

CONCEPT WRITING

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: presencial

ÁREA: comunicación/publicidad

OBJETIVOS

- » Identificar y definir la estrategia más adecuada para un público objetivo determinado en el proceso de generación de la nueva idea de producto o el reposicionamiento de una marca.
- » Conocer la percepción del cliente y los valores diferenciales del producto en el posicionamiento; y,
- » Ayudar a redactar la idea principal de valor de una manera clara y concisa.

PROGRAMA - FASES

- » El auténtico rol de la comunicación en el escenario actual: desarrollo de actitudes de compra rentables.
- » El posicionamiento del producto como eje vertebrador de la rentabilidad.
- » Desarrollo de conceptos de comunicación: elementos y funciones.
- » Aplicación de lo anterior a los diferentes soportes.

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 creativos, redactores y directores de arte. Directores, Supervisores y Ejecutivos de Cuentas. Profesionales de las áreas de marketing y comunicación de la empresa.

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