



Br **★ PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** th

☑ PROGRAMA ORIENTADO A FORMAR PLANIFICADORES ESTRATÉGICOS

El Planner es el estratega detrás de la creatividad: la orienta y la enriquece.

Es una fuente inagotable de información que ayuda al creativo a lo largo de todo el proceso: aporta insights, provee información del mundo real acerca del mercado y de los hábitos del consumidor, anticipa tendencias, potencia el concepto creativo para que este siempre responda al brief y conecte con el consumidor.

El Planner sale a la calle para volver a la agencia con información valiosa, fruto de una investigación cualitativa del mundo que nos rodea.

Es la voz del consumidor dentro de la agencia.

🔍 A QUIENÉS BUSCAMOS

Estudiantes o profesionales que posean conocimientos básicos de publicidad, marketing y creatividad, y que estén interesados en potenciar su trabajo en departamentos digitales, de creatividad o de planificación estratégica.

REQUISITOS

- Manejo de nociones básicas de Publicidad
- Manejo PC nivel usuario

OBJETIVOS

El alumno será capaz de entender el proceso, metodología y etapas detrás de una estrategia de contenido para luego aplicar los conocimientos adquiridos a diferentes proyectos y marcas.

Independiente del rol en agencia o empresa, el alumno podrá incorporar estos conocimientos a su día a día entendiendo el valor de plantear correctamente la estrategia de contenidos para su marca, cliente o emprendimiento.

CÓMO APRENDERÁS EN BROTHER

Las clases se llevan a cabo en modalidad teórico -práctica, donde los alumnos van a poder conocer a través de ejercicios y talleres, la experiencia de los profesores con casos reales, donde podrán tener claridad de qué es lo que funciona y lo que no; y aplicar los conocimientos que adquieran mediante trabajos calificados a lo largo del curso y un caso real final.

AL FINAL DE ESTE CURSO, EL ALUMNO SERÁ CAPAZ DE

- Trabajar un proceso de planificación completo, manejando un abanico de herramientas que le permitirán identificar el problema a abordar y cual sería el camino estratégico a seguir.
- Conocer el rol del planner, su dinámica de trabajo con las diferentes áreas de la agencia y las proyecciones profesionales en diferentes empresas.
- Tendrá una base en procesos de creatividad y pensamiento creativo.

MÓDULOS

INTRODUCCIÓN PROGRAMA

¿Planning? Mirada general sobre el rol del planner, conocimientos claves, actitud y herramientas que se deben conocer y campo laboral.

Luego de este módulo será capaz de:

Tener una visión clara del trabajo de un planner, de su rol, responsabilidades y deberes.

CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA

Previo a los módulos de planificación el alumno tendrá un taller enfocado al proceso y pensamiento creativo el que será la base para abordar el curso.

La creatividad (desde su definición de proceso de soluciones efectivas) es la base para entender un proceso estratégico ya sea de comunicación o de negocio.

Luego de este módulo será capaz de:

Aplicar correctamente modelos de pensamiento creativo (personal y grupal) con aplicación a conceptualización de ideas.

CONSTRUCCIÓN DE MARCA

Modelos y herramientas de construcción de marca, sus principales componentes y procesos.

Luego de este módulo será capaz de:

Entender y aplicar los diferentes modelos de construcción de marca, ser capaz de plantear el correcto marco teórico y práctico de una definición de marca.

MODELOS DE INVESTIGACIÓN

Mirada general sobre las principales metodologías y herramientas de estudios, entendiendo el rol de cada una y el tipo de información que nos permiten recolectar.

Entender conceptos de investigación de mercado, estudios cualitativos, estudios cuantitativos, análisis de tendencias e insights.

Luego de este módulo será capaz de:

Entender las diferentes metodologías de investigación, cuando es necesario aplicar cada una, entender y analizar los resultados que nos entregan cada disciplina.

CONSUMIDOR / PERSONAS

Una profunda mirada al consumidor de hoy desde diferentes perspectivas, desde la antropología, sociología, psicología, filosofía y economía.

Nuevas generaciones

Actitudes

Necesidades

Exigencias

Luego de este módulo será capaz de:

Entender el paradigma actual de los consumidores en Chile, Latinoamérica y el mundo.
Analizar conductas de consumo en base a información secundaria.

DESIGN THINKING

Taller práctico sobre el uso de esta metodología y procesos en el trabajo estratégico.
Potenciar trabajo en equipos interdisciplinarios

Luego de este módulo será capaz de:

Conocer procesos de creatividad e innovación aplicados a modelos de trabajo y reflexión.
Liderar procesos de trabajo interactivos y multidisciplinarios, entendiendo un problema, correcta utilización de información y procesos de resolución.

PROCESOS DE BRIEFING

Dar a conocer la realidad de esta instancia en las agencias, más allá del documento o papel.

Proceso de construcción del documento, el valor de la información entregada y formas de presentación a equipos creativos.

Luego de este módulo será capaz de:

Entender el rol de esta instancia, de analizar información, conocer el proceso de brief y trabajo con clientes.

Desarrollar un brief creativo y presentarlo de forma correcta.

BRAND PLANNING (EMPRESA)

Mirada desde la perspectiva de la empresa, brand manager o jefe de marketing, y cómo se desarrollan los lineamientos estratégicos para la marca y la relación con las diferentes agencias.

Luego de este módulo será capaz de:

Conocer los alcances, procesos y responsabilidades de un estratega dentro del contexto corporativo.

ESTRATEGIA DIGITAL / CONTENT STRATEGY

¿Qué es una estrategia digital? ¿Cómo se plantea? ¿Cómo se implementa? ¿Cómo se evalúa? ¿Cómo es el proceso?

Entender cómo las nuevas plataformas de comunicación e interacción van tomando relevancia en las decisiones estratégicas de una marca y cómo se aborda desde el planning.

Luego de este módulo será capaz de:

Entender que es una estrategia digital, cómo se desarrolla y aplica.

Entender el proceso completo desde las definiciones hasta la evaluación de resultados.

Conocer principales herramientas de monitoreo, sus funciones y roles.

MODELOS ESTRATÉGICOS

Presentación de diferentes modelos y herramientas estratégicas, entendiendo los principales componentes, reflexión, análisis y el valor del contenido.

Luego de este módulo será capaz de:

Conocer y utilizar las diferentes herramientas estratégicas.
Aplicar correctamente los procesos desde la recolección de información hasta las reflexiones y acciones principales.

EL DÍA A DÍA (TEMA TRANSVERSAL)

Cada módulo comenzará o terminará con una reflexión sobre el mundo laboral, consejos y recomendaciones para abordar una postulación a planning.

Entender funciones y roles según agencia y experiencia laboral, desde lo más básico hasta lo más complejo.

Luego de este módulo será capaz de:

Entender las diferentes realidades y exigencias para trabajar en planning o proyectar una carrera en el área estratégica.

PROYECTO TRANSVERSAL CURSO

Se entregará un problema comunicacional, para el que deberán desarrollar un proceso de planning completo hasta la estrategia de comunicación, caminos / territorios creativos.

Se presentará al comienzo del programa, donde se hará una dinámica de ver qué entienden los alumnos que deberían hacer (proceso de diagnóstico) y posteriormente se presentará el curso y en cada asignatura irán aplicando lo aprendido al proyecto.