

NOMBRE DEL ALUMNO:

ASIGNATURA: PUBLICIDAD APLICADA

TRABAJO FINAL: CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE UN EVENTO

PLANTEAMIENTO DEL EJERCICIO:

El trabajo final consiste en la creación y diseño de la campaña de publicidad de un evento ficticio de una marca/empresa real.

Podrás elegir el tipo de evento que quieras siempre y cuando no sea real (es decir, no será válido que diseñes y elabores la campaña de publicidad de Los Goya, por ejemplo. Lo que pretendo es que seas creativo y no te dejes llevar por campañas publicitarias ya existentes).

La extensión del trabajo debe tener un mínimo de 4 folios hasta un máximo de 20 folios.

El trabajo debe incluir los siguientes puntos:

- 1. Breve descripción del evento:** tipo de evento, en qué va a consistir (breve), objetivo u objetivos del evento, público objetivo, fecha y lugar de realización del mismo.
- 2. Estrategia de contenido (Copy Strategy)**
 - 2.1. Objetivo u objetivos de la campaña publicitaria.
 - 2.2. Target de la campaña publicitaria.

3. Estrategia creativa

3.1. Definir el concepto o eje de comunicación de la campaña publicitaria.

3.2. Materialización de la idea creativa: anuncio base

En este apartado (3.2) tendrás que incluir el diseño de las piezas creativas que formarán la campaña de publicidad, bien utilizando programas informáticos o bien mediante bocetos.

Si tu campaña de publicidad incluye cuñas radiofónicas, tendrás que incluir el guion; si incluye spots no es necesario que hagas el vídeo, sino que también sería suficiente con incluir el guion del mismo o el storyboard. Y si incluye anuncios gráficos, tendrás que incluir la maqueta.

4. Estrategia en medios

4.1. Indicar los medios seleccionados, así como el porqué de su elección.

4.2. Indicar el calendario con la planificación temporal de todas las acciones publicitarias que van a llevarse a cabo.