

✦ Asignaturas del cuarto curso

Taller de audio

Aprenderás a utilizar el audio en la publicidad y el branding, incluyendo el branding sonoro. Trabajarás con herramientas de grabación y edición, y explorarás la selección de música, voces y efectos. También aprenderás sobre la creación de podcasts, doblaje y locución, aplicando todo en proyectos publicitarios.

Productos, mercados y medios publicitarios

Aprenderás sobre los conceptos clave de productos, mercados y medios publicitarios, y cómo se interrelacionan en la actividad social. Estudiarás las etapas de vida de un producto, el desarrollo de nuevos productos, y su relación con el marketing. También abordarás la segmentación del mercado y cómo analizar la demanda. Además, comprenderás el papel de la publicidad, el mensaje publicitario y la estrategia publicitaria, así como los diferentes medios publicitarios utilizados para transmitir estos mensajes.

Introducción a la Investigación Cualitativa

Aprenderás a aplicar la investigación cualitativa en el ámbito publicitario y de branding. Conocerás la diferencia entre investigación cuantitativa y cualitativa, y cuándo usar cada una. Te adentrarás en las técnicas cualitativas, desde el desk research hasta entrevistas y conversaciones, para obtener información valiosa. Aprenderás a analizar y sintetizar los datos y presentar los resultados de forma clara, adaptando los entregables según los objetivos del proyecto.

Introducción a la inteligencia artificial

Aprenderás los fundamentos teóricos de la inteligencia artificial (IA) y su desarrollo actual en diversas áreas. Se explorarán las herramientas de software que utilizan IA y redes neuronales en el diseño, brindándote las bases para integrar estas tecnologías en el campo de la publicidad y el branding. También se analizarán los desafíos que la IA representa para el diseño, así como sus implicaciones tanto en el presente como en el futuro profesional, permitiéndote adaptarte a los avances tecnológicos en el sector.

Publicidad social y del tercer sector

Esta asignatura aborda la publicidad social y del tercer sector, enfocándose en la evolución histórica de la publicidad con fines sociales e institucionales. Se analizan los objetivos de marketing y comunicación de ONGs y organizaciones sin ánimo de lucro, así como las diferencias entre el lenguaje publicitario comercial y el del tercer sector. Además, se estudian los códigos y técnicas de persuasión, la ética en la comunicación social, y la creatividad aplicada a campañas de publicidad social.

Edición de video publicitario

Aprenderás a utilizar herramientas digitales para crear proyectos audiovisuales a nivel técnico básico, aplicando técnicas de diseño y motion graphics. Estudiarás cómo generar y diseñar recursos visuales y cómo la animación puede ser una herramienta poderosa de comunicación. También explorarás diferentes tipos de animación, ajustes de video como resolución, formatos y color, y el flujo de trabajo de un proyecto audiovisual. Además, te familiarizarás con la edición y montaje de video, usando transiciones, clips, cromas, transparencias, ajuste de tiempo, y filtros de audio y compresores para optimizar la calidad del producto final.

Postproducción digital

Aprenderás a trabajar con software de composición digital multicapa, como Combustión. Te familiarizarás con su interfaz, configuraciones, y modos de trabajo, incluyendo técnicas de 2D y 3D, Chroma Key, máscaras, y partículas. Además, aprenderás a utilizar trackers, trabajar con archivos de alta calidad y colaborar con otros programas como 3ds Max y Photoshop para crear proyectos publicitarios y de branding innovadores.

Espacios y experiencia de marca

Explorarás cómo las marcas generan experiencias que conectan emocionalmente con los consumidores. Analizarás la relación entre experiencias de marca y ventas, así como el papel esencial del consumidor en los espacios experienciales, considerando la libertad o control de sus movimientos. Estudiarás las experiencias tanto físicas como en redes sociales, y cómo las experiencias compartidas pueden agregar valor. Además, aprenderás sobre la innovación en estos espacios y las tendencias y tecnologías emergentes que están transformando las experiencias de marca.

Fundamentos de Big data y análisis de información

En esta asignatura, aprenderás sobre la definición y captura de datos, técnicas de análisis de grandes volúmenes de información, y herramientas para segmentar consumidores y captar tendencias. Además, se enfoca en la visualización de datos, incluyendo la creación de infografías y gráficas para aplicaciones publicitarias y de branding.

Creación de marca personal

Esta asignatura se centra en los fundamentos del Personal Branding, destacando las diferencias con el branding de empresas. Aprenderás sobre el posicionamiento, mensaje y storytelling de la marca personal, técnicas para su creación, y cómo ser un influencer, incluyendo estrategias y medición de resultados. También se aborda la autopromoción, diferenciación, visibilidad, y la protección de la identidad digital.

Concepto de Estrategia de Marca

Aprenderás a crear y gestionar marcas, incluyendo la investigación, el análisis de la competencia y la definición de estrategias. Conocerás la diferencia entre estrategias de comunicación publicitaria y de marketing, y cómo adaptarlas en situaciones de crisis. También te enseñarás a presentar estrategias mediante entregables claros y efectivos.

Trabajo Fin de Grado

El Trabajo Fin de Grado te permitirá aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso, eligiendo un tema relevante relacionado con la publicidad y el branding. Aprenderás a organizar tu trabajo utilizando metodologías adecuadas y a integrar todos los conceptos que has aprendido en un proyecto personal. El proceso incluirá investigación académica, redacción de una memoria con criterios profesionales, y la creación de un documento que refleje tus capacidades. Finalmente, tendrás que presentar tu proyecto de manera persuasiva ante un tribunal, demostrando la originalidad e innovación en tu trabajo.