

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y CREATIVA DE PUBLICIDAD INTEGRAL

AÑO ACADÉMICO 2008/2009

VII EDICIÓN

OBJETIVOS DEL MASTER

La manera de hacer publicidad está cambiando de manera profunda. Y cambiará aún más en un futuro próximo. La gran agencia de publicidad, el modelo tradicional que conocemos, se encuentra en un proceso de adaptación o de muerte. Y es que la publicidad en televisión y en los medios tradicionales ha perdido buena parte de su eficacia. Se ha convertido en una especie de ruido de fondo en nuestra vida.

Hoy es el momento de abrir la mente a explorar otras opciones que vayan más allá de los 30 segundos en televisión, la página de prensa y del cartel.

Actualmente las campañas más creativas (tanto a nivel de realización como estratégico) están siendo ideadas por pequeños equipos profesionales que trabajan de manera independiente los unos de los otros. Equipos de trabajo donde la tradicional separación entre cuentas y creación está desapareciendo. Formados por profesionales que conocen perfectamente el terreno sobre el que se mueven, que no tienen miedo a experimentar con cualquier medio, que se relacionan con especialistas de cualquier otro campo (guionistas, informáticos, ingenieros, artistas...) y que continuamente utilizan, sin ningún complejo, nuevas tecnologías de manera totalmente experimental.

La publicidad tradicional no va a desaparecer mañana mismo. Pero, a partir de hoy, la publicidad no convencional y los medios no tradicionales serán la verdadera fuente de inspiración y darán nueva vida a la comunicación que hoy conocemos.

¿Quieres liderar la publicidad del futuro? Bienvenido a la publicidad integral.

En este sentido, el objetivo del master es capacitar al alumno para dirigir la estrategia y la creatividad publicitarias en diferentes disciplinas y técnicas aplicadas. También es un buen elemento para actualizar conocimientos y recibir información de las tendencias más avanzadas en publicidad.

En términos prácticos, el master aporta la base teórica y la ejercitación práctica para que el alumno pueda desarrollar un plan de publicidad integral tanto en el aspecto estratégico como creativo.

A QUIÉN SE DIRIGE

El master está dirigido a licenciados procedentes de facultades vinculadas a ciencias de la información, escuelas de diseño, ciencias económicas, humanidades, psicología y otras y/o a profesionales en activo que desarrollan su labor en departamentos de marketing, agencias de publicidad y comunicación, estudios gráficos, agencias de medios que quieran actualizar sus conocimientos de publicidad y comunicación entrando en contacto con las últimas tendencias.

Es necesaria la presentación de un CV, una carta de motivación y un porfolio, en caso de que se posea, para el proceso de selección.

METODOLOGÍA DEL MASTER

El plan de estudios del IED tiene un enfoque práctico y orientado a la realidad del mercado.

Tiene en cuenta varios factores fundamentales:

- Las asignaturas están diseñadas bajo un punto de vista real y con contenidos completamente actualizados.
- Los profesores son profesionales en activo de primer orden, especialistas en su materia y con un alto grado de experiencia profesional.
- La infraestructura del IED está a disposición de sus alumnos y tanto como su apoyo para la realización de los proyectos y para el máximo aprovechamiento de las materias.

El curso se estructura en las tres áreas de Estrategia - Creatividad - Proyecto y Continuidad

La metodología utilizada combina clases teóricas y sesiones prácticas de proyecto, con casos de estudio, seminarios y workshops. El master evalúa el aprovechamiento del curso mediante un examen escrito al final del primer módulo de homogeneización. Es imprescindible aprobarlo para finalizar el curso. Se puede recuperar mediante 2º examen a final de curso o trabajo especial de refuerzo encargado por el profesor.

Durante el curso se desarrollará un proyecto operativo vinculado a una empresa. Los alumnos se dividirán en grupos de trabajo dirigidos por un tutor, con la colaboración de los demás docentes. El proyecto se presentará en julio delante de un claustro de profesores, la coordinación, el tutor, la dirección de la escuela y la empresa vinculada.

PLAN DE ESTUDIOS

1. ESTRATEGIA

Homogeneización

El curso empieza con varias sesiones dedicadas a homogenizar los conocimientos de Marketing y Creatividad.

Estrategia de Marketing

Este módulo proporciona las nociones del área de Marketing, el Plan de Marketing y la elaboración del Briefing de Marketing. Además se impartirá una master Class de Estrategia y se realizarán varios casos prácticos.

Dirección de la Cuenta

En este bloque se impartirá el briefing de Agencia, la Dirección de Cuentas y la gestión Económica del Proyecto.

Investigación y Consultoría

Incluye los métodos de investigación, las nuevas tendencias de la Comunicación, la función del planificador estratégico-planner, la psicología del consumidor aplicada a la definición de target y finalmente, semiótica de la Comunicación.

Estrategia de Medios

- Dentro de la estrategia de medios se imparten:
- Estrategia de Marca.
- Estrategia de Medios y Planificación
- Estrategia de Marketing Directo y Fidelización
- Estrategia de medios on line
- Estrategia de Relaciones Públicas, Retail y Trade
- Eficacia Publicitaria

2. CREATIVIDAD

Creatividad General

El primer bloque dedicado a la creatividad, pretende impartir una visión general que incluye la creatividad publicitaria, la redacción publicitaria, la conceptualización, la dirección de arte y la fotografía y la imagen publicitaria. Para después poder profundizar en las distintas áreas de la creatividad.

Creatividad en medios masivos

Imagen Corporativa y creación de marca

Creatividad en medios audiovisuales

Producción en medios audiovisuales

Creatividad aplicada al punto de venta y a eventos

- Creatividad en campañas de retail marketing y trade marketing
- Creatividad en eventos y relaciones públicas
- Creatividad en campañas de marketing interno

Creatividad en marketing directo

- Estrategia creativa en Marketing Directo
- Creatividad en Marketing Directo I (el mailing)
- Creatividad en Marketing Directo II (otros medios)

Creatividad en medios digitales

- Creatividad en Internet I (Formatos tradicionales)
- Creatividad en Internet II (nuevos formatos y técnicas)
- Creatividad aplicada a otros medios digitales

Creatividad en nuevos medios

- Street Marketing
- Publicidad de guerrilla
- Ambient
- Denuncia social
- Publicidad de ONG's
- Creatividad en creación de productos
- Mix de medios

3. PROYECTO

Se plantea un proyecto real que debe incluir el planteamiento de todas las disciplinas y técnicas del plan de publicidad integral. Se realizan sesiones semanales de apoyo tanto en la cohesión del programa con el proyecto como la ejecución creativa.

Una vez finalizada la fase de homogeneización se presenta un briefing real con la colaboración de una empresa o institución que asume el rol de cliente. Los alumnos disponen de tutorías de seguimiento semanales para el correcto desarrollo del proyecto del curso y se evalúa mediante una presentación final.

EQUIPO DOCENTE

La estructura docente está constituida por profesionales del sector, en los distintos ámbitos de referencia.

COORDINADORES

Pau Montanaro
Director General Rapp Collins DDB

Xesco Serrano
Director Creativo Rapp Collins DDB

.....

PROFESORES

Albert Muñoz
Director Creativo Tequila

Richard Wakefield
Profesor Universitat UAB

Ana Martínez
Directora Ruiz Nicoli

Juan Cruz Durán
Fotógrafo Freelance

Iolanda Mora
Directora Creativa de Cayenne

Gloria Sallent
Directora DoReMi, Agencia de Creatividad y Marketing

Elisabet Escorial
Responsable Cuentas Rapp Collins

Paco Cabrera
Director Creativo Rapp Collins

Carles Feliu
Director de Publicidad y Comunicación La Caixa

Josep Ferrusola
Director Creativo Rapp Collins

Silvia Sala
Producer PuenteAereo

Xavi Mas
Group Product Manager La Caixa

Laura Arrasa
Directora de Cuentas Rapp Collins DDB

Albert Solé
Director de marketing Com

Luis Garcia
Director Cuentas DDB

Albert Garcia
Director Quin Team

Xavi Bech
Director de Planificación DDB

Ana Reventós
Directora de Planificación DDB

Nuria Pedro
Directora Nameworks/Psicóloga

Alfons Rodríguez
Fotógrafo freelance

Dan Peisajjovic Pavlov
Creativo freelance

Fabio Tropea
Profesor de semiotica UAB

INFORMACIONES GENERALES

El Master está co-titulado por IED e IL3-UB, el Instituto de Formación Continua de la Universidad de Barcelona. Al término del master, los alumnos presentarán un trabajo final que será juzgado por una comisión compuesta por los coordinadores del curso, los miembros del equipo docente y la dirección del IED. Los que aprueben el curso obtendrán el título oficial de Master otorgado por el IED e IL3-UB.

DURACIÓN

- Primera edición: Noviembre 2008 - Junio 2009
- Segunda edición: Enero 2009 - Julio 2009
- Total horas lectivas: 500 horas
- El Master se imparte de lunes a viernes en la sede del IED Barcelona de 18,30 a 22,30.
- La asistencia a las clases es obligatoria debido a su carácter fundamentalmente práctico, por lo que es imposible cursar a distancia.
- El idioma en que se imparte el Master es el español. A los estudiantes cuya lengua materna no sea el español, pedimos un nivel básico hablado y escrito de castellano.

La reserva de la plaza se formalizará previo pago de la tasa de inscripción.

El pago de la tasa de matrícula se puede efectuar por:

- En efectivo
- Talón nominativo conformado a nombre de Istituto Europeo di Design S.L.
- Tarjeta de crédito (Visa, Mastercard)
- Ingreso en cuenta y envío del recibo bancario por fax especificando el nombre del alumno

La Caixa

Ofic. 0644

Nº cuenta: ES37 2100 0644 5202 0016 5597

Código SWIFT / internacional: CAIXESBBXXX

Deutsche Bank

Nº cuenta ES38 0019/0020/98/4010137645

Código SWIFT / internacional: DEUTESBB

Banco Popular Español

Nº cuenta ES31 0075/0829/81/0604412945

Código SWIFT / internacional: POPUESMM

El pago de la tasa de curso se puede efectuar por:

- Un único pago del total de la tasa de curso, (mediante uno de los sistemas de pago de la matrícula), pagadero un mes antes del inicio del curso.
- Pago fraccionado mediante la posibilidad de financiar la tasa del curso a través de las entidades financieras "la Caixa", Deutsche Bank Credit, S.A. y Banco Popular, tramitado un mes antes del inicio del curso tal y como se explica en el folleto informativo que se encuentra a disposición de los alumnos en los despachos del SIO y en el de administración.

COSTE

Precios del Master:

1500 € Matrícula

7700 € TASA ANUAL

9200 € TOTAL

Los alumnos que realicen el pago de la tasa de matrícula antes de finales de Junio de 2008, podrán mantener el precio de los cursos del año académico 2007/2008, con un coste total de 8900 Euros.

Los ex-alumnos de los cursos trienales y de master del IED obtendrán un 30% de descuento sobre la tasa anual de los cursos master.

Además los ex alumnos de los cursos de especialización recibirán un 10% de descuento sobre la tasa anual de master.

Servicios

Están a disposición de los alumnos todas las estructuras y todos los equipamientos de la sede de Barcelona: media point, WI-FI, biblioteca, talleres de maquetación, laboratorios informáticos de PC y MAC, cafetería. Además, con la tarjeta estudiante, se puede beneficiar de una serie de descuentos en centros concertados.

Alojamiento

El IED ofrece un servicio de soporte para buscar residencias de estudiantes o habitaciones en alquiler

La Dirección del Instituto Europeo Design se reserva el derecho de modificar el plan de estudios y el alendario en función de las exigencias que puedan surgir en relación a los objetivos didácticos.

