

El Comloc aborda la revolución al alza de la publicidad digital en la UJI - Mediterráneo - 15/11/2018

CONGRESO DE COMUNICACIÓN LOCAL DE 'MEDITERRÁNEO' Y LA JAUME I

El Comloc aborda la revolución al alza de la publicidad digital en la UJI

La cita reúne hoy y mañana a expertos del área académica y profesional del sector

A análisis, el futuro del márketing 'on line' que crece en este 2018 hasta un 23%

CRISTINA GARCIA
cgarcia@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

El Congreso de Comunicación Local (Comloc) que organizan la UJI y Mediterráneo arranca hoy su 15ª edición en el edificio de Posgrado con 180 inscritos y expertos de primer nivel tanto en el ámbito académico como en el profesional para abordar la revolución que vive y vivirá la publicidad digital, que va en claro crecimiento, con una previsión para el 2018 de un 23% con respecto al ejercicio precedente dentro del sector de la comunicación.

Lo explica la coorganizadora junto con Carlos Fanjul, la profesora de Publicidad Cristina González, que explicita la «necesidad de mantener un contacto directo para trabajar desde la universidad codo con codo con las empresas, en una dinámica que varía cada día y que ha supuesto un boom en los procesos, los perfiles y las demandas del cliente y del consumidor final del producto».

González Oñate detalla que «las nuevas tecnologías y la web 2.0 se han convertido en un fenómeno multidimensional y objeto de estudio». En este contexto, señala que «la red es un canal comercial de especial interés para



El uso masivo del móvil ha cambiado las tendencias publicitarias.

detalles

1 EL OBJETIVO

El Congreso de Comunicación Local pretende estudiar en su 15ª edición el contexto digital como medio comercial y analizar su repercusión en la profesión publicitaria.

2 LA WEB 2.0

Las nuevas tecnologías de la información, así como la web 2.0 son un fenómeno con diferentes dimensiones que serán objeto de estudio en la cita, que arranca hoy en el edificio de Posgrado UJI.

el ámbito publicitario, pues permite una relación marca-cliente-agencia no conocida hasta hoy».

Desde hoy, con la ponencia inaugural de la catedrática del San Pablo y miembro del Colegio de Publicitarios Chari García Cubells, sobre *La evolución de la creatividad y la tecnología en el ámbito de los perfiles*, se abre un ciclo que, en dos jornadas y seis charlas y mesas redondas, pretende estudiar el contexto digital como medio comercial y analizar su repercusión en la profesión publicitaria en cuatro aspectos: la evolución de la estructura tradicional de agencia, las nuevas formas de negocio, los nuevos perfiles profesionales, las nuevas tendencias estratégicas y el rol del receptor en esta coyuntura *on line*. ≡

PROGRAMA COMLOC 2018

JUEVES 15

09.30 Presentación del ComLoc 2018

10.15 Conferencia: Chari García Cubells (Universidad San Pablo CEU). *La evolución de la creatividad y de la tecnología en el ámbito de los perfiles*

12.00 Mesa Redonda: *Perfiles profesionales en el negocio publicitario actual*. Modera Eugenio Martín (Dircom CV), con María Pellicer (WeAddYou), Josep Martí (KilperDVila), Marta Chillarón (Pulipps) y Ernesto Soto (Kanbel)

16.00 Conferencia: Ubaldo Cuesta Cambra (Univ. Complutense de Madrid). *Neuromarketing y publicidad: Análisis de casos prácticos empleando electroencefalograma, respuesta dermoeléctrica, expresión facial implícita, eye-tracking y otras variables*

17.00 Mesa redonda: *Estructura y metodologías de trabajo en la agencia de publicidad*. Modera Vicente Vaño (ComunitAd), con Xavi Sempere (Trumbo), Majo Alonso (Rosebud), Ana Niño (Maslow), Jabo García (Kids)

18.30 Mesa de Comunicaciones

VIERNES 16

10.00 Conferencia: Carmen Marta Lazo (Univ. de Zaragoza). *Competencias digitales para un consumo saludable en redes sociales*

12.00 Mesa Redonda: *Nuevas tendencias estratégicas y creativas de la publicidad digital*. Modera Samuel Gil Soldevilla (UJI), con José Vicente Sancho (Havas Media), Artur Sales (Exit), Iker Múgica (Aftershare), Laura Llopis (WeAddYou), Alex Rubio (Twelthundred)

13.30 Carlos Fanjul Peyró y Cristina González Oñate. *Conclusiones del proyecto El negocio publicitario en la sociedad digital (UJI)*

14.00 Clausura del ComLoc 2018