


THE
CORE



ENTERTAINMENT
SCIENCE
SCHOOL

De:

 Planeta Formación y Universidades

MÁSTER EN COMUNICACIÓN DIGITAL

Plan de estudios



MÁSTER EN COMUNICACIÓN DIGITAL

/60 ECTS

En este máster adquirirás una visión amplia de la comunicación digital, desde la creación del Plan de Comunicación hasta la ejecución de campañas de Branded Content. Pasarás por todas las fases: análisis de consumidor, estrategia, proceso creativo, formatos, ejecución, distribución de los contenidos del plan y su evaluación. En The Core obtendrás una formación práctica basada en proyectos y contarás con la supervisión personalizada de tu portfolio por profesionales de distintos medios y agencias, especialmente de Atresmedia y BCMA. Dos partners de alto nivel para trasladar la experiencia técnica, empresarial y creativa de sus profesionales a las aulas.

Módulo 1: Comunicaciones de marketing, estrategia y contenidos que conectan con el consumidor	15	ECTS
Branded Content and Entertainment	2	ECTS
Público, clientes y seguidores	2	ECTS
El plan de Marketing y Comunicación	4	ECTS
El Plan de Contenidos	4	ECTS
<i>Proyecto Intermedio 1</i>	3	ECTS
Módulo 2: El Proceso Creativo	15	ECTS
El Proceso Creativo	3	ECTS
Tecnología para la Creatividad	6	ECTS
Técnicas de creación y narrativa Transmedia (del Storytelling al Storydoing)	3	ECTS
<i>Proyecto Intermedio 2</i>	3	ECTS
Módulo 3: Gestión, producción y distribución del contenido	15	ECTS
La producción y distribución del Branded Entertainment	4	ECTS
Plan de Dinamización. Paid Media	5	
El Sector de Contenidos	3	ECTS
<i>Proyecto Intermedio 3</i>	3	ECTS
Módulo 4: New Medias Porfolio	3	ECTS
Cómo presentar proyectos: portfolio y videocase	3	ECTS
TFM - Trabajo Fin de Máster	12	ECTS

MÓDULO 1

/ Comunicaciones de marketing, estrategia y contenidos que conectan con el consumidor

Los modelos de comunicación tradicionales y unidireccionales dejan paso a nuevas técnicas de comunicación y marketing que permiten un diálogo con los consumidores. Las marcas buscan contar los beneficios de sus productos a través de historias, experiencias únicas e interesantes que creen engagement en el consumidor.

▪ **Branded Content and Entertainment**

Esta asignatura analiza y define los conceptos de Publicidad, Branded Content, Content Marketing y Branded Entertainment desde el análisis de la innovación en las construcciones narrativas y los nuevos formatos de comunicación de las marcas. El objetivo, por tanto, es lograr un conocimiento de los conceptos en los que se basa la actual comunicación y entretenimiento de marcas.

▪ **Público, clientes y seguidores**

Esta asignatura busca establecer las bases sobre las que se sustentan las decisiones de consumo. Para ello es fundamental conocer a fondo al público potencial. Se analizarán las fuentes de información disponibles y las estrategias necesarias para fidelizarlos, de manera que se conviertan primero en clientes y luego en seguidores de una marca.

▪ **El plan de Marketing y Comunicación**

Esta asignatura está orientada a facilitar los conocimientos necesarios para interpretar y comprender el plan de marketing en todas sus vertientes (I+D, producto, distribución, precio, promoción, publicidad...) y su influencia estratégica en el plan de comunicación de una marca. De esta manera, la asignatura circunscribe los contenidos de la estrategia de marca al territorio de la planificación estratégica en el desarrollo del Branded Content y el Brand Entertainment.

▪ **El Plan de Contenidos**

Esta asignatura identifica los territorios estratégicos, segmentaciones de productos - públicos objetivos, así como determinación de Target. Además, la asignatura identifica los Brand touchpoints necesarios para crear un plan de contenidos adecuado para la estrategia de la marca que redunde en un correcto engagement con el público. El objetivo es entender los elementos estratégicos esenciales en la creación de un contenido de marca.

▪ **Proyecto Intermedio 1**

Creación de un plan de contenidos.

MÓDULO 2

/ El proceso creativo

El proceso creativo como generación de una idea que mueva al consumidor. Explora en profundidad las técnicas de creación de contenidos que ayuden a posicionar y diferenciar tu marca o producto.

- **El proceso creativo**

Esta asignatura supone una aproximación a la creación de contenido, manteniendo el desarrollo de posicionamiento, identidad y marca que pretende transmitir el anunciante. Para ello se lleva a cabo un análisis en profundidad de los referentes, recursos y tendencias en tecnología de contenido que están en auge en el sector.

- **Tecnología para la Creatividad**

Tecnología para la creatividad es una asignatura que ofrece una visión general de las herramientas tecnológicas necesarias para la plasmación de contenidos. En esta materia resulta imprescindible el uso del paquete Adobe Motion Graphics (Premiere, After Effects, Photoshop) y el manejo de la plataforma de CMS Wordpress.

- **Técnicas de creación y narrativa Transmedia**

Esta asignatura selecciona las técnicas de creación más útiles para incrementar las habilidades creativas aplicadas a los diferentes puntos narrativos del Transmedia Storytelling. Asimismo, analiza requisitos de producción y las posibilidades de realización necesarios para llevar a cabo las creaciones (Storydoing). El objetivo es lograr mejorar las habilidades creativas orientadas a su ejecución final.

- **Proyecto Intermedio 2**

Creación y desarrollo de contenido.

MÓDULO 3

/ Gestión, producción y distribución del contenido

Se analizará y se profundizará sobre la producción y la gestión de los contenidos según los formatos. Contenidos audiovisuales de ficción y entretenimiento, contenidos sonoros (podcast, musicales), contenidos gráficos y editoriales y nuevas tendencias.

▪ **La producción y distribución del Branded Entertainment**

Esta asignatura define los actuales estándares innovaciones de producción de contenido en lo referente a nuevos formatos y recursos en las diferentes áreas del entretenimiento audiovisual. Además, se presta especial atención al Marketing de influencia y su utilidad en la creación de contenido mediante influencers, celebrities y prescriptores temáticos. El objetivo por tanto es tener una visión actual de las tendencias en creación y distribución de contenidos.

▪ **Plan de Dinamización. Paid Media**

Esta asignatura está orientada al análisis y utilización de las diferentes herramientas tecnológicas que permiten difundir, monitorizar y obtener resultados de contenidos tanto orgánicos como patrocinados. Para ello, se analizarán diversos conceptos y funcionalidades como campañas de Display, IG/fb ads, search, email y Funnel de ventas etc. El objetivo final es el de comprender los diferentes elementos que pueden ayudar a la viralidad de un contenido o en la mejora de sus resultados y objetivos.

▪ **El Sector de Contenidos**

Esta asignatura supone una visión general del ecosistema del sector de contenidos a nivel nacional e internacional. Se analizarán las estructuras organizacionales y su funcionamiento general, así como el mapa de proveedores para la génesis del contenido de marketing y del Brand entertainment: las agencias de publicidad y de comunicación, productoras de ficción y publicidad, dinamizadores de contenidos, etc.

▪ **Proyecto Intermedio 3**

Producción y comunicación del contenido.

MÓDULO 4

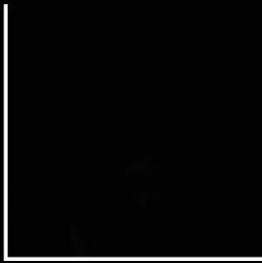
/ Cómo presentar proyectos: portfolio y videocase

- **Cómo presentar proyectos: portfolio y videocase**

Esta asignatura es eminentemente práctica y tiene dos objetivos fundamentales: la elaboración de un portfolio personal en soporte web que sirva de presentación profesional de cada alumno, y por otra, la realización de un video case que sirva como resumen del trabajo desarrollado en el TFM.

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Se trata de desarrollar una propuesta sobre un briefing de un cliente real. Se trabaja a lo largo del curso sobre un proyecto en el que se evalúan las necesidades de comunicación de un caso y se propone una solución creativa que se adapte a sus necesidades.



THE
CORE  ENTERTAINMENT
SCIENCE
SCHOOL

De:

 Planeta Formación y Universidades