

# PLAN- NER

2017/2018



ESCUELA DE PUBLICIDAD

[www.theatomicgardensd.com](http://www.theatomicgardensd.com)



## LOS PLANNERS NUNCA TRA -BAJAN SOLOS

Al contrario, lo hacen con profesionales muy diversos que configuran su entorno de trabajo: los equipos de cuentas y los creativos, los clientes, los institutos de investigación, los planificadores de medios y, por supuesto, los consumidores, a los que observan e interpretan para su inspiración.

Por tanto, la mitad de las horas de este curso, te la impartirán planners profesionales y la otra mitad te la darán profesionales de las disciplinas antes citadas. Ellos te ayudarán a trazar estrategias eficaces, y aprenderás cuál es el papel del planner en ellas: informarte, aunar puntos de vista distintos y marcar la dirección de las campañas. Lo harás combinando la metodología con la experiencia profesional. Trabajarás en casos reales y, cuando estés

preparado, te pediremos tus soluciones a proyectos que te iremos planteando. Para esto contarás con el apoyo de un tutor de prácticas.

El curso se imparte en trece semanas con 10 profesores- en las que trabajarás con los mejores profesionales. Algunas sesiones te las darán Directores de Publicidad, Comunicación o Marketing de marcas representativas y diversas del mercado dominicano. Nos explicarán su trabajo y su relación con las agencias. Compartirán casos que nos ayudarán a entender cómo abordar diferentes retos.



# DE -CÁ -LOGO

## **1. LOS PLANNERS HACEMOS ARTESANÍA**

Recogemos para nuestro trabajo todo tipo de cosas, ideas, imágenes, emociones del consumidor y los mezclamos con los nuestros para obtener materiales distintos. Hacemos artesanía también con lo que nos aportan otros profesionales, muy diversos, que configuran nuestro entorno de trabajo: los cuentas y los creativos, los clientes, los investigadores, los planners de medios... Ellos y por supuesto, el consumidor son los que nos inspiran.

## **2. SOMOS UN POCO FILÓSOFOS PORQUE NUESTRO TRABAJO NACE DE LA CURIOSIDAD**

Somos curiosos y nos gustan las preguntas. Saber preguntar es clave porque una nueva pregunta contiene la mitad de la respuesta ¿Cómo son las cosas? ¿Por qué son como son? ¿Podrían ser de otra manera? Interrogamos a la realidad, hurgamos en la mente y en el corazón de los consumidores, adoptamos puntos de vistas diferentes para trazar nuevos caminos.

## **3. LOS INSIGHTS SON COMO LAS SETAS**

Los insights no son como las trufas que haya que buscar en la profundidad del terreno; pero tampoco son como las piedras, que se encuentran desperdigadas por todas partes y las puede coger cualquiera. Los insights aparecen donde menos te los esperas. Por eso se parecen a las setas, hay que saber buscarlas y distinguir las buenas de la malas.

# PRO- GRA- MA

## **4. SABEMOS UN POCO DE TODO SIN SER ESPECIALISTAS EN NADA**

Para entender a los consumidores es muy importante entender sus intereses, inquietudes, deseos, necesidades, hábitos. En todo lo que constituye su vida diaria. No somos, por tanto, especialistas en ninguna disciplina pero debemos saber bastante de la vida cotidiana.

## **5. DA IGUAL NUESTRA PROCEDENCIA ACADÉMICA**

Los planners tenemos todo tipo de currículos: publicidad, investigación de mercados, psicología, sociología, filosofía, marketing, administración. Da igual qué hayas estudiado porque lo importante no es qué estudiamos, si no cómo lo estudiamos y, sobre todo, lo que nos queda por aprender.

## **6. NOS GUSTAN LOS CONCEPTOS Y LAS PALABRAS**

Para nosotros los conceptos son nuestros instrumentos de trabajo y las palabras nuestro mejor aliado. No olvides que pensamos con palabras y que, muchas veces, es el lenguaje el que nos piensa a nosotros. Por eso tenemos que mantener una buena relación con ellas.

## **7. SOMOS UN PUENTE QUE NO PUEDE CONVERTIRSE EN MURO**

La tarea principal del planner es aunar perspectivas distintas, encontrar un punto común entre las marcas, los consumidores, los creativos, las cuentas. Si nos convertimos en un muro seremos un obstáculo más para ellos. Seamos, entonces, puente, pasarela, enlace y cruce de caminos.

## **8. EL PLANNER ES UN PERSONAJE**

Como todo personaje debemos estar bien contruidos para que podamos desarrollar nuestro papel con destreza, debemos dotarnos de una identidad, unos atributos y unas herramientas para desempeñar nuestro papel en un escenario de trabajo con otros personajes también profesionales.

## **9. PLANNING IN ENGLISH “CAPSULES”**

Whether we like it or not, we live and work in a globalized world that communicates in English. For this reason, introducing some Planning in English capsules to the course is highly valuable, in these capsules you will learn the basic English that is specific to Account Planning.

## **10. EN DEFINITIVA, LOS PLANNERS SOMOS GENTE CON FUTURO**

*¿Tienes dudas, preguntas,  
curiosidad? Llámanos, escríbenos,  
▶ ven a vernos. Pide tu cita para una  
entrevista personal con los directores  
de los cursos. Te esperamos.*

# DO -CENTES

## **DIRECTOR DEL CURSO**

Soraya Pina

Fundadora

*5 Hormigas Caribe*

## **PLANNERS**

**Laura Vincens**

Account Planner

*Young & Rubicam*

**Luli Vilas**

Directora de Cuentas

*Provokers Latinoamérica*

**Martín Córdova**

Director Comercial

*Provokers*

**Josafat Solís**

Regional Planning Dir.

*McCann Erickson*

## **OTROS PROFESIONALES**

**Franz García**

Director General

Creativo

*Young & Rubicam*

**Mike Alfonseca**

Director Creativo

Kráneo, S.C.P.F

**Wanda Montero**

Gerente General

*Dichter Netra*

**Nelson Cardona**

Director de Medios

*Zenith Media Optimedia*

**Poteleche**

Caricaturista

## PRECIO

Precio del curso: US\$2,700

## FINANCIAMIENTO DEL CURSO

Puedes obtener crédito educativo través de nuestros aliados FUNDAPEC y Banco Santa Cruz. Llámanos y te ayudamos a conseguirlo.

## REQUISITOS DE MATRICULACIÓN

Si quieres matricularte escríbenos y te enviamos a tu correo el formulario de inscripción y para formalizar tienes que enviarnos a [voy@theatomicgardensd.com](mailto:voy@theatomicgardensd.com) la siguiente documentación:

- Comprobante de pago o de depósito
- Formulario de inscripción
- Cédula o pasaporte (scan o foto) - Foto reciente.

## DURACIÓN Y HORARIOS DEL CURSO

El curso tiene un total de 120 horas lectivas.

### Horario de clases\*

Martes, miércoles y jueves  
6.00 PM a 10.00 PM

### Horario de la escuela para trabajo individual

De lunes a viernes  
de 10.00 AM a 9.00 PM.

\* Las clases están sujetas a cambios de horario ya que los profesores son profesionales en ejercicio

EMPRESAS QUE HAN CONFIADO EN NOSOTROS:





## CONDICIONES DE PAGO

El pago debe hacerse mediante transferencia bancaria.

Nuestro número de cuenta es:  
Banco BHD - LEON  
211-893-60017  
Titular: Saledu & Mirra SRL

Para transferencia en dólares:  
Banco BHD - LEON  
211-893-60025  
Titular: Saledu & Mirra SRL

Aceptamos pagos con VISA

La participación en nuestros cursos será tras haber realizado el pago del curso. La normativa de la escuela impide asistir a los cursos antes de haber formalizado la matrícula. Además, las reservas de cupo sólo son posibles con el pago del curso correspondiente.

Los alumnos de la escuela se beneficiarán gratuitamente de los servicios habituales de la biblioteca, ordenadores y de todos los elementos educativos de la escuela

## DEVOLUCIONES

Una vez abonada la matrícula del curso no se podrá devolver el importe de la misma, por lo que le rogamos que lean con detenimiento nuestras condiciones de matriculación antes de formalizar la inscripción.

The Atomic Garden Santo Domingo se reserva el derecho a cancelar el curso que no haya alcanzado el número mínimo de alumnos para poder realizarlo.



— SANTO DOMINGO —

preguntame@theatomicgardensd.com  
+829 732 1965  
wp +809 702 3391

Galeria 360, Av. John F. Kennedy  
[www.theatomicgardensd.com](http://www.theatomicgardensd.com)

 @theatomicgardensantodomingo

 @theatomicgardendo

 @atomicgardendo

 @tagsantodomingo