

**Disciplina:**

Impacto Social

Professor:

Ricardo Montes

Programa**Objetivo**

Desenvolver a capacidade dos alunos de criar ideias para causas e projetos de impacto social com a mesma força criativa, estratégia e rigor de uma grande campanha publicitária.

A disciplina aborda desde os objetivos possíveis de uma campanha de impacto e os principais erros na criação para causas sociais até técnicas para chegar a ideias poderosas, encontrar o tom adequado, vender os projetos para clientes e transformar as ideias em trabalhos relevantes para o mercado e para a sociedade.

Para quem é o curso

Estudantes de Redação e Direção de Arte, criativos e pessoas interessadas em desenvolver ideias para causas sociais, projetos de impacto e marcas que desejam gerar transformação positiva.

Dinâmica das aulas

As aulas combinam conteúdo, análise de cases, exercícios e desenvolvimento de projetos a partir de briefings.

Ao longo do curso, os alunos vão criar e apresentar trabalhos, receber feedbacks e acompanhar o processo completo de uma campanha real, do briefing ao resultado final, analisando as decisões que contribuíram para transformar uma ideia de impacto social em um trabalho reconhecido em Cannes.

Temas de cada aula**Aula 1 - Criatividade que Gera Impacto**

- Introdução à disciplina. Os seis objetivos possíveis na criação publicitária para social impact e apresentação do primeiro briefing.

Aula 2 - O que NÃO Fazer

- Os principais erros e armadilhas quando criamos para causas sociais.

Aula 3 - O que SIM fazer

- Técnicas de criação para chegar a ideias poderosas para impacto social.

Aula 4 - Uma Boa Ideia Também Precisa ser Comprada

- Como vender ideias de impacto social para o seu cliente.

Aula 5 - Da Ideia para a Rua

- Apresentação dos trabalhos do Briefing I, discussão sobre a produção das ideias e apresentação do briefing final.

Aula 6 - Do Briefing a Cannes

- Um exemplo real: vamos abrir TODOS os keynotes, do briefing ao resultado final, da campanha de Vanish contra o bullying e analisar o passo a passo de uma campanha vencedora de Cannes.

Aula 7 - Encontrando o Tom Certo

- Como não errar no tom das ideias. Os 12 arquétipos de marca.

Aula 8 - Porque a Criatividade Precisa de Vocês

- Porque a criatividade, e o mercado, precisa de vocês. Conselhos sobre como se destacar na carreira ou, em outras palavras, o que o professor gostaria que tivessem dito a ele quando estava na Miami.

Aula 9 - Feedback Final

- Feedbacks finais e ajustes dos projetos desenvolvidos para o briefing final.

Aula 10 - Apresentação Final

- Apresentação dos trabalhos para um convidado do mercado.