

CRIATIVO PUBLICITÁRIO

PARA AGÊNCIAS E MARCAS

DURAÇÃO	DATAS	HORÁRIO	PARTICIPANTES
290h (280h c/ formador) + Estágio 160 a 480h	outubro 2024 a julho 2025	T1: 2ª, 4ª e 6ª 19h30 – 22h30	14 (mínimo 8)

NOTA | Reposições de aulas às 3ª e 5ª no mesmo horário; masreclass pontuais noutros dias e horas

CURSOS
2024
2025

Porquê o curso de CRIATIVO PUBLICITÁRIO da WORLD ACADEMY? Porque, além de interagires com profissionais experientes, desenvolveres a tua criatividade e construíres o teu portfolio para o mercado, é o único curso da área onde trabalhos criativos são produzidos e realizados com outros cursos, e onde tens estágio curricular incluído.

| A QUEM SE DESTINA

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

| OBJETIVOS

Desenvolver competências criativas para a comunicação e publicidade de marcas. Saber criar, executar e apresentar projetos integrados de marca e publicidade.

| SAÍDAS PROFISSIONAIS

Art Director, Copywriter, e ainda Criador de Conteúdos ou Estratega para agências de publicidade, agências de comunicação, agências digitais, departamentos de comunicação e marketing de empresas e outras organizações. **Boas Saídas Profissionais.**

| CONTEÚDOS

BRANDING (15h)

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 (15h)

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.

COPYWRITING (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*.

DIREÇÃO DE ARTE (48h)

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. Noções base de 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, com foco principal na Direção de Arte.

VÍDEO (33h)

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. Noções básicas de linguagem audiovisual e realização. Exercícios práticos de spot publicitário baseados em briefing: 1) criação de descritivo e visualização com base num briefing para uma marca destacada no mercado 2) descritivo, visualização e **produção de spot (com alunos de realização e produção) e com base num briefing real para uma pequena marca ou organização.**

DIGITAL (33h)

Digital Everywhere: *web, mobile, tablet, espaço público, wearables* e outros. Noções base de marketing digital. Comportamento ativo e participativo do consumidor: *youtubers, instagramers, bloggers, podcasts, digital influencers, reviewers*, etc.. Adaptação para o digital vs criação para o digital. A publicidade em sites, apps, redes sociais e outros canais (instagram, facebook, youtube, tik tok, podcasts, etc). A precisão do targeting e dos algoritmos. Noções de SEM e SEO. Outras tecnologias para publicidade: AI, realidade aumentada, VR, entre outras. Exercícios práticos de campanha digital.

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 ações. Para além do marketing directo e relacional. Tipos de ativação. Análise de *case studies*. Desenhar um plano de ativação. A ativação planeada no físico e no digital. Ativação enquanto processo de Branding. Eventos de ativação. Noções de produção de eventos. Ativação para futuro vídeo "viral". Brandedspace. Interação entre ativação física e os *devices* do consumidor: *smartphones*, etc. Exercícios práticos de ativação de marca.

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, Som, Make Up, etc.

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 (43h)

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.

MASTERCLASS (6h)

O curso inclui ainda, no mínimo, 2 Masterclasses com

Profissionais de referência no mercado e na área do Curso.

Adicionalmente, a escola disponibiliza anualmente a cada aluno a possibilidade de participar em mais de 20 Masterclasses nas mais diversas áreas.

FORMAÇÃO EXTRA

Os alunos deste curso são pontualmente convidados a participar em um ou mais eventos da escola ou de parceiros.

FORMAÇÃO INTERCURSOS

Todos os alunos e cursos da escola interagem, pelo menos uma vez, com outro curso. Estimulando assim o trabalho em equipa e dando uma experiência ainda mais real de mercado.

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 Maio e Dezembro de 2025. Todos os estágios incluem orientador na entidade acolhedora.

ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL

Adicionalmente, a World Academy recebe regularmente Ofertas de Emprego que envia a ex alunos e dá Orientação Profissional em relação a criação de currículos e portfólios, orientações para responder a candidaturas, regras e procedimentos em estágio, entre outras necessidades dos nossos alunos.



| FORMADORES (podem variar consoante turma)

COORDENADOR PEDAGÓGICO: Ana Borges

Ricardo Miranda, Creative Director e Partner Wonder/Why
Hugo Oliveira, Marketing Director at Syone
Filipa Pereira Alves, Diretora Criativa
Jorge Coelho, Creative Director, Planner, Co-Founder 5002
Pedro Miguel Magalhães, Diretor Criativo JWT

Artur Nunes Coelho,
Paulo Aguiar, Copywriter, Realizador
Rui Soares, Diretor Criativo
+ outros formadores e convidados
(clientes de marcas e júri módulo final)

| ESPAÇO E EQUIPAMENTOS

Sala com um computador por aluno, projetor vídeo e internet.
Software Adobe Creative Cloud CC: Photoshop, Premiere,
Illustrator, After Effects.

Acesso para exercícios do curso, ao estúdios e equipamentos
de fotografia, vídeo e som (operados por alunos destes cursos
quando necessário).

| UTILIZAÇÃO DE MEIOS

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

| PARCEIROS PRINCIPAIS

5002	Hi-Interactive	Post United	TVI
APPM	Impresa Publishing	Rock in Rio	Uzina
Clube Criativos de Portugal	JWT	RTP	Wonder/Why
Excentric Grey	Lisbon Labs	Shifthinkers	Wy Group
Fullsix	Mindshaker	SIC	Young Network Group
Gerador	Moda Lisboa	Social Animals	+ outros no site
Havas Group	Música no Coração	Syone	
	Others	The Hotel	

| PRÉMIOS

Os melhores alunos são premiados no final de cada ano com ações 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.

| ENTIDADE DE CERTIFICAÇÃO

Dgert

| ORGANIZAÇÃO DA FORMAÇÃO

Presencial – Aulas com Formador e exercícios autónomos.

| INSCRIÇÃO

75€ de 2 de Maio a 31 Agosto de 2024
150€ a partir de 1 de Setembro de 2024

| PREÇOS

2.950€
Pronto Pagamento 2.655€ (10% desconto)
6 meses x 327,78€
12 meses x 245,83€

| DESCONTOS

EX ALUNOS, FORMADORES WA,
PARCEIROS OU 2 CURSOS, CONSULTAR
SECRETARIA.

NOTA: As modalidades de pagamento apresentadas são válidas para cidadãos da União Europeia; os cidadãos de fora da UE deverão contactar a secretaria para receber mais informações.

| CANDIDATURA

1ª Etapa: Marcação de entrevista para orientação e seleção.

2ª Etapa: Envio de currículo, ficha de candidatura e portfolio criativo (fotografia, design, artes visuais, textos criativos, etc).
Conhecimentos mínimos obrigatórios de Photoshop ou Illustrator (até ao início do curso em Out.).

Fator preferencial: formação ou experiência prévia em áreas da comunicação ou das artes.

3ª Etapa: Entrevista

NOTA: Mínimo de 17 anos à data da candidatura.

12º ano de escolaridade ou percurso académico/profissional relevante para o curso.

| INSCRIÇÃO

Depois de aprovação em entrevista é necessário:



-
- Leitura e aceitação escrita do Regulamento e do Contrato.
 - Cópia do certificado de habilitações, apresentação do cartão de cidadão, fotografia “tipo passe” e comprovativo de morada.

- Pagamento de Inscrição.

| 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

[DESIGN GRÁFICO](#) | [DIGITAL AND CONTENT MARKETING](#)

