

50% AVANCE

Brief de armado de marca con identidad de marca propia

- Definición y estudio de la imagen de marca. Marcas de autor. La relación entre identidad de marca e imagen de marca. Análisis de casos.

- Posicionamiento. Atributos. Análisis de públicos objetivos en relación a discursos de marca. Marca como organización, persona, y símbolo

- Detención de productos que competirían con el producto a diseñar. Otros productos posibles de ser competencia. Análisis del sector para el que se quiere diseñar

- Características de la competencia: fortalezas y debilidades

- Definición de usuario. Target. Estereotipos. Tipología. Códigos significativos

- Diseño de producto para una colección de indumentaria. Definición de rubro. Casual wear: básicos, tendencia, estilo, vanguardia. Análisis y aplicación de tendencia. Definición del partido conceptual para la colección

- Rubros y líneas-prendas que las componen. Tejidos, Texturas y Estampados

- Proveedores para la materialización de la colección: tejidos, avíos, estamperías, etc. Muestras y costos

- Costo de producción de texturas, estampados, bordados y demás elementos decorativos

- Capital inicial. Posibilidades de financiación. Transporte. Lavado. Talleres. Otros servicios. Importación-exportación de avíos o prendas. Gastos administrativos

100% FINALIZACIÓN

Cápsula para una marca a partir de cada identidad corporativa.

- Discurso argumentativo para comunicar la idea. Estrategias de comunicación (prensa gráfica, online, fashion film, Campaña, Look Book, otros)

- Ficha técnica, revisión de costos, y discurso a presentar según competencia objetiva

- Desfiles presentación ante público

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

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

/ /
Fecha