

MÁSTER EN GESTIÓN PUBLICITARIA

2 0 2 3 / 2 0 2 4



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



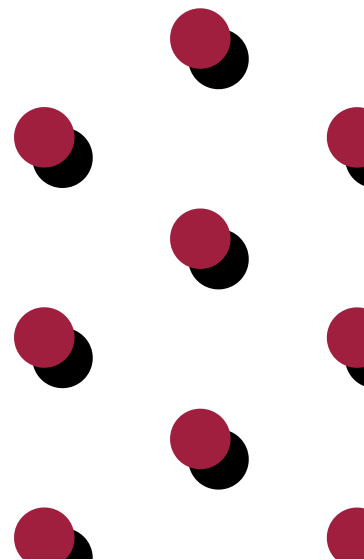
Máster en Formación Permanente en Gestión Publicitaria de la Universidad Complutense de Madrid y VMLY&R

El Máster en Gestión Publicitaria profundiza en todas y cada una de las áreas de publicidad necesarias que debe tener un publicista del siglo XXI.

Este máster es impartido en colaboración con la agencia VMLY&R, considerada una de las mejores del sector a nivel nacional e internacional. Asimismo, se especializa en cinco grandes áreas: Business & Client Development; Strategy & Creativity; Technology, Data & Analytics; Finance & Team Development y Production & Deployment.

No en vano, el periódico 'El Mundo' lo ubicó en el segundo lugar de los mejores másteres de España dentro de la categoría Publicidad y Relaciones Públicas de su ranking académico de 2023. Y en primera posición como el mejor máster de universidad pública.

Fundado hace 31 años – lo que le convierte en el decano de su ámbito- está actualmente dirigido por el Catedrático de Publicidad de la UCM Ubaldo Cuesta.



UN MÁSTER PRÁCTICO Y DIRIGIDO A LA INMEDIATA INCORPORACIÓN PROFESIONAL

- Con el prestigio de la Universidad Complutense de Madrid y la garantía práctica y profesional de VMLY&R.
- Titulación oficial de la Universidad Complutense de Madrid como Máster UCM.
- Impartido por los mejores profesionales de las agencias de publicidad, marketing, comunicación y anunciantes de España (Sra, Rushmore, DDB, Kia, Repsol, etc.).
- Este título permite desarrollar las habilidades propias del mundo publicitario, haciendo hincapié en la planificación estratégica, la creatividad y la publicidad en el entorno digital.
- Con un índice de inserción laboral del 90%.
- Posibilidad de realizar convenio de prácticas en las mejores agencias y empresas del sector, siendo éstas no obligatorias para la realización y superación del máster.

OBJETIVOS DEL MÁSTER

El objetivo de este máster es poner a los alumnos en contacto real con los mejores especialistas del sector y enseñarles los conocimientos necesarios para el ejercicio de la profesión.

Para ello se trabajan todas las grandes áreas de una Agencia de Publicidad: creatividad, social media, estrategia, cuentas, marketing y neuromarketing etc.

El objetivo es formar a un Director de Agencia o Gestor de Publicidad de alto nivel.

EL MÁSTER SE ESTRUCTURA EN 10 MÓDULOS QUE CUBRIRÁN LAS ÁREAS MÁS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN PUBLICITARIA DESDE LAS RESPECTIVAS TEÓRICA Y PRÁCTICA :

ANUNCIANTES

Análisis de los diferentes sectores. Relaciones con el anunciante. Asociaciones de anunciantes. Los intereses del anunciante. El anunciante como cliente. Propuesta de Briefs. Presentaciones de campañas. Creación de campañas publicitarias y presentación de los mismos.

PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS

Planificación de Medios: técnicos y evaluación de Campañas On y Off. Análisis del Target y sus implicaciones en los medios. Cálculo de rentabilidades (coste por mil, GRP, OTS). Centrales de compra y planificación de medios. Insights del consumidor, investigación: estudio del consumidor, pre test y post test de campañas, eficacia publicitaria.

PRODUCCIÓN PUBLICITARIA

Relaciones con los proveedores (Productoras de anuncios, estudios de sonorización, etc.) .Producción gráfica. Manejo de presupuestos y costos.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Diseño Estratégico de la planificación. Figura del Planner. Definición y búsqueda de Insights.

BRANDING

Gestión y creación de marcas. Emociones y atributos de marcas. Arquitectura de marca. Emociones que transmite una imagen.

CREATIVIDAD PUBLICITARIA

El Director Creativo. Técnicas de la creatividad publicitaria. Análisis de la creatividad por sectores. La presentación de la creatividad al cliente. De la Creatividad al Story. Portafolio Creativo : Equipo creativo (Director de Arte y Copy).

DIRECCIÓN DE MARKETING Y MARKETING DIGITAL

Dirección de Marketing. Análisis del mercado. Política de producto y precio. El lanzamiento de un producto y el plan de Marketing. La estrategia comercial y de marketing. Técnicas BTL. Importancia de la segmentación. Mailing. La era del Marketing Digital, estrategias y herramientas: SEO, SEM, Social Media, influencers...

CUENTAS

Dirección de cuentas. Relaciones con el cliente. Diseño de estrategia. Asesoría en comunicación global. Gestión de proveedores (productoras, fotógrafos de moda, diseñadores, agencias, etc).

NEUROMARKETING

Fundamentos del Neuromarketing. Variables Psicofisiológicas. Técnicas Neurocientíficas. Herramientas del Laboratorio de Neuromarketing: EEG, Eye Tracking, Facial Coding, etc. Botón de compra del consumidor.

RELACIONES PUBLICAS (DIGITAL PR)

Asesoría de la Agencia en relaciones públicas para el cliente. Los grandes eventos.





INFORMACIÓN PRÁCTICA

PARA QUIÉN

Este máster va dirigido a un perfil de alumnos muy variado. Está encaminado a aquellos estudiantes que provienen de la rama de comunicación y las ciencias sociales.

MATRICULACIÓN

Pendiente de apertura

DURACIÓN Y HORARIOS

Octubre – Junio
De lunes a jueves
De 19:00 a 21:30 H.

Tendrá lugar en la Facultad
Ciencias de la Información s/n
(Edificio Nuevo). Avda.
Complutense

EVALUACIÓN

La nota final es resultado de la
evaluación de:

- Trabajos prácticos en grupos e individuales.
 - Asistencia y participación.
 - Examen final.
 - Tesis Fin de Máster (TFM).
-

TESIS FIN DE MÁSTER Y PRÁCTICAS

Consiste en el desarrollo de una Tesis de Fin de Máster de tema libre y carácter individual, tutorizado por un profesor/especialista en el tema elegido. Posibilidad de realizar convenio de prácticas con la Universidad siendo éstas no obligatorias para la realización y superación del máster. Asimismo, posibilidad de optar a beca de colaboración del 100% de la matrícula.

PRECIO

4.890 €

INFORMACIÓN Y DUDAS

master.publicidad@ucm.es

masterdepublicidad.com

Carolina Bengochea: +34 670980835
Ubaldo Cuesta: +34 619847901