

50% AVANCE

- Análisis de mercado y competencia

- Brief del cliente y debrief con identificación del problema a resolver

- Detección del problema

- Definición y reconocimiento de audiencia-público objetivo

- Presentación de concepto de campaña

- Definición de canales a utilizar:
dónde y cómo se trabajará la comunicación.

- Borrador de las ideas para el plan de acciones por canal

- Entrega final de un word que integre todos los contenidos

- Determinación de las necesidades
para la instancia de co-working intercátedras

100% FINALIZACIÓN

- Producción de cada una de las piezas de la campaña.
A modo de ejemplo se mencionan:

- Web
(Boceto de la estética|cascada|con solapas y pestañas)

- Boceto de las piezas publicitarias

- Bocetos de las campañas de redes. Definir cuáles y qué se
hará con desarrollo de acciones completas | Call to action
| Alcance esperado de la acción

- Escritura de información de prensa

- Evento. Presentar bocetos de lugar | Estética | Modelos de
Invitación | Si hay conductores o celebrities: imágenes |
Contenido y guión del evento

- Publicidad | Advertorial | Publireportaje |
email marketing | radio| etc.

- Documento final integrador
de la totalidad de la campaña y desarrollo de materiales.

- Texto Guía de presentación (de 1 a 3 carillas)

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

/ /
Fecha