

**50% AVANCE**

- Marca
  - Historia, comunicación, status actual
  - Productos, estacionalidad, diferenciales
  - Mystery shopper
- Contexto
  - Dinámica del segmento
  - Contexto socioeconómico
  - Cultura país
- Competencia
  - Discursos / Mensajes
  - Territorios
  - Posicionamientos
- Target
  - Uso de herramientas de exploración (Entrevistas, consumer journey, desk research, etc.)
  - Descripción con variables duras y blandas
  - Perfil comprador / Un día en la vida
- Diagnóstico y conclusiones
  - Profundidad
  - Claridad
  - Brief de comunicación
- Estrategia
  - Tono y personalidad de la marca
  - Territorio y Posicionamiento comunicacional
  - Planteo estratégico

**100% FINALIZACIÓN**

- Desarrollo de las etapas de estrategia
  - Distribución de mensajes
  - KPIs por etapa y medio
- Medios
  - Ecosistema de campaña
  - Justificación de la elección de cada medio
  - Plan de medios
- Creatividad
  - Concepto creativo presentado como racional o mood video
  - Ideas para digital (RRSS y display)
  - Ideas para apps (Spotify, Waze)
  - Ideas para TV, Gráfica y Radio
  - Activación
- Texto Guía de presentación (de 1 a 3 carillas)

Firma del docente

Firma del estudiante

Fecha