

¿Cómo renov a bailar al



(hipopótamo)

Taller de Creatividad Publicitaria

20 horas teórico-prácticas interactivas

Objetivo →

Descubrir y aplicar la energía de la creatividad para generar corrientes de pensamiento diferentes, congruentes, relevantes y trascendentes; en beneficio de ser disruptivos en la publicidad de productos, servicios y/o marcas.

Contenido

- ¿Qué es la creatividad y el pensamiento creativo?
- **Las 3 definiciones teóricas de la creatividad.**
Inglaterra, Holanda y Francia.
- **The Cup of Tea Theory: la visión de John Kao.**
- Teoría de los hemisferios cerebrales.
- **Las 10 características del ser creativo.**
- Los 7 sentidos de la creatividad.
- **Las 4 etapas del proceso creativo.**
- El método *Serendipity*.
- **Los 4 gimnasios de la creatividad.**
- Las 12 musas de la inspiración.
- **Los 7 principios de la creatividad de John Kao.**
- Definiendo el *Storytelling*.
- **Estructura del Storytelling.**
- Arquitectura del *Storytelling*.
- El poder del *Storytelling*.

- *Advance Whole Brain Integration*: Dr. André Vermeulen.
- **Vida, pasión y muerte de una neurona.**
- Los 10 formatos de ejecución creativa: Washington Olivetto.
- **El racional creativo.**
- *Creativity Way of Thinking*.
- **Creando una familia de anuncios.**
- Los 3 grandes genios del pensamiento publicitario:
Bernbach, Ogilvy y Burnett.
- **Los grandes de la publicidad mexicana.**
- Los 3 fantásticos poderes de la creatividad publicitaria:
El poder de la imagen fija y en movimiento.
El poder de la música, los efectos de sonido y el jingle.
El poder de la palabra hablada y escrita.
- **Cannes Festival Hall of Fame of All Times (special edition).**
- Conclusiones y recomendaciones.

★ Reto

WORKSHOP FINAL CON UN ENTREGABLE INDIVIDUAL O POR EQUIPOS

Coach

Enrique D. Rojas²

