

**Disciplina:**

Promo & Ativação

Professora:

Júlia Calais

Programa**Objetivo**

Vivemos uma era em que marcas não podem mais esperar pela atenção do público. Precisam conquistá-la, provocá-la e merecê-la. Hoje, promoções e ativações são ferramentas poderosas para criar experiências que extrapolam a comunicação tradicional. O objetivo da disciplina é construir uma narrativa mais criativa para o tema. Capacitando os estudantes a pensar, desenvolver e apresentar ideias de promoção e ativação que emocionam, engajam e geram resultado, tanto no mundo físico quanto no digital.

Para quem é o curso

Estudantes de Redação e Direção de Arte, além de profissionais criativos interessados em aprofundar seus conhecimentos em uma das áreas mais importantes e pulsantes da indústria criativa.

Dinâmica das aulas

As aulas misturam teoria, inspiração e prática. A cada semana, os alunos terão contato com campanhas icônicas, discussões em grupo e exercícios criativos relacionados aos temas abordados. Durante o curso, serão propostos briefings para o desenvolvimento de ideias, com apresentações e feedbacks constantes. Em alguns encontros, receberemos convidados da indústria criativa para enriquecer a troca com diferentes perspectivas. Ao final da disciplina, cada aluno terá desenvolvido e apresentado um projeto de Promo&Ativação.

Temas de cada aula**Aula 1 - Introdução**

- Apresentação da professora;
- Panorama geral sobre a disciplina Promo&Ativação;

- Processos criativos e etapas do projeto;
- Apresentação dos alunos e expectativas;
- Regras básicas da disciplina.

Aula 2 - Promoção

- O que significa promo na propaganda?
- Tipos de promoções (descontos, sorteios, fidelidade, etc).

Aula 3 - Ativação

- O que é ativação?
- Ativações de marca, produto, patrocínio e PDV;
- Eventos e ativações memoráveis.

Aula 4 - Marcas e Música

- Relação entre música e branding;
- Festivais, fandoms e estandes de marca.

Aula 5 - PR Stunt e Guerrilha

- Ações de impacto e baixo custo;
- Intervenções, virais e earned media.

Aula 6 - Experiência Imersiva

- Narrativa, ambientação e emoção;
- Tecnologias de imersão (AR, sensores, performances).

Aula 7 - Patrocínios e Parcerias

- Diferenças entre patrocínio e parceria;
- Território, propósito e audiência;
- Tipos de parceria e collabs;
- Estudo de cases.

Aula 8 - Experiências Digitais

- O digital como território de experiência;
- Social, games, filtros, bots, IAs e mais.

Aula 9 - Revisão dos Trabalhos

- Apresentação parcial e feedback dos projetos finais.

Aula 10 - Entrega Final

- Apresentação final para convidado julgador;
- Feedback do convidado e escolha do melhor projeto da turma.