

Креатив в рекламе: как создавать яркие продающие идеи

Идея маркетинговой кампании (креатив) является главным элементом коммуникационного сообщения. От того, насколько оно правильно и интересно сделано, зачастую зависит успех проекта, а также бюджет, который нужно запланировать на донесение сообщения до потенциальных потребителей.

Данный семинар поможет вам создавать яркие и в то же время продающие идеи. Вы освоите технологии и получите «дорожную карту» работы над креативом, проанализируете кейсы ведущих мировых брендов.

Расписание

Город: Санкт-Петербург

Дата:

- 3 – 4 октября `19
- 23 – 24 января `20
- 2 – 3 апреля `20
- 2 – 3 июля `20

В результате обучения вы:

- освоите инструменты создания интересных и продающих рекламных идей
- разберете реальные практические кейсы
- получите навыки создания «стратегического» и «спонтанного» креатива
- поймете, как организовать процесс работы над идеей кампании
- узнаете критерии оценки креативных идей
- познакомитесь с практическими кейсами автора, а также познакомитесь с примерами работ различных мировых компаний

Следующие темы возможно изучить отдельно:

[Правовые аспекты рекламной деятельности и СМИ](#)

Программа семинара

День 1

Место креатива в рекламном сообщении

- Отличие искусства от технологического процесса. Зачем нужен креатив в рекламе и можно ли обойтись без него?
- Рекламное творчество. Технологический процесс
- Описание схемы движения на пути создания эффективной идеи кампании. От постановки задач до получения результатов работы. Картинки, аудио-, видеоматериалы

Путь потребителя к товару

- Как люди принимают решения о покупке товара или услуги
- Барьеры, стоящие на пути принятия решения, и способы убеждения
- Факторы, активизирующие потребности

Практикум «Описание целевой аудитории. Выявление барьеров, стоящих на пути потенциального потребителя, и разрушение их»

Технологии создания креатива

- Спонтанный и стратегический креатив
- Создание идей с использованием двух путей

Практикум-упражнение «Создание идеи на основе стратегического и спонтанного подходов»

Виды креатива

- Дизайнерский и копирайтерский креативы
- Роль картинки. Видео-, фото- и текстозвуковые дорожки
- Названия. Слоганы. Роль и структура рекламных текстов

Практикум-упражнение «Создание названий и слоганов»

Метод многофакторного анализа

- Методика создания идеи путем использования сильных сторон собственной продукции и невозможности копирования аналогичной идеи конкурентами. Использование пирамиды Маслоу
- Оценка эффективности креатива. «Ночные испытания» и правила Аластера Кромптона
- Рекламные стандарты

- Типичные заготовки рекламных идей для цейтнотов или «плохого самочувствия»

Практикум «Разработка позиционирования компании и создание сообщения и рекламной кампании»

День 2

Правовое регулирование рекламной деятельности

- Общие положения Закона «О рекламе»
- Общие требования к рекламе
- Реклама отдельных видов товаров и услуг
- Ответственность за нарушение Закона «О рекламе»

Практикум: «Экспертиза рекламных материалов»

Правовое регулирование деятельности СМИ

- Общие положения Закона «О СМИ»
- СМИ и интернет
- Положения антипиратского законодательства
- Права и обязанности журналиста
- Ответственность за нарушение законодательства о СМИ
- Защита деловой репутации

Интеллектуальная собственность в рекламе и СМИ

- Использование объектов авторских и смежных прав в СМИ и рекламе
- Использование средств индивидуализации и спортивной символики в СМИ и Рекламе
- Взаимодействие с ОКУПАМи (РАО и ВОИС)

Договорное оформление рекламных отношений

- Договоры оказания услуг, агентские договоры, рамочные договоры, бартерные договоры
- Основные требования и рекомендации к составлению рекламных договоров

Практикум: «Анализ договорных конструкций»

Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **23400 руб.** с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
 - Кофе-паузы, обеды
 - [Сертификат Moscow Business School](#)
 - [Удостоверение о повышении квалификации*](#)
 - [Диплом о профессиональной переподготовке**](#)
-

Преподаватели семинара

- **Бару Александр Владимирович**

Эксперт-практик в области создания рекламных креативов, специалист по маркетингу и рекламе, бизнес-тренер, консультант

- **Богданова Оксана Сергеевна**

Практикующий юрист, эксперт-практик в области налогообложения, специалист по гражданско-правовым аспектам деятельности компаний. Бизнес-тренер, консультант