Diseño Gráfico Online >
- Diseño Gráfico Offline >
- Pack Flyers y Carteles >





# Diseño gráfico

El diseño gráfico es simple,  
por eso es tan complicado

En equipo de Creando Media tenemos los mejores diseñadores gráficos e ilustradores, con más experiencia en todo tipo de diseños, para nosotros cada proyecto es como un reto, enfocando el desarrollo para lograr la satisfacción total de nuestro cliente, aportando para ello: dedicación, profesionalidad y soluciones con excelencia tecnológica. Nuestra filosofía de trabajo es construir los servicios tecnológicos necesarios entorno a nuestros clientes para alcanzar la excelencia.

Realizamos todo el proceso, desde el estudio de los requisitos, pasando por el análisis, diseño y desarrollo hasta el posterior mantenimiento del producto software que necesita su empresa, satisfaciendo sus necesidades de desarrollo e implementación para optimizar su rendimiento, productividad y la de sus sistemas.

¡Consulte con nosotros!

**ASISTENCIA TÉCNICA**





**Creando  
MEDIA**

DISEÑO  
GRÁFICO

El poder está en  
tus manos

## MENÚ PORTFOLI

f t y








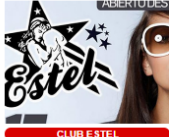







Lun-Vie de 10.00h a 17.00h +34 696 428 084 info@creandomedia.com

**Creando MEDIA**

NOSOTROS SOLUCIONES A MEDIDA DISEÑO GRÁFICO **PORTFOLIO** CONTACTA

### Portfolio

¡algunos de nuestros proyectos!

 OCIO AVENTURA SITGES	 DISCO FEELING CLUB	 FEM PORTERS	 LUKSPORT GYM	 VISUAL SEYRA
 DE GALA ESPECTACLES	 HABEMUS COMEDY	 CLUB ESTEL	 DISCO QUÉDEQUÉ	 DISCO QVO VADIS
 BARCELONA WORLD TAXI	 PILOTO DAVID PROS	 DISCO BALOO	 ARTISTA LOURDES SAVARESE	 ARTISTA ROMANTICO LATINO

## MENÚ CONTACTA

f t y

Lun-Vie de 10.00h a 17.00h +34 696 428 084 info@creandomedia.com

**Creando MEDIA**

NOSOTROS SOLUCIONES A MEDIDA DISEÑO GRÁFICO PORTFOLIO **CONTACTA**

### Contacta


Nombre\*

Asunto\*


Email\*

Mensaje\*

**ENVIAR MENSAJE**



Estudio Multimedia  
www.creandomedia.com  
info@creandomedia.com



**LLAMA AHORA Y TE ASESORAMOS GRATUITAMENTE!!!**  
**Tlf. 696 428 084**  
¡nuestro equipo, siempre a su disposición!

## XARXES SOCIALS PORTADA WEB

**Tweets** Seguir

**Creando Media** @Creando\_Media 14h  
¡FALTAN 5 DÍAS! fb.me/23LgB3U1x

**Creando Media** @Creando\_Media 8 jun  
Más de 10 años trabajando con muchos proyectos, el próximo sábado descubriréis nuestra web! fb.me/2Wypkg8IA

**Creando Media** @Creando\_Media 8 jun  
Estamos construyendo nuestra página web este sábado inauguramos! Estamos muy felices!

**Creando Media** @Creando\_Media 4 jun  
¿Ya nos sigues en nuestro Twitter? Toda la información en nuestra cuenta ¡siguenos! fb.me/1NErtbufz

Twitter a @Creando\_Media

El movimiento se **demuestra** andando



Nos sentimos orgullosos de haber trabajado durante 10 años ayudando a más de 50 clientes en la realización de más de 125 proyectos.

**¿Un proyecto en mente?**

Contacta con nosotros y pídenos una propuesta sin ningún compromiso



Estrategia.  
Creatividad.  
Tecnología.  
Todo 100% digital.

**TENEMOS LA SOLUCIÓN**



A ti y 134 amigos os gusta esto.



**PACK ARTISTA**  
¡FÁCIL Y CÓMODO!



**Si eres artista éste es tu PACK**  
Diseño Logotipo + Diseño Marketing Online (Redes Sociales) + Newsletter + Diseño Web + REGALO FORMACIÓN 2H COMMUNITY MANAGER



**WEB AUTOGESTIONABLE 100%**  
Con blog, agenda, noticias, fotos, vídeos y enlazada con tus redes sociales. ¡y a precios de escándalo!

**¡Infórmate ya!**



## Annex 7 – Aspecte en Xarxes Socials

### DISSENY FACEBOOK

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'CreandoMedia'. The page layout includes a top navigation bar with the Facebook logo, the name 'CreandoMedia', and a search bar. Below this is a secondary navigation bar with tabs for 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a large cover photo with a red and black background. The cover photo contains the text 'Estudio Multimedia', 'www.creandomedia.com', 'info@creandomedia.com', and 'Tlf. 696428084'. It also includes a cartoon character and the text 'Creando MEDIA' and 'Proyectos Integrales para empresas Servicios profesionales'. To the right of the cover photo is a 'Promocionar' button and a section titled 'ESTA SEMANA' with statistics: '2 Me gusta de la página', '197 Alcance de la publicación', and '0 Contactarnos'. Below the cover photo are tabs for 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Más'. The left sidebar contains a 'Me gusta' section showing '213 Me gusta +2 esta semana' and 'Alcance de la publicación: 197 esta semana'. It also has a 'Promociona tu página' section and an 'INFORMACIÓN' section with details about the studio's services and website. The right sidebar shows a 'Reciente' section with years from 2015 to 2012, and a 'Ve tu anuncio aquí' section with a small thumbnail of the cover photo and a 'Promocionar publicación' button.

# DISSENY TWITTER

**Estudio Multimedia**  
www.creandomedia.com  
info@creandomedia.com  
Tlf. 696428084

**Creando MEDIA**  
Proyectos Integrales para empresas  
Servicios profesionales

**Creando Media**  
@Creando\_Media TE SIGUE

Comunicamos, expresamos, ilusionamos y sobretodo imaginamos. Agencia de diseño gráfico, programación web y desarrollo multimedia. Contacta info@creandomedia.com

Barcelona, Catalonia  
creandomedia.com  
Se unió en junio de 2012

TWEETS 278 SIGUIENDO 1.543 SEGUIDORES 268 FAVORITOS 5

**Tweets** Tweets y respuestas Fotos y videos

**Creando Media** @Creando\_Media · 15 h  
¡FALTAN 5 DÍAS! fb.me/23LgB3U1x

**Creando Media** @Creando\_Media · 8 de jun.  
Más de 10 años trabajando con muchos proyectos, el próximo sábado descubriréis nuestra web! fb.me/2WypkgBIA

**Creando Media** @Creando\_Media · 8 de jun.  
Estamos construyendo nuestra página web, este sábado inauguramos! Estamos muy felices!

**Creando Media** @Creando\_Media · 4 de jun.  
¿Ya nos sigues en nuestro Twitter? Toda la información en nuestra cuenta ¡siguenos! fb.me/1NErtbufz

**A quién seguir** · Actualizar · Ver todos

- Manuel Moreno @ManuelM... Seguir
- DDFNetwork.com @DDFNe... Seguir
- U\_Music Factory @U\_Musi... Seguir

Encontrar amigos

**Tendencias: España** · Cambiar

- #FelizMiercoles
- #Inditex
- #PepsiMaxFestivals
- Luxor
- #ElSelfieDefinitivo
- Devil's Third