

ESTRATEGIA Y CREATIVIDAD DIGITAL ONLINE

METODOLOGÍA DOCENTE

Diplomatura de Posgrado y Máster I 6ª Edición (ECD online 2019)





1. ¿CÓMO FUNCIONA ECD ONLINE?

La metodología del Máster online en Estrategia y Creatividad Digital se basa en un modelo de educación **totalmente a distancia** y con funcionamiento asincrónico (en tiempo diferido) para que cada alumno pueda estudiar a su propio ritmo y horarios: desde cualquier lugar, a cualquier hora.

La enseñanza y aprendizaje se desarrolla en las **aulas virtuales Moodle** de la Universidad Autónoma de Barcelona, una plataforma de e-learning empleada en más de 208 países y 53.000 instituciones.

Estas aulas albergan **distintas herramientas** como foros, mensajería, emails, etc. que permiten la interacción con profesores y otros alumnos, y dotan al programa de un carácter bidireccional. Todo ello, sumado a las **tutorías por videoconferencia y al seguimiento personalizado**, proporcionan al alumno el acompañamiento docente habitual en cursos presenciales.

2. PLANIFICACIÓN DIDÁCTICA

PRIMER CURSO (POSGRADO)

Este curso tiene una **orientación profesional**. La metodología combina **aspectos teóricos y exposición de casos prácticos** a cargo de un equipo docente integrado por profesionales de prestigio en la industria de la comunicación digital que compartirán contigo sus conocimientos y experiencia.

Durante esta etapa, de acuerdo a un cronograma, trabajarás prácticas puntuables de forma individual. Como proyecto final de curso elaborarás una **campana de comunicación digital integral** para un cliente real.

SEGUNDO CURSO (MÁSTER)

En el segundo curso realizarás un **trabajo de investigación** de carácter científico sobre el tema específico que escojas, relacionado con la estrategia y la creatividad digital. Aprenderás acerca del uso de **herramientas y métodos de investigación científica** para desarrollar tus puntos de vista y así profundizar sobre el tema que hayas elegido.



3. DESARROLLO ACADÉMICO

Pretendemos que nuestra metodología docente sea lo más parecida posible a un curso presencial, con la ventaja añadida de no tener limitaciones de tiempo y desplazamiento.

Por ello, la **docencia se centra en estos pilares:**

Videos del profesorado explicando la materia, mediante el sistema **Polimedia**

Actividades y ejercicios a realizar



Actividad 1: briefing Bacardi Elxir

Ejercicio creativo en base a un briefing real para Bacardi Elixir: a partir de una campaña dada de la marca con un concepto definido, se pide reinterpretarla y trasladarla hacia una campaña digital, de manera que amplifique y dinamice el resto de medios convencionales. La explicación detallada se puede ver en el “Video 3: Brief Bacardi Elixir” en esta misma aula.

Entrega: individual con formato libre.

Fecha máxima de entrega: viernes 17 de julio.

3. DESARROLLO ACADÉMICO

Material docente (dosieres y documentos)

Proyecto final: materiales

Materiales complementarios para la realización del proyecto

-  [Briefing acción digital Volkswagen Polo](#)
-  [Análisis target Polo 2014](#)
-  [Tono comunicación Volkswagen](#)
-  [Video Paterning](#)
-  [Video SuperPoloMission](#)
-  [Pautas académicas Proyecto Final ECI online 2015](#)
-  [Recurso grabación presentaciones: Knowio](#)
-  [Recurso grabación presentaciones: Present.me](#)

Foros (interacción con el alumnado)

ECI Videos 6 y 7 Publicidad Interactiva
de Màster d'Estudis i Creativitat Interactiva Versió online - dijous, 2 de abril de 2015, 21:26

Buenas tardes,

Tenéis disponibles dos nuevos vídeos en el aula de Publicidad Interactiva. Todavía quedan pendientes algunos materiales, que estarán disponibles en las siguientes semanas. Hasta entonces, podéis seguir colgando dudas en el foro del aula. En el foro participáis todos, así que animaos a responder las dudas de otros compañeros, seguro que así la experiencia es mucho más enriquecedora. ¡Saludos!

3. DESARROLLO ACADÉMICO

Proyectos finales

El proyecto deberá cumplir con:

Presentación de idea creativa y estrategia que cumpla con los objetivos de comunicación anteriormente mencionados.

La agencia deberá **desarrollar la idea creativa, estrategia y acciones**. Producir la campaña e implementarla en los plazos acordados.

La idea creativa **tiene que estar adaptada a las redes sociales de Volkswagen**, planteando en qué canales será comunicada, qué tipo de comunicación se realizará y un calendario editorial para cada una de ellas.

Deberá realizarse **una propuesta de calendarización** de las principales acciones a realizar.

Al finalizar la campaña deberá entregar cierre con presentación de resultados y valoración, lo que requiere **definición de KPI's**

Tutorías



4. MÉTODOS DE EVALUACIÓN

TEST DE LECTURAS OBLIGATORIAS

Al inicio del curso se realizará un examen tipo test de **una o más lecturas obligatorias**, que se facilitarán previamente, a modo de introducción en el ámbito de la comunicación digital.

PRÁCTICAS PUNTUABLES

A lo largo del curso los profesores irán planteando distintas **actividades puntuables** (análisis de informes, propuestas de estrategia, resolución de briefings creativos...) que deberán entregarse en la plataforma Moodle y serán corregidos por el cuerpo docente.

ANÁLISIS CRÍTICO DE UNA MONOGRAFÍA

Deberás escoger una monografía de la bibliografía proporcionada, y realizar un **análisis crítico** de la misma, destacando sus puntos fuertes y débiles y justificando tu opinión al respecto.

PROYECTO FINAL DE POSGRADO

Hacia mediados de curso, se te pasará un briefing de un cliente real y deberás desarrollar una **campaña de comunicación digital** integral, desde el análisis del consumidor hasta el planteamiento de las piezas creativas. Tendrás el soporte de un tutor durante el proceso, y al final deberás entregar tanto el informe escrito como una presentación grabada en vídeo.

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Durante todo el segundo curso trabajarás en el desarrollo de un **trabajo de investigación con metodología científica**, acerca del tema que prefieras dentro del ámbito de la comunicación digital. Estarás tutorizado en todo momento y deberás defenderlo ante un tribunal al terminar el curso.

5. RECURSOS TECNOLÓGICOS



Aulas Moodle UAB

Plataforma que alberga todos los contenidos del curso



Redes sociales ECD

Canales de información y contacto tanto internos como externos (Facebook, Twitter y YouTube)

em@il

Correo electrónico - email ECD

Canal de contacto directo con el equipo de dirección y coordinación del máster



Polimedia UAB

Plataforma de vídeo a través de la cual se imparten todas las sesiones



Skype / Hangouts / etc.

Canales de contacto entre alumnos y profesores para el desarrollo de las tutorías

6. ¿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

