

CURSO	:	CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA
DURACIÓN	:	32 Horas (8 o 16 Sesiones)
PRE – REQUISITO	:	Conceptos básicos de publicidad

SUMILLA

El curso es de naturaleza teórico-práctica. Se partirá de una base teórica más una parte práctica que reforzará los conocimientos adquiridos. El curso se divide en 4 núcleos temáticos correspondientes a cuatro unidades de aprendizaje.

En una primera unidad se realizará una introducción hacia la materia como tal, qué es la conceptualización y cómo ésta se ve reflejada en las distintas campañas publicitarias que vemos todos los días.

En la segunda unidad el estudiante entenderá cuál es la base necesaria para llegar a una conceptualización. Entenderá cómo interpretar un brief y cómo cuestionarlo, conocerá distintas formas de aproximación hacia el entendimiento y análisis de un público objetivo para poder llegar a un insight.

En la tercera unidad se explicarán algunas de las técnicas para la realización de una estrategia creativa y su incidencia en la conceptualización de una idea creativa.

Finalmente, en la cuarta unidad se verán técnicas de creatividad y redacción, para lograr una conceptualización publicitaria de largo alcance.

SES	CONTENIDO
1	<p>Introducción : Qué es conceptualización publicitaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición - Revisión de ejemplos <p>Entendimiento del contexto: fuentes primarias de información</p> <ul style="list-style-type: none"> - El brief - Explicación de la importancia del brief, tipos de briefs, tipos de formatos de briefs.
2	<p>El target (investigación): Cómo funciona el cerebro del ser humano (neurociencia), diseño del comportamiento, descripción del target, importancia del conocimiento y buen entendimiento del target.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificación según Arellano. <p>Insights: Qué es un insight, cómo se reconoce un insight, importancia de los insight para conceptualizar.</p>
3	<p>Estrategia Creativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición - Estrategia 360 - El puente - Habilidad vs. motivación
4	<p>Estrategia Creativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Shopper Journey - Mapas mentales
5	<p>Creatividad: Pensamiento y Redacción</p> <ul style="list-style-type: none"> - El proceso creativo

	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de pensamiento: <ul style="list-style-type: none"> -Comparación de conceptos - Los sombreros - SUCCES
6	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de pensamiento: <ul style="list-style-type: none"> - Pensamiento lateral - Brain witting - Analogía personal - Brain Storming
7	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de redacción: <ul style="list-style-type: none"> - Cadáver Exquisito - Rimas - Estilos de escritura - El kilometraje: <ul style="list-style-type: none"> - Definición - Ecosistema de comunicación (Points of touch)
8	<ul style="list-style-type: none"> • EXAMEN FINAL + PRESENTACIÓN DE PROYECTO FINAL.

Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores

Telf: 242-6890 / 242-6747

arteydiseno@ipad.edu.pe

ipad.pe