



E P P A 2 0 0 8

ENCONTRO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ACADÊMICO



BRIEFING

CONSIDERAÇÕES GERAIS

O que vou fazer após concluir minha graduação em publicidade? Essa pergunta ronda a cabeça de muitos universitários e recém-formados. Tais preocupações dizem respeito à necessidade de atualização, cobrança por aprender tudo ao mesmo tempo, ter capacidade para lidar com diversas tecnologias, para que finalmente, o jovem possa encarar o mercado.

Hoje, a experiência profissional é imprescindível para o recém-formado. Pois o mercado precisa de profissionais que já cheguem prontos e são poucas as empresas dispostas a treinar mão-de-obra.

Especialistas em recursos humanos afirmam que o mais importante para os jovens no começo é a oportunidade de colocar em prática os quilos de informações acumuladas durante os anos de faculdade.

Temos hoje no Brasil cerca de 300 faculdades de publicidade. Levando em consideração que cada uma forma pelo menos 50 profissionais por ano, com isso temos a quantia de 15.000 novos publicitários ao ano, a maioria deles querendo trabalhar com criação. Então o grande desafio desses novos publicitários é se diferenciar entre tantos portfólios.

Diante deste cenário, sobressai-se aquele que, além de ter talento e determinação, consegue demonstrar isto de forma criativa e funcional.

TEMA

APOSTE NOS NOVOS PUBLICITÁRIOS.

TARGET

Mercado (agências de publicidade/comunicação)

PEÇAS

Ver detalhes nos regulamentos (www.eppa.ppg.br).

- * Anúncio para Revista
- * Outdoor
- * Mídia alternativa
- * Campanha Completa (todas as peças citadas)

PRAZO PARA ENTREGA DOS MATERIAIS

As peças deverão ser entregues até o dia 06 de maio para a Lize (Coordenação de Comunicação Social)

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

www.eppa.ppg.br.