

Experto en

Creatividad y Planificación Estratégica



GREY

**Universidad Complutense de Madrid
Asociación Expiga
Agencia de Publicidad Grey**

Razón de Ser (a)

❏ El concepto de “planificación estratégica” es cada vez más relevante en la estructura de las agencias. De hecho, se considera un **elemento clave en el campo de la comunicación publicitaria.**

❏ La figura del “planificador estratégico” es necesaria para llevar a cabo una **publicidad eficaz y diferenciadora.**

Debido principalmente a:

- La **evolución y sofisticación** del mercado español.
- La **profesionalización** de los anunciantes, que demandan cada vez más participación de las agencias en el área de comunicación y marketing.

Razón de Ser (b)

- ❏ La tendencia actual, tanto de los anunciantes como de las agencias, es reafirmarse en el hecho de que “pensamiento estratégico” y “creatividad” deben ir de la mano.

La visión creativa debe ir acompañada de una perspectiva estratégica muy anterior a la concreción de las piezas finales.

- ❏ Estas habilidades serán cada vez más importantes.



Es necesario responder a la demanda del mercado con programas de formación específicos y rigurosos, muy unidos a la práctica real.

Razón de Ser (c)

En este contexto

La **Universidad Complutense**
en colaboración con
Expiga (Asociación de Profesionales y Directivos
ex Procter&Gamble)
y la Agencia de Publicidad **Grey**

han creado un curso de
“Experto en Creatividad y Planificación Estratégica”
para aportar formación tanto a los actuales como a los futuros
profesionales del marketing y la comunicación publicitaria.

Objetivos

- ❑ Dotar a los alumnos de los **conocimientos, destrezas y habilidades profesionales** necesarias en el ámbito de la creatividad publicitaria, desde la planificación y el marketing estratégicos.
- ❑ Puesta en **contacto con los mejores profesionales** de la denominada “cultura estratégica” publicitaria, desde las áreas del marketing, investigación, creatividad, realización y medios.

Programa (a)

- El Experto está compuesto por 5 módulos que permiten obtener un conocimiento real, global y eficaz de la **creatividad publicitaria y planificación estratégica**, desde sus diferentes áreas de estudio.
-

1. Planificación y Comunicación Estratégica.

Estudio de la agencia desde los departamentos de planificación estratégica y de creatividad, y sus relaciones. Conceptualización de imagen de marca y construcción de marca. Estudio del consumidor. Elaboración de la plataforma de comunicación y estudio de casos reales en el lanzamiento de nuevos productos.



Programa (b)

2. Métodos de Investigación en Publicidad.

Estudio de técnicas de investigación, tanto cuantitativas como cualitativas, para el análisis del mercado, consumidor y medición de la eficacia publicitaria.

3. Marketing Estratégico.

Análisis de mercado y estudio de las claves del posicionamiento estratégico. Características del *marketing mix* y marketing internacional.



Programa (c)

4. Plan de Medios: Estrategia y Creatividad.

Concepto y definición de estrategia de medios. Planificación y compra de medios. Nuevas fórmulas publicitarias desde la creatividad en medios. Evaluación de la eficacia del plan de medios.

5. El Proceso de Creación Publicitaria.

Desarrollo del *briefing* y elaboración de la estrategia creativa. Técnicas y ejercicios creativos. La producción y realización en publicidad.

Profesorado (I)

- Los profesores del curso ocupan **altos cargos directivos en empresas** del ámbito de la comunicación estratégica y la creatividad publicitaria.
- Así mismo, los profesores de Universidad tienen **amplios conocimientos y experiencia profesional** en dicho sector.

Profesorado (II)

El curso está impartido por más de 40 profesores.
Algunos de ellos son:

Alireza Mohammadian (Grey)

Jorge Cubain (Grupo biTTia)

Montse González (Grey)

Raquel Espantaleón (Futurebrand)

Juanfran Vaquero (Grey)

Rafael Urbano (Media Planning)

Alfonso Rodríguez (ARA Consultores)

José Ignacio Niño (Interacting)

José Juanco (Ogilvy)

Ubaldo Cuesta (UCM)

Maria Luisa García (UCM)

Rafael A. Pérez (UCM)

Emilio Martínez (UCM)

Pedro Vidal (UCM)

Carlos Navarro (UCM)

Francisco Reyes (UCM)

Isidoro Arroyo (U. Rey Juan Carlos)

Dinámica (a)

- El Experto en Creatividad y Planificación Estratégica es un **Título Propio de la UCM**, que parte del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM).

Se realiza en colaboración con:

- **Expiga**: Asociación de Profesionales y Directivos ex Procter & Gamble que desde hace años impulsa el desarrollo de la formación interna y externa en el área del marketing.
- **Grey**: Agencia de publicidad que aboga por una creatividad “que impacta”, “que golpea al corazón”, y que está presente en cada una de las fases de la comunicación que realizan.

Dinámica (b)

- Las clases pretenden mostrar el **lado más práctico y real de la profesión**



Son impartidas por los mejores profesionales de la creatividad y comunicación publicitaria, así como por profesores de la UCM especializados en el sector.

Alumnos y Evaluación (a)

El Experto va dirigido a alumnos, tanto españoles como de países extranjeros, que sean:

- Diplomados
- Licenciados
- Alumnos que hayan superado el primer ciclo de la licenciatura,
- También a aquellos profesionales de la publicidad y el marketing que quieran profundizar en el estudio de la creatividad y planificación estratégica.

Alumnos y Evaluación (b)

El sistema de evaluación es continuo y se centra en los siguientes puntos:

- **Control de Asistencia.**

Se tendrá en cuenta la asistencia a las clases, al tratarse de un curso presencial.

- **Trabajos Prácticos de Carácter Colectivo.**

Los alumnos están organizados en pequeños grupos de trabajo donde desarrollan ejercicios prácticos basados en casos reales de actualidad. Todos ellos son propuestos y comentados por profesionales del sector.

Alumnos y Evaluación (c)

- Proyecto final.

Trabajo de carácter individual y tema libre que se desarrolla con la supervisión de un tutor y se presenta ante un tribunal formado por varios profesores del equipo de dirección y coordinación del curso.

- 📅 Hay **dos posibilidades de presentación** (no compatibles): en el mes de junio o en el mes de septiembre.

La superación del curso da derecho a la **solicitud del Título Propio** “Experto en Creatividad y Planificación Estratégica” de la Universidad Complutense de Madrid.

Duración y Horario (a)

- ❏ Las CLASES comienzan a principios de **febrero** y terminan a finales de **mayo** (en junio o septiembre se presentará la tesina).
- ❏ Las **prácticas en empresas** se pueden hacer hasta finales de **septiembre**.
- ❏ Las CLASES son de **lunes a jueves** en horario de **19 a 21.30 horas**.

Se imparten en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM (Avda. Complutense, s/n. Ciudad Universitaria).

Duración y Horario (b)

- ❏ Consta de **25 créditos ECTS**.
- ❏ Se distribuyen de la siguiente forma:

180 horas presenciales
(clases diarias)

70 horas no presenciales
(realización de trabajos
prácticos, por grupos, en
horario no lectivo)

Matrícula

- ❑ El coste total de la matrícula es de **1.355 €.**
- ❑ Toda la información referente a la preinscripción y matrícula se puede encontrar en la página oficial de la UCM (www.ucm.es)

LINK DIRECTO:

[http://www.ucm.es/pags.php?tp=Titulos%20propios%20\(Magister,%20Especialista%20y%20Experto\)&a=estudios&d=0018719.php](http://www.ucm.es/pags.php?tp=Titulos%20propios%20(Magister,%20Especialista%20y%20Experto)&a=estudios&d=0018719.php)

Becas

❏ **Beca Solidaridad Expiga- Curso Experto Complutense**

- Se trata de una Beca que financia el coste total de la matrícula.
 - Tiene como objetivo premiar un trabajo solidario (en ONG's, asistencia a enfermos, etc.) desarrollado por el alumno.
 - Para solicitarla es necesario adjuntar CV y justificante de la labor solidaria desempeñada.
-

- ❏ Por otra parte, existen **convenios de prácticas con empresas** del sector para que los alumnos puedan incorporarse al mundo laboral a lo largo del curso y/o en los meses de verano.

Salida Laboral

- El curso está estructurado de manera que los alumnos puedan **trabajar a la vez que lo cursan**.
- Tiene convenios de prácticas que solicitan alumnos a lo largo del año (incluidos los meses de verano). Además, existe la **posibilidad de hacer nuevos convenios** si los alumnos quieren incorporarse en alguna otra empresa.

Algunas de las empresas con convenios de prácticas

Grey, Expiga, Aleph Comunicación, Análisis e Investigación, Europcar I.B., France Telecom, Ima Ibérica, Landor Associates, The Farm, Consultores Quantumleap, Wysiwyg, Wunderman, Universal Music, Iniciativas de Medios, Telefónica Móviles, Editorial Luis Vives, Hola Cine, Inversis Banco, etc.

Datos de Contacto

Tania Menéndez Hevia

Coordinadora Académica

Sandra Gaspar Herrero

Coordinadora de Alumnos

Facultad Ciencias de la Información (UCM)

Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad II

Despacho 403. 4ª planta.

Avda. Complutense, s/n. 28040 Madrid

Correo electrónico: experto.creaplan@hotmail.com

Tlf. 91 394 21 62 // 676 88 95 07

www.ucm.es