



**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