



Curso Online de
**Creatividad Publicitaria y
desarrollo de Ideas disruptivas**

Estrategias y técnicas para la generación de ideas y textos publicitarios de gran impacto.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Creatividad Publicitaria y desarrollo de Ideas disruptivas

Presentación

Desde siempre, en cualquier relación comercial donde existe competencia, el distinto grado de atracción y confianza que transmiten cada una de las marcas que ofrecen los productos influye decisivamente en el acto de compra. Y más hoy en día donde la diferencia entre las propuestas resulta imperceptible.

Por tanto, la comunicación de esa venta no deberá centrarse exclusivamente en informar sobre las cualidades propias del producto, ya que los aspectos racionales están seriamente condicionados por el grado de credibilidad o atractivo que nos proporcione quien lo ofrece, es decir, por los aspectos emocionales.

La creatividad, aplicada a la comunicación publicitaria de la marca, ofrece valores para alcanzar una posición de alta atracción y credibilidad. Hasta el punto de haberse convertido en el recurso más rentable del que puede hacer uso el profesional publicitario. Hoy no se entiende la publicidad sin creatividad y el que no la tiene en cuenta, en la mayoría de las ocasiones, acaba desapareciendo en beneficio de otras que sí la utilizan.

El objetivo primordial de este curso es proporcionar una visión completa del concepto de creatividad publicitaria. Proporciona los aspectos teóricos y prácticos necesarios para generar ideas, fomentando el ejercicio creativo continuado, creando los escenarios adecuados para ello y potenciando la capacidad reflexiva, crítica y de análisis para canalizar esa creatividad desde el enfoque más efectivo.

La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

- 1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
- 2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- 3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
- 4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Creatividad Publicitaria y desarrollo de Ideas disruptivas

Objetivos del curso:

- Qué es la creatividad y cuáles son las mejores condiciones para crear.
- Detallar qué se necesita para llegar a la idea.
- Saber cómo funciona el pensamiento del creativo publicitario.
- Saber cómo se estructura un mensaje publicitario.
- Conocer las claves para redactar con éxito un mensaje publicitario.
- Saber cómo generar publicity.
- Crear anuncios en el ámbito digital.
- Identificar las principales razones por las que es necesario contar con una marca.
- Conocer las diferencias que hay entre el logotipo y la marca.
- Conocer los contenidos que puede proporcionar en la actualidad una marca y en qué contexto se desarrollan.
- Qué es el Branded Content y qué lo diferencia del Marketing de Contenidos.
- Saber cómo hacer una campaña exitosa en redes sociales.
- Conocer qué es un evento y cómo lograr emocionar.

“ Aprenda a convertir ideas en mensajes persuasivos para sus clientes”

Dirigido a:

Responsables y personal de los departamentos de Marketing, Publicidad, Comunicación, Comercial y, en general, a todas aquellas personas interesadas en la comunicación persuasiva enfocada directamente al cliente como consumidor y a la creación de ideas y elementos publicitarios para los mismos.

Creatividad Publicitaria y desarrollo de Ideas disruptivas

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

6 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Las bases de la creatividad publicitaria

12 horas

La creatividad de una persona es una habilidad que se puede desarrollar a través de la práctica de técnicas creativas y de su aplicación en cualquier actividad cotidiana. La creatividad publicitaria debe conectar lo que desea transmitir la marca con lo que desea el público objetivo que le transmitan, información y/o entretenimiento.

- 1.1. Qué es la creatividad.
- 1.2. Las mejores condiciones para crear:
 - 1.2.1. Centrarse en el problema.
 - 1.2.2. Relajarse, disfrutar.
 - 1.2.3. Equivocarse.
 - 1.2.4. Jugar.
- 1.3. El sujeto creativo.
- 1.4. Creatividad artística en comunicación.

MÓDULO 2. La generación de ideas

14 horas

A una idea se llega conectando elementos, buscando alternativas y eligiendo la que mejor se adapta al contexto y resuelve el problema. En este módulo se proponen las claves generales para llegar a una idea y se especifica la fórmula que sigue el pensamiento del creativo publicitario para conseguir un resultado adecuado y brillante que responda a las necesidades estratégicas de la comunicación.

- 2.1. Qué se necesita para llegar a la idea:
 - 2.1.1. Convencimiento para llegar.
 - 2.1.2. Un entorno creativo.
 - 2.1.3. Un briefing creativo.
 - 2.1.4. Exigencia creativa.
- 2.2. El pensamiento creativo.
- 2.3. El proceso creativo:
 - 2.3.1. El concepto creativo.
- 2.4. El software del creativo publicitario:
 - 2.4.1. El equipo creativo.

Creatividad Publicitaria y desarrollo de Ideas disruptivas

- 2.5. Seis sombreros para pensar.
- 2.6. El pensamiento retórico.
- 2.7. Diseñar con creatividad.
- 2.8. Recomendaciones para crear.

MÓDULO 3. Cómo crear anuncios

16 horas

- 3.1. La importancia estratégica del target.
- 3.2. Cómo se estructura el mensaje:
 - 3.2.1. Eje del mensaje.
 - 3.2.2. Concepto de comunicación.
 - 3.2.3. Esquema de transmisión.
- 3.3. Espacios para crear en comunicación:
 - 3.3.1. El nombre.
 - 3.3.2. El titular.
 - 3.3.3. El spot.
 - 3.3.4. La cuña.
 - 3.3.5. Publicidad exterior.
- 3.4. La dirección de arte.
- 3.5. Técnicas creativas.
- 3.6. Géneros y estilos publicitarios.
- 3.7. Cómo crear publicity.
- 3.8. Creatividad digital.

MÓDULO 4. Cómo crear una marca

12 horas

Una marca es una sensación, una emoción, nunca, una razón. Para crear una marca se debe jugar con los intangibles, con los deseos de las personas, sus necesidades básicas y aspiraciones, y ofrecerles lo que están deseando ver, aunque ni siquiera ellos sepan lo que es.

- 4.1. Modelos publicitarios de tipo psicológico.
- 4.2. Corrientes creativas de la publicidad.
- 4.3. Para qué sirve una marca.

- 4.4. Cómo se crea una necesidad.
- 4.5. Diferencia entre logotipo y marca.
- 4.6. El origen de las marcas.
- 4.7. El posicionamiento.
- 4.8. Cuándo nace una marca.
- 4.9. Marcando la diferencia.
- 4.10. La escalera lógica en la construcción de la marca.
- 4.11. Claim.
- 4.12. Contexto actual de las marcas.

MÓDULO 5. Cómo crear Branded Content

14 horas

El Branded Content consiste en generar contenidos vinculados a una marca que permitan conectar a esa marca con el consumidor. Atrae a la gente que realmente busca algo (información, ideas, soluciones a sus problemas, entretenimiento) y es la razón principal por la que la marca de una empresa debe publicar contenidos en los distintos medios, atraer y retener clientes.

- 5.1. Qué es el Branded Content:**
 - 5.1.1. En qué se parece la publicidad tradicional al branded content.
 - 5.1.2. Qué se necesita para crear branded content.
 - 5.1.3. Tipologías del branded content.
 - 5.1.4. Qué contenido tendrá éxito.
 - 5.1.5. Características de los vídeos virales.
 - 5.1.6. Utilidades del branded content.
- 5.2. Qué es el Marketing de Contenidos:**
 - 5.2.1. Contenido relevante y útil.
 - 5.2.2. Creatividad interactiva.
 - 5.2.3. Storytelling.
 - 5.2.4. Contenido multiplataforma, crossmedia y transmedia.
 - 5.2.5. Valor añadido.
 - 5.2.6. Creatividad en redes sociales.
 - 5.2.7. Creatividad multimedia.
 - 5.2.8. Cómo hacer que nuestros contenidos lleguen.

MÓDULO 6. Cómo crear eventos y acciones de marketing digital

12 horas

6.1. Qué es un evento:

- 6.1.1. Por qué se celebra un evento.
- 6.1.2. Cómo se crea la idea de un evento.
- 6.1.3. Dónde y cómo organizar un evento.
- 6.1.4. Cómo emocionar en un evento.
- 6.1.5. La sorpresa en los eventos.
- 6.1.6. La empatía en los eventos.
- 6.1.7. Los sentimientos.

Creatividad Publicitaria y desarrollo de Ideas disruptivas

Autor



Fernando Labarta

Técnico en Publicidad cuenta con más de 25 años de experiencia trabajando en agencias de publicidad ejerciendo como director creativo, creador de contenidos, eventos y branded content. Compagina su actividad profesional con la docencia participando en cursos organizados por la Universidad de Sevilla, la Confederación de Empresarios de Andalucía y otras entidades.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

