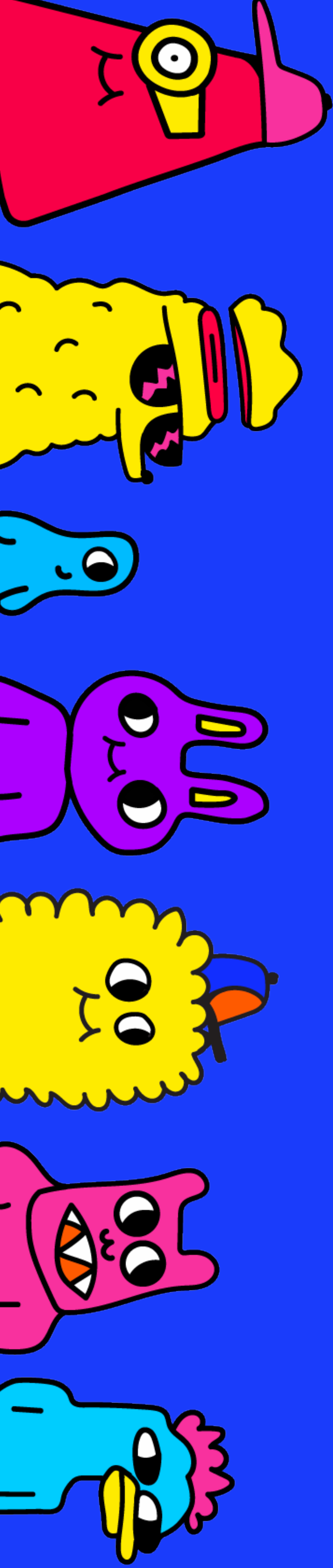
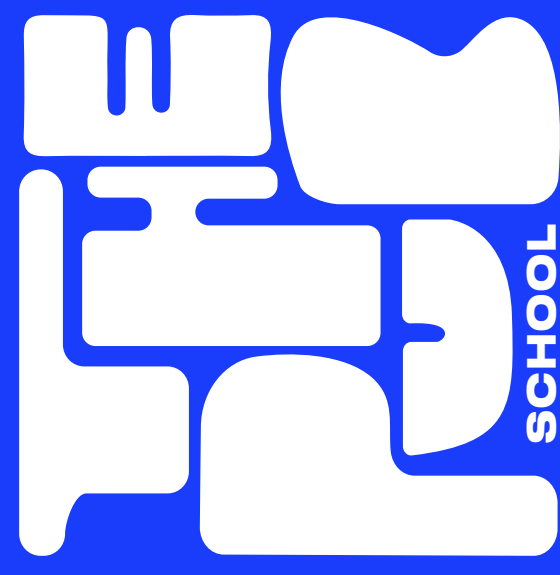
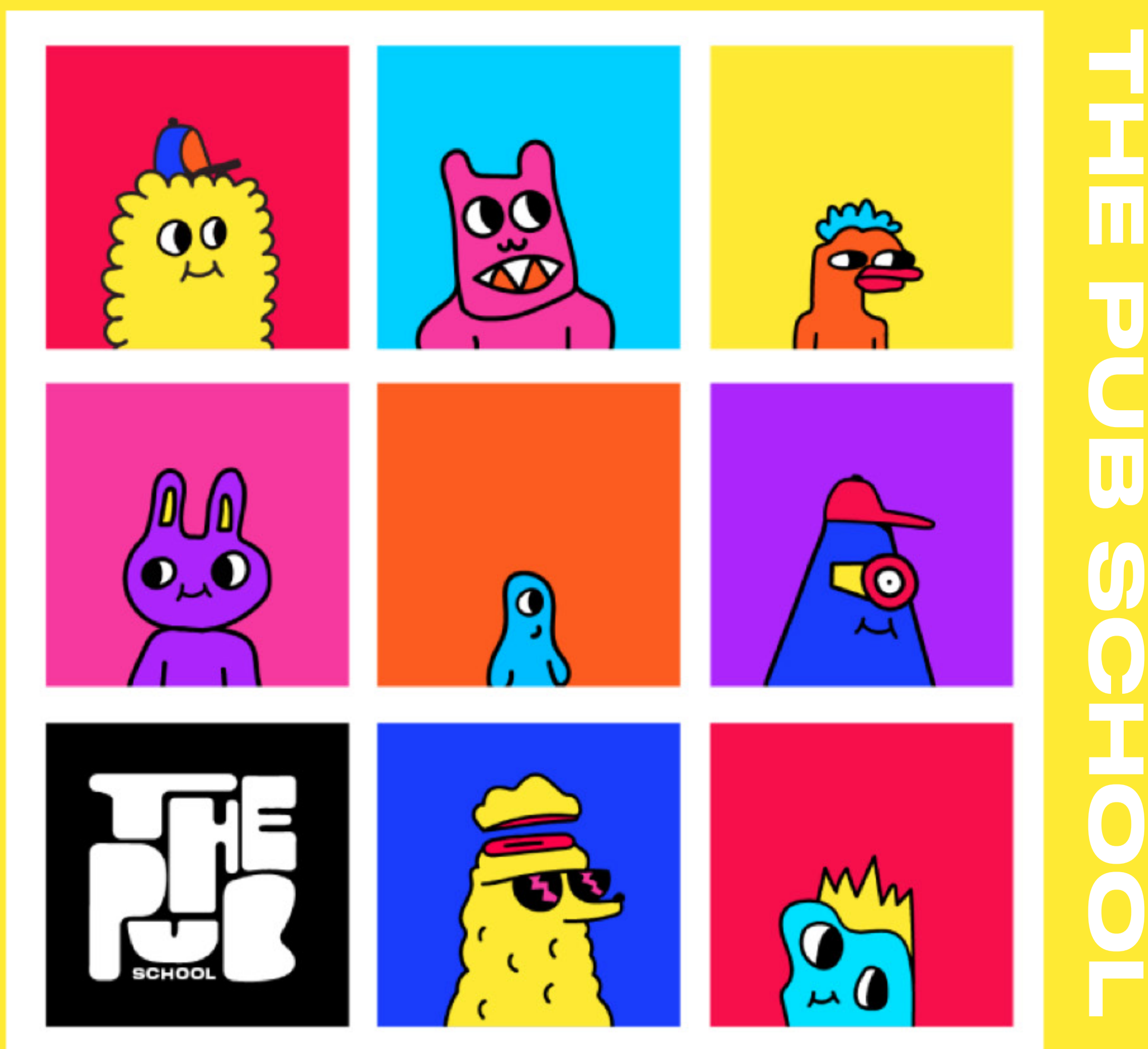


2021

ALL IN PROGRAM





En The Pub School creemos en las ideas y en lo importante que pueden ser para una marca, un problema o una situación, por eso nos la jugamos toda para que las ideas de nuestros estudiantes se conviertan en parte de portafolios y por qué no en reel de festivales de creatividad.

Este programa publicitario está basado en brindarle a los estudiantes todas las herramientas, pero más importante aún, enseñarle a los estudiantes a sacarle todo el provecho a las herramientas que la innovación y la historia nos ha brindado para encontrar pensamientos y convertirlos en una gran idea.

Este taller está dividido en 4 programas,
cada curso contará con un profesor
especializado en el tema y nos mostrará,
como aprovechar el pensamiento de
cada área en pro de una idea estratégica.

***PLANEACIÓN
ESTRATEGICA***

CREATIVIDAD

CONCEPTUALIZACIÓN

INNOVACIÓN



PLANEACIÓN ESTRATEGICA



Sol Martín

Chief Strategy Officer Grey Argentina

Agencias más efectiva de Argentina en 2019

Top 5 de las agencias más efectivas de Latinoamérica

Woman to watch 2019

Con casi 20 años de experiencia hizo su carrera en agencias estrategicas y creativamente reconocidas a nivel mundia como McCann-Erickson, VegaOlmosPonce y la Comunidad. A lo largo de estos años colaboró para convertir a Grey en la agencia del año en Effie Argentina y en la ganadora del Grand Effie Latam en 2019, llevando a Grey al top 5 de agencias más efectivas de Latinoamérica y al puesto 11 de agencias más efectivas de todo el mundo.



Desarrolló estrategias para múltiples clientes con marcas de diversas industrias como Unilever, P&G, Coca-Cola, AB InBev, Toyota, Disney, Molinos. Cannes Lions, Mercurio de la Asociación Argentina de Marketing y APG. En 2019 fue reconocida como Women to Watch por Adage y Adlatina, como una figura referente en la industria publicitaria Latinoamericana y Global. Fue presidente del jurado en el Diente, festival del Círculo de Creativos Argentinos así como también presidió el jurando de los premios APG de la Asociación Argentina de Planners. Contribuyó a la formación de decenas de profesionales dictando seminarios en Miami Ad School, APG, Universidad de Palermo, USAL y UADE.

CREATIVIDAD



Rafael Pabón

Director creativo VMLYR Chile

Ganó el primer león en cannes para el gobierno de Chile

Con 13 años de experiencia ha trabajado en agencias como JWT, Mullen Lowe 180, Porta y actualmente VMLY&R.

Ha sido premiado en Cannes Lions, Lia, Clio, PHNX de Adforum, WPP Cream, Ojo de Iberoamérica, Wave, Achap y Effie.

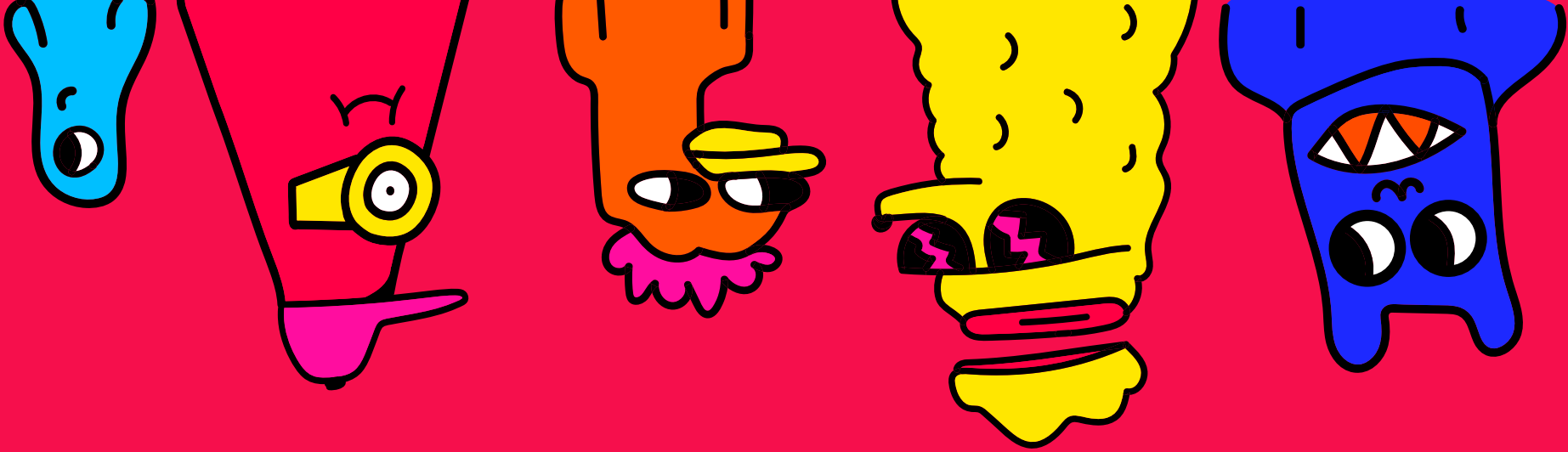
Sus campañas han sido varias veces publicadas en Archive.

A lo largo de su carrera ha trabajado con marcas como Movistar, Claro, VTR, TVN, Lexus, Banco de Chile, CCU y Softy's

<https://www.imrafapabon.com>.



A collection of five children books inspired in political scandals to teach them values.
Mayo 2016.



CONCEPTUALIZACIÓN

Diego Gueler

Executive Creative Director Draftline Argentina

Más de 500 premios de creatividad

14 leones en Cannes

Draftline Argentina es la agencia más creativa de Argentina en el Ojo

Diego comenzó su carrera en el 2006 trabajando en agencias como Young & Rubicam y Del Campo Saatchi & Saatchi.

En Grey Buenos Aires dirigió la creatividad de P&G brands, GSK, Fundación Favalaro, Pringles, Coca Cola Company. Luego, en una búsqueda por acercarse un poco más al mundo de la tecnología, la data y la estrategia, llega a R/GA donde se desempeña como director creativo durante casi 3 años y realizando la primera plataforma de entrenamiento VR para el seleccionado Argentino de fútbol en silla de ruedas y lidera el relanzamiento de cerveza Patagonia.



En 2018, Diego es convocado por BBDO para el puesto de ECD. Allí lideró la creatividad de Latinoamérica en el pitch global de Ford, cuenta que finalmente, terminó sumándose a la agencia, y el Pack del Consentimiento para Tulipán, una idea que dio la vuelta al mundo. En febrero de 2019, pasa a AB InBev con el objetivo de armar la oficina de draftLine Buenos Aires, el estudio creativo inhouse de cervecería y Maltería Quilmes (AB InBev). Además, en 2020, quedó top diez en todos los festivales regionales y nacionales en los que participó. A lo largo de su carrera Diego ha recibido más de 500 premios a nivel nacional e internacional. Entre los que se destacan Cannes, Clio, D&AD, One Show, IxDA, LIA y NY festivals.

www.diegogueler.com

INNOVACIÓN



Rafael Reina

Executive Creative Director Ogilvy De La Cruz Puerto Rico

Ganador del primer grand Prix en Cannes para Colombia
En menos de un año logró poner a De la Cruz como
la agencia número uno en Puerto Rico

Destacado por Adlatina como uno de los mejores creativos jóvenes de la región y galardonado con los únicos CLIO, Webby Awards, New York Festival, Youtube Awards y Cannes en el 2019 para Puerto Rico.

El portafolio de clientes que ha manejado en su carrera incluye marcas como: Burger King, Old Spice, Scotiabank, DIRECTV, Falabella, Renault, infiniti, McDonald’s, SABMiller, Kellogg’s, P&G,, Coca-Cola, Philip Morris, Samsung, Kia Motors, Visa, Avianca, DHL, m&m’s, Pepsi, Davivienda, Seguros Bolivar, Alpina, Liga Contra El Cáncer, Special Olympics, Cruz Roja, entre otras.



Jurado en los principales festivales del mundo apostando a la innovación digital y tecnológica con experiencia en el desarrollo de aplicaciones, websites, videojuegos, e-commerce, AR,VR, social media y plataformas digitales.

[behance.net/RafaelReina](https://www.behance.net/RafaelReina)

HUNDREDS OF SPONSORS PUT THEIR NAMES ON THE ATHLETES' UNIFORMS, SO THAT THEY COULD PUT THE NAME OF AN ENTIRE COUNTRY ON THE TOP OF THE PODIUM.

PROBLEM

The Colombian Special Olympics team needed a sponsor to help them travel to the World Games in Los Angeles. However, no brand wanted to help them.

IDEA

To secure funding, we sought out donations from a different source; people. We offered them exactly what we offered to brands; the opportunity to put their names on the uniforms that the athletes used in Los Angeles.

Through a website, people could design their own brand logo and donate according to the size and placement of their logo on each jacket.

RESULTS

2

2

5

GOLD

SILVER

BRONZE

Hundreds of sponsors put their names on the athletes' uniforms, so that the names of an entire country could stand with them on the awards podium.

Special Olympics WORLD GAMES LOS ANGELES 2015

Special Olympics Colombia

ALL IN

Fecha

**22 de febrero al
19 de marzo**

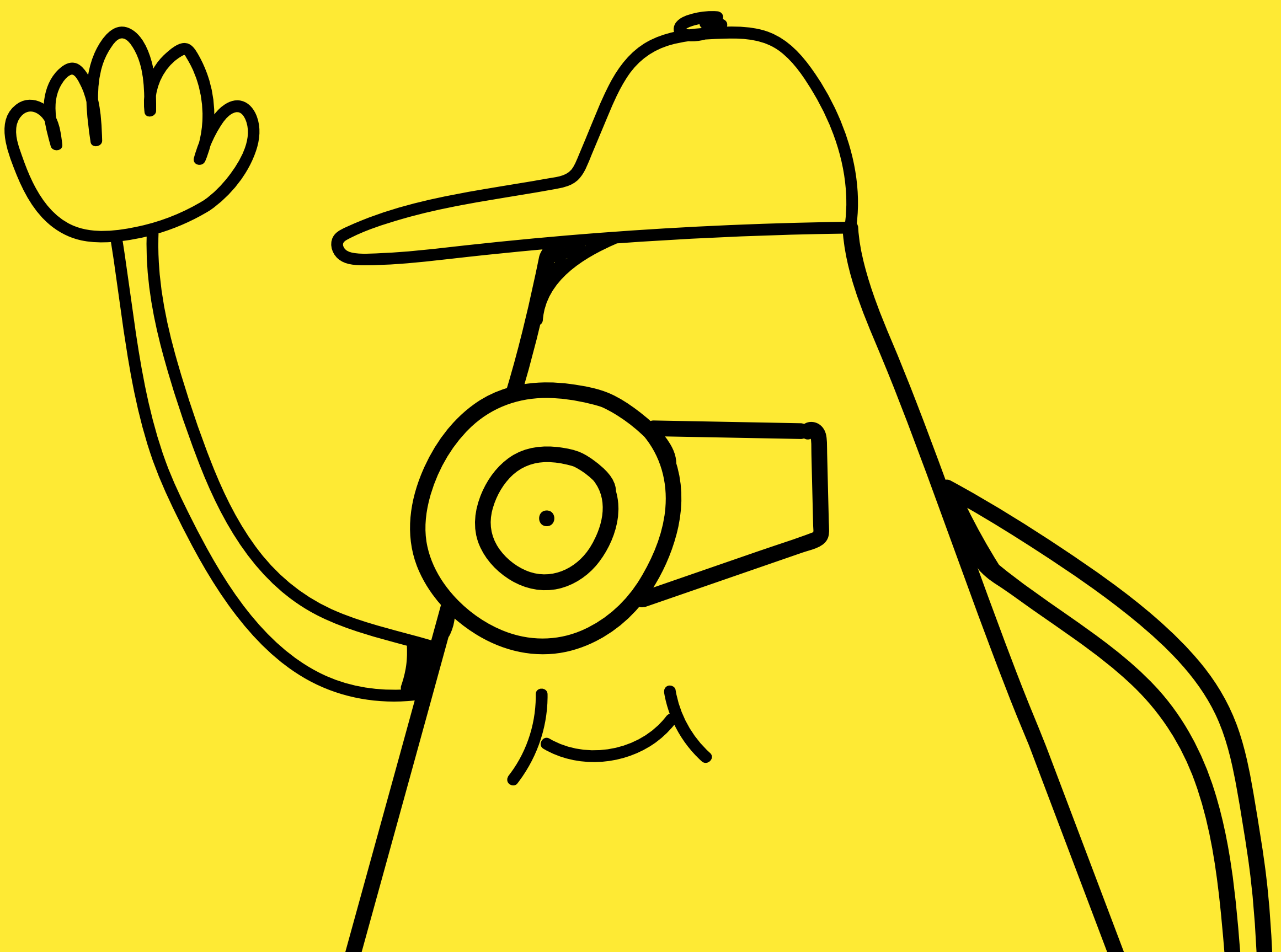
Costo

**Individual
\$400**

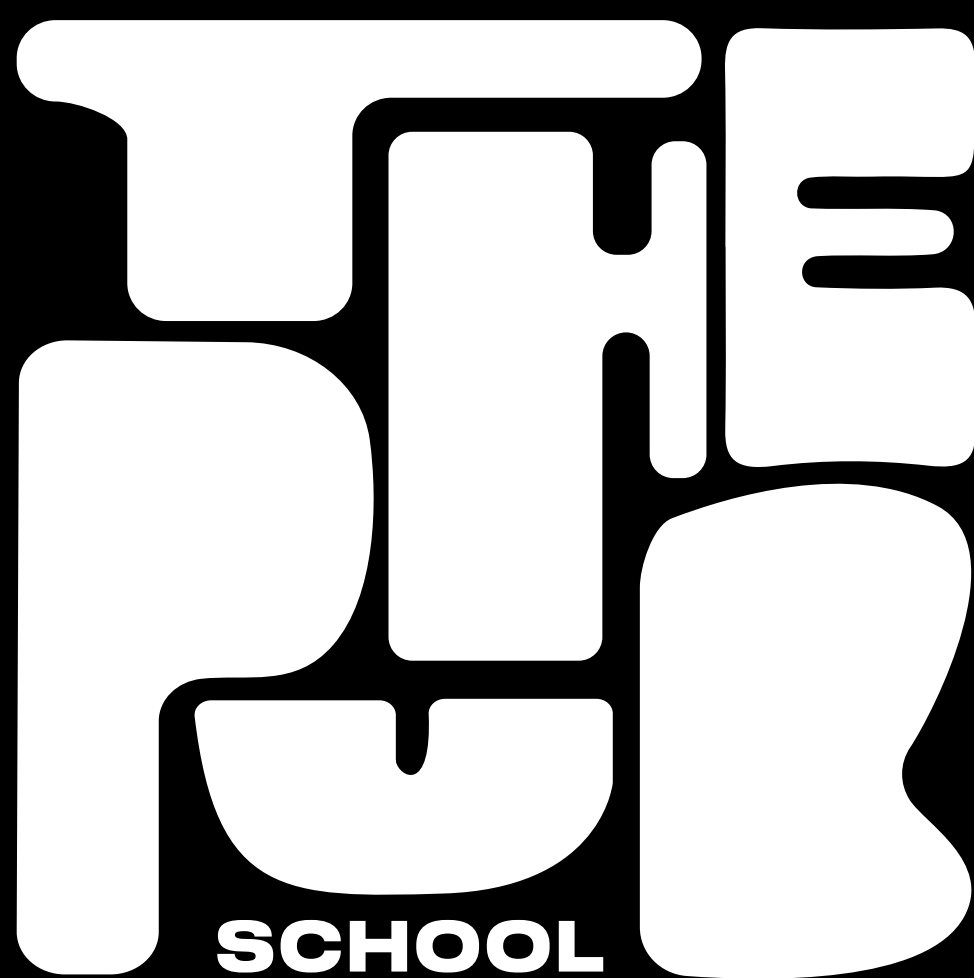
Duplas

\$350 cada uno

**La clase se realizará virtualmente
www.thepubschool.com**



ALL IN



www.thepubschool.com

thepubschool@gmail.com +593 96 712 9213