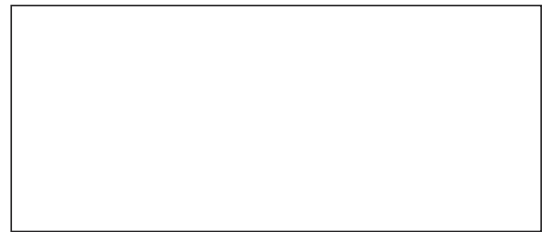


Estudiante:

Boceto de marca N° 1

Caso:

Perfil:



Estrategia para la marca gráfica

Rasgos de estilo:

Tipo de marca:

Llamado de atención:

Singularidad:

Pregnancia gráfica:

Legibilidad:

Calidad:

Otros:



Comparación de la marca propuesta con similares o competidores

Uso de la marca en piezas emblemáticas

MODELO DE PRESENTACIÓN DE BOCETOS

Caso: Calvin Klein

Perfil:

Casa internacional de moda.
Alta costura y sport para mujeres y varones.
Ropa interior.
Joyas y accesorios.
Perfumes

Calvin Klein

Estrategia para la marca gráfica

Rasgos de estilo: minimalismo, abstracción, atemporalidad, neutralidad, compatible con todo tipo de mensajes

Tipo: logotipo puro

Llamado de atención: bajo

Singularidad: baja, todo el poder diferenciador está en el nombre

Pregnancia gráfica: baja

Calvin Klein

Calvin Klein

Comparación de la marca propuesta con competidores y similares

ARMANI

DOLCE & GABBANA

CHANEL

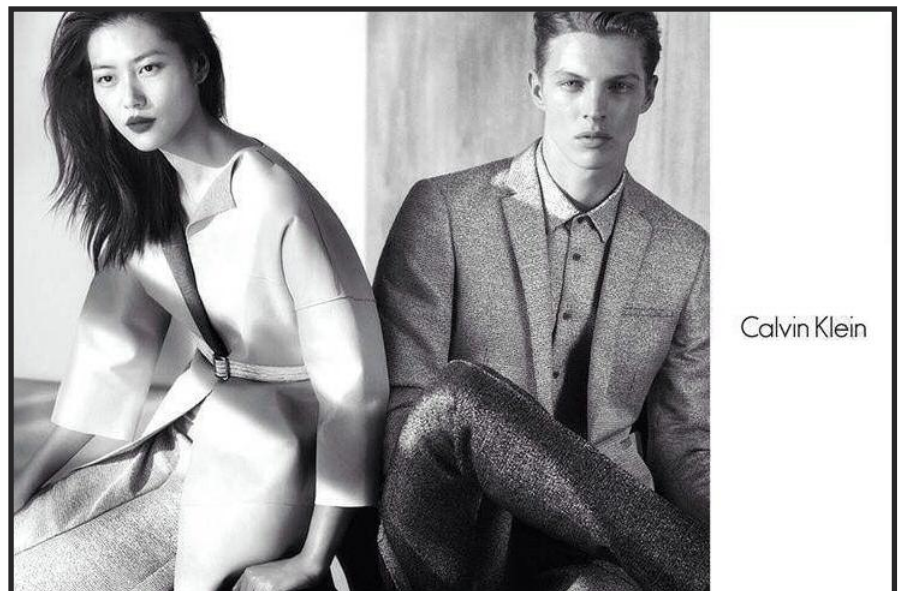
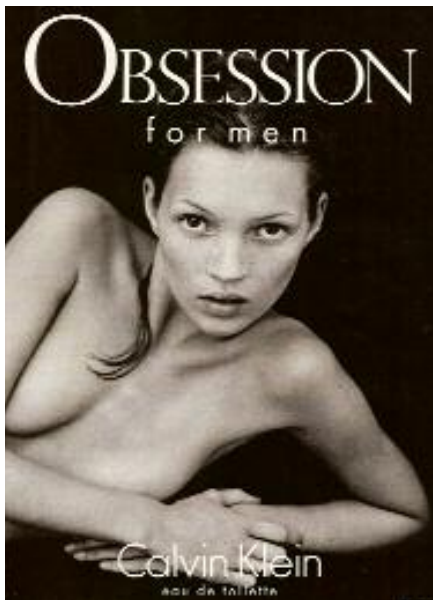
DKNY
DONNA KARAN NEW YORK

Calvin Klein

MOSCHINO

cacharel

Uso de la marca en piezas emblemáticas



MODELO DE PRESENTACIÓN DE BOCETOS

Caso: TEXACO

Perfil:

Empresa internacional de producción y venta de combustibles y lubricantes para el mercado masivo.
Cadenas de estaciones con marca propia.

Estrategia para la marca gráfica

Rasgos de estilo: fuerte, neto, potente, popular, comercialmente agresivo, atemporal

Tipo: logotipo con símbolo

Llamado de atención: muy alto

Singularidad y legibilidad: muy altas

Pregnancia gráfica: muy alta



Comparación de la marca propuesta competidores y similares



Uso de la marca en piezas emblemáticas

