

CURSO	:	Proyecto Agencia
DURACIÓN	:	32 Horas (16 Sesiones)
PRE – REQUISITO	:	Conocimiento básico de diseño gráfico y/o publicidad, comunicación visual. Manejo básico de programas como Illustrator, Photoshop o After Effects.

SUMILLA

El curso Agencia forma parte de la formación especializada y propone una experiencia completa para que el estudiante conozca el funcionamiento real de una agencia creativa. A través de sesiones prácticas explorará áreas como cuentas, social media, dirección de arte, branding, creatividad y producción, entendiendo sus procesos, dinámicas y entregables. El objetivo es que el estudiante experimente distintos roles, descubra afinidades profesionales y construya una visión integral en base a una agencia.

REQUISITOS

MATERIALES Y EQUIPOS - PRESENCIAL

- Cuaderno, Laptop (opcional)

MATERIALES Y EQUIPOS - ONLINE

- Una PC (con cámara web, audífono y micrófono), laptop o una tableta.
- Descargar e instalar Goole Meet <https://meet.us/download>.
- Cuaderno o libreta de anotaciones y lapicero.

SES	CONTENIDO
1	INTRODUCCIÓN PROYECTO <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de Agencia • Roles • Flujos creativos
	ACTIVIDAD: Elaborar mapas de roles de Agencia.
	TAREA: Crear perfil creativo personal.
2	BRIEF – CLIENTE - PRESENTACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Presentación con Cliente (invitado)
	ACTIVIDAD: En base a la presentación con cliente, Redactar brief que involucre las distintas areas.
3	ESTRATEGIA – CONTENIDO – CALENDARIO PUBLICITARIO <ul style="list-style-type: none"> • Área Social media • Ejemplo de situaciones de crisis
	ACTIVIDAD: Charla con Manager de social Media.
	TAREA: Elaborar una parrilla de contenidos, y un caso de crisis.
4	CONCEPTO - MOODBOARD - KEYVISUAL <ul style="list-style-type: none"> • Revisión y Sustentación de un caso específico de Agencia desde el lado de dirección de arte.
	ACTIVIDAD: Crear un moodboard – keyvisual.
TRABAJO	ANÁLISIS 1: Dirección de Arte – Social media – cuentas. Realizar y sustentar un caso específico de agencia, poniendo en práctica las secciones 2 y 3.

5	IDENTIDAD - POSICIONAMIENTO
	• Logotipo – Tipografía – paleta de color etc.
	ACTIVIDAD: Diseñar mini marca.
	TARE: Manual (corto)
6	IDEAS – STORYTELLING
	• Estructura • Brainstorming • Propuestas creativas
	ACTIVIDAD: Invitado Creativo de Agencia.
7	CONCEPTO - PRESENTACIÓN
	• Estructura de una presentación • Concepto hasta elaboración de piezas
	ACTIVIDAD: Desarrollo de entregables.
8	CASO PRÁCTICO
	• Brief
	ACTIVIDAD: Presentación del entregable.
TRABAJO	ANÁLISIS 2: Brief real , desarrollo, elaboración de piezas desde llas distintas áreas.- Expositivo Realizar, en archivo PPT, aplicando los conceptos de las sesiones 5, 6 y 7.
9	REDACCIÓN
	• Construcción de mensajes
	ACTIVIDAD: Visita redactor Publicitario.
10	EXPERIENCIA DE USUARIO
	ACTIVIDAD: Caso aplicado.
11	PITCH
	• Que es? • Qué áreas involucra • Estructura
	ACTIVIDAD: Trabajo en Grupo - feedback.
	TAREA: Cerrar propuestas con feedback.
12	COLABORACIÓN ENTRE ÁREAS
	• Roles
	ACTIVIDAD: Proyecto en equipo.
TRABAJO	ANÁLISIS 3: PITCH Realizar, un caso real como licitación, poniendo en práctica las sesiones 9, 10 y 11.
13	EXPOSICIONES
	• Presentación en PPT para licitación
	ACTIVIDAD: Desarrollo de exposiciones explicativas, desde el concepto hasta la elaboración de piezas gráficas.
14	CONSTRUCCIÓN DE PERFIL
	• Aplicaciones desde el perfil del alumno
	ACTIVIDAD: Roles en equipo.

15	DESARROLLO CASO AGENCIA <ul style="list-style-type: none"> • Brief
	ACTIVIDAD: Realizar el caso grupal.
TRABAJO	ANÁLISIS 4: BRIEF AGENCIA Presentación de campaña aplicando los conceptos de las sesiones.
16	EXAMEN FINAL Elaborar en archivo en PPT con campaña final.

Informes e Inscripciones

RH/07.26

Av. Benavides 715, Miraflores
 Telf: 242-6890 / 242-6747
 arteydiseno@ipad.edu.pe

ipad.pe