Máster de Formación Permanente en **Gestión Publicitaria**

Con elavalacadémicode la Universidad Complutense de Madrid
y la colaboración de VML.

¿Quieres especializarte en **publicidad**?



Comprende el mundo de la publicidad desde una perspectiva global e integrada. Participa en él, entra en contacto directo con los mejores profesionales del sector y de VML, consultora de diseño global.

Información

¿A quén va dirigido?

Dirigido a graduados y profesionales que deseen especializarse en gestión publicitaria. Un perfil altamente valorado y demandado por el mercado actual.

Se valora especialmente una formación previa en áreas como Comunicación, Marketing, Administración y Dirección de Empresas (ADE), Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas y otras disciplinas afines.

Titulación UCM

Máster de Formación Permanente. Título propio en Gestión Publicitaria. (60 ECTS)

Precio

5.890€ Opción de pago único o fraccionado en 2 partes iguales.

Periodo lectivo

Octubre - Mayo

Formato

100% presencial

Prácticas

Posibilidad de realizar convenio de prácticas con la Universidad siendo éstas no obligatorias para la realización y superación del máster.

TFM obligatorio

Consiste en el desarrollo de un Trabajo de Fin de Máster de tema libre y carácter individual. Tutorizado por un profesor/especialista en el tema elegido.

Beca de colaboración

Posibilidad de optar a beca de colaboración del 100% de la matrícula. **No es compatible con la beca MEC**.

Programa

Los principales bloques de contenido incluyen actividades prácticas grupales y se complementan con masterclasses durante el curso.

01. Planificación Estratégica

Diseño estratégico de la planificación. Conocer la figura del Planner. Definición y búsqueda de Insights.

02. Branding

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

03. Cuentas

Dirección de cuentas. Relaciones con el cliente. Gestión de campañas

04. Creatividad

El Director Creativo. La presentación de la creatividad al cliente. Construcción del equipo creativo: Director de Arte y Copy.

05. Marketing Digital

Dirección de Marketing. Análisis del mercado. Política de producto y precio. La estrategia de marketing. Descubrimiento de las estrategias y herramientas: SEO, SEM, Social Media, influencers.

06. Neuromarketing

Fundamentos del Neuromarketing. Variables Psicofisiológicas. Herramientas de Neuromarketing: EEG, Eye Tracking, Facial Coding...Investigar el comportamiento del consumidor.

Programa

07. Planificación y Compra de Medios

Planificación de medios y campañas On y Off. Cálculo de rentabilidades. Creatividad en medios en acciones especiales 360. Insights del consumidor, pre test y post test de campañas, eficacia publicitaria.

08. Relaciones Públicas

Comunicación corporativa en agencia y anunciante. Asesoría de la agencia en relaciones públicas para el cliente. Los grandes eventos y su protocolo.

09. Producción Publicitaria

Creación del plan de producción desde 0. Acciones especiales de la producción en los medios de comunicación. Técnicas de montaje y edición de los proyectos.

10. Anunciantes

Análisis de los diferentes sectores. Relaciones con el anunciante. Propuestas de briefings reales. Creación y presentación de campañas.



Equipo directivo



Ubaldo Cuesta
Director del Máster
Catedrático en la
Universidad Complutense
de Madrid



Marta Palencia
Co-Director del Máster
Managing Director
VML Spain

Equipo docente



Ainhoa Moreno
Strategy Director
VML-The Cocktail



Leire Romera
Content Creator
VML-The Cocktail



Alex López
Creative VML



Viktoria Ali
Creative Director
MRM/McCann



Beatriz Calzada
Head of
Performance
Marketing Nationale
Nederlanden



David Titos
CEO Fenomenal



Raquel Espantaleon
Head of Strategy
Planning Sra.
Rushmore



José Luis Salazar
CEO RK People



Iván Montoto
Sales Market leads
Microsoft
Advertising



María Lara
Head of Strategy
Design Bridge &
Partners



Pedro Bas
Marketing Manager
Mazda



Jesús Hernández
Head of Strategy
Repsol

Objetivos y **evaluación**

Objetivos del Máster:

- Proporcionar una comprensión profunda y práctica del ámbito profesional de la publicidad.
- Facilitar la interacción directa con profesionales del sector.
- Desarrollar competencias en áreas claves de una agencia publicitaria de alto nivel.
- Ofrecer una formación integral en la gestión publicitaria desde un enfoque práctico.
- Fomentar la participación activa en el sector publicitario y el contacto con profesionales.

Evaluación. La nota final es resultado de:

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

Contacto

Duración y horarios:

Octubre - Mayo
De lunes a jueves De 19:00 a 21:30 H.

Facultad de Ciencias de la Información.

Metro: Ciudad Universitaria (Línea 6).
Autobuses: G, U, 82, 123.

Más información y dudas

Teléfono/ Whatsapp 913 942 289
master.publicidad@ucm.es

Instagram y TikTok
@masterpublicidaducm

LinkedIn
Máster en Gestión Publicitaria