

ESQUEMA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESPECIALIDAD DE PUBLICIDAD

- Carátula
- Resumen en español e inglés (Revisar la guía)
- Índice
- Objetivo, problema a resolver: Brief del cliente
- Estado de la cuestión:
 - Fuentes secundarias
 - i. Antecedentes relevantes
 - ii. Análisis del contexto
 - iii. Análisis de la competencia directa
 - Fuentes primarias
 - i. Análisis del público objetivo
 - ii. Análisis del producto, servicio o promesa
- Diseño de investigación propia
 - Planteamiento
 - Instrumentos
 - Muestra
 - Resultados
 - Descubrimiento de hallazgos, insights o datos relevantes como sustento a la propuesta
- Estrategia planteada
 - Estrategia general de comunicación
 - Concepto creativo + sustento
 - Plan de medios + sustento
 - Piezas y materiales de comunicación
- Reflexiones finales
- Referencias bibliográficas
- Anexos
 - Validaciones: pre test, tablas de tabulación, feedback del cliente
 - Reflexión personal: ¿Cómo se abordó el tema desde el área encomendada?, ¿cuáles fueron mis aportes hacia el grupo?