Brother | Santa Cruz de la Sierra

SISTER

PLANNING + CREATIVIDAD + ESTRATEGIA

INICIO 31 DE ENERO

SISTER

BIENVENIDES A SISTER, EL LADO MÁS HUMANA DE LA PUBLICIDAD

BROTHER es una escuela de creatividad nacida en Buenos Aires, en uno de esos momentos en los que la creatividad tiene que nacer.

En 17 años logró cambiar la forma de estudiar creatividad, siendo desde 2010 hasta hoy, la mejor escuela de Argentina. Desde hace unos meses la metodología de Brother ha desembarcado en escuela de Argentina. Desde hace unos meses la metodología de Brother ha desembarcado en Bolivia, con el propósito de conseguir ser la escuela que hace escuela y demostrar que nuestros Brothers Bolivianos pueden conseguir buenos resultados en festivales internacionales y lograr ingresar a trabajar en las mejores agencias del pais y del extranjero.

SISTER , nace bajo el ala protectora de su hermano mayor BROTHER, con un mismo objetivo en común: Ser tu primera agencia.

Sister es un curso intensivo desde el mes de Abrila y 3 meses en adelante, con un poco de teoría y mucha práctica, para que entiendas lo fundamental para ser un planner y como el planning se integra al trabajo del dia a dia de cualquier agencia.

Una Directora de Gestión Estratégica, un Gerente de Marketing Digital y un Director Creativo Estratégico, te enseñarán cuales son las principales herramientas de Planning + Creatividad y Estrategia que tienes que saber, haciendo ejercicios y briefs reales para que las pongas en práctica y consolides tu aprendizaje.

Este curso es ideal para planners juniors que son nuevos en la industria o para aquellos que aspiren a ser planners en un futuro cercano. El curso está orientado para entender la profundidad del análisis y los procesos que un planner tiene que llevar a cabo en el trabajo.

Desde realizar diferentes diagnósticos en cuanto a los problemas y oportunidades, las herramien tas, los insights de los consumidores, las estrategias de la marca y hasta el storytelling de la presentación de nuevas campañas.

Desde la marca y su psicología, entendiendo las teorías sociales y de mercado, cuáles son los ejes estratégicos a enfrentar con los creativos, hasta una presentación final.

SISTER

3
Meses

3
Clases semanales interrelacionadas

3
Profesores

SISTER

MATERIAS

1) Planning.

De la mano de Marisabel Zegada Roda aprenderemos que el planner es una persona que se preocupa por hablar todos los idiomas posibles: el de la gente, el del cliente, el del creativo y el de cuentas. Es el que está cómodo en un mercado hablando con la casera y también en un directorio sustentando cifras. El planner está interesado en entender el porqué de las cosas y en anticipar por qué la gente hace lo que hace. Cruza esa información teniendo en cuenta cómo funciona el negocio de su cliente para encontrar oportunidades para lograr resultados de negocio.

2) Brand Innovation.

Es una materia dictada por Sebastián Terrazas Escobar - Gerente de Marketing Digital en Tigo - que nace para que los futuros planner entiendan el lenguaje de marketing y sobretodo las necesidades de un equipo de marketing exigente que requiere siempre estar un paso al frente de la competencia. Formamos planners que se convierten en socios estratégicos de sus clientes pero también personas que impulsan la creatividad dentro de las agencias.

3) Creatividad Estratégica.

El desarrollo del pensamiento creativo es fundamental y resulta un diferencial a la hora de desarrollar estrategias de comunicación directamente con creativos. Es muy importante entender las diferentes formas de ideas que existen, qué hace que una idea sea buena, qué es un concepto y cómo llegar a este. En este curso no solo formaremos el criterio creativo sino que lo pondremos en práctica.

SISTER

1) Planning / Contenidos

Clase 1	La base de todo Toma de decisiones / Memoria /Atención *Discusión sobre procesos de decisión y sobre estudios de mercado*
Clase 2	Nuevo modelo de publicidad: Posicionamiento vs Saliencia Análisis de casos de estudio
Clase 3	Publicidad en acción: Construcción de marca / Activación de ventas. Análisis de casos de estudio
Clase 4	Estrategia I: El problema a resolver. Presentación de brief Proyecto Final - determinación de cual es el verdadero problema a resolver.
Clase 5	Estrategia II: Revisión de modelos existentes Reverse engineering casos
Clase 6	Estrategia III: Propuesta de modelo Cierre estrategia de Proyecto Final
Clase 7	Brief Creativo: Modelo GET/TO/BY Brief creativo Proyecto Final
Clase 8	Activos Distintivos: Importancia de los activos para la construcción de saliencia. Tipos de activos. Análisis y creación de paleta de activos. Caso de estudio: análisis y recomendaciones para nueva paleta
Clase 9	Efectividad: Regla ESOV / Medios, Integración / Corto y largo plazo Presupuestos bajos. Caso de estudio: análisis de caso ganador en efectividad
Clase 10	Comms Planning I: Intro a comms planning / Consumer journeys Reverse engineering casos
Clase 11	Comms Planning II: Touchpoints / Ecosistemas Construcción de un plan de Comms para el Proyecto Final
Clase 12	PRESENTACIÓN A CLIENTE BRIEF CRUZADO

SISTER

Profesora del curso Planning

Marisabel Zegada

Directora de Planificación

Lleva casi 10 años trabajando en el área de planificación estratégica, tanto en Inglaterra como en Bolivia. A lo largo de este tiempo, ha trabajado con marcas como Unilever, Pepsi, Coca Cola, Campos de Solana, Casa Real, Shell, Tigo y el Banco Mercantil Santa Cruz.

Tengo una maestría en Marketing de la Universidad de Leeds en Inglaterra y adicionalmente, he tenido la suerte de aprender de los mejores planners del mundo en diferentes cursos en Nueva York y Amsterdam.

SISTER

2) Brand Innovation / Contenidos

Clase 1	Estrategia de Marketing y estrategia de la compañía Disciplinas de mercado y el marketing dentro de la organización. Analizar marcas y su estrategia a nivel compañía
Clase 2	Targets o personas y prioridades del target a trabajar Elegir una marca y definir el target con su respectivo objetivo
Clase 3	Estrategias de posicionamiento de marcas
Clase 4	Modelos de negocio disruptivos y sus retos para las marcas Sobre la marca elegida, en la clase anterior, encontrar la forma de aplicar un modelo disrruptivo
Clase 5	El mal marketing del marketing Digital y cómo resolverlo
Clase 6	Fundamentales del marketing Digital y su aplicación al planning Elaborar un plan de comunicación digital para el lanzamiento del modelo disrruptivo
Clase 7	Innovación y tendencias de Mercado
Clase 8	Los nuevos tiempos de atención, la interrupción y el valor del buen contenido Elaborar una estrategia de contenidos
Clase 9	Los nuevos tiempos de atención, la interrupción y el valor del buen contenido Elaborar una estrategia de contenidos
Clase 10	Estrategia de Marca vs Estrategia de producto Discusión y análisis de caso
Clase 11	La continuidad y el largo plazo en un mundo innovador
Clase 12	Presentación trabajo final

SISTER

Profesor del curso Brand Innovation

Sebastián Terrazas

Gerente de Marketing Digital en Tigo

Nacido en La Paz, Bolivia hace 37 años, apasionado por la música y el diseño. Estudié Ingeniería de Telecomunicaciones en la Universidad Católica San Pablo ya que también me gustan mucho las ciencias exactas, sin embargo he dedicado mi carrera al marketing digital, y marketing en general.

Comencé mi carrera en marketing en una empresa de turismo que hacía y hace viajes extremos en bicicleta por el famoso camino de la muerte. Con una clientela más que nada extranjera, uno de sus principales medios de comunicación eran los medios digitales, es ahí donde comencé a aprender acerca de las diversas herramientas digitales SEO, SEM, Display, etc. y las nuevas (para ese momento) redes sociales.

Con los conocimientos adquiridos trabaje en dos empresas de telecomunicaciones en Bolivia desarrollando estrategias de comunicación para sus marcas, servicios y productos.

Actualmente estoy liderando el área de Marketing digital de la telefónica Tigo Bolivia.

SISTER

3) Creatividad Estratégica / Contenidos

Clase 1	El papel de la creatividad en la estrategia de comunicación. ¿Qué es la creatividad?
Clase 2	Concepto Creativo: ¿qué es? cómo identificarlo y separarlo de la idea. Identificar conceptos creativos en campañas existentes.
Clase 3	Insight: qué es? análisis de contexto y tensiones culturales. Aprendiendo a leer la habitación y a identificar distintos insights.
Clase 4	Conociendo a la audiencia: cómo aplicar creatividad efectiva para distintas audiencias. Tribus. Creación de público objetivo para la marca.
Clase 5	Ideas innovadoras: cómo identificar una idea efectiva? Idea versus concepto. Trabajar en conceptos creativos y una bajada de idea digital.
Clase 6	Personalidad e imagen de marca. Análisis de distintos arquetipos.
Clase 7	Pensamiento lateral: soluciones alternativas para llegar a conceptos e ideas.
Clase 8	Especial: Creatividad con Conciencia / Goodvertising: enfoque de género.
Clase 9	Titulares, storytelling en tiempos digitales y otros recursos.
Clase 10	Consumer Journey: mensajes creativos para cada fase. Desarrollo de mensajes para cada fase del consumer journey.
Clase 11	Tendencias y cómo identificarlas. Pulido y cierre de ideas finales para la presentación del proyecto final.
Clase 12	Presentación trabajo final

SISTER

Profesora de Creatividad Estratégica

Violeta Escobar

Directora General Creativa y de Planificación Estratégica de OJODEPEZ.

Paraguaya, She/Her. Con más de 10 años de experiencia, fue docente en distintas instituciones como La Guapa Escuela de Creatividad de Paraguay y Brother Montevideo, reconocida como la Escuela de Creativos más premiada de Iberoamérica. También fue charlista, jurada y participó en diferentes festivales recibiendo varios reconocimientos.

Actualmente vive en Montevideo donde continúa ejerciendo su cargo de a distancia, en sus tiempos libres se dedica a sacar fotografías de casas en @cazacasas y a disfrutar del mar y las tortas fritas.

Brother | Santa Cruz de la Sierra

SISTER

PLANNING + CREATIVIDAD + ESTRATEGIA

santacruz@brotherad.com