

CRIATIVO PUBLICITÁRIO

DURAÇÃO	DATAS	HORÁRIO	PARTICIPANTES
250h + 160h de estágio	outubro 2018 a julho 2019	3ª e 5ª 19h-23h	14 (mínimo 8)

CURSOS

A criação publicitária adapta-se a uma realidade digital, na qual o consumidor também é criador de conteúdo. Com a proliferação digital de conteúdos e imagens, as marcas precisam mais que nunca de se destacar pela criatividade, do próprio produto ou serviço, mas também pela forma como comunicam toda a marca num mundo sempre ligado, e sempre a ser partilhado.

| A QUEM SE DESTINA

A todos os estudantes e profissionais com vocação criativa que queiram trabalhar como criativos em publicidade e branding.

| OBJETIVOS

Desenvolver competências criativas para a comunicação e publicidade de marcas.
Saber criar, executar e apresentar um projeto integrado de marca e publicidade.

| SAÍDAS PROFISSIONAIS

Diretor de Arte, Copywriter, Content Creator para agências de publicidade, agências de comunicação, agências digitais, departamentos de comunicação e branding de empresas e outras organizações.

| CONTEÚDOS DO CURSO

BRANDING (18h)

Tendências actuais da comunicação num mundo global. A comunicação publicitária. As marcas hoje. Produtos e serviços como uma peça no todo da marca. Branding. A marca como voz das pessoas; as pessoas como voz da marca. Um mundo de partilhas.

As empresas da comunicação das marcas: agências de publicidade, *branding*, ativação, entre outras. Tipologias e funcionamento das agências modernas, nacionais e internacionais. O processo desde o cliente até ao consumidor: Briefing, estratégias, insight, planos. Directores Criativos, Copywriters, Directores de Arte, Content Creators e outras funções. A nova geração de criativos: a barreira invisível entre funções. Técnicas e abordagens ao processo criativo. Exercícios criativos variados ao longo do módulo.

ESTRATÉGIA E MERCADO (18h)

Marcas, reputação e relação com o cliente. Tendências do mercado. A natureza social do mercado: Web e Social Media. Compreender o consumidor moderno. Consumidores informados e ativos nas redes. Estratégia na publicidade. Como se planeia uma campanha. Como se avalia uma campanha. Qual o espaço e lugar do processo criativo no interior da estratégia. A relação entre criatividade e eficácia. O papel do consumidor enquanto parte da estratégia publicitária. Exercício de elaboração de estratégia de campanha para marca, produto ou serviço.

COPY E STORYTELLING (24h)

O que é o *copywriting*. A relação entre o texto criativo e o texto promocional. A importância do saber escrever. Os elementos do *copywriting*: *headline*, *bodycopy*, *kicker*, *longcopy*, entre outros. Tipos de copywriters e diferentes mercados: da brochura informativa à assinatura de uma marca. Quando e quando não é necessário o *copy*. O *copy* na imprensa e o *copy* no online. Os processos da escrita criativa: estratégias para enfrentar a folha branca. Exercícios variados de escrita criativa a partir de vários "gatilhos". Storytelling: tudo se conta melhor como uma história. Como se estrutura uma história: emoção, surpresa, analogias. Escrita e rescrita. A ligação entre o *copy* e a tipografia. A ligação entre o *copy* e a imagem. O copywriter na equipa criativa. Exercícios práticos e variados de *copywriting*.

ART E PRINT (33h)

O que é a direção de arte. Traduzir conceitos em representações visuais. Os vários elementos artísticos e as suas conjugações: fotografia, design, ilustração, entre outros. O trabalho da direção artística com o design. O trabalho do diretor de arte, enquanto designer. O diretor de arte na equipa criativa. Princípios de design: cor, composição, proporção, equilíbrio, tipografia, entre outros elementos. Práticas de Photoshop CC para layout e design. Práticas de Photoshop CC para composição e tratamento de imagem. Introdução prática à fotografia. Principais formatos e meios: imprensa, outdoors e mupis. Outros formatos: prints para ativações de marca, *flyers* e afins, *merchandising*, intervenção no produto, *branding* e publicidade não convencionais. Direção de

arte no online. Exercícios práticos de criação de campanha print ou online baseada em imagem.

VIDEO (27h)

O conteúdo mais visto e mais viral. O vídeo na publicidade: do *teaser* na web ao ecrã de cinema. Análise de *case studies* de várias linguagens e formatos de publicidade vídeo. O vídeo numa era de criativos *digital natives*. Pesquisa e criação de *moodboards*. Casos complexos (quando o *storyboard* e o *shootingboard* são necessários). Os envolvidos na produção de vídeo publicitário. O poder do PreViz (pré-visualização) com vídeo. Noções de linguagem audiovisual e realização. Prática de captação vídeo com câmaras DSLR. Prática de edição de vídeo com Adobe Premiere CC. Exercício prático de conceito, produção, realização, captação e edição de vídeos publicitários (feitos pelos alunos).

DIGITAL (27h)

O digital não como novidade, mas como a realidade. Quando em todo o lado está um meio de comunicação. Digital Everywhere: *web, mobile, tablet, wearables*. Comportamento do consumidor no digital e nas redes. Adaptação para o digital vs criação para o digital. A publicidade em sites. A publicidade nas *apps*. A publicidade nas redes. Redes e públicos alvo. A precisão do targeting e dos algoritmos. A dimensão actual do Facebook e do Instagram. A publicidade no Youtube. O consumidor como publicidade: *youtubers, instagramers, bloggers, digital influencers, reviewers*. Tecnologias digitais avançadas para publicidade: *videomapping, realidade aumentada, VR*, entre outras. Exercício práticos de campanhas em meios digitais.

ATIVACÃO DE MARCAS (27h)

Conectar a marca ao consumidor: despertar a curiosidade, a paixão, e os sentidos. Ligar emocionalmente o consumidor à marca. Tornar conceitos e ideias em acções. Para além do marketing directo e relacional. Tipos de ativação. Análise de *case*

ESTÁGIO CURRICULAR

Estágio em contexto real de trabalho, com período mínimo de 160h e máximo de 480h (1 a 3 meses). Sujeito a avaliação prévia positiva (10 em escala 0-20) na componente académica do curso. Datas dos estágios a marcar entre junho e dezembro de 2019. Todos os estágios incluem orientador na entidade acolhedora.

studies. Desenhar um plano de ativação. A ativação planeada no físico e no digital. Ativação enquanto processo de Branding. Eventos de ativação. Ativação para futuro vídeo “viral”. Brandedspace. Interação entre ativação física e os *devices* do consumidor: *smartphones*, etc. Exercício prático de desenho de plano de ativação. Exercício prático de ativação.

CAMPANHA INTEGRADA: SOCIAL (36h)

Exercício prático de campanha publicitária, 360º, vídeo, print, digital. Com execução **real**. Apresentação de *briefing* real aos alunos, de associações / instituições de natureza e carácter social. Definição de plano estratégico e processo criativo em conjunto com o cliente. Criação de campanha publicitária real, envolvendo outras turmas da escola na produção dos suportes idealizados na campanha: turmas de Realização, Câmara e Iluminação, Produção de Cinema, Acting, Fotografia, Design. A World Academy fornece o equipamento técnico e um *budget* para auxiliar a produção da campanha. Apresentação final das campanhas ao **cliente**.

CAMPANHA INTEGRADA: COMERCIAL (40h)

Exercício prático, em duplas criativas, de campanha publicitária, 360º, vídeo, print, digital. Com execução simulada para cliente real. Investigação sobre cliente e marca, concorrência, mercado, outras campanhas. Definição de plano estratégico e processo criativo. Acompanhamento e orientação dos trabalhos em todas as fases pelos formadores. Apresentação dos projetos a um **júri** constituído por cliente, publicitários do mercado e formadores. Criatividade, qualidade de execução e de apresentação e eficácia serão critérios de avaliação.

| FORMADORES (a confirmar)

Armando Alves, Head of Data and Analytics, Fullsix
Hugo Oliveira, Digital Marketing Diretor, LisbonLabs
João Geada, Diretor Criativo
Jorge Coelho, Diretor Criativo OgilvyOne
Mário Alcântara, Managing Partner, Buzzbeat
Márcio Martins, Senior Copywriter, Fullsix Portugal
Pedro Miguel Magalhães, Diretor Criativo Fullsix
Tiago Viegas, Diretor Criativo The Hotel
+ outros a confirmar em breve
+ convidados (clientes de marcas, realizador e júri módulo final)

| ESPAÇO E EQUIPAMENTOS

Sala com um computador por aluno, projetor vídeo e internet.
Software Adobe Creative Cloud CC: Photoshop, Premiere.
Acesso para exercícios do curso ao estúdio de fotografia e vídeo, câmaras DSLR e GoPro, estúdio de som, software de edição vídeo Premiere.

| PARCEIROS PRINCIPAIS

APPM	Fullsix	RTP
Blueticket	Gerador	Shifthinkers
Canal Q	Hi-Interactive	SIC
Clube Criativos de Portugal	LisbonLabs	Social Animals
Excentric Grey	Altice Arena	The Hotel
Festival Meo Sudoeste	Mindshaker	TVI
Festival Mexefest	Others	Wy Group
Festival SBSR	PH Neutro	+ outros no site
Fuel TV	Post United	

| PRÉMIOS

Os melhores alunos são premiados no final de cada ano comações de formação ou disponibilidade de meios de produção.

| BOLSAS

Todos os anos a World Academy abre vagas para estágios internos, na modalidade de troca por curso, para alunos com bom perfil mas que comprovem dificuldades financeiras sérias.

| MODALIDADE DA FORMAÇÃO

Inicial

| UTILIZAÇÃO DE MEIOS

Os alunos poderão solicitar espaços e meios extra aulas mediante disponibilidade e capacidade de uso.

| INSCRIÇÃO

Gratuitas até 30 de junho de 2018
60€ de 1 a 31 de julho de 2018
120€ a partir de 1 de agosto de 2018

| PREÇOS

Pronto pagamento: 2.150€
12meses: 211€ (out. 2018 a set. 2019)
18meses: 147€ (out. 2018 a mar. 2020)

| DESCONTOS*

EX-ALUNOS E FORMADORES WORLD ACADEMY:
20% | Pronto pagamento
15% | Restantes modalidades
PÚBLICO EM GERAL:
15% | Pronto pagamento OU Inscrição em 2 cursos (no curso de valor superior)
10% | PARCEIROS nos pagamentos mensais.
* descontos não acumuláveis

| CANDIDATURA

Marcação de entrevista para orientação e seleção.
Apresentação de currículo, ficha de candidatura e portfolio criativo (seja de fotografia, artes visuais, textos criativos, ou outros).
Mínimo de 17 anos à data da candidatura.
12º ano de escolaridade ou percurso académico/ profissional relevante para o curso.

| PROCESSO DE INSCRIÇÃO

Depois de aprovação em entrevista é necessário:
- Leitura e aceitação escrita do Regulamento e do Contrato.
- Entrega de currículo, cópia do certificado de habilitações, apresentação do cartão de cidadão, fotografia "tipo passe" e comprovativo de morada.

| CONDIÇÕES GERAIS

As condições de funcionamento e organização da formação, deveres e direitos do aluno, entre outras regras e procedimentos, devem ser consultados no Regulamento da World Academy. A leitura e aceitação dos termos do mesmo são obrigatórias antes do ato de inscrição.

CURSOS RELACIONADOS

[GRAPHIC DESIGN](#) | [DIGITAL MARKETING](#)