

 PRESENCIAL



MARKETING Y COMUNICACIÓN



# Briefs Atómicos para una creatividad de otro nivel

FECHA: 10 de septiembre

# Acerca del Curso

El brief es el punto de partida de toda campaña de comunicación y una de las herramientas más críticas —y subvaloradas— del proceso creativo. Un brief bien construido alinea a los equipos, inspira ideas relevantes y acelera la ejecución; uno deficiente, en cambio, compromete la calidad creativa y los resultados del negocio.

Este taller intensivo, diseñado especialmente para profesionales de marketing, branding y comunicación, aborda el rol estratégico del brief como nexo entre la estrategia y la ejecución creativa. A través del análisis de casos reales, campañas emblemáticas y ejercicios aplicados, los participantes aprenderán a transformar el brief en un verdadero detonante de ideas poderosas, cerrando la brecha habitual entre lo que las marcas creen comunicar y lo que las agencias realmente reciben.

## RELATORA



### Paz Mandiola

Fundadora Better Brands

Fundadora de Better Brands. Profesora Taller MBA UC. Magíster en Business Analytics (Pontificia Universidad Católica de Chile), Master en Data Science (University of Sydney) e Ingeniera Comercial (PUC).

Cuenta con más de 10 años de experiencia en consumo masivo, desempeñándose en áreas comerciales (CCU, Chile) y de Business Intelligence (WRI, Canadá).

# Objetivos Generales

Diseñar briefs estratégicos, claros e inspiradores que orienten eficazmente el trabajo creativo, mejoren la colaboración con agencias y contribuyan al logro de resultados comunicacionales y de marca.

# Objetivos Específicos

**Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de:**

1. Analizar el rol estratégico del brief y su impacto en la calidad creativa de las campañas.
2. Identificar los principales errores y desafíos en los procesos de briefing.
3. Construir briefs claros, estructurados y orientados a resultados.
4. Redactar de manera efectiva los componentes críticos de un brief.
5. Aplicar criterios estratégicos para una mejor colaboración con agencias creativas.
6. Utilizar un framework replicable para distintos proyectos de marca y comunicación.

# Dirigido a

Brand Managers, profesionales de marketing, equipos de comunicación y líderes responsables de la gestión de marcas y campañas, que trabajan directa o indirectamente con agencias creativas.

# Contenido del Curso

## MODULO 1

### El brief como herramienta estratégica

- Importancia del brief en el proceso creativo
- Principales desafíos al construir un brief
- Análisis de caso: campaña Always

## MODULO 2

### Contexto y alineamiento estratégico

- Relación con la agencia creativa
- Definición de contexto
- Posicionamiento deseado

## MODULO 3

### Componentes críticos del brief

- Contexto de la iniciativa
- Objetivo de la iniciativa
- Activación del posicionamiento
- Entregables, mandatorios y aprobadores
- Ejemplo aplicado

## MODULO 4

### Aplicación práctica

- Caso CM Cola
- Ejercicio práctico de construcción de brief
- Presentación y retroalimentación

# Metodología

El curso se desarrolla mediante una metodología práctica-participativa, orientada a la aplicación inmediata, que combina:

- Exposición conceptual breve sobre el rol y estructura del brief.
- Análisis de casos reales y campañas emblemáticas.
- Revisión guiada de ejemplos aplicados.
- Ejercicio práctico de construcción de brief y presentación de resultados.

El enfoque del taller es eminentemente aplicado, fomentando la participación activa y el aprendizaje a partir de la experiencia.

# Beneficios

- Elevar la calidad estratégica y creativa de los briefs.
- Mejorar la efectividad del trabajo con agencias creativas.
- Reducir reprocesos y desviaciones en campañas de comunicación.
- Contar con un framework práctico y replicable para proyectos de marca.

## **Resultado esperado:**

Al finalizar el curso, los participantes podrán:

- Construir briefs estratégicos alineados con objetivos de negocio y marca.
- Comunicar con claridad expectativas y foco creativo.
- Facilitar procesos creativos más eficientes y efectivos.
- Aplicar criterios estratégicos en la gestión de campañas de comunicación.



# Acerca de la Academia ICARE

En ICARE creemos que el crecimiento sostenible de Chile comienza con el crecimiento de sus personas.

*“En ICARE tenemos una convicción profunda: cuando las personas crecen, Chile crece. Y la Academia ICARE existe para acelerar ese crecimiento y acompañarte en ese camino”.*

**Bernardita Errázuriz**  
Directora de Academia ICARE

En **ICARE** creemos que el crecimiento sostenible de Chile comienza con el crecimiento de sus personas.

La **Academia ICARE** materializa esta convicción a través de una propuesta formativa orientada a fortalecer la excelencia empresarial y contribuir activamente al desarrollo del país.

Nuestros programas de educación continua están diseñados para profesionales y líderes que buscan actualizarse, reflexionar y actuar en contextos complejos y cambiantes. Los cursos de la **Academia ICARE** se caracterizan por ser ágiles, flexibles y pertinentes, transformando capacidades en acción y aprendizajes en impacto, e impulsando procesos donde la tecnología y la dimensión humana se potencian de manera integrada.

Este curso forma parte de la **vertical Marketing y Comunicaciones**, cuyo propósito es desarrollar estrategias de marketing y comunicación que integren datos, relato y propósito, permitiendo a las organizaciones construir marcas coherentes, reputaciones sólidas y relaciones de confianza con sus audiencias clave.

# Información General

## FECHA

Jueves  
10  
septiembre

## HORARIO

9:00 a 13:00  
horas

## DURACIÓN

4 horas  
1 sesión

## MODALIDAD

Presencial

## DESCUENTO

10% por 5 o  
más inscripciones

## VALOR GENERAL

\$180.000

## VALOR SOCIO

\$126.000

## +Info

DIRECCIÓN: El Golf 40, Piso Zócalo. Las Condes. Santiago - Chile

TELÉFONOS: +56 2 2280 5329 / +56 2 2280 5311

MAIL: [icare@icare.cl](mailto:icare@icare.cl)

WEB: [www.icare.cl](http://www.icare.cl)



Las actividades de la Academia ICARE no son conducentes al otorgamiento de un título o grado académico. El inicio del programa estará sujeto a un número mínimo de participantes. En caso de no alcanzarse, ICARE se reserva el derecho de suspender su realización.