



Mi Universidad

Investigación

Nombre del Alumno: Karla Jhoana Gómez Espinosa

Nombre del tema: Analisis de la marca

Parcial: I

Nombre de la Materia: Campaña Publicitaria

Nombre del profesor: Cristina Carreri Flores

Nombre de la Licenciatura: Diseño Grafico

Cuatrimestre: 5

APPLE

iPhone 14 Pro Max

OBJETIVOS DE PUBLICIDAD

Tiene como objetivo posicionar al iPhone 14 Pro Max como uno de los mejores iPhone y smartphones del mercado, ofreciendo las nuevas mejoras y avanzadas funciones, las cuales son las siguientes:

- Nueva cámara de 48 MP
- Isla dinámica
- Mejor duración de la batería
- GPU más rápida
- Cámara mejorada con poca luz y detección de fallas

En el anuncio más reciente hace referencia a la nueva isla dinámica, un uso innovador en el área no utilizada de la pantalla del iPhone 14 Pro dedicada a la cámara frontal y al sensor Face ID. No solo son un logro notable en el funcionamiento del hardware y del software, sino también contribuye de forma positiva para la mejor experiencia del usuario.

EVOLUCION DE LA MARCA CON 5 AÑOS DE ANTIGÜEDAD

NUEVOS MERCADOS

- La primera etapa de Apple como empresa puede decirse que duró aproximadamente 6 años. Decidieron crear y vender una placa de circuito que sería llamado Apple I.
- La compañía siguió creciendo y el Macintosh supuso la mayor revolución de la industria. El primer ordenador para el público general con una interfaz gráfica de usuario.
- En 1991, Apple lanzó el Powerbook, un portátil que fue un auténtico superventas. Introdujo Sistema 7, una actualización que traía una interfaz a todo color.
- La compañía comenzó a lanzar demasiados dispositivos al mercado, la gran mayoría sin ningún éxito. Cámaras digitales, consolas, PDAs como el Newton.
- El primero de ellos fue el iMac, lanzado en 1998 y diseñado por Jonathan Ive
- Apple lanza dispositivos geniales como los MacBook Pro
- La compañía presentó ese año el iPad y el iPhone 4, dos dispositivos adelantados varios años a sus competidores.
- Lanzamiento oficial de su versión final de iOS 16.3.1 para iPhone.
- Solución a un problema de los ajustes de iCloud.
- Corrección de solicitudes de Siri con la app Buscar.
- Optimización de la detección de accidentes en iPhone 14 y en iPhone 14 Pro.

PUBLICO OBJETIVO

EDAD: 25 a 35

GENERO: Femenino y Masculino

LOCALIDAD: USA

CLASE SOCIAL: Media Alta y Alta

ESTADO CIVIL: Solteros y Casados

NIVEL DE INGRESOS: Alto

FORMACION: Estudiantes y profesionales

TIPOS DE COMPRAS: Centros comerciales y tiendas de marca

ESTILO DE VIDA: Lujosa

ACTITUDES: Personas con poder adquisitivo, aficionadas a la tecnología que quieren estar siempre a la moda

iPhone 14 Pro



Isla dinámica

GPU más rápida

Mejor duración de la batería

Nueva cámara de 48 MP

SAMSUNG

SAMSUNG GALAXI S23 ULTRA

OBJETIVOS DE PUBLICIDAD

El nuevo lanzamiento de Samsung esta enfocado en el uso de materiales reciclados y ecológicos. Creando una nueva experiencia para sus usuarios. Mejorando el sistema de su cámara y creando un mejor rendimiento. Alguna de sus funciones más recientes es:

- Cristal reciclado
- Película de pet reciclada
- Plástico reciclado procedente del océano
- Firma S Pen.
- Cámara Nighthography
- 200 MP
- Astrophotography Expert Raw
- Mayor rendimiento
- Batería de larga duración
- Pantalla AMOLED 2X
- Continuidad PC

En el anuncio menciona 3 de los procesadores más eficientes del Samsung que son GPU, CPU y NPU, así como hace referencia a los materiales naturales que este utiliza para su mejor diseño. Como bien dice: "Fue diseñado pensando en el planeta". Hace referencia a que en cualquier momento y a la hora que sea podemos tomar las mejores fotografías con su maravillosa cámara de 200 MP.

EVOLUCION DE LA MARCA CON 5 AÑOS DE ANTIGÜEDAD

NUEVOS MERCADOS

- Samsung fue fundada como una tienda de comercio de comestibles el 1 de marzo de 1938
- En 1970 la empresa amplió sus procesos de fabricación de textiles para abarcar toda la línea de producción -desde las materias primas hasta el producto final- para competir mejor en la industria textil.
- Samsung entró por primera vez en la industria electrónica en 1969 con varias divisiones centradas en la electrónica -sus primeros productos fueron los televisores en blanco y negro-.
- 1970, la empresa comenzó a exportar productos de electrónica doméstica al extranjero.
- Samsung Data Systems (ahora Samsung SDS) se estableció en 1985 para atender la creciente necesidad de las empresas de desarrollar sistemas.
- Samsung también creó dos institutos de investigación y desarrollo que ampliaron la línea tecnológica de la empresa a la electrónica, los semiconductores, los

productos químicos de alto polímero, las herramientas de ingeniería genética, las telecomunicaciones, la industria aeroespacial y la nanotecnología.

- en la década de 1990, la historia de Samsung continuó e hizo su expansión en los mercados electrónicos mundiales
- varios de sus productos tecnológicos -desde semiconductores hasta monitores de computadora y pantallas LCD- «ocuparon los cinco primeros puestos de la cuota de mercado mundial».
- En el 2000 se produjo el nacimiento de la serie de teléfonos inteligentes Galaxy de Samsung
- En 2010, la serie Galaxy se amplió a las computadoras tablet con la introducción de la Galaxy Tab.

PUBLICO OBJETIVO

EDAD: 15 a 45

GENERO: Femenino y Masculino

LOCALIDAD: Corea del sur

CLASE SOCIAL: Media Alta

ESTADO CIVIL: Solteros y Casados

NIVEL DE INGRESOS: Alto

FORMACION: Estudiantes y profesionales

TIPOS DE COMPRAS: Comerciales

ESTILO DE VIDA: Media

ACTITUDES: Personas que les gusta estar actualizados a la moda o simplemente para estar en comunicación.

Galaxy S23 Ultra

Diseñado pensando en el planeta

Cámara Nightography

Pantalla AMOLED

