

Escritos en la Facultad N° 22
Nuevos Profesionales. Edición V.
Resúmenes de Trabajos Finales
de Grado aprobados. Julio / Octubre 2006

Indice

ISSN 1669-2306

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
 Buenos Aires, Argentina. Noviembre 2006.

Introducción.....	pp. 5 - 6	Comunicación interna en PyMES Camila Freile	p. 14
Resúmenes de Trabajos Finales.....	pp. 7 - 28	Buenos Aires cultural. Una ciudad singular e integradora Agustina García Seeber	p. 15
de Grado aprobados Julio - Octubre		Espurios. Guía y fundamentación de la realización de un cortometraje Gaspar Genzone	p. 15
Comunicación interna		Multiespacio Starbuck's Coffee Store como un negocio con distintos valores. Multiespacio como estrategia para la creación de lealtad de la marca Starbuck's Eliana Janka	p. 16
Emma María Albano	p. 7	Las tres caras del comportamiento organizacional Angel Lardapide	p. 16
Fusiones y adquisiciones en el sector bancario. Una propuesta de due diligence cultural en la fusión del caso Patagonia-Lloyds		Psicología del calzado Gabriela Maccarone	p. 16
Graciela Mónica Alturria	p. 7	Imagen e historia Alejandro Malgor	p. 17
Una ciudad, una marca		Fusión Carrefour-Norte Pablo Mandelbaum	p. 17
Mayte Bachei	p. 8	El grupo OSDE [desde adentro] María Soledad Martínez	p. 18
Vivo ser humano. Diseño y naturaleza para el bienestar.		Como es utilizado el coaching como herramienta en las organizaciones Araceli Martino	p. 18
María Alejandra Bernardez	p. 8	Fitcode. Consultora integral en fitness & wellness Bruno Ariel Maslo	p. 19
Campaña política local. Herramientas para campañas políticas locales		La comunicación en entidades deportivas. Clubes de la ciudad de Buenos Aires Gustavo Adrián Melesi	p. 19
Virginia Brea	p. 9	Identidad, adaptación vs. estandarización de la comunicación creativa. Multiespacio como estrategia para la creación de lealtad en la marca Starbucks. Facundo Peña	p. 20
Arte y espectáculo en el marketing de la experiencia		Buenos Aires, paisaje cultural de la UNESCO Marilina Roberta Pérez	p. 21
Ximena Castro Gutiérrez	p. 10		
La mujer en la publicidad. Relación estratégica de la publicidad argentina con la mujer contemporánea			
Rosa María Curcho	p. 10		
Identidad e imagen de marca en la comunicación de un multiespacio			
Ivan Darío Daza Rojas	p. 11		
Cultura, consumo y comportamiento del consumidor en la globalización			
Vanesa Delfino	p. 11		
Identidad estratégica. Desarrollo de nuevo envase para producto existente			
Lucila Dickinson	p. 12		
La influencia e importancia del marketing deportivo en los negocios			
Facundo Fernández	p. 13		
Publicidad virósica: La cultura del consumismo gratuito en internet			
Nicolás Fernández Castañón	p. 14		

La publicidad ecuatoriana Christian Pérez Anda Dávalosp. 22	Auditoría de imagen como eje estratégico de comunicación Sebastián Rodríguezp. 25
Agua - hotel + spa - Victoria Petriellap. 22	Responsabilidad social empresaria Miguel Angel Sosap. 25
Hacer o parecer. ¿Una nueva moda de management o parte esencial de la estrategia de negocios? Patricio Luis Pistoiap. 23	Adquisición de sociedades. Análisis de la adquisición bp Castrol María Elizabeth Tabernap. 26
La pobre convocatoria del cine argentino. Rodrigo Podestáp. 23	Direct marketing Martín D. Taussikp. 27
El marketing de la experiencia como estrategia del multi-espacio. Multiespacio para relanzar la marca MNG Argentina María Laura Ramírezp. 24	Programa televisivo: El diseño a la pantalla Constanza Tomap. 27
In-store marketing el merchandising de hoy Lucas Rivarap. 24	Relaciones publicas y franquicias Amelia Laura Yassinp. 28