

ESTRATÈGIES CREATIVES

(4art curs de la Llicenciatura. Professor: Miquel Campmany)

Programa de l'assignatura

1 Introducció

PRÀCTICA 1: Patch Adams

2 Conceptes bàsics de Branding --> Dimensions clau: Notorietat, personalitat. Utilitat i funció social.

PRÀCTICA 2: Personalitat de marca i Brand Essence

3 El procés de construcció d'una marca. El cicle de vida.

PRÀCTICA 3: Els rols de la comunicació

4 L'Estratègia de Comunicació. Visió holística dins el pla de marketing. Els punts de contacte

PRÀCTICA 4: Àngel. Procés i continguts d'un pla de comunicació

5 Preparació del treball de l'assignatura

Presentació deconstrucció de campanya

6 Evolució de la planificació estratègica. El rol del planner. Els models estratègics

7 Creativitat en l'estratègia: trobar els insights adequats

PRÀCTICA 5: Treballar amb insights

8 Creativitat en l'estratègia: els mecanismes de persuasió. La Selling Idea

PRÀCTICA 6: Treballar amb selling ideas

9 Estratègies creatives de marca. Concepte i posicionament. El rol de la categoria. Elaboració de mapes

10 Estratègies creatives de marca. Arquitectures

PRÀCTICA 7: Rols i accions de co-branding

11 Estratègies creatives de marca: Experiential marketing

PRÀCTICA 9: Construcció d'experiències sensorials

12 Estratègies creatives de comunicació. Ambient Media i Guerrilla. Events i patrocinis

PRÀCTICA 10

13 Estratègies creatives de comunicació. Els mitjans electrònics. Mkting. Viral

PRÀCTICA 11: Vies innovadores en la difusió de missatges