

[Online library] Planificacioacute;n estrateacute;gica y creatividad (Libros profesionales) (Spanish Edition)

## Planificacioacute;n estrateacute;gica y creatividad (Libros profesionales) (Spanish Edition)

*Ubaldo Cuesta*

*\*Download PDF / ePub / DOC / audiobook / ebooks*

Coordinador:


Ubaldo Cuesta

# Planificación estratégica y creatividad



LIBROS PROFESIONALES  
DE EMPRESA

HESIC  
BUSINESS MARKETING SCHOOL

 Download

 Read Online

#1992941 in eBooks 2012-09-28 2015-09-15 File Name: B015EQIGB4 | File size: 50.Mb

**Ubaldo Cuesta : Planificacioacute;n estrateacute;gica y creatividad (Libros profesionales) (Spanish Edition)**  
before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Planificacioacute;n  
strateacute;gica y creatividad (Libros profesionales) (Spanish Edition):

La planificacioacute;n estrateacute;gica estaacute; en el origen de todo. Toda conducta, para ser eficaz y alcanzar  
adecuadamente sus fines, ha de estar estrateacute;gicamente planificada, inteligentemente disentilde;ada, dirigida y

evaluada. En el ámbito de la Publicidad o, mejor dicho, de la comunicación de las organizaciones, esta afirmación adquiere doble valor: la moderna y compleja comunicación que emiten hoy constantemente las organizaciones se disienta, en sus ejes fundamentales, desde los laboratorios de los planners. No se trata de laboratorios oscuros o laquiosos; sino, todo lo contrario, de laboratorios abiertos a la luz, que busca, precisamente, la iluminación maestra, el insight del consumidor: ese cordón umbilical ectoplásmico tan importante que constituye la urdimbre entre los deseos (ocultos y explícitos) del consumidor, los beneficios del producto y la manera de presentarlo. Y después (a veces casi simultáneamente) viene el creativo. Esas mentes privilegiadas capaces de romper marcos, de romper moldes y clichés, de romper con lo anterior para descubrir algo nuevo y oculto a partir de la estrategia disidente por el planner (con frecuencia, de forma conjunta; con disputas, a veces, pero siempre más o menos en equipo). ¡El proceso creativo! Capaz de traducir en una idea-fuerza toda una compleja estrategia. Capaz de gritar a millones de personas algo que, en ocasiones, ya no olvidará el resto de sus vidas (por desgracia, otras creativas, pasará sin pena ni gloria). Se desconoce cuando y cómo aparece la química entre dos personas, del mismo modo que se desconoce cómo los procesos de creatividad y planificación se entrelazan para crear o pro-crear la criatura: la campaña. Es un proceso complejo, polidrico, caótico a veces, organizado en ocasiones. Un proceso que depende de la técnica y de la intuición. De un proceso así no debe hablar una sola voz: es mejor dejar a los especialistas, los creativos, los ejecutivos, los planners, los marketinianos (y algún profesor o catedrático) a toda la tribu, en fin, que nos cuenten lo que opinan al respecto. Este libro ofrece a estos brillantes profesionales una plataforma para contar a sus clientes y amigos algunas de sus experiencias interesantes desarrolladas en las mejores empresas y agencias del mundo, del mismo modo que lo han venido contando, durante muchos años, como profesores en el Máster de Publicidad UCM-JWT y en el Experto de Creatividad y Planificación Estratégica UCM-Grey-EXPIGA. Quizá no están presentes todos los que son pero, sin duda, los que están son los mejores profesionales escogidos entre las mejores empresas. Lo que hace de este un libro realmente exclusivo. Índice I. Planificación estratégica, ideas y conceptos.- II. Gestión estratégica de marca.- III. Estrategias de producción y planificación de medios.- IV. Planificación estratégica y creatividad en el entorno 2.0.- V. Creatividad estratégica.