

50% AVANCE

- Análisis de la marca.
 - Breve repaso de su historia.
 - ¿A qué se dedica?
 - ¿Cuáles son sus principales productos o servicios?
- Análisis de la última campaña desarrollada.
- Análisis del mercado desde el punto de vista comunicacional.
 - Definir categoría de mercado y seleccionar 3 marcas que sean competencia directa.
 - Hacer un análisis comparativo.
- Análisis de target actual y/o potencial en caso de que se detecte la necesidad de cambio.
 - Perfil de buyer persona
- Estrategia planteada
- Concepto creativo
- Universo narrativo
 - Historia principal.
 - Personajes
 - Posibles tramas secundarias.

100% FINALIZACIÓN

- Plataformas/medios: Formatos, centro del ecosistema, posibles transmedialidades.
- Participación/conexión de los usuarios: likes, crear, compartir, otros.
- Contenidos para cada plataforma.
- Texto Guía Presentación 100%plus

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

/ /
Fecha