

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Bodas Online

Un nuevo desafío para las Relaciones Públicas en la Web

Andrea Carolina Duffer Falconi
Cuerpo A del PG
23 de Febrero de 2015
Lic. Relaciones Públicas
Proyecto Profesional
Medios y Estrategias de Comunicación
Facultad de Diseño y Comunicación
Universidad de Palermo

Índice

Palabras Clave.....	3
Síntesis.....	4
Antecedentes.....	6
Logros de mi PG.....	8
Producción de contenidos curriculares.....	9
Currículum Vitae del autor.....	10
Declaración jurada de autoría del PG.....	11

Palabras Clave

Relaciones Públicas

Nuevas Tecnologías

Planificación

Estrategia

Creatividad

Actualidad

Evento

Redes Sociales

Web 2.0

Diseño Web

Síntesis

El Presente proyecto de graduación *Bodas Online: Un nuevo desafío para las Relaciones Públicas en la Web*, tiene como finalidad proponer una idea creativa para la empresa *Highlight Boutique* de Eventos, a través de una *web* interactiva.

En el siglo XXI la gente viaja mucho a otros países por estudio, recreación, negocios o trabajo; esta movilidad ha generado un problema al momento de casarse pues no saben cómo planificar su boda si no están presentes. Este ejemplo muestra la necesidad de crear e implementar una herramienta práctica en la empresa *Highlight Boutique* de eventos, para generar una opción idóneo, de servicio, para que los argentinos que están en el extranjero puedan casarse en su país de origen, pero organizando su boda desde un monitor.

El objetivo general del presente proyecto es implementar una idea creativa: cómo armar bodas online mediante una página web interactiva; y a su vez armar una campaña de comunicación respectiva para que la empresa de a conocer este nuevo servicio que ofrece.

La categoría que se utilizara será el proyecto profesional, ya que se detecta una necesidad en los clientes de la empresa. De esta manera se desea promover la idea para posicionarse en la mente de los consumidores, como una productora de eventos que facilite nuevas tendencias, para cumplir las necesidades requeridas.

Se emprenderá la línea temática medios y estrategias de comunicación, puesto que los medios son los principales actores de comunicación de los nuevos entornos digitales que se llevarán a cabo en este proyecto, la estrategia se implementará en crear una página web que sea fácil e interactiva, para uso de todos los públicos cibernéticos.

En cuanto al primer capítulo, siendo base principal de este proyecto, se abordará las relaciones públicas en la web, su gestión táctica, el rol que los profesionales de esta área cumplen actualmente en la sociedad y su utilización con respecto a la era de las tecnologías. Se darán a conocer los nuevos *medias relations*, que son sinónimos de

relacionistas públicos, pero en la web; por otra parte se destaca lo mejor del *brand pr*, en el cual se da a conocer la importancia de un profesional en *public relations* dentro del mundo de una marca. Además, se destaca un pequeño análisis acerca de la nueva generación flux, los nuevos profesionales que se especializan en varias profesiones y que están en constante movimiento en el ámbito laboral. Por otra parte, se da a conocer el mundo de los *relationics*, la nueva sociedad impulsada por los avances tecnológicos. Del mismo modo se abordará el tema de la web 2.0 como herramienta de los relacionistas públicos en esta nueva época. Y por último, se analizará los eventos como herramienta de comunicación fundamental para las relaciones públicas. Dentro del segundo capítulo, se desarrollará en profundidad los eventos, las acciones que los mismos presentan para las organizaciones a corto, mediano o largo plazo. Se resaltará el papel del organizador de eventos, y se hará un análisis de una *wedding planner*. Por otro lado, este trabajo incluirá la tipología de eventos y, sobre todo, se enfocará exclusivamente en las bodas: cómo se desarrollan y los implementos que se necesitan para ejecutarlas. También, se abarcará las nuevas tendencias en temáticas de bodas, abordando las más comunes. De la misma forma, se ampliará los conceptos sobre ambientación y, por último, se detallará un cronograma a corto plazo.

En el tercer capítulo, se analizarán las nuevas tecnologías en actualidad: el internet y sus efectos en las comunicaciones, la influencia de las redes sociales, las nuevas páginas web 2.0 y las interactivas, el marketing en la web, y el *community management* en la actualidad.

El cuarto capítulo estará enfocado en la empresa: su misión, visión y valores; cómo se da a conocer, en qué se especializa y cómo piensa captar nuevos públicos mediante la idea creativa.

Como quinto y último capítulo, se presentará la campaña de comunicación, con la cual se dará a conocer la idea creativa al nuevo público, se presentará el desarrollo dentro de los medios digitales, y los mensajes a destacar. Además se detallarán los canales de comunicación, cronograma, presupuesto y evaluación final de la campaña.

Antecedentes

Balzano, N. (2012), *Redes Sociales. (El nuevo paradigma en las Relaciones Públicas)*. Disponible en: Proyecto de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=575&titulo_proyecto=Redes%20sociales

Bonfiglioli, F. (2012), *Red Bull Argentina. (Proyecto Integral de Relaciones Públicas)*. Disponible en: Proyecto de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=574&titulo_proyecto=Red%20Bull%20Argentina

González, N. (2011), *Explorando las Redes Sociales. Desafío 2.0 Modelo de campaña de Relaciones Publicas en redes sociales*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=154&titulo_proyecto=Explorando%20las%20redes%20sociales.%20Desaf%20EDo%202.0.%20Modelo%20de%20campa%20F1a%20de%20Relaciones%20P%20Ablicas%20en%20redes%20social

Katz, L. (2014), *Jerarquizando las redes sociales. Plan de comunicación digital para la marca ver*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2835&titulo_proyectos=Jerarquizando%20las%20redes%20sociales

Lizama, A. (2012). *Comunicación 2.0. Community management. El nuevo desafío de las Relaciones Públicas*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=492&titulo_proyecto=Comunicaci%20n%202.0

Méndez, F. (2011). *Wedding Planner (Su viabilidad mediante las relaciones públicas)*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=216&titulo_proyecto=Wedding%20Planner.

Palacios, M. (2011), *Las Relaciones Públicas y la Gastronomía*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=446&titulo_proyecto=Las%20Relaciones%20P%20Ablicas%20y%20la%20Gastronom%20EDa.

Pujol, M. (2012). *Posicionamiento a través de Redes Sociales, The Baby Market: RRPP2*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_p

royecto=569&titulo_proyecto=Posicionamiento%20a%20trav%20E9s%20de%20redes%20sociales

Tancredi, C. (2011), *Un nuevo enfoque en eventos corporativos*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=319&titulo_proyecto=Un%20nuevo%20enfoque%20en%20eventos%20corporativos

Yasky, D. (2009). *Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. Al servicio de la comunicación institucional*. Buenos Aires: XVII Jornadas de reflexión Académica en Diseño y Comunicación Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=125&id_articulo=1308

Zapata, L. (2014). *Redes que desenredan*. Proyecto de Graduación facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2609

Logros de mi Proyecto de Graduación

Para mí, este proyecto de graduación focaliza los cuatro años de carrera, pues es la representación de todo el estudio y esfuerzo realizado. De la misma manera, es un aporte significativo en el área que he trabajado, por cuanto he generado una experiencia creativa y singular que la he planteado en este proyecto.

Además, el trabajo de investigación amplió mis conocimientos en el área de las nuevas tecnologías, sobre todo las más utilizadas en el medio; de esta manera comprendí cuál es la mejor utilización de las redes sociales y de los diferentes medios digitales, para fortalecer la interacción con los clientes. Por otra parte, este proyecto me aportó en mi desarrollo personal y profesional, ya que el estudio de las distintas materias incrementó mis conocimientos y me dio la formación necesaria en el transcurso de mi vida estudiantil y, posteriormente, de mi vida profesional.

De la misma manera, logré desarrollar una idea que puede ser utilizada en cualquier productora de eventos. El consultar diariamente con *wedding planners*, amplió mi mente de manera única, permitiendo desarrollarme en este aspecto, que para mí es el más interesante de las herramientas de las relaciones públicas.

Por otra parte, analizar cada uno de los autores me enriqueció mucho en cuanto a conocimientos y, sobre todo, en el manejo de la práctica profesional.

Del mismo modo, ir a convenciones, eventos y charlas, significó una experiencia única y reconfortante.

Producción de contenidos curriculares

Se determina que este proyecto puede ser utilizado en la materia de eventos I, ya que en la misma se pone a prueba el manejo, tipología y gestión de cada evento, por lo que puede ser ejemplo claro de los eventos sociales y su preparación. Sobre todo, sería de gran enriquecimiento para los alumnos que quieran entrar en el ámbito de eventos sociales o *wedding planner*.

Por otra parte, podría ser útil para la materia de campañas integrales I, ya que en el presente proyecto se desarrolla una campaña de comunicación para dar a conocer esta idea, por lo que será un ejemplo claro de cómo establecer y desarrollar una campaña de comunicación.

Y, por último, se podría utilizar como material para el contenido de la materia relaciones públicas III, como una muestra del uso y desarrollo de los medios de comunicación en la actualidad, principalmente el de los digitales, ya que son los más utilizados por las nuevas generaciones. Además, saber que las nuevas tecnologías han aportado en el desarrollo de la mayoría de empresas, nos ratifica en el hecho de que necesitamos conocer la importancia de de los nuevos medios de comunicación en la relación entre empresas y clientes.

Carolina Duffer

Relacionista Público



contacto

Palermo,
Buenos Aires -Argentina

[1539405058](tel:1539405058) / 114345380
caro_duffer@hotmail.com
23 años

Ecuatoriana

lenguajes

Inglés: Avanzado
Portugués: Básico

programas manejados

Excel, PowerPoint, Word.

manejo de redes sociales

Twitter, Facebook,
Pinterest, Youtube,
Skype.

formaciones adicionales

Cursos: Ambientación para
eventos
Lugar: COE
Fecha: 04/2013 a 05/2013
Buenos Aires - Argentina

estudios

2012
Eventos
(Buenos Aires- Argentina)

Titulo Técnico Organización de
Universidad de Palermo

2014
Públicas
(Buenos Aires-Argentina)

Titulo Licenciatura Relaciones
Universidad de Palermo

experiencia laboral

De 09/2013 a 12/2013
(Buenos Aires- Argentina)

Eventos Quinta Pantanio

Cargo ocupado: Planificador

Tareas realizadas: coordinación, atención al cliente, manejo de presupuesto y timming; organización general, contacto de proveedores y contratación vía online.

De 09/2013 a 12/2013
(Buenos Aires- Argentina)

Highlight Boutique de Eventos

Cargo ocupado: Organizador

Tareas realizadas: Producción, coordinación, atención al cliente, manejo de presupuesto y timming; organización general, contacto de proveedores y contratación.

De 12/2012 a 03/2013
(Riobamba-Ecuador)

Passa Boca Eventos

Cargo ocupado: Organizador

Tareas realizadas: Producción, coordinación, atención al cliente, manejo de presupuesto y timming; organización general, contacto de proveedores y contratación.

referencias

Ignacio Solari
Highlight Boutique de Eventos
(Buenos Aires - Argentina)
Organizador
Teléfono: 115199-5471
E-mail: info@hglt.com.ar

Anais Del Pozo
Passa Boca Eventos
(Riobamba-Ecuador)
Organizador
Teléfono: 593 999194206

Declaración jurada de autoría

A: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Por la presente declaro que el Proyecto de Graduación es mi propio trabajo y hasta donde yo sé y creo, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, ni material que de manera sustancial haya sido aceptado para el otorgamiento de premios de cualquier otro grado o diploma de la Universidad u otro instituto de enseñanza superior, excepto donde se ha hecho reconocimiento debido en el texto.

Autorizo a la Facultad de Diseño y Comunicación a emplear los contenidos del mismo a efectos académicos e institucionales del Proyecto de Graduación titulado:

Bodas Online. Un nuevo desafío para las Relaciones Públicas en la Web.

Saluda cordialmente

Carolina Duffer

23 / 02 / 2014

Fecha

Firma y aclaración