

Máster universitario

Estrategia y Creatividad en Publicidad

¿Quieres más
información?



Con la colaboración 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



Universitat
Oberta
de Catalunya

La formación de posgrado
en línea para los profesionales

Estrategia y Creatividad en Publicidad

La publicidad de hoy es mucho más que publicidad: es comunicación de marca, de contenidos, móvil, programática, social, nativa, etc. Vivimos en un entorno en el que la publicidad es «aumentada» y estos son algunos de los conceptos que hay que tener en cuenta en los planes de comunicación de los anunciantes: *advertainment, viral, buzz, tryvertising, branded content, neuromarketing, advergaming, ambush, growth hacking, prankvertising, marketing experiencial, cross-device* o transmedia.

En este máster universitario profundizamos en la nueva publicidad a partir de sus dos ejes fundamentales: la estrategia y la creatividad. Por un lado, la estrategia garantiza la coherencia de las acciones comunicativas *–online y offline–* de los anunciantes; por otro, la creatividad se convierte en una herramienta de persuasión ineludible para distinguirse en un entorno saturado de mensajes comerciales. En definitiva, las estrategias de comunicación deben ser, por fuerza, creativas, y la creatividad resulta estratégica para las marcas.

En el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad se supera definitivamente la mirada fragmentada que supuso el impacto de la digitalización en el sector y se da por asumida la realidad profesional: para la comunicación y las marcas ya no hay barreras entre la publicidad *online* y la *offline*. Así pues, este máster tiene el objetivo principal de dotar a los y las estudiantes de los conocimientos y herramientas necesarios para **crear, diseñar, ejecutar, planificar y evaluar campañas publicitarias en todo tipo de medios y soportes**, teniendo en cuenta el panorama y las posibilidades del ecosistema transmedia actual y las **nuevas tendencias** en comunicación. Con mentalidad estratégica y habilidad para generar ideas creativas. Todo ello con una visión ética global, de responsabilidad social y perspectiva de género. Grandes y pequeñas empresas están ya muy concienciadas de la importancia de la responsabilidad social corporativa (RSC), por lo que su comunicación debe ser coherente y transmitir estos valores.

Objetivos y competencias

Los objetivos son:

- Conocer en profundidad la **realidad actual de la industria y el negocio** de la publicidad.
- Analizar **el papel del consumidor-red y las nuevas dinámicas del mercado**.
- Adquirir los conceptos y dominar el léxico propio del **marketing 3.0 o experiencial**.
- Elaborar **estrategias de comunicación persuasiva** para marcas, productos o servicios.
- **Crear contenidos publicitarios** diferenciales en el **ecosistema transmediático e interactivo**.
- **Gestionar los equipos** implicados en una campaña publicitaria.
- **Coordinar los procesos creativos y de producción** de campañas con asertividad.
- Abordar proyectos de comunicación publicitaria completos desde una posición de **liderazgo**, estableciendo objetivos factibles y medibles.
- **Evaluar los resultados** publicitarios y, posteriormente, acometer los planes de acción pertinentes.
- Tener en cuenta las limitaciones y normativas aplicables, con **sensibilidad social y ética profesional**.

Las competencias específicas son:

- Identificar las características, los atributos, los componentes, la estructura y las **posibilidades** de la comunicación publicitaria actual.
- Valorar los **recursos necesarios** para abordar un proyecto de comunicación **posdigital**.

- Formular en varios documentos profesionales los **planes de acción** que requiere un problema de comunicación persuasiva.
- **Producir contenidos creativos**, en diferentes formatos y formas narrativas.
- Formular y ejecutar la **estrategia de comunicación** publicitaria que se adapte a los objetivos y la finalidad fijados.
- Desarrollar la **capacidad analítica**.
- Plantear y desarrollar **proyectos de investigación relevantes** en el contexto publicitario actual.
- Valorar e implantar adecuadamente las **tecnologías y las herramientas más recientes** para proponer campañas diferenciadoras.
- Formular y desarrollar una estrategia de **obtención y gestión de datos**.
- Incorporar la **innovación** y experimentar con **nuevas formas publicitarias**.

A quién va dirigido

El máster universitario de **Estrategia y Creatividad en Publicidad** está diseñado para perfiles profesionales muy diversos que estén interesados en especializarse en las nuevas formas de comunicación de marca y tipos de publicidad: desde posiciones técnicas de departamentos de comunicación de empresas o instituciones anunciantes a aquellas vinculadas a empresas proveedoras del sector publicitario (estudios de diseño o fotográficos, productoras audiovisuales, institutos de investigación de mercados, gabinetes de comunicación y de relaciones públicas, etc.), y también personal dedicado al marketing o al mundo de la empresa en general.

También puede interesar a profesionales en activo que quieran actualizar sus conocimientos, adquirir nuevos lenguajes o progresar en su carrera laboral dentro de **agencias y departamentos de marketing y publicidad**. Por último, también está pensado para quien que se esté planteando cursar un doctorado en este ámbito.

Salidas profesionales

Este máster universitario capacitará a los y las estudiantes para las salidas profesionales siguientes:

- **Planificador/a estratégico/a (planner):** analiza la situación del mercado y de los clientes o anunciantes para los que trabaja con el objetivo de diseñar y orientar una línea de actuación distintiva en su comunicación. A medio camino entre el departamento de cuentas y el de creatividad, es imprescindible por su capacidad para detectar *insights*.
- **Phygital strategist:** conoce en profundidad el ecosistema publicitario digital, el posicionamiento de las marcas y las posibilidades que ofrecen los dispositivos actuales en el mundo físico y digital.
- **Creativo/a polivalente:** conceptualiza las campañas y acciones publicitarias y puede integrarse en un equipo creativo de una agencia de publicidad o de comunicación, un departamento de marketing del anunciante u otro tipo de empresas proveedoras de servicios del sector.
- **Director/a de cuentas y de servicios a cliente:** responsable de la relación con el anunciante, organiza al resto de profesionales implicados en el desarrollo de campañas. Se encarga de recibir los encargos del cliente (*briefing*), elaborar los documentos estratégicos, gestionar presupuestos y evaluar las acciones ejecutadas.
- **Brand shaper:** domina y diferencia el marketing de contenidos del *branded content* y asesora en la creación y gestión de marcas.
- **Planificador/a de medios:** especialista en el diseño, el desarrollo y la evaluación de estrategias de medios de comunicación adecuadas para cada marca, tiene en cuenta la investigación sobre públicos objetivos, usos y consumos, con plena orientación a los resultados en todos los medios.
- **Responsable de proyecto (project manager):** organiza, planifica y coordina los procesos y flujos de producción creativa y de marketing y *new business*.
- **Investigador/a:** lleva a cabo proyectos intelectuales y experimentales de manera sistemática con el objetivo de aumentar el conocimiento publicitario, desde el ámbito profesional o académico.

Requisitos de acceso

Para acceder a los estudios oficiales de máster, es necesario estar en disposición de un título universitario oficial. Consulta en la web del programa la información y la documentación que tienes que entregar, en función de donde hayas realizado estos estudios.

Dirección académica

Dra. Mireia Montaña

Publicitaria con amplia experiencia en agencias multinacionales líderes como Grey y Havas MPG. Ha sido responsable de clientes como Danone, Honda, Intermón Oxfam o Luxottica. Es experta en publicidad, medios de comunicación, consumidores y análisis de públicos específicos como niños, jóvenes o personas mayores. Ejerce como profesora en diferentes programas de la UOC. Es doctora en Comunicación (UPF) y licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (URL) y forma parte del grupo de investigación GAME. Comenzó su carrera académica en 2003 en la Universidad de Vic y desde 2011 es profesora de la UOC. También ha impartido clases en la UPF.

Profesorado

Dr. Marc Compte Pujol

Doctor en Estudios Avanzados en Comunicación por la URL. Máster en Estrategia y Creatividad Publicitarias por Blanquerna-URL, máster en Dirección Cinematográfica en la ESCAC-UB y licenciado en Comunicación Audiovisual por la UPF. Ha sido consultor de comunicación independiente y creador de contenidos para marcas. También tiene experiencia en el mundo de la agencia, donde ha llevado la estrategia de comunicación de marcas como Sony España. En el ámbito docente, también ha colaborado con la Universidad de Vic-Central de Cataluña y con la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna-URL.

Dr. Efraín Foglia

Doctor en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona. Profesor de la UOC y de la Escuela de Diseño Elisava. Es diseñador en interacciones digitales, investigador y docente. Su trabajo se posiciona en la intersección entre el diseño, el activismo ciudadano y las tecnologías en red.

Dra. Montserrat Garcia Alsina

Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento (UOC), licenciada en Documentación (UOC) y en Geografía e Historia (UB) y máster en Dirección y Gestión de TIC (UOC). Investiga sobre gestión documental, gestión del conocimiento e inteligencia competitiva.

Dr. Pablo Lara

La docencia, la innovación y la transferencia de conocimiento son los tres pilares de su actividad en la UOC. Conectar el mundo académico y empresarial es parte de su ADN. Desde el año 2001 es profesor en la UOC, donde ha sido director de Innovación, adjunto al vicerrectorado, director corporativo de I + D. Puso en marcha el máster de Accesibilidad con la ONCE, laboratorio de tecnologías táctiles, la Oficina de Innovación y el eLearn Center. Le gusta el mundo de las tendencias, la innovación y el emprendimiento. Participa en el mundo de las *start-up*, en el sector del entretenimiento, la gastronomía y el *connected car*. Licenciado en Documentación por la UGR, máster por la UOC y Doctor por la UPF.

Dra. Lluc Massaguer

Doctora en Educación por la UAB. Docente en el ámbito del diseño, la creación y la producción gráfica. Investigadora en el ámbito de los perfiles académicos y profesionales del diseñador, así como en aspectos relacionados con el diseño y la accesibilidad en recursos de aprendizaje.

Dra. Candela Ollé

Curiosa, amante del sentido común y observadora por defecto. Profesora agregada de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación desde 2010. Imparte docencia en diferentes grados y másters universitarios de la UOC. Periodista de formación y doctora en Documentación con líneas de investigación sobre el acceso abierto, las publicaciones académicas y el comportamiento del usuario. Miembro del grupo de investigación consolidado i-VIU.

Dra. Cristina Pujol Ozonas

Doctora en Comunicación y Humanidades por la Universidad Ramon Llull. DEA en Historia del Cine por la Universidad Autónoma de Madrid. Miembro del Grupo de Investigación GAME. Sus ámbitos de investigación son la sociología, los estudios culturales, la historia del cine y la televisión y el feminismo.

Dr. Antoni Roig

Ha tenido la suerte de convertir su pasión desde la adolescencia por el audiovisual en el centro de su trayectoria profesional y académica. Desde hace más de quince años, es profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC, en el ámbito de la comunicación audiovisual, del diseño, del *social media* y del periodismo digital.

Su trayectoria de investigación se ha orientado a los procesos colaborativos en la producción cultural, al estudio de la creatividad de los fans, a la innovación en formatos y a la creación de contenidos audiovisuales, el *storytelling* y los nuevos medios.

Profesores colaboradores

Montse Lavilla (*digital transformation and strategic director* en Arena Media), Ferran González (CEO en K-Factor), Nil García (*digital account manager* en Promofarma), Miquel Vidal (director de marketing y ventas en ISEP), Marc Balastegui (*digital and mobile product owner* en CaixaBank Digital Business), Ramon Martín-Guart (CEO en Abril Communication & Media Agency), Eduard Farran (director creativo y socio fundador de La Rosa), Eduardo Bayo (director de negociación, planificación y compras de IPG Mediabrand), Carles Sanabre (director de IdeaRed y SanabreComunica), Montse Vidal (especialista en marketing digital, branding sonoro, comunicación corporativa e interna), Isidro Jiménez (director de arte e investigador de *web scraping*), Luisimi Garay (director de experiencia de cliente y tecnología digital en Telefónica), Miguel de la Fuente (creativo y guionista en El Terrat de Produccions), Marisa Martínez Orduna (responsable de comunicación y marketing digital en el Instituto Esthederm), Laura Medel (*digital project manager* en Aftershare TV), Iolanda Mora (*content digital creative* en Desigual) y Belén Santa-Olalla (*chief creative officer* en Conducttr).

Tutoras

Sonia Gago

Copywriter y *managing editor*, ejerció anteriormente como *account manager* en agencias de comunicación. Licenciada en Comunicación Audiovisual (UPF) y en Publicidad y Relaciones Públicas (UOC), compagina su trabajo habitual con la tutorización vocacional de los estudiantes del máster.

M.ª José Pedragosa

Aunque se licenció en Ciencias Biológicas, se adentró enseguida en el mundo de la comunicación creando su propia agencia de publicidad interactiva. En 2003 la vendió al grupo Havas y lanzó Canalcomunica, una iniciativa para educar en comunicación. Implicada profesionalmente en el activismo social y el emprendimiento, ha creado su propia *start-up*, Popsicase.

Programa académico Créditos ECTS

Tipo de materia

Asignaturas obligatorias	39
Asignaturas optativas	15
Trabajo final de máster	6
Total	60

Formación obligatoria

Creación y gestión de la empresa publicitaria	6
<i>Marketing experience: consumidores y mercados</i>	5
<i>Branding y growth hacking</i>	5
<i>Account planning</i> y dirección de servicios al cliente	6
Dirección creativa ejecutiva	6
Investigación, estrategia y planificación de medios	6
Publicidad alternativa, <i>mobile</i> y <i>cross-device</i>	5

Formación optativa

Marketing de contenidos y <i>branded content</i>	5
Publicidad <i>display</i>	5
Publicidad en <i>social media</i>	5
Publicidad programática	5
Taller de dirección de arte	5
Taller de narrativa publicitaria transmedia	5
Prácticas profesionales	5
Metodologías de investigación en comunicación	5

Trabajo de fin de máster	6
---------------------------------	----------

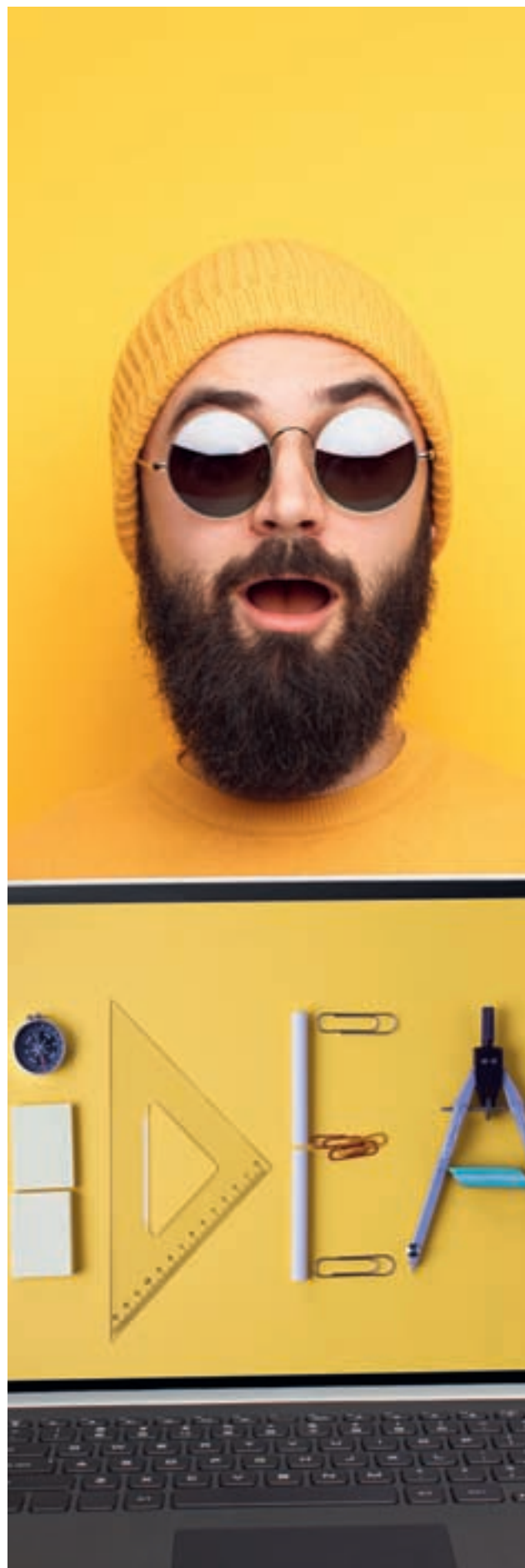
Con la colaboración de:

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

Sedes

BARCELONA

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

LLEIDA

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

PALMA

Calle 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

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

SALT

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

TORTOSA

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

MADRID

Plaza de las Cortes, 4
28014 Madrid
Tel.: 915 991 188

SEVILLA

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

VALENCIA

Calle de la Paz, 3
46003 Valencia
Tel.: 96 348 66 48

VILA-REAL

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

COLOMBIA

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

CIUDAD DE MÉXICO

Paseo de la Reforma, 265, piso 1
Col. Cuauhtémoc
06500 México, D.F.
Tel.: + 52 55 55114206

Todas las sedes UOC en
sedes.uoc.edu



Times Higher Education World University Rankings

- Entre las 150 mejores universidades jóvenes del mundo.
- La mejor universidad en línea de Iberoamérica.
- La segunda universidad de España con menos de 50 años.

Premios y reconocimientos UOC

- Homenaje a los 25 años de historia en la 25a. Noche de las Telecomunicaciones y la Informática (2020)
- Human Resources Excellence in Research (HRS4R) de la Comisión Europea (2018)
- Premio EDEN de excelencia institucional (2016)
- Premio a la Inclusión por las Enfermedades Raras de la FEDER (2016)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Oro) de la IMS Global Learning Consortium (2015)
- Medalla de Oro de la Cruz Roja (2015)
- Telefónica Ability Awards (2012)
- Premio IGC a la Innovación Digital (2010)
- Premio Center of Excellence del NMC (2009)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Oro) de la IMS Global Learning Consortium (2008)
- Premio Nacional de Telecomunicaciones de la Generalitat de Catalunya (2005)
- Centro de Excelencia en el Global Education and Research Program de SUN (2003)
- Premio ICDE de Excelencia (2001)
- Premio WITSA a la mejor iniciativa digital (2000)
- Premio Bangemann Challenge a la mejor iniciativa europea en enseñanza a distancia (1997)

Consulta la oferta
formativa de la UOC
estudios.uoc.edu

