

50% AVANCE

- Campaña elegida y razones
- Historia del anunciante
- Identificación de industria, categoría y segmento
- Valores diferenciales
- Posicionamiento
- Target: socio demográfico y actitudinal
- Objetivos: comerciales, marketing, comunicación y medios
- Mix de medios inicial

100% FINALIZACIÓN

- Nuevo mix de medios
- Justificación técnico cualitativa de cada inclusión
- Flow general de acciones
- Texto Guía de presentación (de 1 a 3 carillas)

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

/ /
Fecha