

Màster universitari

Estratègia i Creativitat en Publicitat

Vols més
informació?



Amb la col·laboració de:

El Col·legi del Màrqueting
i la Comunicació de Catalunya
Col·legi del Màrqueting, la Comunicació,
la Publicitat i les Relacions Públiques de Catalunya

c de c
club de creativos/as



3 Club
Marketing
Barcelona

aebrand.
Asociación Española
de Branding

La
Fede _



Universitat
Oberta
de Catalunya

La formació de postgrau
en línia per als professionals

Estratègia i Creativitat en Publicitat

La **publicitat d'avui és molt més que publicitat**: és comunicació de marca, de continguts, mòbil, programàtica, social, nativa, etc. Vivim en un entorn en el qual la publicitat és «augmentada» y aquests són alguns dels conceptes que cal tenir en compte en els plans de comunicació dels anunciants: *advertainment, viral, buzz, tryvertising, branded content, neuromàrqueting, advergaming, ambush, growth hacking, prankvertising, marketing experiencial, cross-device* o transmèdia.

En aquest màster universitari aprofundim en la nova publicitat a partir dels seus dos eixos fonamentals: l'estratègia i la creativitat. D'una banda, l'estratègia garanteix la coherència de les accions comunicatives –*online i offline*– dels anunciants; d'una altra, la creativitat es converteix en una eina de persuasió ineludible per distingir-se en un entorn saturat de missatges comercials. En definitiva, les estratègies de comunicació han de ser, per força, creatives, i la creativitat resulta estratègica per a les marques.

En el màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat se supera definitivament la mirada fragmentada que va suposar l'impacte de la digitalització en el sector i es dona per assumida la realitat professional: per a la comunicació i les marques ja no hi ha barreres entre la publicitat *online* i l'*offline*. Així doncs, aquest màster té l'objectiu principal de dotar els i les estudiants dels coneixements i eines necessaris per **crear, dissenyar, executar, planificar i avaluar campanyes publicitàries en tot tipus de mitjans i suports**, tenint en compte el panorama i les possibilitats de l'ecosistema transmèdia actual i les **noves tendències** en comunicació. Amb mentalitat estratègica i habilitat per generar idees creatives. Tot això amb una visió ètica global, de responsabilitat social i perspectiva de gènere. Grans i petites empreses estan ja molt conscienciades de la importància de la responsabilitat social corporativa (RSC), per la qual cosa la seva comunicació ha de ser coherent i transmetre aquests valors.

Objectius i competències

Els objectius són:

- Conèixer en profunditat la **realitat actual de la indústria i el negoci de la publicitat**.
- Analitzar el **paper del consumidor-xarxa i les noves dinàmiques del mercat**.
- Adquirir els conceptes i dominar el lèxic propi del **màrqueting 3.0 o experiencial**.
- Elaborar **estratègies de comunicació persuasiva** per a marques, productes o serveis.
- **Crear continguts publicitaris** diferencials en l'**ecosistema transmediàtic i interactiu**.
- **Gestionar els equips** implicats en una campanya publicitària.
- **Coordinar els processos creatius i de producció** de campanyes amb assertivitat.
- Abordar projectes de comunicació publicitària complets des d'una posició de **lideratge**, establint objectius factibles i mesurables.
- **Avaluar els resultats** publicitaris i, posteriorment, dur a terme els plans d'acció pertinents.
- Tenir en compte les limitacions i normatives aplicables, amb **sensibilitat social i ètica professional**.

Les competències específiques són:

- Identificar les característiques, els atributs, els components, l'estructura i les **possibilitats** de la comunicació publicitària actual.
- Valorar els **recursos necessaris** per abordar un projecte de comunicació **postdigital**.

- Formular, en diversos documents professionals, els **plans d'acció** que requereix un problema de comunicació persuasiva.
- **Produir continguts creatius**, en diferents formats i formes narratives.
- Formular i executar l'**estratègia de comunicació** publicitària que s'adapti als objectius i a la finalitat fixats.
- Desenvolupar la **capacitat analítica**.
- Plantejar i desenvolupar **projectes de recerca rellevants** en el context publicitari actual.
- Valorar i implantar adequadament les **tecnologies i les eines més recents** per proposar campanyes diferenciadores.
- Formular i desenvolupar una estratègia d'**obtenció i gestió de dades**.
- Incorporar la **innovació** i experimentar amb **noves formes publicitàries**.

A qui va dirigit

El màster universitari d'**Estratègia i Creativitat en Publicitat** està dissenyat per a perfils professionals molt diversos que estiguin interessats a especialitzar-se en les noves formes de comunicació de marca i tipus de publicitat: des de posicions tècniques de departaments de comunicació d'empreses o institucions anunciants a aquelles vinculades a empreses proveïdores del sector publicitari (estudis de disseny o fotogràfics, productores audiovisuals, instituts de recerca de mercats, gabinets de comunicació i de relacions públiques, etc.), i també personal dedicat al màrqueting o al món de l'empresa en general.

També pot interessar a professionals en actiu que vulguin actualitzar els seus coneixements, adquirir nous llenguatges o progressar en la seva carrera laboral dins d'**agències i departaments de màrqueting i publicitat**. Finalment, també està pensat per a qui s'estigui plantejant cursar un doctorat en aquest àmbit.

Sortides professionals

Aquest màster universitari capacitarà els i les estudiants per a les sortides professionals següents:

- **Planificador/a estratègic/a (planner)**: analitza la situació del mercat i dels clients o anunciants pels quals treballa amb l'objectiu de dissenyar i orientar una línia d'actuació distintiva en la seva comunicació. A mig camí entre el departament de comptes i el de creativitat, és imprescindible per la seva capacitat de detectar *insights*.
- **Phygital strategist**: coneix en profunditat l'ecosistema publicitari digital, el posicionament de les marques i les possibilitats que ofereixen els dispositius actuals a el món físic i digital.
- **Creatiu/a polivalent**: conceptualitza les campanyes i accions publicitàries i pot integrar-se en un equip creatiu d'una agència de publicitat o de comunicació, un departament de màrqueting de l'anunciant o un altre tipus d'empreses proveïdores de serveis del sector.
- **Director de comptes i de serveis a clients**: responsable de la relació amb l'anunciant, organitza a la resta de professionals implicats en el desenvolupament de campanyes. S'encarrega de rebre els encàrrecs del client (*briefing*), d'elaborar els documents estratègics, de gestionar pressupostos i d'avaluar les accions executades.
- **Brand shaper**: domina i diferencia el màrqueting de continguts del *branded content* i assessora en la creació i gestió de marques.
- **Planificador/a de mitjans**: especialista en el disseny, el desenvolupament i l'avaluació d'estratègies de mitjans de comunicació adequades per a cada marca, té en compte la recerca sobre públics objectius, usos i consums, i té una orientació plena als resultats en tots els mitjans.
- **Responsable de projecte (project manager)**: organitza, planifica i coordina els processos i fluxos de producció creativa i de màrqueting i *new business*.
- **Investigador/a**: duu a terme projectes intel·lectuals i experimentals de manera sistemàtica amb l'objectiu d'augmentar el coneixement publicitari, des de l'àmbit professional o acadèmic.

Requisits d'accés

Per accedir a els estudis oficials de màster és necessari estar en disposició d'un títol universitari oficial. Consulta a la web del programa la informació i la documentació que has de lliurar, en funció d'on hagi realitzat aquests estudis.

Direcció acadèmica

Dra. Mireia Montaña

Publicitària amb àmplia experiència en agències multinacionals líders com Grey i Havas MPG. Ha estat responsable de clients com Danone, Honda, Intermón Oxfam o Luxottica. És experta en publicitat, mitjans de comunicació, consumidors i anàlisis de públics específics com nens, joves o persones grans. Exerceix com a professora en diferents programes de la UOC. És doctora en Comunicació (UPF) i llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques (URL) i forma part del grup de recerca GAME. Va començar la seva carrera acadèmica el 2003 a la Universitat de Vic i des del 2011 és professora de la UOC. També ha impartit classes a la UPF.

Professorat

Dr. Marc Compte Pujol

Doctor en Estudis Avançats en Comunicació per la URL. Màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries per Blanquerna-URL, màster en Direcció Cinematogràfica a l'ESCAC-UB i llicenciat en Comunicació Audiovisual per la UPF. Ha estat consultor de comunicació independent i creador de continguts per a marques. També té experiència en el món de l'agència, on ha portat l'estratègia de comunicació de marques com Sony Espanya. En l'àmbit docent, també ha col·laborat amb la Universitat de Vic-Central de Catalunya i amb la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna-URL.

Dr. Efraín Foglia

Doctor en Belles Arts per la Universitat de Barcelona. Professor de la UOC i de l'Escola de Disseny Elisava. És dissenyador en interaccions digitals, investigador i docent. El seu treball es posiciona en la intersecció entre el disseny, l'activisme ciutadà i les tecnologies en xarxa.

Dra. Montserrat Garcia Alsina

Doctora en Societat de la Informació i el Coneixement (UOC), llicenciada en Documentació (UOC) i en Geografia i Història (UB) i màster en Direcció i Gestió de TIC (UOC). Investiga sobre gestió documental, gestió del coneixement i intel·ligència competitiva.

Dr. Pablo Lara

La docència, la innovació i la transferència de coneixement són els tres pilars de la seva activitat a la UOC. Connectar el món acadèmic i empresarial és part de el seu ADN. Des de l'any 2001 és professor a la UOC, on ha estat director d'Innovació, adjunt al vicerectorat, director corporatiu d'R+D. Va posar en marxa el màster d'Accessibilitat amb l'ONCE, laboratori de tecnologies tàctils, l'Oficina d'Innovació i l'eLearn Center. Li agrada el món de les tendències, la innovació i l'emprenedoria. Participa en el món de les *start-up*, en el sector de l'entreteniment, la gastronomia i el *connected car*. Llicenciat en Documentació per la UGR, màster per la UOC i Doctor per la UPF.

Dra. Lluç Massaguer

Doctora en Educació per la UAB. Docent en l'àmbit del disseny, la creació i la producció gràfica. Investigadora en l'àmbit dels perfils acadèmics i professionals del dissenyador, així com en aspectes relacionats amb el disseny i l'accessibilitat en recursos d'aprenentatge.

Dra. Candela Ollé

Curiosa, amant del sentit comú i observadora per defecte. Professora agregada dels Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació des de 2010. Imparteix docència en diferents graus i màsters universitaris de la UOC. Periodista de formació i doctora en Documentació amb línies de recerca sobre l'accés obert, les publicacions acadèmiques i el comportament de l'usuari. Membre del grup de recerca consolidat i-VIU.

Dra. Cristina Pujol Ozonas

Doctora en Comunicació i Humanitats per la Universitat Ramon Llull. DEA en Història del Cinema per la Universitat Autònoma de Madrid. Membre del Grup de Recerca GAME. Els seus àmbits de recerca són la sociologia, els estudis culturals, la història del cinema i la televisió i el feminisme.

Dr. Antoni Roig

Ha tingut la sort de convertir la seva passió des de l'adolescència per l'audiovisual en el centre de la seva trajectòria professional i acadèmica. Des de fa més de quinze anys, és professor dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC, en l'àmbit de la comunicació audiovisual, del disseny, del social mitjana i del periodisme digital.

La seva trajectòria de recerca es ha orientat a els processos col·laboratius en la producció cultural, a l'estudi de la creativitat dels fans, a la innovació en formats i a la creació de continguts audiovisuals, l'*storytelling* i els nous mitjans.

Professors col·laboradors

Montse Lavilla (*digital transformation and strategic director* a Arena Media), Ferran González (CEO a K-Factor), Nil García (*digital account manager* a Promofarma), Miquel Vidal (director de marketing i ventes a ISEP), Marc Balastegui (*digital and mobile product owner* a CaixaBank Digital Business), Ramon Martín-Guart (*head of media* a Manifiesto), Eduard Farran (director creatiu i soci fundador de La Rosa), Eduardo Bayo (director de negociació, planificació i compres d'IPG Mediabrands), Carles Sanabre (director d'IdeaRed i SanabreComunica), Montse Vidal (especialista en màrqueting digital, branding sonor, comunicació corporativa i interna), Isidro Jiménez (director d'arte i investigador de *web scraping*), Luismi Garay (director d'experiència de client i tecnologia digital a Telefónica), Miguel de la Font (creatiu i guionista a El Terrat de Produccions), Marisa Martínez Orduna (responsable de comunicació i màrqueting digital a Institut Esthederm), Laura Medel (*digital project manager* en Aftershare TV), Iolanda Mora (*content digital creative* en Desigual) i Belén Santa-Olalla (*chief creative officer* en Conductr).

Tutors

Sonia Gago

Copywriter i *managing editor*, va exercir anteriorment com a *account manager* en agències de comunicació. Llicenciada en Comunicació Audiovisual (UPF) i en Publicitat i Relacions Públiques (UOC), compagina el seu treball habitual amb la tutorització vocacional dels estudiants del màster.

M. José Pedragosa

Tot i que es va llicenciar en Ciències Biològiques, es va endinsar de seguida en el món de la comunicació i va crear la seva pròpia agència de publicitat interactiva. El 2003 la va vendre al grup Havas i va llançar Canalcomunica, una iniciativa per educar en comunicació. Implicada professionalment en l'activisme social i l'emprenedoria, ha creat la seva pròpia *start-up*, Popsicase.

Programa acadèmic

Crèdits ECTS

Tipus de matèria

Assignatures obligatòries	39
Assignatures optatives	15
Treball final de màster	6
Total	60

Formació obligatòria

Creació i gestió de l'empresa publicitària	6
<i>Marketing experience: consumidors i mercats</i>	5
<i>Branding i growth hacking</i>	5
<i>Account planning i direcció de serveis al client</i>	6
Direcció creativa executiva	6
Recerca, estratègia i planificació de mitjans	6
Publicitat alternativa, <i>mobile</i> i <i>cross-device</i>	5

Formació optativa

Màrqueting de continguts i <i>branded content</i>	5
Publicitat <i>display</i>	5
Publicitat en <i>social media</i>	5
Publicitat programàtica	5
Taller de direcció d'art	5
Taller de narrativa publicitària transmèdia	5
Pràctiques professionals	5
Mètodes d'investigació en comunicació	5

Treball de finalització de màster **6**

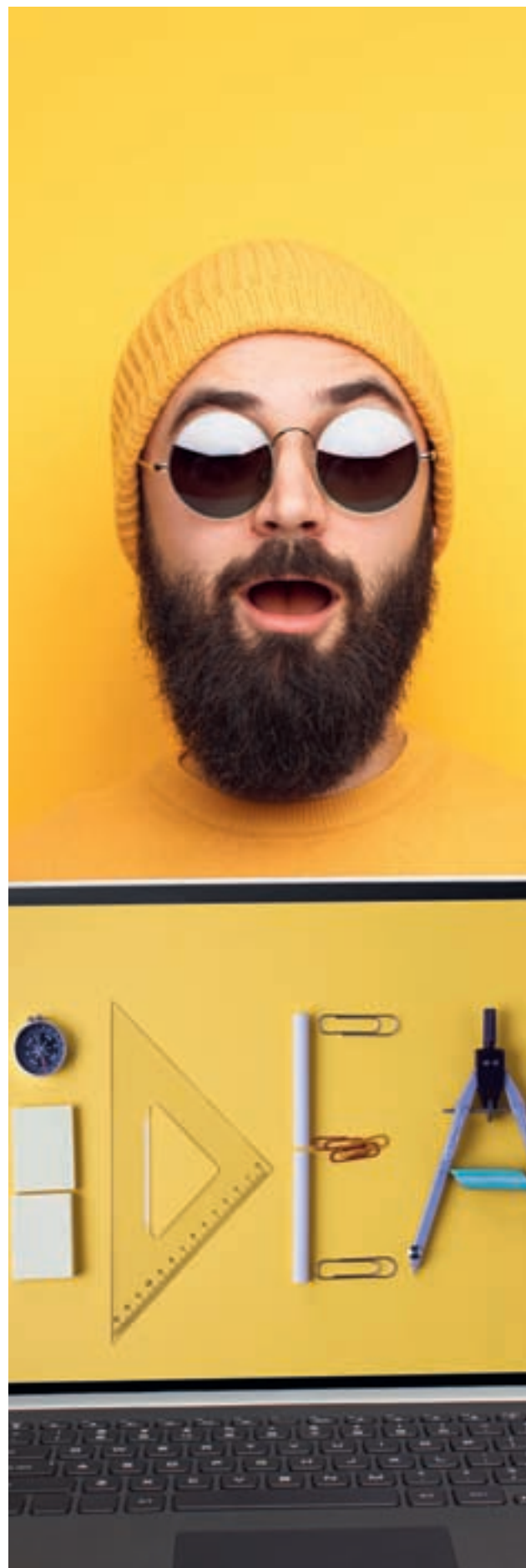
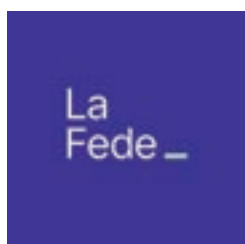
Amb la col·laboració de:

El Col·legi del Màrqueting
i la Comunicació de Catalunya
Col·legi del Màrqueting, la Comunicació,
la Publicitat i les Relacions Públiques de Catalunya

c de c
club de creativos/as



**3 Club
Marketing
Barcelona**



FORMAR TRANS- FORMAR

Seus

BARCELONA

Rambla del Poblenou, 156
08018 Barcelona
Tel.: 934 817 272

LLEIDA

Carrer Canyeret, 12, 2a. planta
25007 Lleida
Tel.: 973 72 70 77

PALMA

Carrer Ausiàs March, 11
07003 Palma
Tel. 971 65 86 11

MANRESA

Av de les Bases de Manresa, 1
08242 Manresa
Tel.: 934 817 272

REUS

Carrer de l'Escorxador, 1
43202 Reus
Tel.: 977 33 80 08

SALT

Factoria Cultural Coma Cros
Carrer Sant Antoni, 1
17190 Salt
Tel.: 972 40 50 67

TORTOSA

Carrer Alfara de Carles, 18
43500 Tortosa
Tel.: 977 58 80 66

MADRID

Plaça de les Corts, 4
28014 Madrid
Tel.: 915 991 188

SEVILLA

Carrer Torneo, 32
41002 Sevilla
Tel.: 954 99 16 25

VALÈNCIA

Carrer de la Pau, 3
46003 València
Tel.: 96 348 66 48

VILA-REAL

Biblioteca Universitària
del Coneixement
Avinguda Pius XII, 43
12540 Vila-real
Tel.: 964 54 72 44

COLÒMBIA

Carrera 7 #73-47, oficina 802
110221 Bogotá
Colòmbia
Tel.: +57 1 7945400

CIUTAT DE MÈXIC

Passeig de la Reforma, 265, pis 1
Col. Cuauhtémoc
06500 Mèxic, D.F.
Tel.: + 52 55 55114206

**Totes les seus UOC a
seus.uoc.edu**



Times Higher Education World University Rankings

- Entre les 150 millors universitats joves del món.
- La millor universitat en línia d'Iberoamèrica.
- La segona universitat d'Espanya amb menys de 50 anys.

Premis i reconeixements UOC

- Homenatge als 25 anys d'història a la 25a. Nit de les Telecomunicacions i la Informàtica (2020)
- Human Resources Excellence in Research (HRS4R) de la Comissió Europea (2018)
- Premi EDEN d'excel·lència institucional (2016)
- Premi a la Inclusió per les Malalties Rares de la FEDER (2016)
- Premi a l'Impacte en l'Aprenentatge (Or) de la IMS Global Learning Consortium (2015)
- Medalla d'Or de la Creu Roja (2015)
- Telefónica Ability Awards (2012)
- Premi IGC a la Innovació Digital (2010)
- Premi Center of Excellence del NMC (2009)
- Premi a l'Impacte en l'Aprenentatge (Or) de la IMS Global Learning Consortium (2008)
- Premi Nacional de Telecomunicacions de la Generalitat de Catalunya (2005)
- Centre d'Excel·lència al Global Education and Research Program de SUN (2003)
- Premi ICDE d'Excel·lència (2001)
- Premi WITSA a la millor iniciativa digital (2000)
- Premi Bangemann Challenge a la millor iniciativa europea en ensenyament a distància (1997)

Consulta l'oferta
formativa de la UOC
estudis.uoc.edu

