

Máster universitario

Estrategia y Creatividad en Publicidad

Con la colaboración de

c de c
club de creativos/as



Estrategia y Creatividad en Publicidad

La **estrategia** y la **creatividad** son los pilares fundamentales de la publicidad moderna y, con la consolidación de los medios de **comunicación digitales**, se ha visto reivindicada su importancia como garantes del éxito de las **campañas publicitarias integrales**, también llamadas «campañas de 360 grados», tanto locales como globales.

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 este 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 de marcas ya no hay barreras entre la publicidad *online* y *offline*. Así pues, este máster tiene el objetivo principal de dotar a los estudiantes de los **conocimientos y las 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.

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 en la 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 una **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 tipo de publicidad: desde técnicos de departamento de comunicación de empresas o instituciones anunciantes a trabajadores vinculados 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 aquellos 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 aquellos que se estén planteando cursar un doctorado en este ámbito.

Salidas profesionales

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

- **Planificador estratégico (*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, imprescindible por su capacidad de 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 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 de cuentas y de servicios a los clientes**: responsable de la relación con el anunciante, organiza al resto de profesionales implicados en el desarrollo de campañas. Se encarga de recibir los informes 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 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, y con plena orientación a los resultados en todos los medios.
- **Jefe de proyecto (*project manager*)**: organiza, planifica y coordina los procesos y flujos de producción creativa y de marketing y *new business*.
- **Investigador**: 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. Silvia Sivera Bello

Ha vivido con igual pasión la creación de campañas en departamentos creativos de agencias de publicidad multinacionales (Lowe&Partners, y DMB&B, entre otras) como la preparación de asignaturas, materiales y proyectos de innovación docente en la UOC. Responsable de asignaturas del ámbito de la creatividad en diferentes grados, ha sido directora del máster universitario Social Media: Gestión y Estrategia de la UOC y coordina un máster en Comunicación de Marcas en el IED. Colabora periódicamente como docente en IDEP, LCI, URL, UPF, US, etc. Su último libro es *Publicidad contagiosa (UOCpress)*, que resume su tesis doctoral, por la cual obtuvo el VI Premio Prat Gaballí. Doctora por la URL, máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento por la UOC y licenciada en Ciencias de la Información por la UAB, pertenece al grupo de investigación GAME.

Tutores

Mireia Places

Consultora en *branding* y comunicación, con una dilatada experiencia profesional como planificadora estratégica y gestora de proyectos. Licenciada en Ciencias de la Información -Publicidad y Relaciones Públicas (UAB) y diplomada en Ciencias Empresariales (UB), también ha sido estudiante de la UOC.

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.

Profesorado

Dr. Víctor Cavaller

Profesor agregado de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Participa en la docencia de grados y másteres como especialista en metodologías de análisis de la información. Es licenciado y doctor en Documentación por la UOC y la UB, respectivamente. En este máster se responsabiliza de la asignatura de *Metodologías de investigación cuantitativa*.

Dra. Elisenda Estanyol

Especialista en comunicación corporativa. Ha trabajado en consultoras de comunicación internacionales como Llorente & Cuenca y Hill + Knowlton Strategies, y también en departamentos de comunicación de varias empresas e instituciones. Profesora de la UOC, donde dirige el Máster Universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos. También imparte docencia en la UPF y en el Istituto Europeo di Design (IED). Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la UAB, y máster en Comunicación Empresarial por la UPF. Premio Prat Gaballí del Colegio de Publicitarios y Relaciones Públicas de Cataluña.

Dra. Núria Ferran

Profesora de los Estudios de Ciencias de la información y de la Comunicación. Licenciada en Periodismo (UAB) y Documentación (UOC), máster en Sociedad de la Información (UOC) y doctora europea (UB) con estancia de investigación en la Universidad de Sheffield. Actualmente participa en el proyecto europeo Euryka, que analiza la participación política de los jóvenes a través de las redes sociales, y en un proyecto canadiense sobre nuevas maneras de comunicación, especialmente con dispositivos portátiles inteligentes.

Dr. Ferran Lalueza

Profesor agregado de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), donde ha dirigido la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, el grado de Comunicación y los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Es director de la revista COMeIN y coautor de los libros *Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa*, *Comunicación preventiva: planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis*, *Comunicación corporativa y Claves y escenarios*, entre muchos otros. Ha sido asociado sénior en la consultora de relaciones públicas Burson-Marsteller, donde se especializó en el ámbito de la comunicación de crisis.

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. Pusó 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. Sandra Martorell

La comunicación es el centro de su trayectoria profesional y vital. Igual nos cuenta una historia con un texto formal, que con una instantánea o un tweet. A veces con todo a la vez. Y es que se caracteriza por tener una genética poliédrica que le ha permitido abordar la comunicación desde diferentes ángulos y disciplinas. Ha trabajado tanto en medios de comunicación como en el mundo empresarial, que le fascina como ecosistema propio que es. Licenciada en Comunicación Audiovisual, máster en Producción Artística y doctora en Industrias de la Comunicación y Culturales, es profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación y miembro del grupo de investigación GAME.

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. Experta en publicidad, medios de comunicación, consumidores y análisis de públicos específicos como niños, jóvenes o personas mayores. Profesora en diferentes programas de la UOC. Doctora en Comunicación (UPF) y Licenciada en Publicidad y RP (URL), forma parte del grupo de investigación GAME. Comenzó su carrera académica en 2003 en la Universitat de Vic y, desde 2011 es profesora de la UOC. También ha impartido clases en la UPF.

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.

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.

Programa académico Créditos ECTS

Tipo de materia

Asignaturas obligatorias	39
Asignaturas optativas	15
Trabajo final de máster	9
Total	60

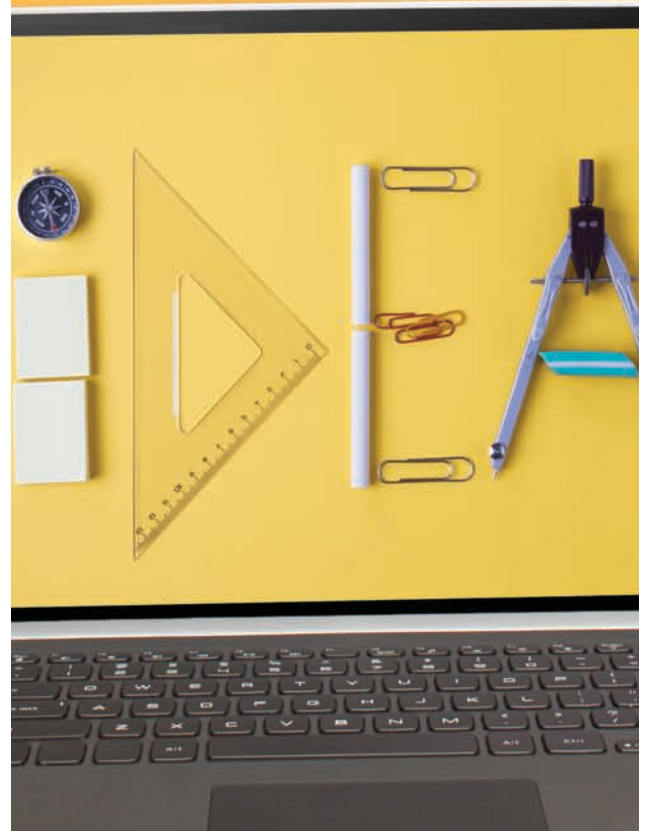
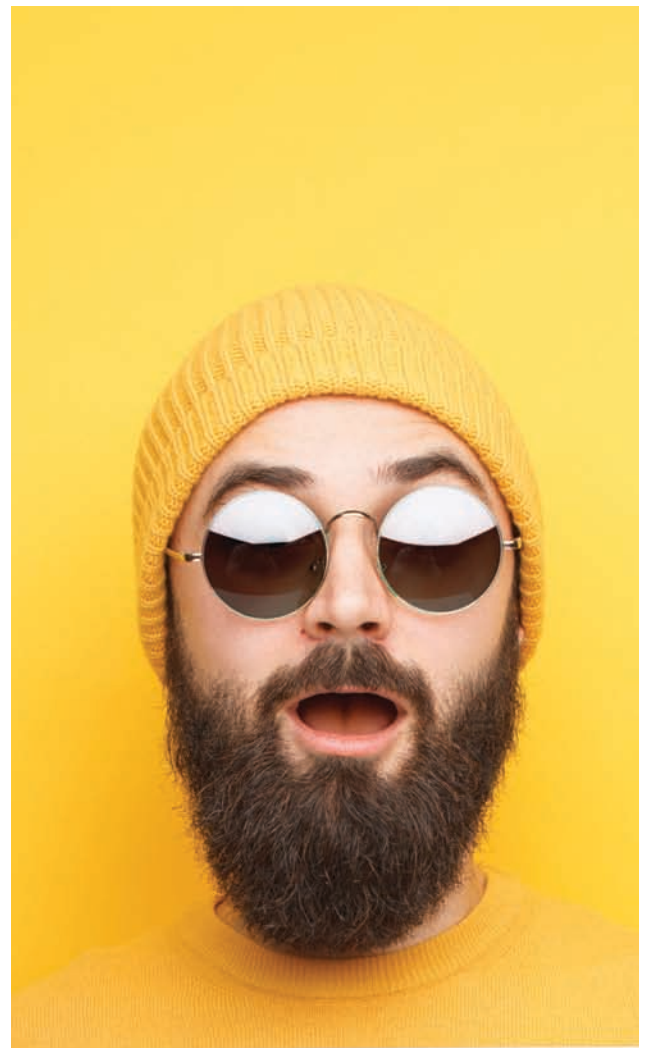
Formación obligatoria

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

Formación optativa

Marketing de contenidos y branded content	5
Publicidad display	5
Publicidad en medios sociales	5
Publicidad programática	5
Taller de dirección de arte	5
Taller de narrativa publicitaria transmedia	5
Prácticas profesionales	5
Metodologías de investigación cuantitativa	5
Metodologías de investigación cualitativa	5

Trabajo de fin de máster **6**



Con la colaboración de:

c de c
club de creativos/as



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya



Colegio Oficial
de Publicitarios
y Relaciones Públicas
de la Comunidad Valenciana

Sedes

BARCELONA

Rambla del Poblenou, 156
08018 Barcelona
Tel.: 93 481 72 72

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.: 93 877 50 75

REUS

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

SALT

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

TERRASSA

Vapor Universitari de Terrassa
Calle Colom, 114
08222 Terrassa
Tel.: 93 733 92 00

TORTOSA

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

MADRID

Plaza de las Cortes, 4
28014 Madrid
Tel.: 91 524 70 00

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 Universitaria
del Conocimiento
Avenida Pío XII, 43
12540 Vila-real
Tel.: 964 54 72 44

BOGOTÁ

Carrera 7 #73-47, oficina 801
110221 Bogotá
Colombia
Tel.: +57 1 7438091
+57 1 7438135

CIUDAD DE MÉXICO

Paseo de la Reforma, 265, piso 1
Col. Cuauhtémoc
06500 Ciudad de México
Tel.: + 52 (55) 55 114206 al 08

Todas las sedes en sedes.uoc.edu

Premios y reconocimientos UOC

- Premio de excelencia institucional (2016)
- Premio a la Inclusión por las Enfermedades Raras (2016)
- Premio Mujer TIC (2016)
- Mención de honor en los Premios al Impacto en el Aprendizaje (2016)
- Golden Orange Awards (2016)
- Premio al impacto en el Aprendizaje (Oro) (2015)
- Medalla de Oro de la Cruz Roja (2015)
- Premio al impacto en el Aprendizaje (Plata) (2014)
- Premio LTI App Bounty (2013)
- Telefónica Ability Awards (2012)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Bronce) (2011)
- Premio IGC a la Innovación Digital (2010)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Leadership) (2009)
- Center of Excellence del New Media Consortium (NMC) (2009)
- Premios al Impacto en el Aprendizaje (Oro) (2008)
- Premio Nacional de Telecomunicaciones de la Generalitat de Cataluña (2005)
- Centro de Excelencia de SUN (2003)
- Premio ICDE de Excelencia (2001)
- Premio WITSA (2000)
- Premio Bangemann Challenge (1997)

