

# MÁSTER EN DISEÑO PUBLICITARIO Y COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

ELISAVA



# MÁSTER EN DISEÑO PUBLICITARIO Y COMUNICACIÓN

**Inicio: Septiembre**

**Créditos ECTS: 60**

**Idioma:** Castellano: Se necesita tener un nivel alto de castellano, tanto de comprensión, como de habla y escritura. Inglés: Comprensión oral y escrita a nivel intermedio. Algunas sesiones pueden ser en inglés, en función del ponente, con soporte escrito o audiovisual.

**Titulación:** Máster en Diseño Publicitario y Comunicación, título expedido por la Universidad Pompeu Fabra (UPF) y ELISAVA Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona.

**Horario:** Martes, jueves y viernes, de 17h a 21.15h

El título de Máster en Diseño Publicitario y Comunicación se obtiene cursando:

**Postgrado en  
Diseño y Estrategias  
de Comunicación**

De Septiembre a Febrero

**Postgrado en  
Diseño Publicitario  
y Creatividad**

De Febrero a Julio

## DIRECCIÓN

**JORDI CANO**

*BA Top Up Arts and Design. Southampton University.* Director de proyectos de Eumo\_dc. Director del programa Máster en Diseño y Dirección de Arte y del Máster en Diseño Publicitario y Comunicación de ELISAVA. Profesor de Diseño Gráfico del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra (UPF).

## DESTINATARIOS

- Graduados Superiores en Diseño
- Licenciados en Comunicación y Publicidad
- Licenciados en Bellas Artes
- Perfiles profesionales o académicos con experiencia acreditada

## PRESENTACIÓN

¿Cuáles son las claves de la comunicación persuasiva? ¿Cómo puede una buena planificación estratégica potenciar la creatividad?

La necesidad de convencer y vender en un mercado cada vez más global, competitivo y visualmente ruidoso, exige nuevas propuestas publicitarias altamente creativas. En este contexto, las figuras del diseñador y del creativo adquieren una importancia decisiva en el momento de generar mensajes persuasivos, tanto en el ámbito público como en el privado. La publicidad necesita profesionales que dominen los mecanismos y lenguajes propios de la comunicación visual y de los nuevos medios para conseguir los objetivos de empresas e instituciones, generando de esta manera conversaciones relevantes entre marcas y consumidores. La gráfica publicitaria, el *spot*, el *branded content*, la publicidad interactiva y los nuevos medios se manifiestan como recursos sumamente persuasivos y eficaces que es preciso conocer y dominar.

Este curso tiene el propósito de transferir conocimientos teóricos, metodológicos y prácticos, trabajando la capacidad analítica del alumno y fomentando la creatividad en cada proyecto, con el objetivo de formar especialistas en publicidad eficaces, críticos y competitivos.

## OBJETIVOS

Los objetivos principales de este programa son:

- Dotar al alumno de un perfil profesional competitivo que incorpore a sus praxis las últimas tendencias en comunicación y marketing integral.
- Potenciar la creatividad como factor de diferenciación y de posicionamiento, tanto para las organizaciones del sector privado como para las del sector público.
- Formar nuevos profesionales con una visión y un pensamiento estratégicos hacia la comunicación y el diseño, para conseguir soluciones reales y eficientes a los problemas planteados.
- Ofrecer a diseñadores y profesionales de la comunicación la posibilidad de integrar los conocimientos adquiridos en una praxis profesional desde la perspectiva del diseño.
- Crear un marco de formación que integre los últimos criterios de investigación en diseño centrado en el usuario con la práctica actual de la actividad publicitaria.
- Formar especialistas en publicidad que sean eficaces, críticos y competitivos.

## REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Graduados Superiores en Diseño gráfico, Comunicación audiovisual, Comunicación y Publicidad, Bellas Artes, etc.
- Perfiles profesionales relacionados con la fotografía, arte, moda, ilustración, etc.
- Perfiles profesionales con experiencia acreditable en el sector.
- Experiencia profesional acreditable.
- Nivel alto de castellano.
- Presentación de un portfolio.

## COMPETENCIAS

- Desarrollar las habilidades creativas propias y aplicarlas a proyectos de comunicación tanto para empresas como instituciones para comunicar marcas, productos o servicios.
- Desarrollar diversos métodos creativos que funcionen como punto de partida para proyectos disruptivos en el ámbito de la publicidad con una clara voluntad persuasiva.
- Incorporar la planificación estratégica como paso para definir la propuesta de valor, transformarla en un concepto creativo y desarrollarla en una acción comunicativa eficiente.
- Capacidad para explorar y analizar el mundo empresarial, conocer sus necesidades comunicativas y desarrollar habilidades creativas para resolverlas en situaciones determinadas.
- Capacidad para crear artefactos comunicativos transmedia después de analizar y definir las necesidades, motivaciones e ideales de los usuarios.
- Capacidad para elaborar pensamientos reflexivos propios nacidos de la propia actividad proyectual y defenderlos ante la comunidad de práctica con criterio y convicción
- Capacidad para proponer y desarrollar conceptos creativos para la creación de territorios de marca.
- Identificar los tres niveles semionarrativos del relato canónico y aplicarlos en el mundo de la comunicación persuasiva.
- Distinguir e identificar claramente los tres niveles cerebrales, a partir de los cuales se crean pensamientos e ideas que dan forma al comportamiento ante el acto de compra.
- Discernir entre los diversos atributos: apropiación, simulacro, impureza, fusión, espectáculo, efímero, artificio y erotismo para aplicarlos en proyectos publicitarios.

## DIPLOMA DE POSTGRADO EN DISEÑO Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

**Inicio:** Septiembre

**Créditos ECTS:** 30

**Idioma:** Castellano

**Titulación:** Diploma de Postgrado en Diseño y Estrategias de Comunicación, título expedido por la Universidad Pompeu Fabra (UPF) y ELISAVA Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona.

**Horario:** Martes, jueves y viernes, de 17h a 21.15h

### ESTRUCTURA

El Diploma de Postgrado en Diseño y Estrategias de Comunicación se estructura a partir de cuatro ejes temáticos:

#### Módulo 1. Comunicación y contexto

Marco teórico que establece los conceptos principales y el marco para el análisis y la propuesta de soluciones creativas.

- Teoría de la comunicación. Semiótica y comunicación
  - Principios fundamentales de la comunicación humana
  - La dimensión estratégica de la comunicación
  - La dimensión persuasiva de la comunicación
- Una mirada etnográfica sobre la comunicación
- Las necesidades comunicativas de las empresas
- La comunicación estratégica en la administración pública
- La estrategia en las presentaciones personales

#### Módulo 2. Los múltiples lenguajes del diseño. Lenguajes, soportes y canales

Marco teórico y praxis creativa de la comunicación gráfica desde su capacidad de elaborar y transmitir mensajes que aporten valor a las organizaciones en función de una estrategia planteada.

- Comunicación gráfica
- Lenguajes, soportes y canales
- Estética y estilo en la comunicación gráfica
- Recursos de la comunicación visual
- Comunicación *transmedia*
- *Social Media*
- *Storytelling*

#### Módulo 3. Análisis y estrategia

En este ámbito se estudian los diferentes medios para llevar a cabo una acción: medios tradicionales y *newmedia*. Se dota al alumno de herramientas para analizar y planificar campañas, como el *marketing* integral y la planificación estratégica.

- Análisis y estrategia
- Análisis del entorno
- Segmentación y *targets*
- Posicionamiento
- Estrategia corporativa: *branding* y RSC [Responsabilidad Social Corporativa]
- Estrategia de la comunicación y planificación estratégica
- Disciplinas:
  - PAID: Inversión en medios publicitarios
  - OWNED: Definición de activos de la marca y presencia digital
  - EARNED: Definición de gestión de RRPP y *Social Media*

#### Módulo 4. Un proyecto es un trayecto.

##### Método Hourglass

Adquisición de una metodología proyectual que integre con efectividad todas estas disciplinas y medios en un proyecto de comunicación, con la voluntad de posicionar una marca, vender un producto o difundir una acción social.

- Teoría proyectual del diseño. Prefiguración
- Método proyectual en espiral
- *Chart*. Diagramas para la gestión
- Estrategia, etapas, planificación y dinámicas del proyecto
- Eficacia de las presentaciones en público

#### Módulo 5. Proyecto Final

Realización de un proyecto final tutorizado que tiene como objetivo tanto la adquisición de una metodología proyectual que integre los contenidos y las herramientas transmitidas durante el curso, como la preparación del alumno para abordar proyectos complejos con eficiencia.

- Tutorías y talleres del proyecto
- Guión y dramaturgia para la presentación de proyectos

## DIPLOMA DE POSTGRADO EN DISEÑO PUBLICITARIO Y CREATIVIDAD

**Inicio:** Febrero

**Créditos ECTS:** 30

**Idioma:** Castellano

**Titulación:** Diploma de Postgrado en Diseño Publicitario y Creatividad, título expedido por la Universidad Pompeu Fabra (UPF) y ELISAVA Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona.

**Horario:** Martes, jueves y viernes, de 17h a 21.15h

### ESTRUCTURA

El Diploma de Postgrado en Creatividad y Publicidad se estructura a partir de los siguientes módulos temáticos:

#### Módulo 1. Contexto profesional y creatividad

- Publicidad y contexto
  - Evolución del modelo publicitario.
  - Visión transversal de una campaña publicitaria: pasos, procesos y responsabilidades
  - Método BEEF
  - Creatividad. Publicidad y *business*
  - El *briefing* creativo
  - Técnicas creativas. *Copy Concept*

#### Módulo 2. Departamento creativo y *Tool Kit*

- Método para la generación de conceptos creativos
  - COCOTRANS. Copiar, combinar y transformar procesos y responsabilidades
  - Narratividad y publicidad
  - Ideación
  - Expresión y figuras retóricas visuales
  - Diseño y dirección de arte
- Imaginarios y persuasión
  - Imaginarios, atributos y categorías estéticas
  - Guión, guión técnico y *story*
  - Tratamiento visual de un *spot* publicitario

#### Módulo 3. Pensar digitalmente

- Interactividad
- Análisis de canales y formatos digitales e interactivos
- *Social Media* e identidad digital
- Creatividad interactiva
- Canales y medios digitales
- Innovación y tecnología aplicada a la comunicación

#### Módulo 4. *Total Events*. Publicidad de gran formato

- Acontecimientos. Organización y procedimientos básicos
- Contextualización, evolución y tendencias
- Empresas de representación
- La representación de marcas y *celebrities*
- Publicidad de gran formato
- Un mundo globalizado

## PROFESORADO

### RUBÉN ANADÓN

Director de arte de la agencia de publicidad Yslandia.

### MARC ALIART

Licenciado en Comunicación Audiovisual (UVic). Máster Universitario en Diseño y Comunicación (ELISAVA). Creativo y diseñador en Eumo\_dc.

### BERNARD ARCE

Licenciado en Ingeniería en Computación e Informática e Historia del Arte, Universidad de Costa Rica. Director Creativo Honest&Smile SL.

### WILSON

**BARBAJOSA**  
Productor ejecutivo de Sofa Experience Communications.

### ALEJANDRO

**BERNARDI**  
Doctor en Ciencia de los Materiales. *Social Media Scientist*. Organizador de Twestival Barcelona (Twitter Festival). Analista de redes sociales en la agencia Carrots y desarrollador de la plataforma Social Elephants. Data Scientist y Growth Hacker para la revista digital Playground Magazine.

### DAVID CABALLERO

Director de arte de SCPF.

### JOAN MARIA

**CORBELLA**  
Profesor colaborador de la Universidad Pompeu Fabra (UPF), en el Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Profesor de la Escuela Superior de Comercio Internacional, adscrita a la UPF.

### JOAN COSTA

Comunicador, sociólogo y diseñador. Dirige el Máster Internacional Dir-Com *on-line*, para empresas e instituciones, que se imparte en la Universidad Católica San Antonio, UCAM, Murcia (España).

### VÍCTOR CURTO

Doctor en Publicidad y Relaciones públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona. Director creativo de Zink.

### JAVI DONADA

Licenciado en Diseño Gráfico por ELISAVA. Beca Swatch Lab la Fábrica Milán. Director creativo de Soon in Tokyo.

### NACHO GÓMEZ

Licenciado en Dirección de Fotografía en la Escuela de Cine de Catalunya 1999 - 2000. Director de anuncios publicitarios, documentalista y fotógrafo.

### ENRIC JAULENT

Diplomado en Dirección de *Marketing* por ESADE. Director de Diferentis Market Strategy.

### RORY LAMBERT

Licenciado en Ciencias Políticas. Director creativo en Martín + Tissera + Lambert.

### FERRAN LLOPART

Licenciado en Ciencias de la Información por la UAB y Máster en *Marketing* por EAE. Profesor de proyectos en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra (UPF). Director creativo ejecutivo de Microbio.

### MARTA MARÍN

Doctora en comunicación. Profesora de Estética de la Facultad de Comunicación Blanquerna (URL). Editora de Contenidos en la Agencia de Investigación "The Hunter"

### RISTO MEJIDE

Licenciado en Dirección de Empresas [ESADE]. Socio fundador en Aftershare.tv.

### JUACO MOLINS

Máster en Marketing y Comunicación por ESADE. Fundador de Trafalgar 13.

### ANGELO PALMA

Licenciado en Comunicación Social. Director creativo de Soon in Tokyo.

### VICENTE REYES

Director creativo de Herraizsoto & Co.

### DANIEL SOLANA

CEO & Founder de Double You

### ESTEVE TRAVESET

Director de arte de Herraiz Soto & Co. Profesor de Dirección de Arteen el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra (UPF).

### FABIO TROPEA

Doctor en Comunicación Audiovisual por la UPF.

### MARIUS ZORRILLA

Director de arte de SCPF y Socio fundador de Commission Creative Agency.

### MARCEL.LÍ ZUAZUA

Economista. CEO Herraiz Soto & Co desde 2000. Vicepresidente Vitamin Rain desde 2006 y Director de Cuentas en SCPF.



# COMUNICACIÓN

## MÁSTERS

Universitario en Diseño y Comunicación

Fotografía y Diseño

Diseño de Packaging

Diseño Publicitario y Comunicación

Diseño y Dirección de Arte

Branding

Diseño y Creatividad Audiovisual

## DIPLOMA DE POSTGRADO

Diseño y Estrategia de Packaging

Diseño Gráfico y Estructural de Packaging

Diseño y Estrategias de Comunicación

Diseño Publicitario y Creatividad

Dirección de Arte

Marca, Núcleo de la Comunicación

Innovación a través de la Marca

## MÁS INFORMACIÓN

[www.elisava.net/es/estudios/master-diseno-publicitario-y-comunicacion](http://www.elisava.net/es/estudios/master-diseno-publicitario-y-comunicacion)

[www.com-elisava.com](http://www.com-elisava.com)

Antiguos Alumnos: Los Alumni Bold se beneficiarán de un 15% de descuento sobre el importe de los cursos que se imparten en la Escuela.

La relación de profesores del programa es susceptible a variar en función de condicionantes ajenos al programa. ELISAVA se reserva la posibilidad de introducir cambios en la programación, así como el derecho de suspender el curso dos semanas antes de su inicio si no se alcanza la cifra mínima de participantes, sin otra obligación que la devolución de las cantidades satisfechas a cada participante.

Los horarios de los programas de Máster y Postgrados pueden ampliarse en función de las actividades del curso (fines de semana incluidos).

La Rambla 30-32

08002 Barcelona

T (+34) 933 174 715

F (+34) 933 178 353

[elisava@elisava.net](mailto:elisava@elisava.net)

[www.elisava.net](http://www.elisava.net)

Centro adscrito a la

