



Editorial Rosselló, 87-89
Gustavo Gili, SL 08029 Barcelona - España
Tel. 93 322 81 61
Fax 93 322 92 05
e-mail: info@ggili.com
http://www.ggili.com

Nota de prensa

Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias

“Tener una gran idea es difícil. Tener muchas y además con regularidad constituye el reto creativo por excelencia”. Nik Mahon



Barcelona, febrero 2012 Las grandes ideas no surgen con facilidad. Ser capaz de tenerlas en gran cantidad y con regularidad constituye el gran reto de todo creativo publicitario. Las condiciones especialmente exigentes de esta profesión requieren disponer de un amplio abanico de recursos técnicos, eficaces a la hora de potenciar y canalizar la inspiración, y capaces de provocarla o, incluso, de suplirla cuando ésta no se presenta.

Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias proporciona una introducción esencial al proceso de generación de ideas y conceptos publicitarios originales e impactantes. En este libro se analizan en detalle los obstáculos que pueden dificultar la formación de ideas, como son los bloqueos, el conformismo, las ideas preconcebidas o el miedo al fracaso.



Editorial Rosselló, 87-89
Gustavo Gili, SL 08029 Barcelona - España
Tel. 93 322 81 61
Fax 93 322 92 05
e-mail: info@ggili.com
http://www.ggili.com

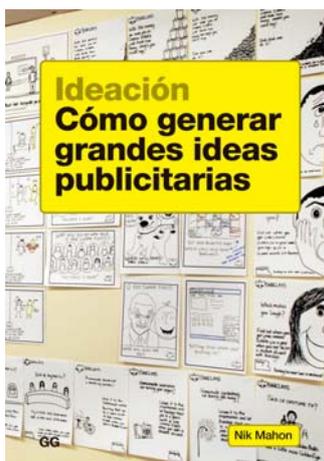
Frente a estos lastres, **Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias** ofrece métodos sólidos y efectivos que permiten romper con la rutina y adoptar nuevos enfoques sobre los problemas así como hacer que fluyan las ideas, trabajando tanto de modo individual como en grupo.

Cada uno de los cuatro capítulos incluye ejemplos, entrevistas y testimonios de prestigiosas agencias y profesionales del sector, además de ejercicios que plantean estimulantes retos creativos y permiten poner en práctica lo aprendido. Por todo ello, este libro constituye una caja de herramientas muy útiles tanto para estudiantes de publicidad como equipos de creativos junior.

EL AUTOR

Nik Mahon es profesor de Publicidad y Comunicación en la Southampton Solent University. Ha sido Director de Arte de la agencia BB&P en las Islas Caimán y Director Creativo de Raymer Advertising. Ha desarrollado cursos sobre publicidad, comunicación y medios para diversas universidades y ha diseñado también programas de pensamiento creativo y resolución de problemas para grandes agencias de publicidad. Entre sus clientes se cuentan British Gas, Ordnance Survey, Inland Revenue y United Biscuits. Es coautor del libro *Principios de publicidad* (Editorial Gustavo Gili, 2007) y autor, entre otros, de *Dirección de arte. Publicidad* (Editorial Gustavo Gili, 2010).

EL LIBRO



Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias **Nik Mahon**

Editorial Gustavo Gili, 2012

16 x 23 cm
184 páginas
Español
Rústica
ISBN: 9788425224782
PVP: 25 €

Área de Comunicación de la Editorial Gustavo Gili

Para más información y material contactar con Prensa (Comunicación, Editorial Gustavo Gili) ·
Rosselló 87-89, 08029 Barcelona · e-mail: prensa@ggili.com · tel: 93 322 81 61