



## **Isabel Solanas García.**

### **Doctora en Comunicación.**

Doctorado en Estudios Avanzados en Comunicación.  
Universidad Ramon Llull (URL), 2011.

Tesis doctoral: *Orígenes de la Publicidad Moderna (1800-1925). La aparición de la dirección y gestión de cuentas como función profesional en las agencias de publicidad modernas.* (Calificación: excelente *cum laude*).

### **Estudios de Postgrado**

Diploma de Estudios Avanzados en Comunicación (Tesina doctoral). URL, 2008.

Postgrado de Estudios sobre Públicos y Audiencias. URL, 2008.

### **Formación Universitaria**

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Autónoma de Barcelona (1980-1985)

## **Experiencia profesional**

### **Situación actual:**

- Profesional independiente especializada en marketing y comunicación; *branding*, planificación estratégica de la comunicación; gestión de proyectos, marcas y procesos de trabajo. Realización de estudios ad hoc (*market research, competition research*; posicionamiento, estrategia e insights, etc). Proyectos de formación.
- **Docente** universitaria.

### **Con anterioridad:**

- Dirección y gestión de proyectos y clientes en agencia de comunicación 1000Friends (marketing, comunicación, RSE e impacto social) y estudio de diseño La Casa de Carlota (*outsider lab*). Enero 2014- Octubre 2016.

- Profesora de diversas asignaturas (ver apartado experiencia docente) de Grado y Postgrado y responsable de diversos cargos de gestión académica en la Facultad de Comunicación Blanquerna, Universidad Ramon Llull. De 1996 a 2013.
- Directora de Cuentas en Darcy Masius Benton & Bowles (DMB&B). De 1990 a 1998.
- Ejecutiva de Cuentas y Supervisora en J. Walter Thompson . De 1987 a 1990.
- Ejecutiva Departamento de Publicidad de Prosema-Fira de Barcelona. De 1986 a 1987.
- Técnica analista de investigación de mercados .Centro de Investigación y Aplicaciones de la Comunicación (CIAC). De 1985 a 1986.
- Ejecutiva de cuentas *junior* en Publi Equip S.A. DE 1985 a 1986.

## Experiencia docente

### Docencia universitaria actual:

- Profesora colaboradora en la **Universitat Oberta de Catalunya (UOC)** en el Grado de Estudios de Ciencias de Información y de la Comunicación. Autora de materiales didácticos.

#### Asignaturas:

- Planificación Estratégica
- Introducción al Marketing y la Publicidad
- Tutora de Trabajos de Final de Grado (TFG)
- Autorías: Materiales Didácticos Dirección de Cuentas. Guía web del TFG. Guía web del Trabajo de Final de Master (TFM).

- Profesora colaboradora en el **Instituto Europeo di Design (IED)**, en el Master de Dirección Estratégica de la Comunicación.

#### Asignaturas:

- Dirección estratégica de la marca
- Dirección de Cuentas
- Dirección del Proyecto de Final de Master (proyecto profesional en colaboración con empresa u organismo pre seleccionado por el IED).

### Con anterioridad:

- Profesora colaboradora en el Master de Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Universidad de Sevilla. Módulo de Estrategia. Cursos académicos: 2014-2015 y 2016-2017.

- Profesora en la Facultad Blanquerna de la Universidad Ramon Llull. Grado de Comunicación (Publicidad y Relaciones Públicas). Asignaturas impartidas:
  - “Teoría y Gestión de la Marca”. Master Universitario de Estrategia y Creatividad. Del 2007-2008 al 2010-2011.
  - “Dirección y Gestión de Cuentas (Clientes. Estrategia. Marketing y Comunicación)”. 4º Curso Licenciatura/Grado. 2012-2013
  - “Seminario (*profesionalista*) en Dirección de Cuentas”. 4º Curso Licenciatura/Grado. 2012-2013 y del 2000-2001 al 2005-2006.
  - “Seminario de marketing y comunicación. Relación profesional cliente-agencia”. 3er Curso Licenciatura/Grado. Del 1997-1998 al 2011-2012
  - “Dirección de la comunicación”. Postgrado Grey de Dirección de cuentas y gestión de la marca. Del 2001-2002 al 2003-2004.
  - “Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas”. 3er Curso Licenciatura/Grado. Del 1998-1999 al 2001-2002.
  - “Prácticas en empresas”, programa de tutorías individuales. 1998-1999 y 1999-2000.
  - “Introducción al Marketing y la Publicidad”. 2º Curso Licenciatura. 1998-1999.
  - “Seminario (*profesionalista*) introducción al Marketing y la Comunicación”. 2º Curso Licenciatura. 1996-1997.
- Profesora colaboradora en Elisava Escuela Universitaria. Universidad Pompeu i Fabra. Postgrado de Creatividad y Publicidad. Asignatura impartida: “Marketing y la Comunicación”. 2006-2007 y 2008-2009.

✓ Experiencia en gestión docente

- Coordinadora del Área de Postgrado (Títulos propios): Masters, Postgrados y cursos de formación universitaria. Facultad de Comunicación Blanquerna (URL). Del 2002/2003 al 2011/2013.
- Coordinadora de módulo (y autora del programas de asignaturas) del Master Universitario de Estrategia y Creatividad. Facultad de Comunicación Blanquerna (URL). Del 2007/2008 al 2011/2012.
- Coordinadora del Postgrado Grey de Dirección de cuentas y gestión de la marca. También autora del programa de asignaturas y acuerdos de colaboración empresarial para el Postgrado. 2001/2002 y 2003/2004
- Miembro del Comité Organizador del “VI Congreso Internacional Realidad y Comunicación: *Life Without Media*”. Facultad de

- Comunicación Blanquerna, (URL). Junio-Julio, 2011.
- Coordinadora de los cursos 3º y 4º del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Facultad de Comunicación Blanquerna, (URL). De 1999-2000 a 2006-2007.
- Coordinadora de Prácticas de Libre Configuración (cursos 3º y 4º) del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Facultad de Comunicación Blanquerna, (URL). De 1999-2000 a 2006-2007.
- Miembro Comité Organizador del “III Simposium de Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria: Revisemos las teorías de la creatividad publicitaria”. Facultad de Comunicación Blanquerna, (URL). Marzo, 2006.
- Coordinadora del curso “La representación de los jóvenes en la publicidad”. Universidad de verano Ramon Llull. Junio-Julio, 1998.

✓ Cargos y coordinaciones relacionadas con publicaciones académicas y con la actividad investigadora:

- Miembro del Consejo de Redacción, miembro del Consejo de Lectura y evaluadora *peer review* de la revista académica Trípodos-Lenguaje. Pensamiento. Comunicación de la Facultad de Comunicación Blanquerna (URL). Del 2003 al 2013.
- Coordinadora del monográfico “El hombre anuncio. La publicidad en el mundo contemporáneo” [Barcelona] (2006), Trípodos, núm. 18.
- Miembro del Consejo Editorial y evaluadora *peer review* de la revista académica *Qüestions Publicitaries-Revista Internacional de Comunicació y Publicidad*. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Evaluadora *peer review* de la revista académica *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi*, de la *Societat Catalana de Comunicació*, filial del *Institut d’Estudis Catalans*.

✓ También:

- Miembro del Grupo de Investigación en Estrategia y Creatividad (GRECP), reconocido oficialmente como grupo de investigación emergente por la *Generalitat de Catalunya* (ref. 2009-SGR-477). Facultad de Comunicación Blanquerna (URL). De 2005 a 2013.
- Co-comisaria de la Exposición “Publicidad en Cataluña 1857- 1957. Roldós y los pioneros”. Palau Robert de Barcelona. Fechas de la Exposición: del 06/10/2011 al 01/04/2012.
- Coodirectora de tesis doctorales:

*Publicidad y memoria, una nueva visión desde las neurociencias. Los nuevos avances en el estudio de la memoria desde las neurociencias y su determinante implicación para la publicidad*, de Nuria Serrano Abad. Julio, 2013. (Excelente *Cum Laude*).

*El pensamiento estratégico. Una aproximación histórica al concepto de estrategia, desde su origen hasta el planificador de cuentas en las agencias de publicidad*, de Omar Muñoz. Octubre 2013. (Excelente *Cum Laude*).

*Creación y posicionamiento de la Barcelona postolímpica como marca Ciudad*, de Consuelo Morillo. Enero, 2016. (Excelente)

- Directora y evaluadora (Tribunal de evaluación) de diversos Trabajos de Final de Grado (TFG) y Trabajos de Final de Master (TFM). Universidad Ramon Llull, Universidad Abad Oliba y Instituto Europeo di Design (IED)

## **Acreditaciones**

- No presentada a procesos de acreditación de ANECA ni AQU.

## **Líneas/ intereses investigadores**

- Innovación en procesos de creación y desarrollo.
- Estrategia de marca. Valores de marca.
- Evolución y futuro del marketing y la comunicación. Nuevos focos de interés. Impacto social empresarial y consumidor.

## **Publicaciones**

### **Artículos**

SOLANAS, I. A. "Volviendo a las raíces. Orígenes y consolidación de la Dirección y Gestión de Cuentas Publicitaria. El paso definitivo en la estructuración del modelo de agencia de publicidad moderna". En: *Historia y Comunicación Social*, [MADRID] (2014) vol. 19, núm. especial febrero, p. 401-411.

SOLANAS, I. "Una perspectiva interdisciplinar para el estudio de la publicidad y su práctica profesional". En: *Revista Internacional de Economía y Gestión de las Organizaciones*, [Madrid] (2014) vol. 3, núm. 1.

SOLANAS, I. "Dirección y gestión de cuentas: perspectiva histórica de sus orígenes y consolidación en las agencias de publicidad modernas". A: "La historia y su comunicación persuasiva". Madrid: Visión libros, 2013, p. 415-432

SOLANAS, I; MARTORELL, C; SERRA, C. "La divulgación científica en ciencias sociales a través de las exposiciones: un estudio de caso". En: *Historia y Comunicación Social*, [MADRID] (2013) vol. 18, p. 815-826.

SOLANAS, I.; MARTORELL, C.; SERRA, C. "De la universidad a la sociedad. La difusión de la investigación a través de la exposición "Publicidad en Cataluña 1857- 1957. Roldós y los pioneros". En: "Comunicando la cultura y ciencia recientes". Madrid: Visión libros, 2013, p.427-441

CURTO, V.; SOLANAS, I."Telebasura y publicidad". En: Trípodos, 2007, núm. 21, p.127-136.

SOLANAS, I.; ROM, J.; SABATÉ, J." Un nuevo enfoque para la publicidad y el marketing. La búsqueda de la viralidad. El caso de la campaña Levántate ZP". En: Trípodos Extra, 2007, vol.2, p. 995-1009.

SOLANAS, I.; PÉREZ, P. "Incidencia de los estilos de vida en la publicidad y el marketing". En: Trípodos, 2006, núm. 18, p. 123-138.

SABATÉ, J.; SOLANAS, I. "El tractament de la publicitat en la Directiva Europea de Televisió Sense Fronteres". En: Quaderns del CAC, 2005, núm. 22, p. 63-69.

## Libros

SOLANAS, I. *Orígenes de la publicidad moderna (1800-1925). La aparición de la dirección y gestión de cuentas como función profesional en las agencias de publicidad modernas*. Saarbrücken, Alemania: editorial académica española, 2011 (ISBN: 978-3- 8465-7390-7).

SOLANAS, I.; SABATE, J. *Dirección y Gestión de cuentas. Gestión y planificación de cuentas en publicidad*. Barcelona: UOC, 2008 (ISBN: 978-84-9788-707-6).

## Capítulos de libros

SOLANAS, I. "Dirección y gestión de cuentas: perspectiva histórica de sus orígenes y consolidación en las agencias de publicidad modernas". En: "La historia y su comunicación persuasiva". Madrid: Visión libros, 2013, p. 415-432 (ISBN: 978-84- 15965-88-6)

SOLANAS, I.; MARTORELL, C.; SERRA, C. "De la universidad a la sociedad. La difusión de la investigación a través de la exposición "Publicidad en Cataluña 1857- 1957. Roldós y los pioneros". A: Comunicando la cultura y ciencia recientes. Madrid: Visión libros, 2014, p. 427-441 (ISBN: 978-84-15965-89-3)

SABATÉ, J.; SOLANAS, I.; MARTORELL, C. "De Jumbo a Internet: ¿no será que no hay nada tan nuevo en creatividad y en publicidad". En: PINAR, M<sup>a</sup> L (ed). *Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2009, p. 55-67 (ISBN/ISSN: 978-84-693-4654-9)

SOLANAS, I.; SABATÉ, J. “La influencia de la distribución masiva de productos en la expansión publicitaria a finales del siglo XIX”. En: LARRAÑAGA, J.; LARRAONDO, A. (ed). “De la sociedad industrial a la sociedad de la información”. Vitoria: Universidad del País Vasco, 2009 [edición en CD-ROM]

SIVERA, S.; VILAJOANA, S.; SOLANAS, I.; SABATÉ, J. “Del *word of mouth* al *word of mouse*. Marketing viral: la publicidad boca a oreja se reinventa con las TIC”. A: Actas Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) “Investigar la Comunicación”. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 2008 [edició CD-ROM] (ISBN/ISSN: 978-84- 612-3816-3)

- VILAJOANA, S.; SIVERA, S.; SOLANAS, I.; SABATÉ, J. “Avances en comunicación farmacéutica: nuevas vías para el diálogo con el paciente”. A: Actas Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) “Investigar la Comunicación”. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 2008 [edició CD-ROM] (ISBN/ISSN: 978-84- 612-3816-3)

### Otras publicaciones

SOLANAS, I. Guía-web del Trabajo de Final de Grado. Universitat Oberta de Catalunya, 2016.

SOLANAS, I; FERRAN, N. Guía-web del Trabajo de Final de Master. Universitat Oberta de Catalunya, 2017 (prevista publicación: enero 2018)

SOLANAS, I. Dirección de Cuentas (materiales de estudio). Barcelona: UOC, 2008 (ISBN: 978-84-691-4899-0). También edición en catalán: *Direcció de Comptes (materials d'estudi)*. Barcelona: UOC, 2008 (ISBN: 978-84-691-4897-6)

SABATE, J.; SERRA, C.; MARTORELL, C.; SOLANAS, I. “La publicidad española nació en Barcelona”. En: Monográfico especial de La Vanguardia Tres siglos de publicidad, p. 2-9. La Vanguardia, 22 de diciembre, 2011. Institución que hizo el encargo: Edicions Clariana

SABATE, J.; SOLANAS, I.; MARTORELL, C. “De Jumbo a Internet: ¿no será que no hay nada tan nuevo en creatividad y en publicidad”. En: Anuncios. Semanario de la Publicidad, 2011, núm. 1323 i 1324, p. 18-19 i 20-21 (publicado en dos entregas).

### Profesionales / informes técnicos

SABATÉ, J.; ROM, J.; MEDINA, P.; SOLANAS, I. et alter. “Informe el comercio justo y la gran distribución en Cataluña. Recomendaciones para la impulsión de productos de comercio justo y solidario en el sector de la gran distribución en Cataluña”. Barcelona: Mediterrània, 2006 (ISBN/ISSN: 84-8334-122-0).

Institución que hizo el encargo: Agència Catalana de Consum, Generalitat de Catalunya.

SOLANAS, I.; SABATÉ, J. “Informe técnico sobre datos mercadológicos y similitud gráfica del packaging de Knorr-Mi pollo al horno en relación al packaging de Maggi- Directo al horno”. Barcelona, 2006.

Institución que hizo el encargo: Nestlé España.

SOLANAS, I. “Informe mercadotécnico relativo a la comercialización de las cápsulas Nescafé Dolce Gusto y la introducción en el mercado de la cápsula Mepiachi”. Barcelona, juliol 2015. Institución que hizo el encargo: Nestlé España.

### **Otros:**

Organizadora de diversas actividades como moderadora de mesas redondas, ponente, organización de actos (congresos, encuentros profesionales, etc.).

Asistente y ponente en diversos Congresos académicos y encuentros profesionales (apd y otros).

Experiencia asociativa profesional: ex-miembro de la Junta del Colegio de Publicitarios de Cataluña. Actualmente miembro-asociado. Ex-miembro de aedemo.

Colaboradora en diversas organizaciones lucrativas (ámbito personal sin derivaciones profesionales).

I.S.

Noviembre, 2017.

[isabelsolanasgarcia@gmail.com](mailto:isabelsolanasgarcia@gmail.com)

677 42 60 36