

50% AVANCE

- Proyecto profesional: marca seleccionada, problemática a resolver
 - Nombre del proyecto
 - Brief que enuncie la problemática
 - Investigación de la problemática comunicacional
 - Aproximación a la solución del problema
- Aspectos internos de la empresa / marca
 - Historia de la empresa
 - Historia de la marca
 - Detectar y/o crear o recrear valores emocionales y experienciales
 - Planteo de la historicidad de la marca
 - Círculo de Oro. Modelo inspiracional
- Audiencias y comunidades
 - Creación del perfil del target.
 - Definición del público objetivo.
 - Mapa de personalidad
 - Gustos y objetivos
 - Mapa de un día típico en la vida del consumidor
 - Problema a resolver de acuerdo a las necesidades del consumidor.
- Ideas creativas disruptivas para abordaje offline del proyecto
 - Territorios marcarios
 - Planteo y desarrollo de estrategias offline y online (aproximación campaña 360°)
- Ideas creativas disruptivas para abordaje online del proyecto
 - Detectar tópicos
 - Plantear observaciones de acuerdo a tópicos
 - Plantear insight
 - Plantear concepto a comunicar
- Estrategia
 - Tono y personalidad de la marca
 - Territorio y Posicionamiento comunicacional
 - Planteo estratégico

100% AVANCE

- Estrategia omnicanal
 - Definir plataformas a comunicar
 - Plantear estrategia de campaña de referidos
 - Definición de formatos para piezas en las redes sociales
 - Resignificación de insight de acuerdo a cada categoría
 - Racional por etapas de campaña y redes sociales
 - Selección de medios (tríada estratégica) por etapas de campaña
 - Objetivos de medios offline
 - Presentación de panel con conceptos de las activaciones de marca
 - Racional de cada activación
 - Efemérides para redes sociales
 - Video presentación de las activaciones
 - Racional por etapas de campaña 360°
 - Skyline (perfil de campaña) online y offline
- Creatividad
 - Concepto creativo presentado como racional o mood video
 - Ideas para online (redes sociales y display)
 - Ideas para apps (Spotify, Waze)
 - Ideas para TV, Gráfica y Radio
 - Activación
- Planificación de medios online en planillas
 - Planificación de medios anual en redes sociales, incluyendo contenido y creatividad (Incluir KPIs)
- Texto: Guía de presentación (de 1 a 3 carillas)

PROGRAMA DE PROYECCIÓN PROFESIONAL

Matriz de evaluación

Etapa 1. Evaluación de medio término (50% del Proyecto Profesional) Mayo. Octubre.

**Apellido y nombre
del estudiante:**

Asignatura:

Título de la producción:

Carrera:

Proyecto individual

Proyecto grupal

Criterios de evaluación	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Actitud profesional del estudiante con su proyecto.				
Capacidad de autoregulación <ul style="list-style-type: none">· Escucha de las críticas/sugerencias· Reflexión sobre la práctica· Intervención sobre el proyecto				
Avance y perspectiva del Proyecto <ul style="list-style-type: none">· Escala· Idea y planteo conceptual· Originalidad, creatividad e innovación				

¿Considera que el estudiante está en condiciones de continuar?

SÍ

NO

Observaciones. Sugerencias para la segunda etapa del proceso:
