



TALLER
de
Creatividad
Aplicada



Objetivo

Preparar a los alumnos que se dirigen hacia el departamento creativo de una agencia de publicidad para desarrollarse de forma integral y lograr comprender los procesos organizacionales y poder colaborar con los diferentes departamentos.

Dirigido a

- Estudiantes de licenciatura y maestría de las carreras de comunicación, publicidad, mercadotecnia, relaciones públicas, diseño gráfico, cine y TV.
- Estudiantes de otras carreras que tengan interés en iniciar y desarrollarse en una carrera en el mundo de la publicidad.
- Publicistas, comunicólogos, diseñadores, escritores, mercadólogos e incluso coders/programadores que quieran desarrollarse en el área creativa de la publicidad, mercadotecnia, administración de empresas e imagen pública.

Temario

¿Soy Arte o Copy?

Los alumnos podrán identificar habilidades y preferencias para un mejor enfoque durante su preparación pre-laboral. Trabajarán en duplas como se hace en una agencia y desarrollarán ejecuciones en las que cada alumno será evaluado según su papel. Conocerán los diferentes departamentos en una agencia y las responsabilidades y habilidades que requiere cada uno de los puestos creativos.

Effies vs. Cannes

Los alumnos aprenderán sobre los diferentes objetivos que tiene una agencia de publicidad y sus clientes. A partir de diferentes campañas publicitarias

deberán identificar cuáles fueron los objetivos de negocio, el brief y la estrategia. Aprenderán sobre sistemas de jurado en festivales publicitarios y desarrollarán una ejecución para Cannes y otra para los Effies.

El peloteo

Los alumnos aprenderán técnicas de conceptualización en equipo en las que resolverán problemas de la vida diaria de forma creativa, realista y bajo un límite de tiempo.

Pienso luego produzco

Los alumnos aprenderán sobre el proceso creativo en una agencia publicitaria desde el momento en el que son brifeados, hasta el momento de escoger directores, fotógrafos, música y post productoras. Investigarán diferentes casas productoras y aprenderán a asignar a los proveedores correctos para diferentes tipos de proyectos.

Pitch

Los alumnos trabajarán en modo "Pitch" compitiendo para presentar la mejor idea creativa en estrategia que resuelva el brief que se les dará durante el curso. Aprenderán sobre la importancia de un pitch para el negocio de una agencia.

Freelance

Los alumnos aprenderán sobre las ventajas y desventajas de trabajar tiempo completo o como freelance. Aprenderán técnicas para hacer crecer su negocio, cómo administrar su tiempo y cuánto deben de cobrar.

El cliente

Los alumnos aprenderán sobre la importancia de tener una buena relación con sus clientes, practicarán sus técnicas de presentación y a interpretar feedback de clientes de forma correcta.

Entrevista de Trabajo

Los alumnos aprenderán a prepararse para entrevistas de trabajo con Directores Creativos, Directores de Cuentas y Directores de Producción. Se les ayudará a preparar un portafolio digital y aprenderán técnicas para responder preguntas durante sus entrevistas.