

## CRATIVO PUBLICITÁRIO

DURAÇÃO	DATAS	HORÁRIO	PARTICIPANTES
290h (280h c/ formador) + Estágio	outubro 2021 a julho 2022	3ª e 5ª   19h00-23h00 (aulas de reposição às terças e quintas no mesmo horário)	14 (mínimo 8)

*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.*

# CURSOS

### | 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, Criador de Conteúdos, Estratega para agências de publicidade, agências de comunicação, agências digitais, departamentos de comunicação e branding de empresas e outras organizações.

### | CONTEÚDOS DO CURSO

#### BRANDING (16h)

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 (16h)

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 (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 baseada em imagem.

### VIDEO (32h)

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 (32h)

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, etc). A precisão do targeting e dos algoritmos. Noções de SEM e SEO. Outras tecnologias para publicidade: videomapping, realidade aumentada, VR, entre outras. Exercício práticos de campanhas em meios digitais.

### ATIVACÃO DE MARCAS (28h)

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. Exercício prático de desenho de plano de ativação. Exercício prático de ativação.

### CAMPANHA INTEGRADA: SOCIAL (40h)

Exercício prático de campanha publicitária, 360º, vídeo, print, digital. Com execução **real**.

### 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 Julho e Dezembro de 2022. Todos os estágios incluem orientador na entidade acolhedora.

## | FORMADORES

Ricardo Miranda, Creative Director e Partner Wonder/Why  
Hugo Oliveira, Marketing Director at Syone  
João Geda, Diretor Criativo  
Jorge Coelho, Creative Director, Planner, Co-Founder 5002  
Márcio Martins, Senior Copywriter, Fullsix Portugal

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 (44h)

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

O curso inclui ainda uma Masterclass com um Profissional de referência no mercado.

### 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.

Maria Pedro, copywriter, RTP

Pedro Miguel Magalhães, Diretor Criativo JWT

Paulo Aguiar, Creative and casting director

+ 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, Illustrator, After Effects.

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

## | PARCEIROS PRINCIPAIS

5002	Fullsix	SIC
Altice Arena	Gerador	Social Animals
APPM	Hi-Interactive	Syone
Blueticket	JWT	The Hotel
Canal Q	Lisbon Labs	TVI
Clube Criativos de Portugal	Mindshaker	Wonder/Why
Excentric Grey	Others	Wy Group
Festival Meo Sudoeste	Post United	+ outros no site
Festival Mexefest	RTP	
Festival SBSR	Shifthinkers	

## | PRÉMIOS

Os melhores alunos são premiados no final de cada ano coma 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.

## | MODALIDADE DA FORMAÇÃO

Inicial

## | UTILIZAÇÃO DE MEIOS

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

## | INSCRIÇÃO

75€ de 3 de maio a 30 de junho de 2021  
150€ a partir de 1 de julho de 2021

## | PREÇOS

2.800€  
Pronto Pagamento 2.520€ (10% desconto)  
6 meses x 457,33€ (2% desconto)  
12 meses x 233,33€

## | 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

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.  
Mínimo 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](#)