



TALLER

de Planeación
Estratégica
Publicitaria
Planning



Objetivo

Hoy en día, ante la fuerte competencia existente en todos los mercados de consumo y ante el constante bombardeo de información en los medios de comunicación, ya no sólo bastan la inspiración y el ingenio creativo para desarrollar una efectiva y memorable comunicación de nuestras marcas, empresas e instituciones. Actualmente la diferencia la hace una creatividad con un sustento y dirección estratégicas. Atractiva, efectiva y eficiente.

Por ello, este taller tiene como objetivo fundamental el aprendizaje de un sistema de planeación orientado a dar una dirección estratégica a la creatividad publicitaria, basada en el contexto mercadológico de la empresa e institución.

En este curso aprenderás una metodología práctica de planeación, utilizada en las principales agencias de publicidad, con probados resultados profesionales en el diseño exitoso de todo tipo de campañas de comunicación, tanto comerciales, como sociales y políticas. Para un mejor aprovechamiento de los conocimientos obtenidos, la exposición de los temas se enfocará a la presentación de diversos casos prácticos interactivos para apreciar mejor la aplicación y modularidad del sistema de planeación expuesto.

Dirigido a

- Ejecutivos del área de mercadotecnia, publicidad, relaciones públicas, promoción y ventas de todo tipo de empresas (fabricantes de productos, o proveedoras de diversos servicios).
- Directivos y colaboradores, con responsabilidad ejecutiva y operativa, involucrados en el área de comunicación social e imagen de cualquier institución u organismo público.
- Estudiantes de licenciatura y maestría de las carreras de comunicación, publicidad, mercadotecnia, administración de empresas e imagen pública.

Duración: 20 horas. 10 Sesiones de dos horas cada una.

Teórico 50% y Práctico 50% para revisión y análisis de casos, prácticas, ejercicio y desarrollo del Taller.

Incluye:

Carpeta con el contenido de las presentaciones.

CD con el contenido de las prácticas y sinopsis.

Certificado de participación.

Temario

Módulo I

Creatividad estratégica

Creatividad efectiva con estrategia efectiva

Módulo II

Planeación estratégica

La estrategia y la actividad publicitaria

Planificación estratégica

Módulo III

Insights y la comunicación.

Módulo IV

La planificación en la publicidad y la comunicación.

La planificación y la publicidad eficaz

Planeando con "cabeza"

Módulo V

Planeación y elaboración de Brief.

La campaña y las estrategias publicitarias

Módulo VI

El Público Objetivo en la planeación.

El punto de vista del consumidor del público objetivo

El USP y la comunicación estratégica

Módulo VII

La espiral publicitaria y el ciclo de vida del producto.

La espiral publicitaria y la planeación

Mercado y competencia en la planeación estratégica

Módulo VIII.- Revisión y control de la planeación.

Estrategia en la planeación