

Diplomado

Generación de Ideas
Publicitarias





Diplomado Generación de Ideas Publicitarias

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/cursos-universitario/generacion-ideas-publicitarias

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 20

06

Titulación

pág. 28

01

Presentación

En un mundo caracterizado por el consumo y una variada oferta, las empresas tienen el desafío de implementar mensajes que capten el interés de los usuarios y sirvan para diferenciarse. Por eso, la creatividad juega un papel crucial a la hora de realizar campañas de publicidad exitosas. En este sentido, las organizaciones demandan la incorporación de expertos que aporten una visión disruptiva y creen productos atractivos. Por eso, TECH ha diseñado un programa para que los estudiantes desarrollen habilidades en este ámbito de la comunicación y la mercadotecnia. La titulación abarca temas y herramientas de imprescindible uso para mejorar las relaciones entre marcas y compradores. Además, sus contenidos dispuestos de manera 100% online brindan al alumno una oportunidad única de personalizar su recorrido académico.





“

*Gracias a este Diplomado 100% online
dispondrás de herramientas innovadoras
para el desarrollo de ideas atractivas y
campañas publicitarias exitosas”*

Actualmente, el avance de las nuevas tecnologías y el uso de Internet han provocado un exceso en la oferta de productos. Esto ha desencadenado que las empresas necesiten campañas innovadoras capaces de atraer al público y que se ajusten a nuevos escenarios de consumo e interacción como las redes sociales o el Metaverso. El reto radica en transmitir mensajes de una forma impactante, capaz de apelar a las emociones de los consumidores. Para conseguirlo, los expertos del sector publicitaron precisan un abanico de recursos destinados a generar ideas creativas atrayentes para del público.

Ante esto, TECH ha diseñado un Diplomado que ofrece una amplia perspectiva sobre la generación de ideas publicitarias. Para ello, el programa analiza diferentes estrategias para que los egresados potencien el pensamiento creativo y desarrollen mensajes adecuados para divulgar los productos. Además, se centra en el uso de los principales softwares creativos para estructurar y medir las campañas publicitarias. También, se profundiza en la importancia de contar con las figuras retóricas en la comunicación comercial. Asimismo, se ahonda en la dinámica de los seis sombreros para pensar con el fin de optimizar la solución de problemas.

Por otra parte, la titulación universitaria dispone de una metodología 100% online para que el publicista complete el programa con comodidad. Solamente necesitará un dispositivo con acceso a Internet para profundizar sus conocimientos en un sector que ofrece muchas oportunidades laborales. Además, el temario se apoya en el innovador método *Relearning*: un sistema de enseñanza basado en la reiteración, que garantiza que los conocimientos de adquieran de manera natural y progresiva, sin el esfuerzo de memorizar.

Este **Diplomado en Generación de Ideas Publicitarias** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Generación de Ideas Publicitarias
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información actualizada y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Con TECH dominarás los principales softwares creativos para generar y medir campañas publicitarias”

“

Adoptarás nuevos enfoques que te permitirán elaborar los mejores mensajes publicitarios en tan solo 6 semanas”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Adquirirás las competencias que necesitas con el respaldo de claustro docente de prestigio internacional.

Gracias a este Diplomado te desenvolverás en la redacción publicitaria con eficacia.



02

Objetivos

El presente programa está diseñado para ofrecer a los alumnos una visión completa de la creatividad publicitaria actual. En esta misma línea, su temario fomenta la generación de ideas originales, de manera continuada a través de recursos teóricos y prácticos. Además, la titulación universitaria se caracteriza por reunir tanto las herramientas como las técnicas más avanzadas para estimular el pensamiento innovador. Así, los egresados serán capaces de desarrollar mensajes y proyectos publicitarios de excelencia.





“

Ahondarás en las funciones de la figura del copywriter o redactor publicitario a través de los exhaustivos temas de este programa”



Objetivos generales

- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Asimilar los conocimientos teóricos/prácticos que permitan realizar las funciones de creativo desde cualquier perspectiva
- ♦ Utilizar herramientas de apoyo a la creatividad
- ♦ Desarrollar acciones e iniciativas que mejoren los resultados creativos, en colaboración con el resto de los actores que participan en su concepción
- ♦ Conocer de manera profunda la relación entre el creativo y el resto de los agentes que participan en la gestión de la comunicación comercial
- ♦ Desarrollar habilidades en la comunicación creativa para mejorar la relación entre la marca y el consumidor





Objetivos específicos

- ♦ Estimular la generación de ideas innovadoras
- ♦ Poner en valor el entorno creativo
- ♦ Explicar la actividad del pensamiento creativo
- ♦ Detallar cómo funciona el software del pensamiento creativo publicitario
- ♦ Potenciar la creatividad en equipo
- ♦ Inspirarse en el legado creativo de otros
- ♦ Explorar la creatividad en distintos campos



Mediante este completísimo temario, profundizarás en la retórica visual y la manipulación de la imagen en el contexto creativo”

03

Dirección del curso

Con el objetivo de brindar una educación basada en la calidad y excelencia, TECH tiene a su disposición un cuadro docente de prestigio internacional. Estos especialistas se caracterizan por contar con una amplia trayectoria profesional, en la que han aportado sus perfiles creativos a reconocidas compañías de comunicación y publicidad. Gracias a esto, los expertos han diseñado materiales que permitirán a los alumnos estar a la vanguardia en el campo de la originalidad publicitaria. Asimismo, los recursos generados por el claustro para el temario ofrecen un amplio abanico de técnicas para fomentar el pensamiento imaginativo de los egresados.





“

*El claustro docente de este Diplomado
dispone de un amplísimo prestigio en
la industria publicitaria”*

Dirección



D. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Director Creativo en El Factor H
- ♦ Director de Marketing en La Ibense
- ♦ Director Creativo de Eventos en Beon Worldwide
- ♦ Director de *Branded Content* en Atrium Digital y Mettre
- ♦ Director Creativo en el Grupo de Comunicación del Sur, BSB y en FCA BMZ Cid
- ♦ Ponente del Máster en Dirección en Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad de Sevilla
- ♦ Coautor del libro *Cómo crear una marca. Manual de uso y gestión*



04

Estructura y contenido

Este plan de estudios aborda temas disruptivos que garantizan al comunicador y al publicista un dominio global de las herramientas necesarias para generar ideas publicitarias originales. Así, el temario abarca temas disruptivos como los tipos y perfiles creativos. De igual modo, ahonda en los perfiles y funciones que deben asumir todos los actores dentro de una agencia especializada por el copywriter y los diseñadores. Al mismo tiempo, para potenciar el dominio de esos contenidos, TECH se apoya en el completísimo y exclusivo *Relearning*.



“

A lo largo de este programa abordarás los principales tipos de creativas y los perfiles encargados de desarrollarlos”

Módulo 1. La generación de ideas publicitarias

- 1.1. Qué se necesita para llegar a la idea
 - 1.1.1. Plantea el problema
 - 1.1.2. Detenerse a pensar, el primer paso para diferenciarse
 - 1.1.3. Piensa, reflexiona, vuelve a pensar... Y así durante varios días
 - 1.1.4. Convencimiento para llegar
 - 1.1.5. Un entorno creativo estimula la creatividad
 - 1.1.6. Cómo se contagia tu creatividad
 - 1.1.7. Sal de la oficina, vive, disfruta
 - 1.1.8. El briefing creativo
 - 1.1.9. Exigencia creativa
 - 1.1.10. Rompe con lo establecido
 - 1.1.11. La palabra clave: asociación
- 1.2. El pensamiento creativo
 - 1.2.1. Personas que han teorizado sobre el pensamiento creativo
 - 1.2.2. Aspectos clave para estimular el pensamiento creativo según de Bono
 - 1.2.3. Conclusiones
- 1.3. El proceso creativo
 - 1.3.1. El concepto creativo
 - 1.3.2. La estrategia creativa en función del ciclo de vida del producto
 - 1.3.3. Estrategias de lanzamiento
- 1.4. El software del creativo publicitario
 - 1.4.1. Acciones del pensamiento creativo publicitario
 - 1.4.2. Fases
 - 1.4.3. Posibilidades de uso
 - 1.4.4. Normas de seguridad
 - 1.4.5. Proceso de pensamiento
- 1.5. El equipo creativo
 - 1.5.1. El copy o redactor publicitario
 - 1.5.2. El diseñador y el director de arte
 - 1.5.3. El director creativo
 - 1.5.4. El creativo
 - 1.5.6. Seis sombreros para pensar





- 1.6. El pensamiento retórico
 - 1.6.1. Figuras retóricas más utilizadas
 - 1.6.2. Importancia de las figuras retóricas en la comunicación comercial
 - 1.6.3. Ejemplos de anuncios retóricos
- 1.7. Diseñar con creatividad
 - 1.7.1. Manipulación de la imagen
 - 1.7.2. Producción
 - 1.7.3. Retórica visual
 - 1.7.4. La tipografía en publicidad
- 1.8. Recomendaciones para crear
 - 1.8.1. Copies significativos
 - 1.8.2. Frases de los grandes creativos publicitarios
 - 1.8.3. Recomendaciones de diseñadores célebres
- 1.9. Tipos de creatividad
 - 1.9.1. Artística
 - 1.9.2. Científica
 - 1.9.3. Tecnológica
 - 1.9.4. Empresarial
 - 1.9.6. Publicitaria
 - 1.9.7. Diseñadora
- 1.10. Perfiles creativos
 - 1.10.1. Visionarios
 - 1.10.2. Experimentadores
 - 1.10.3. Observadores
 - 1.10.4. Conectores
 - 1.10.5. Analíticos
 - 1.10.6. Colaboradores
 - 1.10.7. Narradores

05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“ *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



06

Titulación

El Diplomado en Generación de Ideas Publicitarias garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Diplomado expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Diplomado en Generación de Ideas Publicitarias** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Diplomado** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Diplomado, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Diplomado en Generación de Ideas Publicitarias**

N.º Horas Oficiales: **150 h.**





Diplomado

Generación de Ideas
Publicitarias

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Diplomado

Generación de Ideas
Publicitarias