

Caso simulado

Título de la situación	
Descripción	Suponga que usted debe diseñar una estrategia publicitaria para una marca de ropa femenina. En su estrategia usted debe promover emociones tales como la alegría, la pasión y el entusiasmo. Debe ser dirigida a mujeres de entre 15 y 30 años, que se consideren liberales y atrevidas. El estilo de ropa es casual, más que formal. Debe promover valores como la libertad, la autonomía y la confianza en sí mismo. Teniendo en cuenta que puede utilizar la identidad de marca, resuelva las siguientes preguntas.
Preguntas (forma 1)	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Se podría utilizar un color, o un conjunto de colores para promover las emociones y valores deseados en el caso?2. ¿Cómo podría utilizar la identidad de marca para mejorar la estrategia publicitaria?3. ¿Cómo se podrían usar los principios gestálticos en la estrategia publicitaria para hacer que los compradores se sientan interesados por el logo del producto?4. ¿Cómo se podría aprovechar el uso de otras modalidades sensoriales en la estrategia publicitaria?5. ¿Cómo utilizar los fundamentos de la búsqueda visual para facilitar que los compradores atiendan fácilmente al producto?
Consecuencias (forma 2)	Respuestas: <ol style="list-style-type: none">1. El color rojo o amarillo o una combinación de estos es la mejor alternativa los valores mencionados en el caso. El color rojo se relaciona con pasión o excitación, mientras que el amarillo se asocia con alegría y optimismo. Se recomienda el uso de colores saturados para que llamen la atención y se asocien con energía y entusiasmo.2. La identidad de marca se puede usar creando un

Actividad de repaso



	<p>logo o un distintivo que sea fácilmente identificado con la marca que promueve el producto. Si la marca comparte los valores y emociones que son el objetivo de la estrategia fácilmente se puede utilizar el logo para ser incluido en la nueva estrategia. En caso contrario, es mejor diseñar un nuevo conjunto de características para la propia marca.</p> <ol style="list-style-type: none">3. El uso de discriminaciones entre figura fondo o de estímulos incompletos es útil para hacer que los compradores se sientan atraídos para interactuar con el logo del producto y busquen completar la información faltante o subliminal de manera consciente o inconsciente.4. El uso de modalidades alternativas a la visual puede integrar estímulos táctiles, como texturas de superficies en las telas u olores en el contexto de compra. También puede ser muy útil el uso de música ya que fácilmente puede asociarse con el tipo de características que se desea atribuir al producto.5. Para que los productos sean llamativos deben utilizar características llamativas como el color o la forma del producto en el contexto de compra.
Descripción del rol (forma 3)	
Observaciones del autor: Sería adecuado que los estudiantes pudieran dibujar un logo del producto con base en la idea de una figura fondo ambigua y que escogieran los colores y las formas del mismo.	