

# Planning & Estrategia

Boot Camp 75 horas



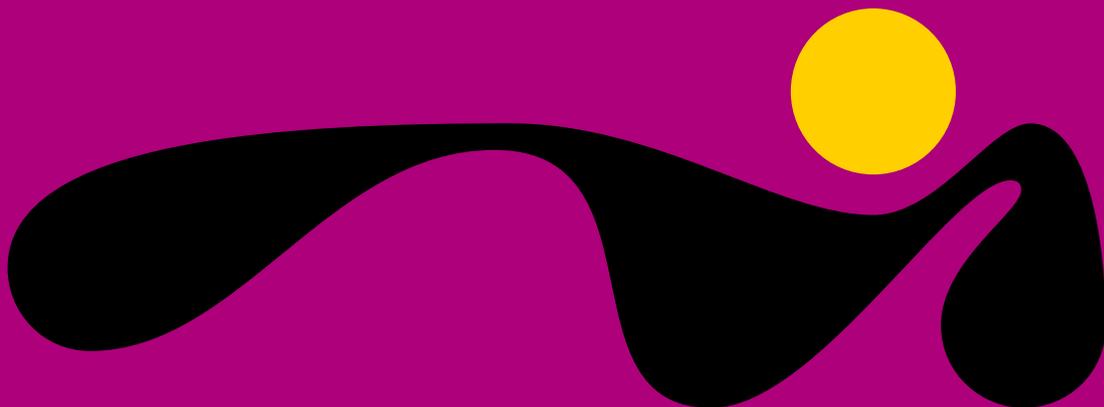
MIAMI AD  
SCHOOL

**¿Por qué es diferente?**

**El heads de planning y  
directores de las  
mejores agencias son  
tus maestros.**



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. Entrenas con los **mejores profesionales** especialistas en cada tema y no con profesores.
4. Trabajas en resolver **casos reales** y no en hacer ejercicios.
5. Presentas tus trabajos **a los clientes** y no ante profesores académicos.



# ¿En qué te especializas?

En los pasos para desarrollar una estrategia creativa **completa y efectiva.**



# Escuela del año en CANNES 6 veces



MIAMI AD  
SCHOOL

<h1>Módulo uno</h1>	<h2>El rol de la estrategia y el planning.</h2>	<p>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—. Identificar tus propias fortalezas y el tipo de planner que querés ser.</p>
<h1>Módulo dos</h1>	<h2>Identificar el desafío de comunicación.</h2>	<p>Se trata de examinar 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 identificar el principal desafío de la marca que puede resolver la comunicación.</p>
<h1>Módulo tres</h1>	<h2>La estrategia como parte del proceso creativo.</h2>	<p>La estrategia es el inicio de un proceso creativo: un punto de partida más alto eleva la creatividad. Al mismo tiempo, entender el desafío de negocio para poder definir la estrategia adecuada y la creatividad con más impacto. Dirección, inspiración e impacto, son conceptos que van de la mano en cualquier estrategia exitosa.</p>
<h1>Módulo cuatro</h1>	<h2>Investigar y descubrir insights.</h2>	<p>Conocer las herramientas de investigación, desde cuantitativas y cualitativas a las más nuevas como foros en línea y escucha social. Aprender a definir la más adecuada para cada desafío y a transformarlos resultados en insights accionables.</p>
<h1>Módulo cinco</h1>	<h2>Estrategia y creatividad con impacto en el negocio.</h2>	<p>Cada vez es más claro que el valor de la comunicación es su eficacia a nivel negocios. Más y más los clientes demandan una estrategia y una creatividad con impacto en sus negocios. Se trata de conocer y considerar las distintas formas de impacto y de medir la eficacia de la creatividad. Entender el rol de las métricas, los resultados y demás los KPIs.</p>

<h1>Módulo seis</h1>	<h2>Comms planning y el entendimiento del contexto de medios.</h2>	<p>El mayor desafío hoy es la atención de la gente: la economía de la atención. Se trata de entender ese contexto, el rol que juegan los distintos medios, los tradicionales y los emergentes, se trata de definir y entender la audiencia correcta, los mejores contextos y momentos para generar conversaciones creativas con el consumidor.</p>
<h1>Módulo siete</h1>	<h2>Planning digital: estrategias para navegar lo digital.</h2>	<p>Hoy lo digital es el ecosistema natural donde las personas se relacionan, interactúan, producen, consumen y crean junto a otras personas y conectan (o no) con diversas marcas. Es por eso que lo digital se ha vuelto una dimensión central en cualquier planeamiento estratégico y creativo.</p>
<h1>Módulo ocho</h1>	<h2>Brand Ideal &amp; Relevance: marcas con punto de vista e impacto social.</h2>	<p>Cada vez más la gente está interesada en lo que hacen las marcas y no sólo en lo que comunican. Se trata de identificar tensiones culturales y crear un propósito de marca que genere relevancia cultural para pasar del "storytelling" al "storydoing".</p>
<h1>Módulo nueve</h1>	<h2>Nuevos negocios: cómo desarrollar presentaciones newbiz con impacto</h2>	<p>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.</p>
<h1>Módulo diez</h1>	<h2>Futures thinking: estrategia de marca con visión de futuro</h2>	<p>En un mundo incierto, volátil y complejo, donde el ritmo del cambio se acelera más y más, pensar a futuro es clave. No hay estrategia sin mirada de futuro. Recorreremos las herramientas y principios claves de los estudios de futuro para aplicar en el planeamiento de las marcas.</p>

**Sebastián Codeseira**  
Director académico-  
Co-founder **futures.lat**



**David Arafat**  
Founder Once 22



**Lorena Salmeron**  
Head Planning  
TERAN/TBWA México



**Sergio Sánchez**  
Head de Estrategia  
EDELMAN LATAM



**Alejandro Oszust**  
VP de Planning CONNIL  
SAATCHI&SAATCHI LOS ANGELES



**Karla Cortés**  
Qualitative Director  
Kantar Mexico



**Natalia Berrio**  
Head de Planning  
LEO BURNETT MEXICO



**Felipe Serrano**  
Consultor y Profesor  
de Estrategia de UNAM



**Jennifer Medina**  
SpLATAM Brand Strategist  
Content & Innovation @X



**Marcela Ángeles**  
VP Creativa  
Media Monks México



**Juan Isaza**  
CEO & Head de Planning  
DDB MEXICO



Contaremos con la presencia de:  
**Humbero Polar**  
Presidente del Círculo de  
Creativos de México, como  
invitado especial y jurado



# VIVIR Y APRENDER A TRAVÉS DE EXPERIENCIAS REALES

Los jueves del bootcamp se llevarán a cabo una serie de talleres enfocados en proyectos llamados "Life is a pitch"

## ¿Cómo funciona?

- Trabajando en conjunto equipos mixtos, planners y creativos, del bootcamp de planning y de los cursos de creatividad de la escuela.
- Con el apoyo y guía de un coach creativo + un coach estratégico durante todo el proceso.
- Proyectos para dos marcas, o sea dos procesos de pitch completos.

## ¿Para qué?

- Poner en práctica los conocimientos de las clases del bootcamp.
- Conocer cómo funciona un concurso creativo (pitch) desde que se recibe el brief hasta que se presenta la campaña.
- Integrar el pensamiento estratégico y las ideas creativas en una sola narrativa.
- Saber organizar mejor el tiempo y el trabajo en equipo.
- Vivir la experiencia de trabajar en dos casos reales y sumarlos a tu portfolio.



# Nuestras clases

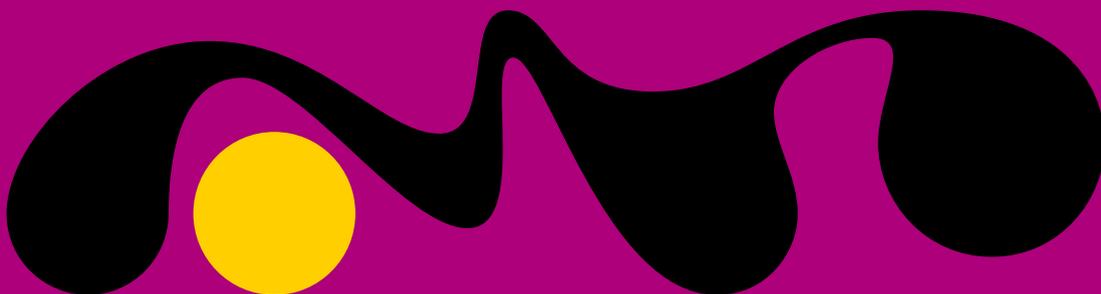
En vivo y trabajo a distancia en un caso real, para una marca **TOP CONFIDENCIAL**.

**Fecha de inicio: 18 DE FEBRERO**

**CLASES: MARTES Y JUEVES DE 7 A 10 PM  
HORARIO MÉXICO.**

**TALLER DE PITCH: 5 MIERCOLES, MISMO  
HORARIO.**

**ON-LINE CURSO INTENSIVO DE 75 HORAS  
Cupo limitado a 25 participantes.**



# Planning & Estrategia Boot Camp 75 HORAS

## ¿Cuál es la inversión?

Inversión de \$27 000 MXN + IVA

**Descuento del 15% antes del 20 de enero.  
Inicio: 18 de febrero**

Promociones para grupos  
(Opción a pagar a meses vía tarjeta de crédito)

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

Por favor manda un correo a: [ricardo@miamiadschool.com](mailto:ricardo@miamiadschool.com)  
si te quieres inscribir.