

ESTRATEGIA Y CREATIVIDAD DIGITAL

TEMARIO

Diplomatura de Posgrado | 21ª Edición
Máster | 11ª Edición (ECD 2019)



INTRODUCCIÓN

Internet es el único medio que ha continuado creciendo en consumo e inversión publicitaria año tras año. Actualmente resulta impensable concebir una campaña de comunicación sin contar con los medios digitales.

En el Máster en Estrategia y Creatividad Digital estudiarás, desde una **perspectiva práctica y actualizada**, los diferentes mecanismos que puede utilizar el comunicador para lanzar un **mensaje con contenido y que aporte valor** tanto a la marca como al usuario. También recibirás formación en herramientas de investigación que aplicarás para profundizar en el **campo específico** que más despierte tu interés.

Primer curso (Posgrado)

Segundo curso (Máster)

Planificación Estratégica de la Comunicación Digital

Creatividad Aplicada al Entorno Digital

Marketing Digital

Campaña de Comunicación Digital

Fundamentos de la Investigación en Comunicación Digital

Investigación en Interactivos

Trabajo Final de Máster

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (1^r curso)

El objetivo del módulo es **asentar la bases estratégicas** para comprender el entorno de la **comunicación digital interactiva**.

Trabajarás los **fundamentos de la publicidad tradicional en Internet** (marketing digital, analítica web, SEM/SEO...) y las **nuevas tendencias del sector** (estrategias mobile-local-social). Aprenderás a utilizar las herramientas que ofrece Google o a realizar una campaña de *banners*. A partir de aquí, trabajarás en la creación de una **estrategia para una campaña de comunicación digital** estudiando el cambio de paradigma del 1.0 al 2.0.

Conceptos Clave: Display, Adwords, SEO, SEM, Permission, Programas de Afiliación, Integraciones, Redes Sociales, Movilidad, Web 2.0, Planificación estratégica, Análisis del consumidor, Cocreación



Montse Lavilla

Schibsted (Infojobs, Vibbo...)

Publicidad Interactiva



Pepe Tomé

Zinkdo

Estrategia Digital I y II



Sergio Maté

Pronovias

Estrategia Digital III

CREATIVIDAD DIGITAL (1^r curso)

En este curso trabajarás la **vertiente puramente creativa de la comunicación digital**.

Descubrirás la **nueva realidad de la creatividad** en el mundo digital y su repercusión en el proceso creativo. Trabajarás en la **generación de ideas y acciones de comunicación creativas** para marcas reales: en primer lugar, explotando el potencial de los medios y canales de nueva generación; y en segundo lugar, proyectando las marcas hacia el futuro con acciones aún más innovadoras mediante el uso de la tecnología. Finalmente, aprenderás de los mejores **casos prácticos** y entenderás las claves para **evaluar los mensajes publicitarios** con buen criterio.

Conceptos Clave: Creatividad Digital, Proceso creativo, Ideación interactiva, Canales de nueva generación, Medios digitales, Proyección de ideas a futuro, Creatividad y tecnología, Estudio de casos, Evaluación del mensaje publicitario



Marcel·lí Zuazua

Herraiz Soto & Co
Introd. Creatividad Digital, Casos prácticos, Evaluación del mensaje



Esteve Traveset

Herraiz Soto & Co
Ideación interactiva



Vicente Reyes

Herraiz Soto & Co
Proyección de ideas creativas

MARKETING DIGITAL (1^r curso)

En este módulo se estudian en profundidad varios **ámbitos y herramientas específicas** relacionadas con la **comunicación digital y las campañas interactivas**.

Durante estas sesiones recibirás clases de profesionales a modo de “ciclo de conferencias”, que te mostrarán las diferentes herramientas y disciplinas específicas del panorama de la comunicación digital e interactiva: **Social Media Strategy, mobile y apps, tecnologías asociadas a la comunicación digital, e-commerce, usabilidad, advergaming, etc.**

Conceptos Clave: Advergaming, eCommerce, Mobile y apps, Tecnologías en comunicación digital, Social Media Strategy, Legislación, Usabilidad



Raül Cruz

Morillas

Tecnología, Advergaming,
Usabilidad



Adrià Montiel

Odigeo (eDreams)

Mobile y apps



Marina Sala

Vistaprint

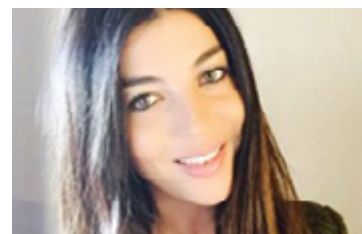
eCommerce



José Manuel Valdés

BB2B

Legislación



Alexia Herms

BeAgency

Social Media Strategy

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN (1^r curso)

Recibirás un **briefing de un cliente real** y trabajarás en la elaboración de una **campaña de Comunicación Digital Integral** con la ayuda de tu tutor.

Algunos de los clientes que hemos tenido en las últimas ediciones son:

2018 - Etnia Barcelona

2017 - Som Energia

2016 - Puig

2015 - Moritz Epidor

2014 - Moritz

2013 - Mango

2012 - F.C. Barcelona

2011 - San Miguel

2010 - RayBan

2009 - Reebok

Conceptos Clave: Publicidad, Comunicación 2.0, Estrategia, Target, Marca, Briefing, Cliente real, Campaña, Presentaciones



Maria del Mar Duran

UAB

Dinámicas de Grupos



Pepe Tomé

Zinkdo

Tutorías Estrategia



Marcel·lí Zuazua

Herraiz Soto & Co

Tutorías Creatividad



Raül Cruz

Morillas

Presentaciones de proyecto

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN (2º curso)

Con el fin de alcanzar un conocimiento profundo en comunicación digital, aprenderás las **herramientas de investigación** necesarias para poder desarrollar tus **propias teorías** y descubrir **nuevos puntos de vista** sobre el aspecto específico de la estrategia y la creatividad digital en el cual quieras especializarte.



Maite Soto

UAB

Metodologías de investigación en comunicación digital



Alfons González

UAB

Fuentes documentales y herramientas de búsqueda de información

Conceptos Clave: Investigación online, Recursos interactivos, Entrevistas en profundidad, Técnicas cualitativas/cuantitativas/experimentales, Herramientas de investigación digital, Documentación y fuentes de información

INVESTIGACIÓN EN INTERACTIVOS (2º curso)

Desarrollarás una investigación que tenga como objetivo de estudio el campo de la estrategia y la creatividad digital que más te interese.

Esta deberá adaptarse a las necesidades de desarrollo de la industria actual, y podrá tratarse de un proyecto de investigación **aplicado a la realidad concreta de una empresa**, o bien tener un **enfoque más académico**.

En ambos casos, el trabajo de campo se desarrolla a lo largo de ocho meses con la **supervisión de un tutor** de la UAB.

Conceptos Clave: Proceso de investigación científica, Seguimiento y tutorización, Hipótesis y preguntas de investigación, Planteamiento metodológico, Trabajo de campo



Josep Maria Blanco

UAB
Tutor



David Andreu Domingo

UAB
Tutor



Josep Manel Martínez Bouza

UAB
Tutor



Ana Maria Entenza

UAB
Tutora



TRABAJO FINAL DE MÁSTER (2º curso)

Tras recoger toda la información en el módulo de Investigación en interactivos, deberás presentar tus **resultados en un documento** de entre 30 y 60 páginas. Deberás extraer **conclusiones** e intentar **dar respuesta a las hipótesis o preguntas de investigación** que hayas planteado.

Deberás realizar el trabajo de manera individual y **defenderlo ante un tribunal** de profesores doctores de la UAB.

Te asistiremos para que presentes tu trabajo en los **premios Prat Gaballí** de fomento de la investigación en publicidad y relaciones públicas, consistente en una dotación de 3.000€.

Conceptos Clave: Especialización, Descubrimiento, Presentación, Resultados, Generación de nuevo conocimiento

¿TODAVÍA TIENES DUDAS?

master.ecd@uab.es

[Web: Máster ECD](#)

+34 93 581 28 65

 +34 679 05 21 12

Si quieres, te podemos poner en contacto con nuestro alumnado para que compruebes la calidad de nuestro programa

El programa en **Estrategia y Creatividad Digital** son iniciativas de la plataforma **comcom*** de la Universitat Autònoma de Barcelona

TAMBIÉN PUEDES SEGUIRNOS EN

