



Diplomado  
**Estrategia y Creatividad Publicitaria**

# PROGRAMA

# Estrategia y Creatividad Publicitaria

**De la idea al impacto: transforma tu creatividad en campañas que marcan diferencia.**

En un mundo sobresaturado de mensajes, las ideas creativas solo marcan la diferencia cuando responden a una estrategia sólida.

Este diplomado combina lo mejor de dos mundos: el planning estratégico y la creatividad publicitaria. A lo largo de seis módulos —impartidos por profesionistas en activo que hoy lideran grandes marcas—, trabajarás en tu propia cuenta o proyecto con herramientas de Brand Planning, Dirección Creativa, Design Thinking, LEGO® SERIOUS PLAY® y más, para desarrollar una marca con propósito atractiva, una estrategia de comunicación bien pensada y conceptos creativos a la altura de Cannes.



## Inicio

25 de septiembre  
2025



## Duración

144 horas en  
24 sesiones



## Modalidad

Presencial



## Horario

Jueves  
18:00 a 22:00  
horas



## Inversión

Contado:  
\$45,000 MXN o  
6 parcialidades de:  
\$7,650 mxn

Si desea pagar en otra moneda, se utilizará el tipo de cambio del día en que se realice el pago



**De la idea al impacto: transforma tu creatividad en campañas que marcan diferencia.**

## **OBJETIVO:**

Desarrollar habilidades estratégicas y creativas en planificación de marca, comunicación y marketing digital para diseñar campañas publicitarias efectivas, innovadoras y alineadas con los objetivos de negocio.

## **DIRIGIDO A:**

- Publicistas que trabajen en agencias (áreas de Planning, Estrategia, Copywriting, Dirección de Arte), profesionales del marketing y la comunicación en empresas, así como emprendedores y líderes de negocios que deseen aplicar estrategias creativas en sus proyectos.

## **REQUISITOS:**

Estar trabajando en una marca, cuenta, proyecto o emprendimiento que requiera mejorar su estrategia creativa.

- Tener de 2 a 3 años de experiencia profesional.
- Contar con laptop para las sesiones.

## **BENEFICIOS DEL PROGRAMA:**

- Trabajo aplicado sobre una marca, cuenta o proyecto real.
- Metodologías innovadoras: Design Thinking, Lego Serious Play, Neurocreatividad.
- Docentes expertos con trayectoria en agencias y marcas líderes.
- Entregables prácticos en cada etapa del diplomado.
- Networking con profesionales del sector.

## BENEFICIOS PARA EL PARTICIPANTE

- Capacidad de diseñar estrategias creativas y efectivas para marcas y campañas.
- Dominio de la escritura creativa y el copywriting para captar audiencias.
- Portafolio profesional real, listo para presentar en entrevistas o pitches.
- Habilidad para ejecutar campañas transmediáticas con visión integral.
- Mejora de su perfil profesional y diferenciación competitiva en el mercado laboral.
- Aplicación inmediata de conocimientos a su entorno profesional.
- Confianza para liderar proyectos publicitarios con enfoque ético y social.

## METODOLOGÍA:

El programa requiere una inversión aproximada de **6 horas a la semana**, distribuidas de la siguiente manera:

- **4 horas semanales** (Bajo Conducción Docente - BCD): sesiones presenciales con el profesorado y compañeros, donde se imparten clases magisteriales, análisis de casos, asesorías personalizadas y dinámicas tipo taller orientadas al desarrollo de proyectos reales.
- **2 horas semanales** (Trabajo Independiente del Estudiante - TIE): enfocadas en el avance de entregables, revisión de materiales de lectura, construcción de propuestas creativas y análisis de campañas publicitarias.

En total, el programa contempla

- 144 horas distribuidas
- 96 horas BCD
- 48 horas TIE

Las horas son aproximadas y pueden variar según la complejidad de cada actividad o el ritmo de avance de cada participante.

Es fundamental entregar los proyectos en tiempo para recibir retroalimentación detallada por parte del profesorado. Los entregables fuera de plazo serán considerados, pero no contarán con comentarios personalizados.

Las sesiones combinan exposición teórica, análisis de casos reales, resolución práctica de retos creativos, y trabajo colaborativo, para asegurar un aprendizaje integral y aplicable de inmediato.

## ACREDITACIÓN:

- Asistencia mínima: 80%
- 100% de los entregables: 1 por módulo (6 en total)
- Evaluación continua: retroalimentación directa y por plataforma (Canvas)
- Participación: se requiere compromiso y trabajo colaborativo



## El programa está compuesto por dos grandes bloques formativos

En la primera parte, enfocada en Planning Estratégico, aprenderás a construir una plataforma de marca sólida, desarrollar un plan anual de comunicación y diseñar estrategias de contenido con enfoque integral.

La segunda parte, centrada en la Creatividad Publicitaria, te llevará a explorar metodologías para generar ideas innovadoras y provocadoras, dominar técnicas de redacción creativa y persuasiva — incluyendo el uso estratégico de inteligencia artificial— y dirigir creativamente tus conceptos para que puedan ejecutarse con claridad, fuerza coherencia en cualquier medio.

### TEMARIO

## Estrategia

### MÓDULO 1 : PLANNING Y ESTRATEGIA DE MARCA

Aprender a desarrollar la plataforma estratégica y los activos esenciales de una marca, el primer paso para crear campañas publicitarias creativas y efectivas.

- Brand Ladder y diferenciadores de marca
- Segmentación y targeting
- Posicionamiento de marca
- Propósito de marca
- Personalidad, tono y manera
- Mapas de marca
- Presentación y retroalimentación

### MÓDULO 2 : PLANNING Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Aprender a desarrollar la estrategia de comunicación anual de una marca, así como el encuadre estratégico y el brief de campaña, para definir los puntos esenciales que inspiren y detonen una buena creatividad.

- Campañas y medios omnicanal
- Objetivos de comunicación
- Insights, tensiones y reto
- Encuadre estratégico de mensaje
- Plan y roadmap anual de comunicación
- Brief de campaña
- Presentación y retroalimentación



## **MÓDULO 3 : PLANNING Y ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL**

Aprender a crear el plan de marketing de contenidos y campañas digitales para definir de manera anticipada las acciones estratégicas de la marca en redes sociales

- Benchmarking y Social listenings
- Ecosistema de medios y canales
- Audiencias, alcances, formatos y frecuencias
- Pilares de contenidos y tendencias
- Embudos de captación y venta
- Pautas y KPIs
- Presentación y retroalimentación

## **Creatividad**

### **MÓDULO 4 : METODOLOGÍAS PARA LA CREATIVIDAD Y LA DISRUPCIÓN**

Aprender múltiples metodologías, técnicas y procesos de ideación, formales e informales, para propiciar la generación de ideas disruptivas y originales.

- Brainstorming y Mind Maping
- Forced Conections
- LEGO® SERIOUS PLAY®
- Design Thinking
- Neurocreatividad
- Presentación y retroalimentación

### **MÓDULO 5 : COPYWRITING CREATIVO Y PERSUASIVO**

Aprender a redactar copys publicitarios creativos, impactantes y persuasivos que capten la atención y cumplan los objetivos estratégicos de las marcas.

- Redacción y ortografía
- Fundamentos del copywritting
- Copy racional
- Copy emocional
- Escritura creativa
- Copy SEO y Copy con AI
- Presentación y retroalimentación

### **MÓDULO 6 : DIRECCIÓN CREATIVA PUBLICITARIA**

Mejorar los procesos de pensamiento creativo e ideación para desarrollar conceptos e ideas publicitarias memorables e impactantes.

- Procesos de ideación publicitaria
- Ganchos creativos
- Storytelling y Storydoing
- Concepto madre
- Despliegue de concepto
- Campaña transmediática
- Presentación y retroalimentación

El programa contará con un profesor titular —quien también funge como coordinador— y con múltiples profesores invitados, expertos en su área. El profesor titular impartirá los temas clave del diplomado y será quien conecte los contenidos y acompañe la experiencia del alumno de principio a fin. Por su parte, los profesores invitados impartirán Master Classes para profundizar en temas muy específicos, compartiendo su visión y experiencia al frente de la estrategia y creatividad de grandes marcas y agencias.

**COORDINADOR Y PROFESOR TITULAR**

**LUIS ROJAS GUERRERO**

Director Creativo con más de 15 años de experiencia desarrollando campañas para marcas como Grupo Modelo, Leche San Marcos, Kellogg's, Comex, Andares y la Organización Mundial de la Salud. Fue Director Creativo General en Básiko, Alquimia y Sarape Social. Actualmente es consultor, profesor en ITESO y facilitador certificado en LEGO® SERIOUS PLAY®. Sus campañas han sido reconocidas con un Effie y un premio Pantalla de Cristal. También es escritor literario con dos libros publicados. [Linkedin](#)

**PROFESORA**

**ELIZABETH AGUIRRE CORTÉS**

Brand Planner, especialista en marketing, branding y planificación estratégica. Ha desarrollado marcas y liderado procesos de rebranding para empresas como Fluidmaster, Rotoplas, GBM y Coppel. Ha trabajado en agencias como Macom Consulting y Lime Consulting, combinando análisis e innovación para potenciar el posicionamiento de marcas en distintos sectores. [Linkedin](#)

**PROFESORA**

**MICHELLE QUINTANILLA AGUIRRE**

Head of Strategy & Operations en DraftLine, agencia in-house de AB InBev México. Cuenta con más de 17 años de experiencia en publicidad y análisis del consumidor. Ha liderado estrategia para marcas como L'Oréal, Nestlé, Bimbo, Mastercard y Grupo Modelo. Galardonada en festivales como Effie, IAB, The One Show y Cannes Lions. También es profesora en la escuela de creatividad Brother. [Linkedin](#)

**PROFESORA**

**ADRIA JÁUREGUI SOTO**

Directora Creativa en Ogilvy. Anteriormente, Directora Creativa en algunas de las mejores agencias del país, como Circus/Monks, BBDO y DDB. Ha liderado campañas para marcas como Aeroméxico, Nike, Cerveza Indio, L'Oréal, Ford, Saba, entre muchas otras. Su trabajo ha sido premiado en algunos de los festivales más importantes del mundo, como Cannes Lions. Apasionada de la escritura, la moda, el arte y los viajes. Es una de las creativas más destacadas de la industria publicitaria actual. [Linkedin](#)

**PROFESOR**  
**ADRIÁN JESÚS RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ**

Estratega de marketing con más de 12 años de experiencia en agencias y proyectos independientes en Venezuela y México. Ha trabajado con más de 120 marcas, liderado departamentos digitales y fundado su propia agencia, Optimination. Es creador de la Escuela de Artistas Despegue Musical, host del pódcast Querido Músico y autor del libro Secretos para un lanzamiento musical exitoso. [Linkedin](#)

**PROFESORA**  
**ANA ISABEL PANIAGUA MONTES**

Paid Media Buyer en GroupM, agencia global de WPP especializada en compra de medios. Ha gestionado campañas digitales para marcas del portafolio de Unilever como Hellmann's, Knorr, Magnum, Dove y Talenti, en plataformas como Meta, TikTok y Reddit. Fue parte del equipo de medios responsable de las activaciones de Hellmann's para el Super Bowl 2024 y 2025, dirigidas al mercado estadounidense. [Linkedin](#)

**PROFESORA**  
**ANATALIA GUADALUPE TRUJILLO RODRÍGUEZ**

Especialista en innovación, diseño y tecnología, certificada internacionalmente en Design Thinking, Lean Innovation y Diseño de Futuros. Ha sido consultora para Intel, Walmart LATAM, Continental, ONU Mujeres y ARS Electronica. Finalista del Hult Prize 2019. Actualmente dirige REDi Guadalajara, es gerente en Shift Theory y embajadora regional del World Design Organization. [Linkedin](#)

**PROFESORA**  
**CRISTINA GUADALUPE PEREZCHICA MÁRQUEZ**

Directora Creativa y Estratega en comunicación con amplia experiencia desarrollando campañas para marcas como Andares, Tequila Siete Leguas, Cerveza Minerva, Pepsi, Chivas, Caffenio, Tequila Centinela y Tecnológico de Monterrey. Ganadora del Effie Award Plata, el primero en la categoría inmobiliaria, por una campaña efectiva y creativa en el sector de bienes raíces. [Linkedin](#)

**PROFESOR**  
**DIEGO ORTA ZAMORA**

Director y fundador de Copo, uno de los estudios de diseño gráfico y audiovisual más influyentes del occidente de México, con casi 20 años de trayectoria. Ha trabajado para marcas como Grupo Orlegi, WeWork Latam y Seguros Atlas, y para figuras como el Canelo Álvarez, Rafa Márquez y Carlos Ortiz. Su estudio ha desarrollado proyectos en México, Estados Unidos, Inglaterra y Australia. [Linkedin](#)

El ITESO se reserva el derecho de apertura del programa en caso de no cubrir el mínimo requerido de participantes. El contenido de esta ficha se encuentra sujeta a cambios sin previo aviso.