

**PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DE CUENTAS PUBLICITARIAS**

<b>Datos básicos del Curso</b>	Curso Académico	2018 - 2019
	Nombre del Curso	Planificación Estratégica y Gestión de Cuentas Publicitarias
	Tipo de Curso	Máster Propio
	Número de créditos	60,00 ECTS
<b>Dirección</b>	Unidad organizadora	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad
	Director de los estudios	D Jorge David Fernández Gómez
<b>Requisitos</b>	Requisitos específicos de admisión a los estudios	<p>Licenciados o Graduados. Asimismo, cuando la Comisión Académica lo estime, se admitirán Diplomados.</p> <p>Los destinatarios de este programa son Licenciados o Graduados en Publicidad y Relaciones Públicas que se decanten por el trabajo en el área de Cuentas o Planificación Estratégica de las agencias y los que quieran desarrollar su actividad en departamentos de comunicación o marketing de empresas, extendiendo esta oferta a los Licenciados y Graduados de Comunicación, Marketing, Investigación y técnicas de mercados, y campos afines a las Ciencias Empresariales o cualquier graduado en Ciencias Sociales y Jurídicas, interesados en estos ámbitos. Así como, profesionales con licenciaturas en otras especialidades que quieren ejercer en las áreas anteriores.</p>
	Requisitos académicos para la obtención del Título o Diploma	<p>80% asistencia.</p> <p>Superar todos los módulos del curso</p> <p>Superar las pruebas propuestas durante el curso</p> <p>Superar el trabajo Fin de Máster</p>
	Criterios de selección de alumnos	
<b>Datos de Matriculación</b>	Precio (euros)	3.999,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	Sí

### Impartición

Modalidad Presencial

Idioma impartición Español

Lugar de impartición Aula 4.1. Facultad de Comunicación

Prácticas en empresa/institución Sí

### Información

Teléfono 954555936

Web [www.mastercfp.us.es/peygc](http://www.mastercfp.us.es/peygc)

Facebook máster en planificación estratégica y gestión de cuentas publicitarias

Twitter @peygc

Email [peygc@us.es](mailto:peygc@us.es)

## PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DE CUENTAS PUBLICITARIAS

### Objetivos del Curso

1. La especialización teórica y práctica en el ámbito de la planificación, gestión y dirección de cuentas y la planificación estratégica en el ámbito de la comunicación y el marketing.
2. Configurar-se como un puente entre los estudios universitarios y la práctica profesional. Dotar al alumno de las herramientas en las materias específicas de Gestión de Cuentas y Planificación Estratégica para enfrentarse al mercado laboral con garantías.
3. La actualización de contenidos para los diferentes profesionales del sector de la comunicación, y más concretamente al personal de los departamentos de Cuentas, Producción, Planificación estratégica, Planificación de medios, Directores de Empresas de Comunicación y Directores de Comunicación.

### Competencias Generales

1. Asimilar una visión práctica de la Planificación Estratégica para su desarrollo profesional en este ámbito.
2. Asimilar una óptica práctica en la dirección, gestión y desarrollo de clientes en los departamentos de cuentas de las empresas de comunicación.
3. Adquisición de habilidades en gestión de clientes en función del sector de producción: textil y moda, alimentación, bebidas, alcohol, look and beauty, grandes superficies, inmobiliario, financiero, etc.
4. Obtención de aptitudes en la dirección y gestión de departamentos de cuentas en diversos ámbitos (multinacional, nacional, local, etc.).
5. Adquisición de habilidades para el desarrollo profesional de gestión de clientes en labores de atención, interlocución, gestión de equipos, liderazgo, remuneración, presupuestación, negociación, new business, etc.
6. Asimilar competencias para la gestión de marcas, arquitectura y cartera, posicionamiento, identidad e imagen y valores e implementación y desarrollo práctico de las estrategias definidas.
7. Obtener la capacidad para evaluar y valorar mensajes, estructuras, campañas.
8. Asimilar competencias para conformar la estructura formal de un mensaje publicitario desde el punto de vista estratégico y creativo.
9. Obtener habilidades para la realización y producción de mensajes publicitarios en todas sus manifestaciones, medios, soportes y formas publicitarias convencionales y below the line.
10. Adquisición de aptitudes para la gestión de proveedores en creación y producción, free lance, imprentas, fotomecánica, estudios de grabación, productoras, fotografía, etc.
11. Asimilar capacidades para exponer oralmente o por escrito trabajos de cualquier naturaleza.
12. Asimilar capacidades para integrarse en un grupo de trabajo
13. Asimilar capacidad de planificación y administración de aprendizaje.
14. Asimilar habilidades para planificar tareas y administrarse el tiempo disponible.
15. Asimilar capacidad y comprensión para la organización del trabajo
16. Asimilar capacidad para resolver problemas
17. Obtención de capacidad de análisis y de visión de conjunto
18. Asimilar capacidades de negociación
19. Adquisición de capacidades de motivación

### Procedimientos de Evaluación

Asistencia, Pruebas, Trabajos

### Comisión Académica

D. Jorge David Fernández Gómez. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D<sup>a</sup>. María del Mar Rubio Hernández. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D<sup>a</sup>. Marina Ramos Serrano. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D. Víctor Hernández de Santaolalla Aguilar. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad

### Profesorado

D. Enrique Acosta Ignacio. - Plataforma Comunicación  
D. David Acosta Riego. - Director General innn  
D<sup>a</sup>. Ana Alonso Campuzano. - Dommo  
D. Antonio Alonso García. - Heineken  
D. Juan Jesús Aranda Jiménez. - Letra B, Comunicación Visual, S.L.  
D. José Argudo López de Carrizosa. - González Byass  
D. José Berenguel Fernández. Cádiz- Economía de la Empresa  
D. Juan Pedro Cabrera Sánchez. - Director General La Caseta  
D<sup>a</sup>. Patricia Carmona Pulido. - Social Media & Digital Marketing manager  
D<sup>a</sup>. Lucía Caro Castaño. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing  
D<sup>a</sup>. Alicia Casado García. - Seis60  
D<sup>a</sup>. Patricia Cavada Ezquerro. - Neolabels  
D<sup>a</sup>. Noelia Cruzado García. - La Caseta  
D<sup>a</sup>. Beatriz María Cuevas Fernández. - Magtel  
D<sup>a</sup>. Laura De Luque Miranda. - DRAFT FCB  
D. Salvador Diánez Pérez. - Ebro Foods  
D<sup>a</sup>. Raquel Espantaleón Rueda. - McCann  
D<sup>a</sup>. Dolores Esquivias Moscardó. - Universidad Nebrija  
D<sup>a</sup>. Carmen Esquivias Onrubia. - Fammily Different  
D. Jorge David Fernández Gómez. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D. Carlos Galán Allué. - Telefónica España  
D. Manuel Garrido Lora. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D<sup>a</sup>. Beatriz Gil Yagüez. - Below Group  
D. Ignacio González Dorao. - CADIGRAFÍA  
D<sup>a</sup>. Lorena González García. - Product Manager Heineken  
D. Luís Gresa Pérez. - ONCE  
D<sup>a</sup>. María de los Ángeles Guerrero Orzáez. - ENFOQUE  
D. Masaaki Hasegawa. - Third Division  
D. Víctor Hernández de Santaolalla Aguilar. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
  
D<sup>a</sup>. Ángela María Herrera Calle. - Diputación de Sevilla  
D<sup>a</sup>. Gloria Jiménez Marín. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D<sup>a</sup>. Eva Kupfermann Luca de Tena. - Agua de Azahar la Giralda  
D. Jesús Lens Espinosa de los Monteros. - CajaGranada  
D. Antonio López Romero. - ADIF  
D. Javier Losada Rodríguez. - IMC

D. Antonio Macarro Tomillo. Universidad de Cádiz- Marketing y comunicación  
D<sup>a</sup>. Carolina Marín Muñoz. - Marín Publicidad  
D. Rubén Martín Fernández. - La Caseta de Juan León  
D. Román Martín Santos. - Junta de Andalucía  
D. Pedro Víctor Martínez Aires. - La Despensa  
D. Jesús Melero Prieto. - Sra. Rushmore  
D<sup>a</sup>. Fabiola Millán Cid. - Below Group  
D. Manuel Miranda Sánchez. - DO IT / Below Group  
D. José Antonio Muñoz Velázquez. - Profesor e investigador  
D. José Antonio Navarro Moreno. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D. Guillermo Navarro Tallada. - JWT  
D. Carlos Ojeda Sánchez. - Junta de Andalucía-Dirección General de Museos  
D<sup>a</sup>. Cristina Ojeda Vila. - Directora Publicidad Heineken  
D. Manuel Orta Pérez. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera  
D. Jesús Ovejero Santos. - Y&R / TAPSA  
D. Alfonso Pérez Castellano. - El Cuartel  
D. Antonio Pineda Cachero. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D<sup>a</sup>. Marina Ramos Serrano. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D. Fernando Ramos Serrano. - Loterías del Estado  
D. Carlos Javier Rodríguez Rad. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing  
D. Pablo Romero Prado. - Sevilla FC  
D<sup>a</sup>. María del Mar Rubio Hernández. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad  
D. Antonio Ruiz Fernández. - Brain House  
D. Juan Carlos Ruiz Fuentes. - Departamento de Marketing L'Oréal  
D. Elvis Santos Sierra. - Shackleton Group  
D. David Selva Ruiz. Universidad de Cádiz- Departamento  
D. David Serrano Gutiérrez. - MKG20  
D. Adolfo Sujatovich .. - Fripozo  
D. Javier Suso Teixidor. - Director General VCCP Spain  
D<sup>a</sup>. Beatriz Taberero Huguet. - MP Corporación Industrial  
D. Pablo Vázquez Cagiao. - DDB  
D. Jesús María Velasco Nevado. - CEPESA

### Módulos/Asignaturas del Curso

#### **Módulo/Asignatura 1. La Planificación Estratégica en Marketing y Comunicación**

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: -Planificación y gestión estratégica empresarial  
-De la estrategia de marketing a la estrategia de comunicación  
-Una aproximación al marketing de comunicación  
-Comunicación por objetivos  
-Estrategias de Segmentación

Asignaturas del módulo:

Dirección de marketing

Gestión de la comunicación de las RR.PP. desde la óptica de la agencia

Planificación y Gestión Estratégica Empresarial

Tendencias, modelos de consumo y perfiles de consumidor  
Introducción a la Gestión de Cuentas  
Marketing en Grandes Superficies

Fechas de inicio-fin: 15/11/2018 - 08/12/2018

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

### Módulo/Asignatura 2. Organización, Estructura y Funciones en la Organización de Cuentas

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: - Historia de las estructuras de cuentas.  
- Organización de equipos y estructura de un departamento de cuentas.  
- Funciones, perfiles y roles agenciales en el departamento de cuentas.  
- Gestión de cuentas desde la óptica multinacional.  
- Gestión de cuentas en mercados locales.  
- Producción y gestión de proveedores.  
- Presupuestos.  
- Remuneración  
-Políticas de Nuevo negocio.

Asignaturas del módulo:

Marketing en productos de alimentación. El caso de Alhambra 1925.  
Introducción a la Gestión de Cuentas  
La planificación estratégica en mercados locales  
Funciones del Departamento de Cuentas y Relaciones con otros Departamentos  
Presupuestación  
Planificación Estratégica en marcas internacionales. El caso de Telefónica.  
Asociacionismo en publicidad. El caso de la AEP.  
Remuneración. Nuevo Negocio en el Sector Público y Privado

Fechas de inicio-fin: 13/12/2018 - 12/01/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

### Módulo/Asignatura 3. Investigación de Mercados, Consumidores y Tendencias como Herramienta Estratégica

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: -La investigación como herramienta de comunicación  
-Técnicas de investigación de mercado aplicadas  
-Tendencias, Modelos de consumo y perfiles de consumidor  
-Neuromarketing

Asignaturas del módulo:

El estudio del consumidor desde la perspectiva del planning  
Neuromarketing como Herramienta de Investigación para la Planificación Estratégica en Comunicación  
Técnicas de Investigación de Mercado Aplicadas  
Técnicas de Investigación Cuantitativa  
Técnicas de Investigación Cualitativa  
Nuevas tendencias de consumo

Fechas de inicio-fin: 17/01/2019 - 09/02/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

#### Módulo/Asignatura 4. Relaciones entre los Gestores de Cuentas y las Organizaciones

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: -El departamento de comunicación, marketing, RRPP, promoción de la organización y la Empresa de Comunicación  
-Análisis y elaboración del Briefing  
-Presentación de campañas  
-Negociación  
-Concursos

Asignaturas del módulo:

Gestión de concursos en comunicación: concursos privados  
Relaciones entre el Dpto. de Comunicación de las Instituciones y Empresas con el Dpto. de Cuentas

Negociación  
Presentación de Campañas  
Gestión de concursos en comunicación: concursos públicos

Fechas de inicio-fin: 14/02/2019 - 09/03/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

#### Módulo/Asignatura 5. Planificación Estratégica. Arquitectura y Gestión de Marcas: Branding

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: - Gestión de intangibles  
- Estrategia de marca o branding  
- Arquitectura y cartera de marcas  
- Aproximación a la figura del planner en las agencias de publicidad.

- El planning como filosofía y motor empresarial.
- Planificación estratégica y creatividad
- Planificación Estratégica, investigación e innovación

Asignaturas del módulo:

El planning como motor empresarial en las agencias de publicidad  
Una aproximación a la estrategia de marca  
La figura del planner en las empresas de comunicación  
La filosofía del planning en la estrategia de marketing  
El nuevo brand management  
Planificación estratégica y creatividad

Fechas de inicio-fin: 14/03/2019 - 13/04/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

### Módulo/Asignatura 6. Gestión de Cuentas en Función de la Tipología del Cliente: del Marketing de Producto a la Comunicación Institucional

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: - Gestión de Cuentas en Empresas en sectores tradicionales de producto (alimentación, bebidas, etc.)

- Gestión de Cuentas en los sectores de servicios
- Gestión de Cuentas en las Administraciones Públicas
- Gestión de la Comunicación de ciudades (Citymarketing)
- Gestión de Cuentas en las Organizaciones no gubernamentales, Partidos Políticos, etc.
  
- Gestión de la RSC
- Gestión de la imagen y reputación corporativa
- Principios de Protocolo

Asignaturas del módulo:

Gestión de la comunicación y el marketing en productos de higiene del hogar y personal  
Una introducción a la gestión de cuentas por sectores  
Gestión de la comunicación en empresas de alimentación.  
Gestión de la comunicación en el sector de inmobiliario. Nuevas tecnologías y creatividad

Gestión de la comunicación en las instituciones.  
Gestión de la comunicación en el sector turístico  
Gestión de la comunicación de las ciudades: citymarketing  
Gestión de la comunicación en el sector de la moda.

Fechas de inicio-fin: 18/04/2019 - 12/05/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado

En horario de mañana y tarde

**Módulo/Asignatura 7. Nuevos medios: Marketing On line, Community Management, Publicidad 2.0, Social Media**

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: -Gestión de Cuentas en Marketing On line.  
-Gestión de Cuentas en Publicidad 2.0  
-Community management  
-Social Media  
-Posicionamiento en buscadores SEO/SEM  
-Planning y nuevas tecnologías  
-Gestión de cuentas en función de la tipología de proyecto

Asignaturas del módulo:

Redacción en los nuevos medios: del e-mail a la gestión de contenidos  
Cómo se genera negocio en Internet. Nuevas tecnologías y Creatividad  
Una aproximación a la gestión de cuentas en función de la tipología del proyecto  
Gestión de la Comunicación en TV. desde la Producción Audiovisual. Del Spot al Advertainment

Social media

Gestión de la Comunicación on line  
La filosofía del planning y las nuevas tecnologías.  
El Marketing on line como motor competitivo

Fechas de inicio-fin: 18/05/2019 - 07/06/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

**Módulo/Asignatura 8. Estrategias de Marketing, Comunicación y Creatividad**

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: -Gestión de Cuentas y creatividad.  
-Modelos y técnicas estratégicas  
-Marketing, Planificación estratégica y estrategia creativa.  
-Estrategia de comunicación, creatividad y nuevos medios.  
-Evaluación de campañas de comunicación

Asignaturas del módulo:

Gestión de la comunicación de imagen. Una aproximación a la responsabilidad social corporativa

Marketing, Comunicación y Creatividad. Una Aproximación a la Creatividad Estratégica  
Relaciones entre la Planificación Estratégica y la Creatividad para Vender Campañas  
Marketing, Comunicación y Creatividad en Mercados Locales  
Creatividad en Nuevos Medios  
Creatividad y Trade Marketing. De la Promoción de Ventas a la Publicidad  
Evaluación de Campañas de Comunicación

Fechas de inicio-fin: 13/06/2019 - 05/07/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

### Módulo/Asignatura 9. Habilidades Directivas

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: - Coaching y habilidades directivas  
- Inteligencia organizativa  
- Trabajo en Equipo  
- Liderazgo  
- Habilidades comunicativas  
- Análisis financiero básico

Fechas de inicio-fin: 11/07/2019 - 24/07/2019

Horario: Jueves, Viernes, Sábado  
En horario de mañana y tarde

### Módulo/Asignatura 10. Trabajo Fin de Máster

Número de créditos: 12,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Desarrollo Plan Estratégico de Comunicación:  
- Análisis  
- Definición estratégica  
- Planteamiento táctico  
- Propuesta acciones  
- Presupuesto  
- Timing

Fechas de inicio-fin: 27/07/2019 - 11/09/2019

Horario:

**Módulo/Asignatura 11. Prácticas en Empresa/Institución**

Número de créditos: 14,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Como novedad a ediciones anteriores y para garantizar una correcta gestión del proceso de prácticas del máster, un coacher se encargará de tutorizar a los alumnos. En función, de las habilidades y competencias del estudiante, así como del perfil profesional al que aspire, se orientará a cada uno de ellos sobre la mejor opción para realizar sus prácticas.

Para ello el coacher mantendrá sesiones colectivas de introducción a la disciplina y una entrevista individual en la que se tratará de definir la opción óptima de prácticas para cada alumno. De este modo, en la medida de lo posible las prácticas se adecuarán a los perfiles de los candidatos, siempre con una atención personalizada.

Fechas de inicio-fin: 04/07/2019 - 09/11/2019

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes  
En horario de mañana