



BRIEF TP4

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- ☑ Claridad en el desarrollo del tema.
- ☑ Capacidad de interrelación y diferencias entre los distintos ejemplos.
- ☑ Presentación.
- ☑ Ortografía y puntuación.
- ☑ Uso del vocabulario técnico.
- ☑ Referencia bibliográfica.
- ☑ Entrega en tiempo y forma.

Condiciones de entrega:

- Grabado en un solo archivo PDF.
- por e-mail: prof-pasic@hotmail.com o al claudiamariavaleriap5@gmail.com
- Nombre de Archivo: Diseñocomputarizado2_Nombre Alumno_3doAño_Trabajo N°

Formato de presentación

- ☑ Trabajo individual.
- ☑ Impreso en hoja A4, Letra Arial 11, interlineado sencillo.
- ☑ La carátula deberá contener:
 - ☑ Nombre del Instituto
 - ☑ Carrera: **Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico Computarizado.**
 - ☑ Materia: **"Publicidad 2".**
 - ☑ Trabajo Práctico N° 4
 - ☑ Nombre del alumno:
 - ☑ Profesora :
 - ☑ Año:
- ☑ Desarrollo en no más de 7 carillas.
- ☑ carilla N° 1 "caratula"
- ☑ Carilla N° 2 a la 6° "desarrollo del trabajo práctico"
- ☑ Carilla N° 7 "Bibliografía"-Entrega:

Análisis:

1. Realizar un BRIEF de producto o de publicidad (Diferente al del trabajo anterior con nombre ficticio), el contenido del Brief se detalla en el punto 4.
2. Confeccionar un cuadro comparativo entre Brief de producto y Brief Publicitario, describir los objetivos, las características y la utilidad del producto y analizar ambos y sacar una conclusión.
3. Elaborar un cuadro sinóptico o red conceptual con los contenidos del Brief.
4. Que es el Branding?
 - Mencione su estructura.
 - Qué es el poder de la marca?
 - Cuáles son los elementos visuales de la marca?
 - Cuál es el papel del color en la identidad?
 - Cuál es el papel de la tipografía en la marca?
5. Realice la imagen que desea representar del brief elegido, en el que detallara :
 - Marca.
 - Imagen gráfica.
 - Merchandising.
6. Realizar en Prezi una presentación en la cual se podrá observar lo siguiente:
 - Definición y concepto de Brief.
 - Contenidos del Brief.
 - Brief de producto.
 - Brief publicitario.



- Categoría de producto.
- Marca.
- Producto.
- Público objetivo.
- Mercado.
- Estrategia de marketing.
- Estrategia de comunicación.
- Estrategia de medios.
- Estrategia de promoción.
- Distintos perfiles de Brief.
- Presupuesto.
- Plazos.
- Funciones de departamento de producción gráfica.
- Departamento de compras en la empresa.
- Marketing vs. creatividad.