



Diplomado en Comunicación Estratégica

BUAP Unidad Regional Tehuacán

Planeación Estratégica y construcción de Marca

Enero 16, 26 y Febrero 2

Proyecto final.

Lanzamiento de un producto.

En el proyecto final se se desarrollará un producto, (artículo, bien o servicio) al cual se le creará una marca con valor, resaltando los aspectos básicos del producto en sí, además de generar un valor agrgado a ésta, con lo que las personas se sientan con lanecesidad de adquirir el producto, además de que se identifiquen con la marca creada (valores, visión, historia, etc.).

Para su presentación se evaluarán los siguiente aspectos:

Identificar las 4 P's (producto, plaza, precio, promoción)

Crear e identificar el discurso de la marca:

Dimensión filosófica (valores, atributos y beneficios) y dimensión comunicativa (personalidad, expresiones de la marca).

Identificar los aspectos de una marca con valor (significado, mensaje, historias).

Discurso de la marca, crear el logotipo, símbolo o símbololo gráfico (nombre, colores, fomras, iconos). que identifique a su producto.

Se presentará el producto, con los aspectos anteriormente listados, realizar una propuesta de su marca, también la propuesta de un cartel para promoción de su producto.

Se puede integrar a la exposición cualquier elemento que de impato a su presentación y genere interes en los presentes.