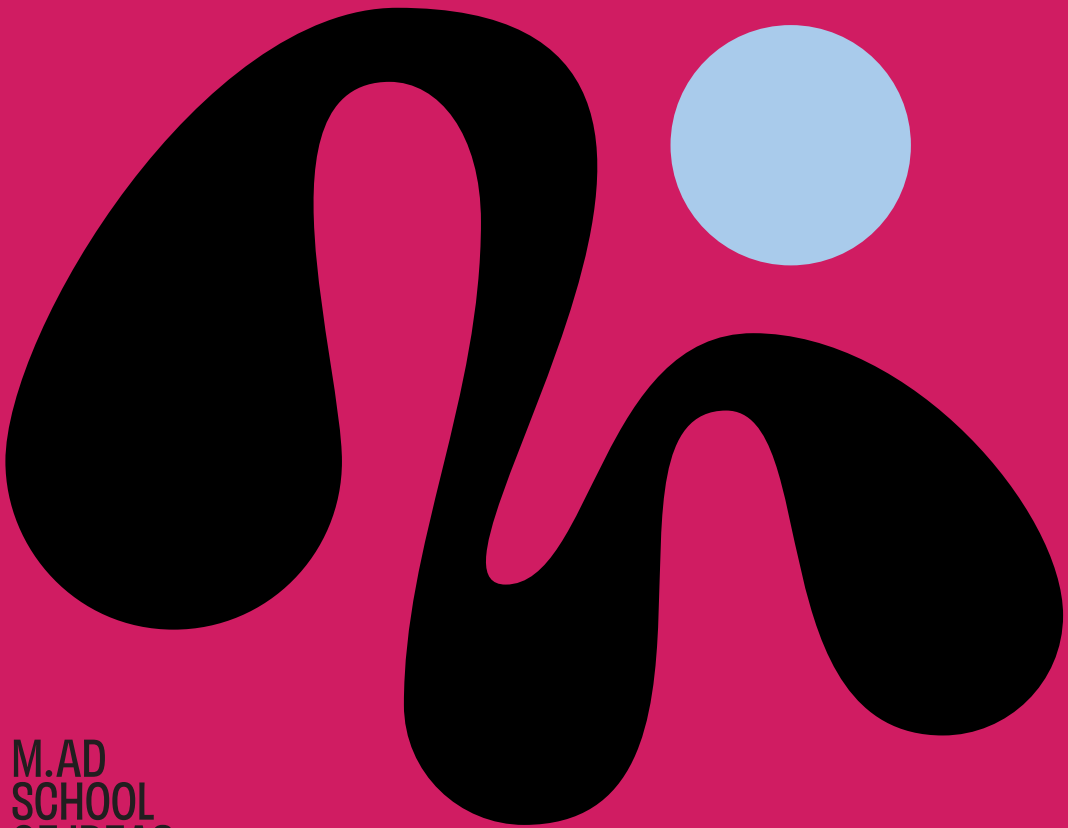


Planning & Estrategia Boot Camp



M.AD
SCHOOL
OF IDEAS

**Por qué
es diferente
Te entrenás
para trabajar**

1. Es un **entrenamiento práctico** intensivo y no un curso teórico.
2. Con **clases virtuales** que se desarrollan en tiempo real y no simples videos online.
3. Entrenás con **profesionales especialistas** en cada tema y no con profesores.
4. Trabajás en **resolver casos reales** y no en hacer ejercicios.
5. Presentás tus **trabajos a los clientes** y no ante una mesa de examen.

En qué te entrenás

En los pasos para
desarrollar una
estrategia creativa.

Módulo uno

Entender el rol de la estrategia y el planning.

Una visión general del planning y los tipos de estrategia en los que hoy se involucra un planner —estrategia de marca, de comunicación, de contenido y digital, entre otras—. Identificá tus fortalezas y el tipo de planner que querés ser.

Módulo dos

Identificar el desafío de comunicación

Examinás la situación de la marca a través de la lente del consumidor, la competencia, la categoría y el contexto cultural (tendencias). Con el cliente y el equipo identificás el principal desafío de la marca que puede resolver la comunicación.

Módulo tres

Investigar y descubrir insights

Conocés las herramientas de investigación, desde cuantitativas y cualitativas a las más nuevas como foros en línea y escucha social. Aprendés a definir la más adecuada para cada desafío y a transformarlos resultados en insights accionables.

Módulo cuatro

Definir la estrategia y destilar el brief

Aprendés cómo funcionaba la comunicación y cómo funciona hoy, qué puede lograr y cuáles son sus limitaciones. Aprendés a definir la mejor estrategia de comunicación para resolver el desafío, y destilás la estrategia en un brief creativo para dirección e inspiración.

Módulo cinco

Entender el contexto de medios.

Comprendés el universo de los medios y las plataformas, desde los medios tradicionales a los digitales, móviles, sociales y todo lo que se encuentre en el medio. Aprendés la eficiencia y la eficacia de los diferentes canales y cuándo usar uno u otro.

Módulo seis

Definir la estrategia de contacto.

Aprendés a identificar los puntos de contacto en los que un usuario y una marca puedan interactuar. ¿Dónde están las necesidades no satisfechas y los momentos de verdad? ¿Cómo se integran todos los puntos de contacto para crear un ecosistema conectado?

Módulo siete

Definir la estrategia de experiencia.

Los estudios muestran que la gente valora cada vez más las experiencias de marca, en especial aquellas que puedan ser compartidas. Aprendés cómo se puede activar el ecosistema de puntos de contacto para crear experiencias que generen involucramiento.

Módulo ocho

Definir la estrategia de relevancia cultural.

Cada vez más la gente está interesada en lo que hacen las marcas y no sólo en lo que comunican. Aprendés a identificar tensiones culturales y crear un propósito de marca que genere relevancia cultural para pasar del "storytelling" al "storydoing".

Módulo nueve

Definir la estrategia de innovación.

En un contexto altamente competitivo las marcas deben innovar. Aprenderás los principios de Design Thinking y trabajarás en equipos multidisciplinarios para generar estrategias de innovación, crear ideas y darles vida a través de prototipos.

Módulo diez

Armar una presentación de nuevos negocios.

En un mercado que se maneja cada vez más por proyectos y concursos, la velocidad para realizar el diagnóstico, la estrategia y la propuesta es clave. Aprenderás a trabajar con metodologías ágiles para realizar estrategias express.

Módulo once

Preparar los casos de planning.

Aprenderás cómo articular la historia de cada uno de los casos que trabajaste durante el curso: cuál fue diagnóstico inicial, qué ángulo diferente propusiste (sobre el desafío, la audiencia o el objetivo) y cómo la estrategia resultante llevó a una creatividad más original.

Módulo doce

Presentar el portfolio de planning.

Durante el Portfolio Night que se realiza en la última semana, ensayarás cómo presentar tu portfolio de trabajos y cómo encarar una entrevista laboral con los directores de planning que visitan la escuela.



Quiénes te entrenan

Profesionales
expertos en
cada tema



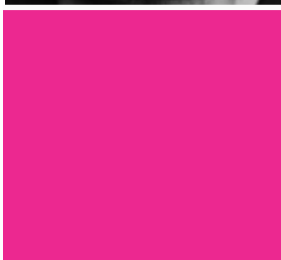
Bernardo Geoghegan
@futures.lat

co-founder
& partner



Jorge Villegas
@Meeting Point

Director



Gimena Bonillo

Estratega de
comunicación



Diego Luque
@Picnic

Partner & CSO



Cora Godoy
@PHD

Directora Planning
Equipo Voltage



Alita Pereyra
@IPG
Mediabrand

Regional
creative director



Adrián Felcman
@Pepinos

Socio



Fernando Cabarcos
@GTB

Director de Planning



Ana María Fonseca
@Motorola

Marketing Specialist



Flora Proverbio
@Ethnos
Strategy

Founder

Cómo entrenás

Clases online en vivo y trabajo
a distancia en dos casos reales

Martes, miércoles, jueves
7 a 10 pm (Arg)
10 semanas

Cupo limitado a 16 participantes

Cuál es la inversión

3 pagos de 30.250 pesos argentinos el primero a la inscripción como reserva de vacante y los restantes en el primer y segundo mes del curso.

Por Mercado Pago, transferencia bancaria o a través de Paypal en caso de residir en el exterior.