

Equipo Académico

Directores:

- Jose Ignacio Niño González (Director Máster).
- Juan Manuel de la Nuez (Co-Director).

Profesionales del sector que imparten clase en el Máster:

- Cristina Barbosa (presidenta de Ogilvy España).
- Concha Santiago (Directora de Estrategia Ogilvy Madrid).
- Miguel Madariaga (Director Creativo Ejecutivo McCann).
- Carlos Álvarez (Responsable de Marketing Estratégico Banco Santander).
- Raquel Espantaleón (Directora de Planificación Estratégica Sra. Rushmore).
- Ana Monreal (Head of customer experience MRM).
- Laura Crespo (Directora de operaciones BMW Bank).



MÁSTER FORMACIÓN PERMANENTE EN CREATIVIDAD Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN PUBLICIDAD

- **Créditos:** 60.
- **Modalidad:**
Presencial. Octubre - Junio
De Lunes a Jueves
De 19:00 - 21:30 h.
Escuela de Gobierno
Campus de Somosaguas
- **Entidades Colaboradoras:**
Universidad Complutense
de Madrid y Ogilvy
- **Opción de pago único
o fraccionado en 4 partes
iguales.**



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Ogilvy

+INFO



MÁSTER FORMACIÓN PERMANENTE EN CREATIVIDAD Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN PUBLICIDAD



Objetivos

Se trata de un Máster diseñado para desarrollar las competencias, destrezas y habilidades que realmente marcan la diferencia en la profesión publicitaria del presente y del futuro. Conocerás de primera mano todas las claves que intervienen hoy en día en la creatividad y planificación estratégica, entendiendo el papel central que juegan éstas en el desarrollo de la comunicación persuasiva más actual, eficaz e innovadora.



Metodología y/o Estructura

Metodología muy práctica, clases cercanas con profesionales del sector. Algunas de las clases se imparten en Ogilvy en el edificio de WPP donde conocemos las instalaciones ¡y mucho más!

En cuanto a la evaluación, son trabajos prácticos en grupo e individuales, evaluaciones por cada módulo y un porcentaje destinado a la asistencia y participación. Por otro lado, se evalúa la realización de un Trabajo Fin de Máster (TFM),

Programa



El Máster se divide en 5 módulos que configuran todos los sectores necesarios para comprender la creatividad y la planificación estratégica de la publicidad.

1. PLANIFICACIÓN Y MÁRKETING ESTRATÉGICO:

Para qué sirve un planning y cuáles son las funciones de un planner. Eficacia publicitaria. Tratamiento de briefings y cómo buscar insights. Construcción de marca. Propósito de marca.

2. INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DE LA DATA:

Análisis y aplicación de datos, proporcionando la capacidad de identificar tendencias y entender el comportamiento de los consumidores. Se aprenderán técnicas de gestión de datos, neuromarketing e investigación de mercados.

3. PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y NUEVOS CANALES:

Metodología e investigación de medios como esencia para el lanzamiento de marcas. Análisis e investigación de sistemas de valoración de marca. Planificación de medios como herramienta para optimizar el mensaje publicitario. Social Paid Media. SEO/SEM.

4. CREATIVIDAD Y NUEVAS FORMAS DE CONECTAR CON LA AUDIENCIA:

Potenciamos la creatividad y desarrollamos estrategias innovadoras para conseguir conectar con la audiencia. Explorando desde la generación de insights hasta la planificación y generación de campañas.

5. ANUNCIANTES:

Case studies prácticos en los que se realizan presentaciones de proyectos de la mano de los directivos responsables de marca de compañías líderes en creatividad, como: Repsol, BMW, Santander, ASISA...