

COPYWRITING y CREATIVIDAD

María Rubio

María Rubio, redactora publicitaria que ha trabajado para marcas como Disney, El Corte Inglés o NBCUniversal, te enseña a darle forma a tus ideas para sacar lo mejor de ellas. A través de ejemplos reales, analizarás la forma en la que nacen las ideas, la teoría que hay detrás de ellas y la trayectoria que las lleva a convertirse en spots, en campañas digitales o incluso en branded content. Veremos la teoría de la creatividad, los métodos grupales e individuales y otras estrategias creativas para escribir exactamente lo que buscan tus clientes. Y a veces, algo aún mejor. Es, en definitiva, el curso que a ella le hubiera gustado recibir hace 10 años.

Contenido

¿Qué es una idea? ¿De dónde sale? ¿Cómo se crea? La asociación.
Objetivos del copy.
El briefing.
El proceso de la creatividad.
Las fuentes de la creatividad.
La imagen de marca.
La estrategia de marca.
Estrategias creativas grupales.
Estrategias creativas individuales.
El mensaje publicitario.
La elaboración del mensaje.
Recursos de creatividad.
Cómo escribir. Do's and Dont's.
Posibles encargos del copy: el claim, el slogan, el titular, el texto, spot...
Branded content
Práctica final.