

# Dirección de Arte en Publicidad

3 razones para escoger este Máster Universitario

**1 PRÁCTICAS**  
obligatorias en empresas punteras del sector

**2 PROFESORADO**  
formado por profesionales en activo en el ámbito de la dirección de arte y la publicidad

**3 CASOS REALES**  
con el apoyo de empresas colaboradoras



## DIRECCIÓN ACADÉMICA

DR. JOSEP ROM

## COORDINACIÓN

JOSEP MA. PICOLA

(josepmariapm@blanquerna.edu)

## CALENDARIO

Inicio: Octubre. Final: Junio

## HORARIO

de lunes a viernes de 18:00h a 21:30h.

## CRÉDITOS

60 ECTS

## DURACIÓN

1 año a tiempo completo (60 ECTS)

y 2 años a tiempo parcial (30 ECTS)

## Presentación

Los directores de arte en publicidad son diseñadores gráficos, pero no todos los diseñadores gráficos son directores de arte. Esta frase refleja la doble personalidad de esta actividad profesional. El diseño es un lenguaje, pero la publicidad es, en esencia, comunicación persuasiva. El arte como elemento de construcción de los relatos de las marcas para dar respuesta a una estrategia y cubrir unas necesidades.

## Este máster ofrece:

**Formación especializada en métodos de creación visual, en diseño gráfico y estrategias de persuasión.** Desarrollo de casos prácticos y de proyectos publicitarios, editoriales, *branding*, multimedia y redes sociales.

**Desarrollo de competencias y habilidades** que potencian tanto el aprendizaje autónomo como las funciones empresariales de la Dirección de Arte.

**Orientación profesional:** un claustro de profesores formado por profesionales en activo, con soporte empresarial e institucional y prácticas en las principales empresas del sector.

**Itinerario investigador:** formación de investigadores del más alto nivel y acceso al doctorado.

**Carreras profesionales:** orientación de carreras profesionales al terminar los estudios y con el apoyo de la red Alumni Blanquerna.

# Estructura del programa

Facultad de Comunicación  
y Relaciones Internacionales  
Blanquerna-URL

Secretaría de investigación  
y postgrado:  
Tel. 93 253 31 08  
Plaza Joan Coromines, s/n  
08001 Barcelona  
infopostgrausfcri@blanquerna.edu  
[www.blanquerna.edu](http://www.blanquerna.edu)

La URL, en el top 100 de  
ocupabilidad según el ranking  
mundial Times Higher Education



La URL, entre las 125 mejores  
del mundo en Ciencias Sociales  
y Gestión



En colaboración con:



BLASI/URGELL/MORALES

dreiBlau

AP2U

HANDSON

won

| Grupo Quinteam

Pixtin

VMLY&R

ADC\*E  
Art Directors Club of Europe

## ITINERARIO PROFESIONAL

## ITINERARIO DE INVESTIGACIÓN

### MÓDULO I. FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN DE ARTE (20 ECTS)

#### Los nuevos lenguajes de la cultura visual (5 ECTS)

- Lenguajes y formatos de la dirección de arte: del spot tradicional a la viralidad y la creación de contenidos (5 ECTS)

#### Técnicas y herramientas de la dirección de arte, (6 ECTS)

- Fundamentos gráficos del discurso visual (3 ECTS)
- Ámbitos profesionales de especialidad en la dirección de arte (3 ECTS)

#### Estrategia y creatividad en proyectos de diseño y comunicación (3 ECTS)

- Plataformas estratégicas y creativas en diseño, publicidad y branding (3 ECTS)

#### Seminario de comunicación (6 ECTS)

### MÓDULO II. CREATIVIDAD PUBLICITARIA EN LA DIRECCIÓN DE ARTE (14 ECTS)

#### El proceso proyectual (9 ECTS)

- El proyecto creativo y la dirección de arte: procesos y metodologías (3 ECTS)
- La gestión creativa del proceso proyectual: contexto cultural y tendencias de moda, valores sociales y condicionantes de uso (3 ECTS)
- La tecnología como herramienta estratégica y creativa en proyectos interactivos y de marketing social (3 ECTS)

#### Tecnología y creatividad en la dirección de arte (5 ECTS)

- Los lenguajes de la comunicación visual integrados en las campañas de creatividad multimedia (5 ECTS)

### MÓDULO III. PROCESOS, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE CREACIÓN Y GESTIÓN EN LA DIRECCIÓN DE ARTE (10 ECTS)

- Métodos de análisis de los procesos en la dirección de arte (3 ECTS)
- La producción y la gestión gráfica, audiovisual y multimedia (3 ECTS)
- Técnicas de narratología y redacción en dirección de arte (4 ECTS)

### MÓDULO IV. METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN (10 ECTS)

- Metodología de investigación en comunicación (10 ECTS)

### MÓDULO V. DISEÑO Y DESARROLLO DEL TRABAJO FINAL DE MÁSTER (10 ECTS)

- Trabajo Final de Máster (10 ECTS)

### MÓDULO VI. PRÁCTICAS DE EMPRESA (6 ECTS)

- Prácticas de empresa (6 ECTS)

### MÓDULO VII. INICIACIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN (6 ECTS)

## Profesorado

**Dr. Víctor Curto.** Director Creativo de What's On.

**Dr. Jordi Iglesias.** Director de Servicios al Cliente de JWT.

**David Tetilla.** Consejero Delegado del Grupo Quinteam.

**Dr. Martínez Bouza.** Universitat Autònoma de Barcelona.

**Marc Ros.** Socio de AftershareTV, experto en Branded Content.

**Jaume Peris.** Director Creativo de What's On.

**Jaume Aymerich.** Aymerich Comunicació.

**Victor Arriazu.** Director creativo VMLY&R.

**Mònica Mestanza.** Directora de arte de mml.

**Enric Jardí.** Director de arte, diseñador y tipógrafo.

**David Morales.** Socio director de BUM.

**Dr. David Roca.** Universitat Autònoma de Barcelona.

**Dr. Daniel Tena.** Universitat Autònoma de Barcelona.

**Bruno Sellés.** Director de arte de Vasava.

**Ramon Millà.** Realizador de Televisió de Catalunya.

**Dr. Sebastián Guerrini.** Diseñador de proyectos internacionales y experto en branding.

**Dra. Iolanda Casalà.** Directora de Análisis Estratégico en Ogilvy&Mather Barcelona.

**Dra. Maider Zulueta.** Diseñadora, socia fundadora de Pixtin, Diseño y Comunicación.