

theDrix - Comunicación audiovisual

Nace en el año 2001 con necesidades de explotar el potencial creativo de sus integrantes.

Servicio: postproducción digital, desarrollo Web, producciones audiovisuales, autoría de DVD y diseño corporativo.

Este proyecto recibió el Primer Premio en la Categoría Incubadora de Empresas del Concurso Desarrollo Projectual 2005 (detalle de proyecto página 69).



Colasurdo, Enrique
ecolasurdo@fibertel.com.ar

The-Sign

Construya su marca, adquiera una posición de reconocimiento en el Mercado, Comercialice sus productos estratégicamente con Marketing de alto impacto.



Severino, Matías Francisco
matias_severino@yahoo.com
www.the-sign.com.ar

Tiempo de experimentar

Diseño de Packaging II:

Se realizaron trabajos prácticos orientados a la producción de envases no convencionales.

Una introducción investigando envases naturales, seguida de un práctico de análisis del antiguo arte del origami dieron pie a la búsqueda de la utilidad y la identidad en el packaging vistos de una óptica más ligada a lo experimental y lúdico que a lo netamente racional.



Zanardi, César
cincoespacial@yahoo.com.ar

Trouvaille, más allá de un hallazgo

Colección SwimWear adecuada a cada tipo de cuerpo. La sociedad impuso un nuevo ideal de belleza que no es ni auténtica ni alcanzable por un gran número de mujeres.

El verano es la época del año donde el cuerpo está más expuesto.

Como consecuencia surgen temas como el cuerpo y la belleza, y el cuerpo y la salud.



Ansaldo, Mercedes
mechian@hotmail.com

U - Tech

Emprendimiento que se especializa en el diseño de uniformes.



Daneri, Ximena
Villasboas, Solana

UBIK

Del enlace entre Microsoft y Motorola surge Ubik. Lujosa combinación de expertise para generar un producto novedoso: un teléfono celular con capacidad GPS.

Desarrollo de la alianza estratégica, planeamiento estratégico de marketing y de medios.



Caracciolo, Valeria
Livingston, Tomás
Matán, Florencia
Ríos, Paula

Una experiencia de otra dimensión

Los adolescentes están inmersos en un mundo de imágenes, sonidos y códigos que las empresas imponen para llegar a ellos. "Experiencia KSK" ofrece un nuevo concepto que establece un vínculo más profundo donde las emociones de cada visitante juegan un papel principal.



Shen, Chao
Rivara, Lucas
Gallardo, Patricia
Balaguer, Leonardo
Fernández C., Nicolás
lucasrivara@hotmail.com

Via Vai - Reposicionamiento de marca

Reposicionamiento de la marca de indumentaria VIA VAI. Identidad visual - Planeamiento estratégico de Medios.



Cazou, M. Fernanda
Janka, Eliana
R. Menzer, Alejandra

VIACART

Plan de evaluación y reestructuración de la estrategia comunicacional de VIACART, una empresa comercializadora de espacios publicitarios en vía pública con más de 70 años de trayectoria.



Calvi, Ezequiel
Figueroa, Mariana
Franco, Carla
Napolitani, Mariano

Wavin' Handkerchieves

Servicios: Web, Producción de Cine y Televisión, Fotografía, Sonido, Animación digital, Postproducción de imagen y sonido, Montaje, Edición no lineal, SFX, Mastering de sonido.

Este proyecto recibió el Primer Premio compartido en la Categoría Diseño de Imagen y Sonido del Concurso Desarrollo Proyectual 2005.



Daguerre, Rodrigo
Meza, Jimena
Rodríguez, Julián

Websmith-Especialistas forjando la Web

Diseñadores gráficos, multimediales, programadores, expertos en contenidos y usabilidad de sitios, marketing on y off Line.



Saeed, Nur

nur@miw.com.ar

Wendy's - Reposicionamiento

Planeamiento estratégico de Marketing y Medios. Estrategia creativa y de comunicación.



Karasdourian, Sara
Fernández, Sol

Wendy's vuelve a la Argentina

Este proyecto pretende reposicionar la marca Wendy's en el mercado gastronómico mediante una estrategia de diferenciación de producto/servicio instalando un nuevo concepto en comidas rápidas.



Defant, Gabriela
Hernández, Victoria

Yupi Snacks

Yupi, "El alimento que divierte", es la nueva marca de Pepsico que se identifica como alegre, divertida y juguetona.

A través de sus productos menos artificiales y más naturales se quiere convertir en el alimento tipo snack de elección de las madres para sus hijos.



Leonhart, Andrea
Castro, Ximena
Bastidas, Andrés
Daza, Iván

ZANELLA - Brand Book



Iza, Xavier

inlimited3x@mac.com

ZANELLA - Brand Book

Zanella cuenta con una marca que carece de una identidad definida. La problemática surge al momento de plantear un sistema. Por ellos se trabajó sobre conceptos claros y valores definidos que generen un sistema pertinente, contundente, pregnante, claro y moderno.



De Nardis, Agustina
Gabielli, Marisol

ZANELLA - Brand Book

Restyling de la marca Zanella a través del desarrollo del territorio de marca, definiendo sus valores y posicionamiento, para mejorar la gestión de la misma. Posterior elaboración del brand book con el objetivo de ser utilizado como guía y lineamiento para todas las futuras expresiones de la marca.



García Seeber, Agustina
Pollio, Florencia

ZANELLA - Brand Book

ZANELLA no te lleva, **te acompaña**. Este proyecto recibió el Primer Premio en la Categoría Imagen Empresaria del Concurso Desarrollo Projectual 2005 (detalle de proyecto página 74).



Pérez, Marilina
Sanguinetti, Diego

Zanella - Brandbook

La identidad de marca es un conjunto único de asociaciones que el estratega aspira a crear o mantener. Estas asociaciones representan la razón de ser la marca implicando una promesa de los integrantes de la organización a los clientes. Este proyecto recibió el Segundo Premio en la Categoría Imagen Imagen Empresaria del Concurso Desarrollo Projectual 2005.



Alvarez Patuel, Macarena
Parra, Romina
Zamarian, Sofía

Zanella - Branding

Territorio de marca - Propuesta de reposicionamiento

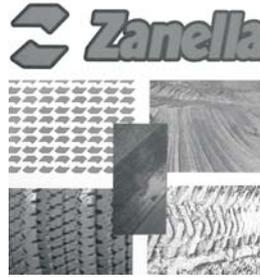


Montes de Oca, Candelaria María
Silva, María Graciana
grasilva@hotmail.com

Zanella - Branding

Haciendo un estudio sobre Zanella, se la quiso modernizar en todo sentido, tanto la imagen de marca como la imagen que la gente tiene sobre esta, sus fortalezas, claves, etc.

Se buscó que su comunicación esté más relacionada con la gente joven de hoy, y se resaltó a la vez la trayectoria de la marca a lo largo de la Historia.



De Durañona y Vedia, Manuela

Zanella - Branding

Planteo de arquitectura de marca en donde se posicionan cada uno de los rubros que componen la misma: ciclomotores, motos, cuatriciclos y kartings.



Daniel, Silvana
Lipez, Karina Andrea
Tredicce, Juan Pablo
Ventura, Yael

Zeina By Dates

Zeina es una marca de indumentaria femenina que se resume en buen gusto y originalidad y al mismo tiempo es equivalente a elegancia.



Dates, Paula
pauladates25@hotmail.com