

50% AVANCE

- Escenario de oferta y demanda.
 - Escenario cultural.
 - Escenario competitivo.
 - Génesis de identidad:
 - Categoría.
 - Servicios de los Productos.
 - Calidad.
 - Consumo.
 - Cliente.
 - Origen.
 - Organización.
 - Personalidad.

100% FINALIZACIÓN

- Condiciones de identidad:
 - Legitimidad.
 - Credibilidad.
 - Afectividad.
 - Autoafirmación
 - Anatomía de su Identidad
 - Esencia
 - Atractivo, beneficios funcionales, emocionales y económicos
 - Distintivos.
- Fisiología de la identidad:
 - Nivel estratégico, táctico y operativo.
 - Definición de la identidad de marca.
- Brand character:
 - Sexo, Edad, Nivel Socioeconómico, Cordialidad, Agresividad, Seriedad.
 - Génesis de la personalidad.
 - Expresiones de la Personalidad: La marca como pertenencia, la marca como referencia, la marca como autoreferencia.
 - Personificación de la marca.
 - Humanización de la marca.
- Conclusión final.
- Texto Guía de Presentación (1 a 3 carillas).

Firma del docente

Firma del estudiante

Fecha