

ESTRATEGIA, CREATIVIDAD Y MARKETING DIGITAL

METODOLOGÍA DOCENTE

Diploma de Especialización (Posgrado)
Máster de Formación Permanente | 14ª Edición online (2027)

¿CÓMO FUNCIONA ECMD ONLINE?

La metodología del Máster online en Estrategia, Creatividad y herramientas de Marketing Digital se basa en un modelo de educación totalmente a distancia y con funcionamiento asincrónico (en tiempo diferido) para que cada alumno pueda estudiar a su propio ritmo y horarios: desde cualquier lugar, a cualquier hora.

La enseñanza y aprendizaje se desarrolla en las aulas virtuales Moodle de la Universidad Autònoma de Barcelona, una plataforma de e-learning empleada en más de 208 países y 53.000 instituciones.

Estas aulas albergan distintas herramientas como enlaces a webs y recursos externos, realización de actividades online, además de foros y mensajería que permiten la interacción con profesores y otros alumnos, y dotan al programa de un carácter bidireccional. Todo ello, sumado a las tutorías por videoconferencia y al seguimiento personalizado, proporcionan al alumno el acompañamiento docente habitual en cursos presenciales.

PLANIFICACIÓN DIDÁCTICA

PRIMER CURSO (POSGRADO)

Este curso tiene una orientación profesional. La metodología combina aspectos teóricos y exposición de casos prácticos a cargo de un equipo docente integrado por reconocidos profesionales en la industria de la comunicación digital que compartirán contigo sus conocimientos y experiencia.

Durante esta etapa, de acuerdo a un cronograma, trabajarás prácticas puntuables de forma individual. Como proyecto global durante todo el curso elaborarás una campaña de comunicación digital integral para un cliente real.

SEGUNDO CURSO (MÁSTER)

En el segundo curso realizarás un trabajo de investigación de carácter científico sobre el tema específico que escojas, relacionado con la estrategia y la creatividad digital. Aprenderás acerca del uso de herramientas y métodos de investigación científica para desarrollar tus puntos de vista y así profundizar sobre el tema que hayas elegido.

También realizarás un par de actividades para aplicar los conocimientos de las distintas asignaturas.

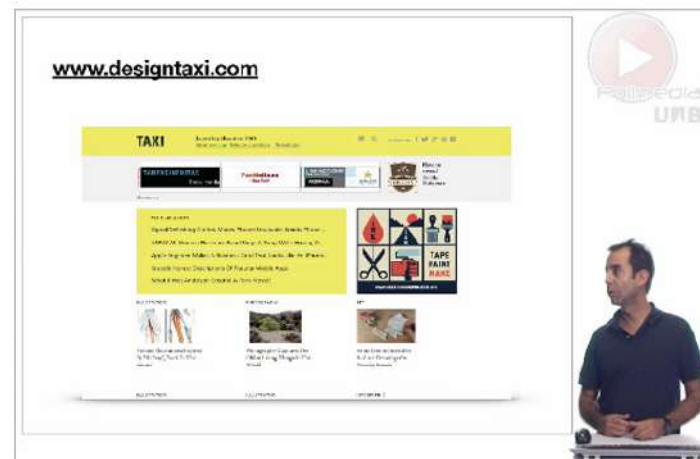
DESARROLLO ACADÉMICO

Creemos en el aprendizaje mediante la aplicación práctica de los conocimientos, con la ventaja añadida de no tener limitaciones de horario y desplazamiento. Por ello, la docencia se centra en estos pilares:

Videos del profesorado explicando la materia, mediante el sistema Polimedia

Actividad 1 - pregunta de debate: pregunta abierta en un foro, en el que los alumnos hacen aportaciones investigando por su cuenta.

Actividad 2 - ejercicio práctico: ejercicio académico de propuesta de estrategia, de piezas creativas, de app móvil, etc.



Estrategias de personalización de contenido

per d'Estratègia i Creativitat Interactiva Versió online, Màster - divendres, 10 març 2023, 11:25

¿Cuál es vuestra valoración de las estrategias de personalización de contenido en función de los intereses del usuario, como por ejemplo con iniciativas de retargeting? Valorad la intrusión vs el valor para el usuario que suponen este tipo de iniciativas.

Nota de coordinación: aunque no es necesario que la respuesta tenga una extensión muy larga, se valora muy positivamente que justifiéis vuestra opinión citando autores, webs, blogs, etc. que la sostengan o aportando información fuera del temario que tenga relación con el mismo y que consideréis de interés para vuestros compañeros/as. Podéis responder hasta el **22 de marzo a las 23:59h** (hora española peninsular)

DESARROLLO ACADÉMICO

Charla en directo

Foros: espacios de interacción entre profesores y alumnos

Material docente: archivos de presentación de los vídeos grabados y otros materiales extra

DESCRIPCIÓN CAMPAÑA

La marca Blablacar tiene 3 focos en sus objetivos de comunicación:

1. Incrementar la notoriedad de la marca entre nuevos usuarios
2. Eliminar el miedo a la seguridad en el posicionamiento de la marca
3. Aumentar las descargas de su app

TAREA:

1. Escoge unos de estos objetivos y plantea una estrategia de marketing online. ¿Qué concepto creativo utilizarías? ¿Basado en qué insights?
2. Analizar la comunicación que Blablacar ha utilizado hasta el momento y prepara algo continuista en tono
3. ¿Qué campañas? ¿Qué soportes? ¿Qué formatos?



Videos 6 y 7 Publicidad Interactiva

de Màster d'Estratègia i Creativitat Interactiva Versió online - dijous, 2 de abril de 2015, 21:26

Buenas tardes,

Tenéis disponibles dos nuevos vídeos en el aula de Publicidad Interactiva. Todavía quedan pendientes algunos materiales, que estarán disponibles en las siguientes semanas. Hasta entonces, podéis seguir colgando dudas en el foro del aula. En el foro participáis todos, así que animaos a responder las dudas de otros compañeros, seguro que así la experiencia es mucho más enriquecedora. ¡Saludos!

DESARROLLO ACADÉMICO

Proyectos finales:

- Primer curso: campaña de comunicación digital
- Segundo curso: trabajo final de máster

Tutorías: seguimiento individual y personalizado mediante videoconferencia en directo

El proyecto deberá cumplir con:

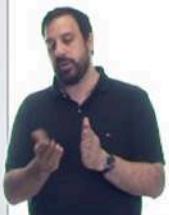
Presentación de idea creativa y estrategia que cumpla con los objetivos de comunicación anteriormente mencionados.

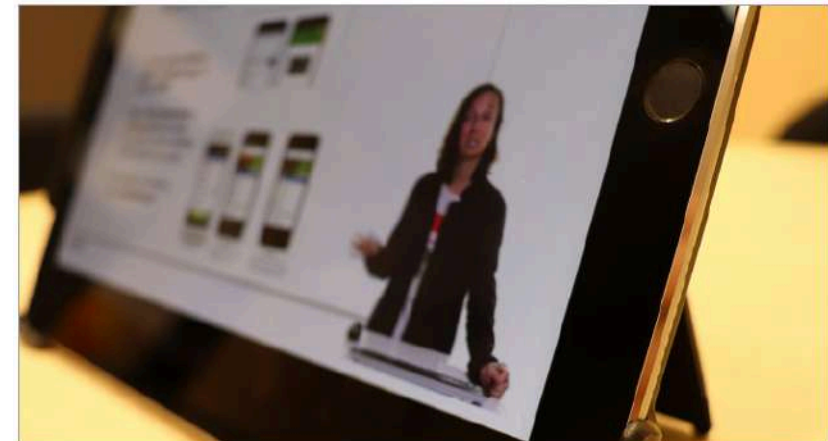
La agencia deberá **desarrollar la idea creativa, estrategia y acciones** Producir la campaña e implementarla en los plazos acordados.

La idea creativa **tiene que estar adaptada a las redes sociales de Volkswagen**, planteando en qué canales será comunicada, qué tipo de comunicación se realizará y un calendario editorial para cada una de ellas.

Deberá realizarse **una propuesta de calendarización** de las principales acciones a realizar.

Al finalizar la campaña deberá entregar cierre con presentación de resultados y valoración, lo que requiere **definición de KPI's**



MÉTODOS DE EVALUACIÓN 1 curso (posgrado)

TEST DE LECTURAS OBLIGATORIAS

Al inicio del curso se realizará un examen tipo test de una o más lecturas obligatorias, que se facilitarán previamente, a modo de introducción en el ámbito de la comunicación digital.

ANÁLISIS CRÍTICO DE UNA MONOGRAFÍA

Deberás escoger una monografía de la bibliografía proporcionada, y realizar un análisis crítico de la misma, destacando sus puntos fuertes y débiles y justificando tu opinión al respecto.

PRÁCTICAS PUNTUABLES

A lo largo del curso los profesores irán planteando distintas actividades puntuables (preguntas de debate y ejercicios prácticos) que deberán entregarse en la plataforma Moodle y serán corregidos por el cuerpo docente.

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Hacia mediados de curso, se te pasará un briefing de un cliente real y deberás desarrollar una campaña de comunicación digital integral, desde el análisis del consumidor hasta el planteamiento de las piezas creativas. Tendrás el soporte de un tutor durante el proceso, y al final deberás entregar tanto el informe escrito como una presentación grabada en vídeo.

MEMORIA FINAL DE POSGRADO

Durante todo el segundo curso trabajarás en el desarrollo de un trabajo de investigación con metodología científica, acerca del tema que prefieras dentro del ámbito de la comunicación digital. Estarás tutorizado en todo momento y deberás presentarlo mediante un vídeo al terminar el curso.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN 2 curso (máster)

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Durante todo el segundo curso trabajarás en el desarrollo de un trabajo de investigación con metodología científica, acerca del tema que prefieras dentro del ámbito de la comunicación digital. Estarás tutorizado en todo momento.

El TFM consta de distintas entregas:

- Entrega parcial 1
- Entrega parcial 2
- Entrega TFM escrito
- Vídeo presentación

ACTIVIDAD BÚSQUEDA BIBLIOGRÁFICA

Planteamiento de estrategia y ejecución de búsqueda de documentos en las fuentes bibliográficas al alcance del alumno (Catálogos, bases de datos, repositorios, etc.).

ACTIVIDAD ESTADÍSTICA

Ejercicio de aplicación de pruebas básicas de estadística inferencial (ANOVA, T-TEST, etc.), aplicados a casos de comunicación digital.

RECURSOS TECNOLÓGICOS



poliMedia



Aulas Moodle UAB
Plataforma que alberga todos los contenidos del curso

Canales ECMD: email, teléfono, WhatsApp
Canal de contacto directo con el equipo de dirección y coordinación del máster

Polimedia UAB
Plataforma de vídeo a través de la cual se imparten la mayoría de sesiones

Microsoft Teams
Canal de contacto entre alumnos y profesores para el desarrollo de las tutorías



¿TODAVÍA TIENES DUDAS?

master.ecmd.online@uab.cat

[Web Máster ECMD](#)

+34 93 581 28 65

☎ +34 679 05 21 12

Si quieres, te podemos poner en contacto con nuestro alumnado para que compruebes la calidad de nuestro programa