



**JORNADA
EL AYER Y EL HOY
DE LA
PUBLICIDAD**

TALLER DE PILAR ILLESCAS

CREATIVA Y UX & VISUAL DESIGNER CON MÁS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA

TALLER DE SERGIO RODRÍGUEZ

FUNDADOR DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN PUBLICITARIA

4 DE DICIEMBRE SALÓN DE ACTOS CAMPUS DE JEREZ
HORARIO: 10.30 H A 14:00 H / 16:00 A 19:00 H
INSCRIPCIÓN PREVIA EN LA WEB DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

AFORO LIMITADO
DIPLOMA ACREDITATIVO



Universidad
de Cádiz

Consejo Social

JORNADA EL AYER Y EL HOY DE LA PUBLICIDAD

1. Descripción de la actividad.

Objetivos: En línea con el plan de actuación de 2019 del Consejo Social, esta jornada contribuye al desarrollo de un modelo de universidad comprometida con el futuro profesional de su estudiantado; a la promoción de una educación universitaria de calidad, apoyando la transmisión de conocimientos y experiencias de profesionales al entorno universitario; y a impulsar las relaciones entre universidad, comunidad universitaria y tejido empresarial de la provincia, así como a potenciar a este último.

De forma concreta, los objetivos de la jornada son:

1. Ofrecer el testimonio y la experiencia de profesionales de prestigio del ámbito de la comunicación y la publicidad a la comunidad universitaria y al tejido empresarial de la provincia.
2. Ofrecer una formación especializada, teórica y sobre todo práctica, a alumnado, profesionales y profesorado.
3. Animar la motivación y contribuir a aumentar las posibilidades y recursos del alumnado de publicidad y marketing ante su futuro profesional.
4. Discutir sobre las posibilidades que ofrece la carrera profesional en el sector de la publicidad.
5. Conocer las funciones y procesos de trabajo de la dirección creativa digital, uno de los perfiles profesionales más destacados y demandados en la actualidad en comunicación y publicidad.
6. Profundizar en el proceso de diseño y creación digital, a través de casos de éxito.
7. Fomentar la cultura publicitaria de la comunidad universitaria y de los y las profesionales del sector en la provincia, profundizando en la historia de la publicidad de nuestro país de la mano de uno de los mayores expertos en este tema.
8. Llevar a cabo una reflexión profunda acerca de la evolución de las formas publicitarias.

Dirigida a:

Alumnado grados y másteres Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. En concreto:

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación

Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo

Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo.

Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación

Máster en Marketing Digital.

Profesionales y profesorado del sector de la comunicación y la publicidad.

Personas interesadas en la publicidad y la comunicación.

Procedimiento: La asistencia y participación en la jornada se gestionarán mediante inscripción previa en la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Las personas que se inscriban recibirán un diploma acreditativo.

Aforo máximo: 210 plazas. Aforo del salón de actos del campus de Jerez.

Fecha: 4 de diciembre de 2019.

2. Programa de la jornada

10.30 h. -11.00 h. **Presentación e inauguración jornada. Consejo Social de la Universidad de Cádiz y Decanato de Ciencias Sociales y de la Comunicación.**

11.00 h.-14.00 h. **Seminario 1: "La transformación del proceso de diseño y el papel del diseñador en el ámbito publicitario. Nuevos perfiles especializados". Ponente: Pilar Illescas**

Del artista tradicional, pasando por el creativo publicitario hasta llegar a los diseñadores de interacción y experiencia de usuario.

¿Y si te dijese que diseñar un nuevo producto o servicio no se trata solo de estética o de tener una "super idea creativa", y si se tratase de solucionar problemas?

Pero es más, y si el mercado publicitario empezará a demandar perfiles que

vienen de disciplinas como la psicología, humanidades, el periodismo o la ingeniería?

¿Has escuchado hablar del diseño centrado en el usuario?

¿Te has planteado qué ocurriría si un producto o servicio está mal diseñado?

¿Crees que un mal diseño podría matar o que un buen diseño podría salvar vidas?

Un seminario en el que debatir, conocer, indagar y revolver sobre todas estas cuestiones a través de casos prácticos.

Además, analizaremos paso a paso como es un proceso de diseño "ideal", porque, ¿te imaginas un director de cine empezando a rodar sin tener el guión acabado o a montar la película inventándose el orden de los planos? No, ¿verdad?.

PAUSA COMIDA

16.00 h. -19.00 h. **Seminario 2: "La historia de la publicidad contada desde un principio". Ponente: Sergio Rodríguez**

Saber de dónde venimos y entender los cambios que se han producido en el pasado, son realidades necesarias de abordar para comprender el estado de la comunicación publicitaria actual, por parte de todo aquel que desarrolla o va a desarrollar su actividad profesional en el mundo de la comunicación publicitaria.

Analizar todos estos aspectos en tres horas -y reflexionar sobre ellos- es el objetivo de este seminario único en España, que recorre el nacimiento y evolución de las marcas, de las agencias, de los medios de comunicación y del marketing, y que concluye con un breve análisis de la situación actual.

El seminario comienza con una explicación de lo que se viene realizando desde hace años por parte del [Centro de Documentación Publicitaria](#).

19.00 h. Cierre de la jornada.

3. CV breves de los ponentes invitados

Pilar Illescas

Creativa, emprendedora y UX & Visual designer con más de 15 años de experiencia. Actualmente forma parte del proceso de Transformación digital de Unicaja Banco donde es la responsable de producto de la nueva web pública. También imparte clases de diseño y experiencia de usuario en *GAUSS multimedia*, una escuela privada de Málaga.

Durante 3 años ocupó el cargo de Head of Technology / Senior UX / UI Designer para la agencia de publicidad El Cuartel Creativo, trabajo que compaginaba con proyectos de Kokomo, un estudio digital que montó en 2014.

También ha colaborado como consultora de usabilidad y experiencia de usuario en un programa de mentorización para startups promovido por la universidad de Málaga.

Skills: Creatividad, Dirección de Arte, Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario, Usabilidad, Wireframing & Mock-ups, Apps, Desarrollo Frontend (HTML / CSS), Wordpress, Estrategia Digital, Marketing Online, Branding. Metodologías con las que trabaja: Lean UX, Agile, Scrum, GV Sprints, User Research, User Centered Design.

Algunas marcas para las que ha trabajado: Dunkin Coffee, Canal +, Metro de Madrid, Ayuntamiento de Madrid, IFEMA Feria de Madrid, Decathlon, Unicaja Banco, Pandora Jewelry, D.O. Vinos de Madrid, Hotel Ritz, , Festival de Cine de Málaga, Barceló Hotels & Resorts.

Seminario 2: Sergio Rodríguez

Licenciado en Publicidad y marketing y Diplomado en Empresariales. Fundador de Creaciona y Neimin. Ha trabajado como ejecutivo de cuentas en agencias de publicidad como Tapsa y Oreille.

En 2007 funda el Centro de Documentación Publicitaria, dedicado a recuperar, conservar y promocionar el patrimonio publicitario, cuya cara online es la historiadelpublicidad.com. Es la única iniciativa existente en España al respecto y la segunda de Europa. El sector le considera como el albacea de la memoria publicitaria en España.

MMLB. Nosotros los persuasores (2018) ha sido su último libro, pero *Busque, Compare y si encuentra algo mejor, ¡cómprelo! Los anuncios que se quedaron en nuestra memoria* (2009), fue su libro con mayor éxito mediático. Otra de sus obras más conocidas son *Lottusse. El viaje de una pasión* y *Comunicación Publicitaria en las Baleares. 150 años de evolución económica a través de las marcas*.

Tiene publicados multitud de artículos sobre historia de la publicidad en medios de comunicación generalistas y en medios especializados como *El Publicista* y *Control*. Ha sido colaborador del programa de TVE *Los anuncios de tu vida* y ofrece conferencias en toda España.

Jurado en festivales de publicidad y marketing, en 2016 recibió el galardón al mejor profesional de marketing por el Club de Marketing de Málaga.