



Estrategia de comunicación TP3

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°
 - ❖ 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 una estrategia de comunicación creando un nuevo producto. Ejemplo: Agencia de viajes y Turismo (nombre ficticio).
2. Mencionar los canales publicitarios y hábitos de consumo.
3. Analizar y fundamentar los resultados de la integración del plan publicitario al plan de comunicación.
4. Realizar un cuadro comparativo entre Brief de producto y Brief Publicitario, describir los objetivos, las características y la utilidad



del producto.

5. Describir en la estrategia de comunicación:

- Análisis F.O.D.A.
- Estrategias.
- Nivel socio-económico.
- Propuesta de Comunicación.
- Imagen de marca.
- Imagen de producto.
- Articulación de la imagen.
- Imagen física y conceptual