

50% AVANCE

Investigación y análisis de la empresa

Selección de la empresa

Investigación del contexto de la marca

Evolución de la imagen de marca en su historia

Motivaciones y objetivos de su creación

Competencia

Análisis FODA

Matriz BCG

4P / 4C

Ciclo de vida del producto

Círculo de oro

Historia

Historicidad

Diagnóstico de marca

Problemática a abordar

100% FINALIZACIÓN

Estrategia de branding interno

Relación empresa, marca y consumidor

Mapa de públicos

Teoría de los enfoques

Identidad corporativa

Cultura corporativa

Personalidad corporativa

Comunicación corporativa

Vínculos corporativos

Imagen corporativa

Estrategia de branding externo

Escenario de oferta y demanda

Escenario Cultural

Escenario Competitivo

Génesis de identidad

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

/ /
Fecha

50% AVANCE

- Propuesta de negocio

- Sondeo de opinión

- Entrevista a profesional

- Informe ejecutivo

- Plan de branding interno

- Situación real actual

- Necesidades

- Posicionamiento

- Misión

- Visión

- Valores

- Análisis FODA

- Estrategia SMART

- Insights

- Territorios de marca

100% FINALIZACIÓN

- Condiciones de identidad

- Fisiología de identidad

- Brand character

- Conclusión final

- Texto Guía de presentación (de 1 a 3 carillas)

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

____ / ____ / ____
Fecha