

Ciencias Aplicadas

Proyecto:

Investigación para la elaboración de grilla sobre las acciones de las marcas con sus consumidores en el marco de la clasificación de superhéroes.

Director: Carlos Marcelo Cusmai

Mail: cusmaim@gmail.com

Resumen: El presente trabajo se orienta a Investigar de acuerdo a cada tipo de héroe, cuál sería el número de acciones que debería realizar la marca para lograr inspirar a su consumidor. Se plantea como Problema de investigación:

¿Cuál es el número de acciones que debería realizar una marca para lograr inspirar a su consumidor? Teniendo en cuenta los resultados de relación semiótica con la referencia de Superhéroes obtenidos en la tesis anterior.

El Objetivo general, busca Analizar a las marcas que admiramos en la actualidad, apoyándonos en la teoría de los arquetipos de Jung y proponer un nuevo modelo de planeación estratégica en la que la marca se convierte en el talismán que necesita el consumidor para ser su propio héroe. De este modo, observar desde otro punto de vista, qué es lo que nos hace humanos y el por qué de nuestra fascinación por el storytelling.

Objetivos específicos:

Detectar variables de relación entre las acciones de un número determinado de marcas en Colombia y Argentina