



MAPA DE COMPETENCIAS

MAP OF COMPETENCES

1. TABLAS/TABLES (Ver descripción abajo/Description below)

MATERIA Y ASIGNATURAS subjects	CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS (Knowledge)	HABILIDADES O DESTREZAS (Skills)	COMPETENCIAS (Competences)
MATERIA 1 "Fundamentos y teoría"			
<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos de Comunicación y Publicidad/ Communication and Advertising Foundations - Derecho de la Publicidad y de la Propiedad Intelectual / Advertising Law and Intellectual Property Law - Marketing de contenidos y Nuevas Tendencias / Branded Content and New Trends - Comunicación Corporativa / Corporate Communication 	K1, K5, K6, K7, K8	S2	C1, C2, C5
MATERIA 2 "Creatividad"			
<ul style="list-style-type: none"> - Creatividad I: del concepto a la campaña / Creativity I: from the concept to the campaign - Creatividad II: tendencias y nuevos medios / Creativity II: trends and new media - Dirección de Redacción publicitaria y Dirección de Arte / Copywriting and Art Direction - Creatividad Cultural / Cultural Creativity 	K2, K3, K4, K5, K7, K8		C2, C4, C5
MATERIA 3 "Metodologías de investigación de Mercado aplicadas a la publicidad"			
<ul style="list-style-type: none"> - Metodologías de la Investigación en Comunicación y Publicidad / Research methodology in Communication and Advertising - Eficacia Publicitaria: pretest y postest / Advertising Efficacy: pretest and postest 	K3, K7	S1, S3, S4	C2, C3, C5
MATERIA 4 "Análisis y Estrategia"			
<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de marcas en medios tradicionales y digitales / Branding y Digital Branding - Comportamiento del Consumidor Avanzado / Advanced Consumer Behaviour - Inteligencia de Marketing: métricas de marca y monitoreo / Marketing Intelligence: Brand metrics and monitoring 	K3, K4, K6, K7	S3	C2, C3, C5
MATERIA 5 "Planificación y Gestión"			
<ul style="list-style-type: none"> - Planificación de Medios / Media Planning - Dirección de Producción de Proyectos Publicitarios / Production Management of Advertising Projects - Gestión de Proyectos Transmedia / Transmedia Projects Management 	K4, K5, K6, K8	S1	C2, C3, C4, C5, C6
MATERIA 6 "Prácticas académicas externas"			



- Prácticas en Empresa / Internships - Prácticas en Laboratorio-Agencia de Publicidad / Advertising laboratory Practices	K2, K3, K4, K5, K6	S1, S3, S4	C2, C3, C4, C5
MATERIA 7: "Trabajo Fin de Máster"			
- Trabajo Fin de Máster / Master Thesis	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8	S1, S2, S3, S4	C1, C2, C3, C4, C5, C6

2. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS/DESCRIPTION OF LEARNING OUTCOMES AND COMPETENCES

- **CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS / KNOWLEDGE:**
 - K1: Conocer de forma profunda y rigurosa las teorías de la comunicación publicitaria.
 - K2: Comprender el funcionamiento de los procesos creativos, de diferente nivel de complejidad, sus antecedentes y determinantes del éxito, en la comunicación publicitaria en sentido amplio.
 - K3: Identificar la estrategia de las marcas en el mercado actual de saturación publicitaria.
 - K4: Conocer cuáles son las nuevas tendencias en materia de comunicación publicitaria de acuerdo a los cambios de la sociedad digital y la tecnología.
 - K5: Identificar las técnicas creativas que van de la creación del concepto a la campaña publicitaria.
 - K6: Identificar los principales modelos sobre comportamiento del nuevo consumidor y las variables determinantes.
 - K7: Describir los conocimientos altamente especializados, algunos de ellos a la vanguardia del conocimiento en el campo de la comunicación comercial e institucional, que sienten las bases de un pensamiento creativo y crítico.
 - K8: Conocer los aspectos éticos y estéticos en el campo de la comunicación publicitaria.

- **HABILIDADES O DESTREZAS / SKILLS:**
 - S1: Aplicar en el campo de la comunicación publicitaria las herramientas de investigación de mercados.
 - S2: Aplicar a los diferentes soportes de comunicación digital las principales teorías de la publicidad.
 - S3: Aplicar las metodologías y herramientas cualitativas y cuantitativas más pertinentes en cada caso para el estudio de los fenómenos comunicativos en Publicidad.
 - S4: Aplicar investigaciones de mercados para evaluar la eficacia publicitaria.

- **COMPETENCIAS / COMPETENCES:**
 - C1: Contextualizar históricamente la Comunicación Publicitaria y los problemas actuales a los que se enfrenta.
 - C2: Planificar acciones emergentes en el ámbito de la nueva comunicación publicitaria.
 - C3: Diseñar un plan estratégico de comunicación mediante el análisis de los datos del mercado.
 - C4: Desarrollar y administrar producciones publicitarias dirigidas a medios de comunicación tradicionales y multimedia..
 - C5: Identificar y definir objetivos de comunicación y diseñar las estrategias más adecuadas en el diálogo entre marcas y consumidores.
 - C6: Planear, administrar y crear proyectos transmedia.