

CREATIVIDAD PUBLICITARIA LOW COST

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: presencial

ÁREA: comunicación/publicidad

OBJETIVOS

- » Por una parte, ofrecer las pautas necesarias para que los anunciantes consigan añadir valor a sus marcas, en momentos como los actuales donde la crisis económica obliga a ajustar los presupuestos de marketing y publicidad. Y por otra, animar a todas las agencias a que ayuden en esta labor a los anunciante, logrando entre ambos la mayor eficacia y respuesta a los consumidores al menos coste posible.

PROGRAMA - FASES

- » Nuevos recursos de la neocreatividad.
- » El impacto y la sorpresa en la nueva publicidad.
- » Nuevos soportes urbanos.
- » La publicity como arma de bajo coste.
- » Los happening del producto y la fantasía como herramienta de conquista.
- » Los nuevos consumidores y las posibilidades on line.
- » Campañas.
- » Interactividad en acciones de comunicación digital low cost.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores de marketing, publicidad y comunicación, creativos y agencias de publicidad.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*