



Disciplina: Student Competition

Professor: Filipe Sanches, Senior Copywriter Publicis

O que significa ganhar um prêmio internacional de estudante?

“Significa um júri com várias pessoas que não te conhecem e acham sua ideia foda.” PA
– Diretor Acadêmico Miami Ad School.

Nesta disciplina, você vai desenvolver ideias com potencial de competir em grandes festivais. Você vai receber orientação de professores criativos do mercado para inscrever seus projetos da forma certa em festivais de criatividade como Clube de Criação, Future Lions Cannes, Clío, One Show e D&AD.

E como consequência colocar trabalhos melhores bem acabados no portfólio. Um prêmio de estudante é o seu primeiro selo de qualidade. Prepare-se para mostrar seu talento e colocar suas ideias em outro patamar.

Programa

Objetivo

Quem disse que precisa estar trabalhando em agência grande para ganhar um prêmio em propaganda? Fazendo a matéria de Student Competition da Miami, você vai conhecer e participar das principais premiações publicitárias do mundo enquanto aprende a transformar teorias criativas em ideias vencedoras.

Aqui, você terá a chance de colocar os seus trabalhos para competir no mais alto nível, ganhar prêmios e ver o seu portfólio se destacar como nunca antes.

Para quem é o curso

A disciplina é voltada para:

- redatores e diretores de arte em formação
- criativos interessados em festivais e premiações
- pessoas interessadas em desenvolver ideias com potencial internacional
- estudantes que buscam visibilidade no mercado criativo através de competições

Dinâmica das aulas

Um mix de aulas teóricas com muita prática. Nesta matéria, os alunos estão o tempo todo resolvendo briefings de competições estudantis, sejam em dupla ou em grupo. Além disso, os participantes podem trazer ideias que não têm briefing, mas que, conforme o desenvolvimento do critério, percebem potencial de ganhar prêmios.

Temas de cada aula

Aula 1 - Porque os Prêmios Importam

- História dos Prêmios.
- Os benefícios para criativos e para as agências.
- O Brasil no mundo das premiações.
- Análise de trabalhos premiados - parte 1.
- Divulgação do Briefing 1.

Aula 2 - O que Faz uma Ideia Vencedora

- Introdução a conceitos da propaganda.
- Os tipos de projetos.
- Como identificar uma grande ideia.
- Análise de trabalhos premiados - parte 2.
- Review de ideias do Briefing 1.

Aula 3 - 6 Coisas que Ninguém Conta sobre Criação Publicitária

- Dicas de portfólio, processos criativos e navegação no ambiente profissional.
- Análise de trabalhos premiados - parte 3.
- Segundo review de ideias do Briefing 1.

Aula 4 - 7 Vacilos que te Impedem de Ganhar um Prêmio

- Os erros que todo aluno comete em começo de carreira.
- Análise de trabalhos premiados - parte 4.
- Calendário completo de premiações.
- Desenvolvimento de ideias do Briefing 1.

Aulas 5 a 9 - Mão na Massa

- Revisão Final de Trabalhos do Briefing 1 + Divulgação do Briefing 2
- Ideias Fora de Briefing (Livre) + Review de Ideias do Briefing 2
- Segundo Review de Ideias do Briefing 2
- Desenvolvimento de Ideias do Briefing 2
- Revisão Final de Trabalho do Briefing 2

Aula 10 - Apresentação Final para Convidados do Mercado

- Lideranças de grandes agências avaliando e passando feedback sobre o seu trabalho.
- Escolha dos melhores trabalhos da turma.
- Orientação de premiações e categorias para inscrições dos projetos.

*A quantidade de projetos sugerida é de 2 projetos por estudante, mas esse número pode variar de acordo com a quantidade de competições vigentes e o tipo de demanda de cada premiação, além do nível de complexidade dos trabalhos desenvolvidos.

© 2026 Miami Ad School. Todos os direitos reservados.