



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.

Imparte:



Daniel Calabuig, director creativo ejecutivo en DDB Spain

Durante los últimos 15 años ha construido audiencias para las marcas a través de historias y juegos. Diseñando y desarrollando contenidos digitales, Brand entertainment, campañas virales y proyectos de transmedia storytelling para Audi, Heineken, Estrella Galicia, Volkswagen, PlayStation, CocaCola, Bacardi o Toyota entre otros.

Contenido del curso:

Cómo contar historias de marca en el S. XXI: Por qué las marcas tienen que contar historias

. Parte 1: Definir qué historia queremos contar

- . Cómo encontrar un punto en común entre la marca/producto y la audiencia
- . Cómo encontrar un concepto líquido y que sea moneda social

. Parte 2: Definir cómo vamos a contar nuestra historia

- . De hacer campañas a construir audiencias
 - . Cómo usar y planificar los medios propios, los ganados y los pagados
- . Del storytelling al storydoing
 - . Estructura narrativa

. Workshop práctico: Cómo hacer una campaña transmedia (storytelling matrix)

¿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

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.