Examen

Taller de Diseño Gráfico

Relanzamiento de la marca “FILA” a nivel mundial, primero la identidad corporativa necesita un reposicionamiento que se ajuste a las necesidades actuales del mercado. A la vez, re-introducir la marca de una forma diferente que sus competidores.

Luego realizar una campaña publicitaria con las piezas necesarias y trascendentes para que sea funcional con respecto al grupo objetivo. La campaña deber ser innovadora, conceptual y original.

Cómo siempre se califica por sobre todas las cosas la creatividad, es decir, no caer en lugares comunes, recursos berreados y clichés.