

A través de esta tesis se puede concluir que el planeamiento adecuado de una revista parte del amplio conocimiento y entendimiento de esta como medio de comunicación. Por medio de una investigación se analizan y valoran las características del público meta y la adecuada interpretación y aplicación de dichas características permiten establecer la identidad de marca.

Los estudiantes del Departamento de Diseño Gráfico de la UDLA pertenecen a un grupo con intereses en común que tiene falta de comunicación con sus integrantes, por lo que consideran necesaria la existencia de un medio que los mantenga informados sobre las actividades y temas relacionados con su carrera.

Es por esto que *diseñarte* es el producto adecuado para lograr satisfactoriamente la comunicación entre los integrantes del Departamento de Diseño, ya que tanto su contenido y diseño están basados en las necesidades y preferencias de su público meta.