

PRACTICA IV COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.

"CAMPAÑA FINAL DE COMUNICACIÓN"

Prof. Cristina del Pino

Universidad Carlos III de Madrid

Realización de campaña publicitaria. Trabajo grupal que constituye el 35% de la nota final.

Cada grupo deberá crear una campaña publicitaria a partir de una idea genuina. El producto puede existir ya en el mercado, no así el nombre y todo lo que rodea a una campaña de posicionamiento.

Debe ser especificado:

1. La naturaleza del anunciante
2. La agencia que idea la campaña: a partir del briefing entregado por el anunciante, la agencia ideará la mejor forma de lanzar el producto al mercado.
3. Análisis DAFO
4. Plan de medios: planificación de la campaña en los distintos medios de comunicación, según necesidades de comunicación y públicos.

Con toda esta información, el grupo presentará la campaña al resto de la clase usando para ello power point o prezi, así como una puesta en escena creativa y original, en donde lo más sobresaliente de la campaña quede patente a partir de la exposición. Así mismo, el grupo deberá hacer entrega de un informe en donde se desarrollen punto por punto los cuatro anteriores, así como los anexos necesarios para la completa corrección del ejercicio. Si hubiera fase teaser, deberá especificarse en el informe. El desarrollo de todos los pasos seguidos -cronograma, planning acometido por el grupo etc- se entregarán igualmente en el apartado de anexos.

Lo más importante de esta campaña -de ahí el peso en la nota final- es comprobar cuál ha sido el nivel de trabajo del grupo desde el punto de vista de la creatividad. Se trata de valorar sobre todo la idea que vertebra el contenido, cómo se le ha dado forma y cómo



se ha dado solución al problema del mercado en relación a la saturación que vivimos en todos los sectores. Tanto si el grupo opta por una campaña con una planificación en medios convencionales, como si prefieren planificar considerando -todo dependerá del target, presupuesto etc.- los medios no convencionales, lo más importante es un resultado final fruto de un meticuloso trabajo en donde cada parte es también importante.

La experiencia en la realización de este ejercicio ha sido muy satisfactoria a lo largo del tiempo, convirtiéndose este trabajo final en uno de los más valorados por los alumnos al unirse en un mismo ejercicio la puesta en práctica de todos los conceptos aprendidos a lo largo de la asignatura con la satisfacción de hacer un trabajo en donde la creatividad tiene la última palabra.
