



TALLER
de Redacción
Creativa



Objetivo

“ La comunicación escrita puede adoptar muchas formas. Desde un cuento o una novela, hasta una conferencia o un anuncio publicitario. Todas cumplen con una actividad que ha acompañado al hombre desde siempre: Contar historias. ”

El primer paso para comenzar a escribir es decidirse a empezar a hacerlo. Eliminar barreras y miedos relacionados con los bloqueos creativos y atreverse a liberar a la imaginación. Eso es una Redacción Creativa. A lo largo del taller el alumno tendrá la capacidad de conceptualizar y redactar con facilidad anuncios publicitarios aplicados a nivel ejecucional en sus diferentes modalidades: Para radio, TV, digital e impresos y cualquier medio alternativo. Tendrá la capacidad de desarrollar estrategias creativas que aterricen en historias relevantes para el público.

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 radio, tanto a nivel profesional como semi profesional.

Temario

Escribir para vender

- a. Qué es redactar
- b. Para qué nos sirve la redacción
- c. El contexto del mensaje

La redacción publicitaria

- a. Encabezados y cuerpo de texto

- b. Unidad, simplicidad y claridad
- c. Factores emocionales y racionales que conectan con las personas.

La fuerza de la creatividad

- a. Qué es una idea
- b. Qué es un concepto
- c. Cómo formular un concepto en base a una idea

Conociendo el producto, la marca y su audiencia

- a. El ADN de la marca
- b. Atributos del producto o servicio
- c. Necesidades del entorno

La mente del consumidor

- a. Análisis profundo del consumidor
- b. Mercado meta
- c. Posicionamiento

El código cultural

- a. Escuchar, analizar, responder
- b. Qué es un insight
- c. Cómo detectar un insight

La estrategia creativa

- a. Qué es una estrategia creativa
- b. Para qué me sirve la estrategia
- c. Etapas de la estrategia creativa

El racional creativo

- a. Qué es un racional creativo
- b. El brief

Diseño estratégico

- a. Conceptualización de la propuesta creativa
- b. Ejecución y dirección de las piezas creativas
- c. Imagen y diseño de la presentación

Presentación final de la estrategia