



FACULTAD DE ARQUITECTURA URBANISMO Y GEOGRAFÍA
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN



ENLACE DEL MARKETING CON LA ARQUITECTURA

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

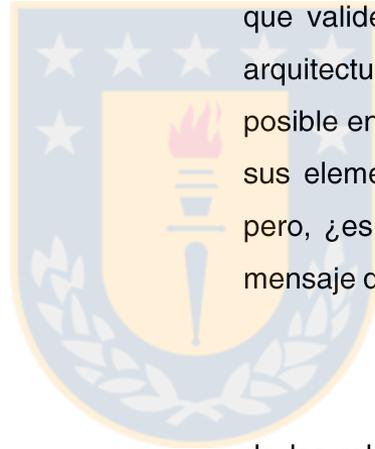
ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN EN UNA EXPERIENCIA DE MARCA

ALUMNO: Pablo A. Cosialls Vergara
PROFESOR GUÍA: Arq. Claudia G. Lima

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de estudio a abordar nace de la pregunta ¿existe un enlace entre el Marketing con la Arquitectura? La pregunta es si posible encontrar una relación que valide y transmita un mensaje de marca a través de la arquitectura. Es claro que es un tema de comunicación y es posible encontrar referentes en la arquitectura que a través de sus elementos (tangibles o no) que si entregan un mensaje, pero, ¿es posible usar estos elementos para dar entregar un mensaje de marca?

Por lo tanto la investigación abarca el análisis de las relaciones espaciales y de imagen de arquitectura, su interacción y relación con el usuario, y el análisis de conceptos comerciales, pasando por el marketing, la construcción de una marca, la experiencia de marca y la semiótica. Desde acá se verá qué aspectos del Marketing y la Arquitectura se enlazan para generar un recinto resuelto y terminado.



OBJETIVOS

OBJETIVO PRINCIPAL:

Analizar las relaciones existentes entre la Arquitectura y el Marketing, dentro del concepto de marca.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ▶ Entender la comunicación como un elemento de ambas áreas. Cómo la Arquitectura y el Marketing usan la comunicación como una herramienta.
- ▶ Aportar un marco teórico de conceptos arquitectónicos y de marketing.
- ▶ Enlazar conceptos similares en ambas áreas.
- ▶ Proponer un caso de estudio que respalde los datos obtenidos.
- ▶ Crear una herramienta cualitativa de análisis y evaluación para futuros proyectos.