

FORMACIÓN IN HOUSE

CURSO III

CREATIVIDAD APLICADA
AL BRANDED CONTENT



PRESENTACIÓN

La creatividad ha sido siempre un activo principal de la comunicación publicitaria, que nos ayuda a conseguir una disrupción dentro del entorno de saturación existente.



Este concepto de creatividad está adaptándose actualmente en el caso de los contenidos, donde se diluye el concepto de campaña y se apuesta por un storytelling evolutivo y continuado en medios propios.

El presente curso permitirá a los asistentes entender las prácticas y recursos más habituales en la creación de narrativas de marca.

CONTENIDO DEL CURSO

1. PUBLICIDAD. ¿QUÉ SE CONSIDERA PUBLICIDAD?

2. OTROS TIPOS DE PUBLICIDAD. BRANDED CONTENT Y FIGURAS AFINES.

3. SUPUESTOS DE PUBLICIDAD ILÍCITA
 - 3.1 MEDIDAS PARA CUMPLIR CON LA LEGALIDAD
 - 3.2 LÍMITES JURÍDICOS DE LA PUBLICIDAD AUDIOVISUAL
 - 3.3 LÍMITES JURÍDICOS DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET

4. MECANISMOS JUDICIALES Y EXTRAJUDICIALES PARA COMBATIR LA PUBLICIDAD ILÍCITA

5. CONTRATACIÓN. PRINCIPIOS GENERALES

6. AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA

QUIEN LO IMPARTE

PABLO MUÑOZ

Presidente & CEO de FCB Spain

VP Ejecutivo de BCMA



En 1999 asumió la dirección general de Draftfcb, hoy FCB. Inició su carrera en 1986 en Cía. Ideas Mágicas. Ha sido 2 veces Jurado en Cannes Lions - una en Branded Content-, 2 veces en la categoría Branded Content en Dubai Lynx Awards y, en múltiples ocasiones, en festivales nacionales e iberoamericanos de creatividad y eficacia. Conferenciante en masters y seminarios como “Hoy es Marketing” de ESIC, “The Future of Advertising”, “OMEXPO”. Autor de “Engagement Marketing” (2006) dentro de la colección Financial Times Prentice Hall de la editorial PEarson. Recibe formación continua en seminarios como el Story World Conference de San Francisco o Hyper Island, Suecia.

JESÚS REVUELTA

Director general creativo FCB Spain



Nombrado mejor profesional español de hasta 35 años por el Club de Creativos en 2018, Jesús lideró el equipo ganador del Grand Prix en Cannes Lions Entertainment trabajando para el Banco Santander. En agencias como DoubleYou Barcelona, Ogilvy Costa Rica o MRM//McCann, Jesús ha diseñado historias, comportamientos, proyectos y contenidos para marcas como Nike, ING, Mahou, Atrapalo.com o Claro, ayudándolas a atraer y construir audiencias, permear los medios y colarse en la vida de la gente. Recientemente ha compartido sus aprendizajes sobre Branded Entertainment en “Cannes Lions Edit Ecuador”, “Moscow Digital Marketing Conference” y “El Ojo de Iberoamérica”

MANÚEL LÓPEZ

Chief Strategy Officer FCB Spain



Miembro del Consejo Estratégico Mundial de FCB, lleva 17 años trabajando en la creación estratégica de propósitos, contenidos y experiencias de marca, uniendo la fantasía del planning creativo con el rigor de la sociología, la consultoría y la investigación de mercados. Ha dedicado 8 años de su carrera a la marca Heineken: previo a FCB, fue el planner de la mítica agencia Remo, y anteriormente desarrolló en Added Value innovación de producto. Master digital por Hyper Island, hoy forma parte de la Comisión de Estrategia de la BCMA.

SERGIO VILLARUBIA

Creativo en FCB Spain



A sus 31 años, "Villa" ha sido redactor creativo en VCCP Spain, MRM//McCann, y actualmente en FCB Spain. Especializándose en la creación de campañas y experiencias de marca relacionadas con la creación de contenidos, ha trabajado para marcas como Microsoft, Worten, Leroy Merlin, La Liga, Ministerio del Interior, Ikea, Coca Cola y Banco Santander, con quien ganó el Grand Prix de Entertainment en Cannes en 2017.

YERAI GÓMEZ

Creativo en FCB Spain



Yeraí ha pensado ideas en Saatchi & Saatchi Berlín, VCCP Spain, MRM//McCann y ahora FCB Spain, para marcas como IKEA, Microsoft, Coca Cola, La Liga y Banco Santander. A sus 31 años, ya ha sido reconocido en festivales internacionales como The One Show, D&AD, Clío, El Sol o El Ojo de Iberoamérica, entre otros, y ha formado parte del equipo creativo ganador del Grand Prix en Cannes Lions Entertainment

BCMA es el capítulo español de la Branded Content Marketing Association, ampliamente implantada en todo el mundo. Trabajamos en la divulgación del BRANDED CONTENT como herramienta de comunicación de marca complementaria a la publicidad.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Este curso está concebido para profesionales de publicidad y comunicación que desean complementar su formación en creatividad con los nuevos enfoques de storytelling.

DURACIÓN

10 horas lectivas.

CONTACTO

Ana Lorenzo
gerente@bcma.es

Información acerca de más cursos en www.bcma.es