

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Creatividad Publicitaria y nuevas formas de comunicación en la empresa

→ Metodologías para la generación de ideas, frases y elementos para publicitar correctamente los productos y servicios de su empresa.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 902 021 206 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



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 actual. Pretende dotar al alumno de 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 Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

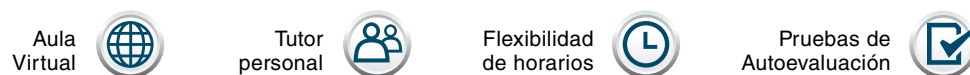
- La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- Aumentar sus capacidades y competencias en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

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 80 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 6 módulos de formación práctica de que consta el curso Creatividad Publicitaria y nuevas formas de comunicación en la empresa.

Material Complementario

Incluye ejemplos y modelos de soporte sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos referentes a la creación de material publicitario de éxito para su empresa.

Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes a la creación de material publicitario de éxito para su empresa.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Curso Bonificable



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Qué es la creatividad y cuáles son las mejores condiciones para crear.
- Qué se necesita para llegar a la idea.
- Cómo funciona el pensamiento del creativo publicitario.
- Cómo se estructura un mensaje publicitario.
- Cuáles son las claves para redactar con éxito un mensaje publicitario.
- Cómo generar publicity.
- Cómo crear anuncios en el ámbito digital.
- Cuáles son las principales razones por las que es necesario contar con una marca.
- Qué diferencias hay entre el logotipo y la marca.
- Qué contenidos 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.
- Cómo hacer una campaña exitosa en redes sociales.
- 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.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. Las bases de la creatividad publicitaria

12 horas

En este primer módulo del curso se presentan los fundamentos y las condiciones que posibilitan la creatividad en general, permitiendo entender cómo manejarla en todos los órdenes de la vida y, en concreto, en el área de la comunicación.

- 1.1. Qué es la creatividad.
- 1.2. Las mejores condiciones para crear.
- 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.
- 2.5. Seis sombreros para pensar.
- 2.6. El pensamiento retórico.
- 2.7. Diseñar con creatividad.
- 2.8. Recomendaciones para crear.

Contenido del curso

→ MÓDULO 3. Cómo crear anuncios

16 horas

A partir de los diferentes espacios y formatos que ofrece la publicidad convencional, este módulo analiza cómo sacar el máximo partido a cada uno de ellos desde la perspectiva de la creatividad.

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.

→ 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.

Contenido del curso

- 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. Este módulo se adentra en los fundamentos que permiten conocer qué tipos de contenidos puede liderar una marca desde el punto de vista de su creación y producción y desde la selección de los mismos.

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.

Contenido del curso

→ MÓDULO 6. Cómo crear eventos y acciones de marketing digital

12 horas

Las experiencias de marca desarrolladas en el entorno offline ofrecen a la marca las mayores oportunidades de conectar con su público, este último módulo del curso explica la fórmula para conseguir emociones desde los cinco sentidos.

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.
- 6.1.8. La creatividad en todo el proceso de organización.

6.2. Cómo se crea la idea en marketing digital:

- 6.2.1. Cómo lograr la atención y la retención.
- 6.2.2. Publicidad digital.



Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Creatividad Publicitaria y nuevas formas de comunicación en la empresa han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ 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.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Creatividad Publicitaria y nuevas formas de comunicación en la empresa**. Para ello, deberá haber realizado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

