

50% AVANCE

- Caratula
- Índice
- Selección de marca y descripción
- Segmentación
- Redes definidas
- Objetivos de la campaña

100% FINALIZACIÓN

- Estrategias para cumplir con su plan de marketing digital.
- Acciones calendarizadas
- Campaña y estrategia, realizada y utilizada por su marca con anterioridad
- Campaña y estrategia, realizada y utilizada por su competencia con anterioridad
- Aciertos y desaciertos actuales de la marca.
- Mejoras a la estrategia comunicacional actual de la marca
- Texto Guía de presentación (de 1 a 3 carillas)

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

____ / ____ / ____
Fecha