

ESTRATEGIA Y CREATIVIDAD DIGITAL ONLINE

TEMARIO



Diplomatura de Posgrado y Máster I 6ª Edición (ECD online 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 online 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, Social Media, Movilidad, Web 2.0, Planificación estratégica, Análisis del consumidor, Segmentación, Branding, Transmedia storytelling, Ecosistema digital



Montse Lavilla

Schibsted (Infojobs, Vibbo...)

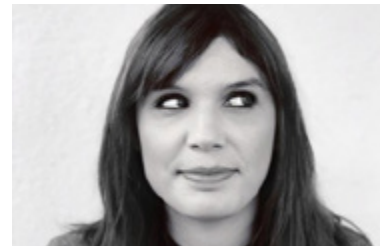
Publicidad Interactiva



Agnès Riba

Aftershare.tv

Estrategia Digital I



Marta Bueno

Aftershare.tv

Estrategia Digital II

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, Evaluación del mensaje publicitario



David Roca
UAB
Creatividad Digital I



Vicente Reyes
Herraiz Soto & Co
Creatividad digital II

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 charlas 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: **blog marketing, 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, Blog Marketing, Legislación, Usabilidad



Raül Cruz

Morillas

Tecnología, Advergaming,
Blog Mk, Usabilidad



Eva Rodríguez

Dos de Arte Ediciones
eCommerce



Cristina Villegas

RBS - Freelance
Mobile y apps



Manel Vinyals

UAB

Legislación

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN (1^r curso)

Recibirás un **briefing de un cliente real** y trabajarás en la elaboración de una **campana de Comunicación Digital Integral** con la ayuda de tu tutor. Los clientes de las pasadas ediciones online fueron **Volkswagen, Ben & Jerry's y Cacaolat**. Algunos de los clientes anteriores de la versión presencial han sido:

2018 - Etnia Barcelona

2017 - Som Energia

2016 - Puig

2015 - Moritz Epidor

2014 - Moritz

2013 - Mango

2012 - F.C. Barcelona

2011 - San Miguel

2010 - RayBan

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



Anna Roca

BBDO Spain

Tutoría de proyecto



Azzahra López

BBDO Spain

Tutoría de proyecto



Raül Cruz

Morillas

Presentaciones de proyecto

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN (2º curso)

Con el fin de alcanzar un conocimiento profundo de la 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

Investigación científica:
métodos y técnicas



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 siete 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



Priscila Chalá

UAB

Tutorías TFM



Marta Mensa

UNAM (México)

Tutorías TFM



José Luis Ayala

UPR (Puerto Rico)

Tutorías TFM



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, mediante videoconferencia en directo o enviando un vídeo pre-grabado.

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.online@uab.es

[Web: Máster ECD online](#)

+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  de la Universitat Autònoma de Barcelona

TAMBIÉN PUEDES SEGUIRNOS EN

