

# Dña. Isabel Solanas García.

## Doctora en Estudios Avanzados de la Comunicación

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". Universidad Ramon Llull, Barcelona, España, 2011. Cum Laude.

## Postgrado

- Postgrado de Estudios sobre Públicos y Audiencias. Universidad Ramon LLull, 2000.

## Formación Universitaria

- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Autónoma de Barcelona, España, 1985.

## Dedicación profesional actual

Desde 2016 hasta la actualidad:

- Profesional independiente.
- Actividad fundamental actual: ~~Docente~~.

Complementariamente: profesional *free lance* en dirección y gestión de proyectos. Sector de Actividad: Marketing y Comunicación: Planificación estratégica, marca y publicidad. Realización de Estudios ad hoc (*market research, competition research*; posicionamiento, estrategia e insights, etc). Proyectos de formación.


Profesora en la Escuela de Negocios y Centro Universitario ESIC Barcelona en el Grado Oficial de Marketing. Asignatura: Política de Producto (2º curso). Desde: 2017 hasta la actualidad (dos cursos académicos).

Profesora colaboradora en la *Universitat Oberta de Catalunya* (UOC) en el Grado de Estudios de Ciencias de Información y de la Comunicación y en el Máster Universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad (UOC).

- Asignaturas: Planificación Estratégica; Introducción al Marketing y la Publicidad;
- Autora de materiales didácticos.
- Tutora de Trabajos de Final de Grado (TFG) y profesora *dinamizadora* de la asignatura TFG.

Autorías: elaboración de diversos Materiales Didácticos (UOC). Áreas: Dirección de Cuentas. Dirección de la comunicación de la Marca. Guía web del Trabajo de Final de Grado (TFG). Guía(s) web del Trabajo de Final de Master (TFM).

Desde: 2016 hasta la actualidad (tres cursos académicos)

- 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 seleccionada por el IED). Desde: 2015 hasta la actualidad (cuatro cursos académicos)

Con anterioridad:

- Dirección y gestión de proyectos y clientes en agencia de comunicación 1000Friends (marketing, comunicación, RSE e impacto social) y en el estudio de diseño La Casa de Carlota (*outsider lab*). Desde: enero 2014 a octubre 2016.
- Profesora de diversas asignaturas de Grado y Postgrado. Responsable de diversos cargos de gestión académica en la Facultad de Comunicación Blanquerna, Universidad Ramon Llull (ver apartados experiencia docente y gestión académica). Desde: septiembre 1996 a julio 2013.
- Directora de Cuentas en Darcy Masius Benton & Bowles (DMB&B). Desde enero 1990 a septiembre 1998.

- Ejecutiva de Cuentas y Supervisora de Cuentas en J. Walter Thompson . Desde noviembre 1987 a enero 1990.
- Ejecutiva Departamento de Publicidad de Prosema-Fira de Barcelona. Desde 1986 a 1987.
- Técnica analista de investigación de mercados .Centro de Investigación y Aplicaciones de la Comunicación (CIAC). Desde 1985 a 1986.
- Ejecutiva de cuentas *junior* en Publi Equip S.A. Desde 1985 a 1986.

#### Experiencia docente

##### Con anterioridad:

- Profesora colaboradora en el Máster de Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad de Sevilla. Módulo de Estrategia. Cursos académicos: 2014-2015 y 2016-2017.
- Profesora, con dedicación plena, en la Facultad Blanquerna de la Universidad Ramon Llull en el Grado de Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, y en el área de Postgrado (Masters y Postgrados).

Asignaturas: Teoría y Gestión de la Marca; Dirección y Gestión de Cuentas; Introducción al Marketing y la Publicidad; Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas; Seminario *profesionalizador* de Dirección de la Comunicación y Gestión de Cuentas; Seminario de Marketing y Comunicación empresarial; Seminario *profesionalizador* de Relaciones Anunciante-Agencia; Seguimiento prácticas profesionales de alumnos.  
Desde: 1998 a 2013

- Profesora colaboradora el Postgrado de Creatividad y Publicidad en Elisava Escuela Universitaria de la Universidad Pompeu i Fabra. Asignatura: Marketing y Comunicación.  
Cursos académicos: 2006-2007 y 2008- 2009.

##### Experiencia en gestión docente universitaria.

- 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 Máster 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 Publicitarias-Revista Internacional de Comunicación 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.
- 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 Comunicació 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.
- Codirectora 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.
  - *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.
  - *Creación y posicionamiento de la Barcelona postolímpica como marca Ciudad*, de Consuelo Morillo. Enero, 2016.
- Directora y evaluadora (Tribunal de evaluación) de diversos Trabajos de Final de Grado (TFG) y Trabajos de Final de Master (TFM). Universidad Ramon Llull (URL), Universidad Abad Oliba CEU, Instituto Europeo de Design (IED) y UOC.

#### Informes técnicos/profesionales

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

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

#### 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, Ma 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 [edición 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 [edición CD-ROM] (ISBN/ISSN: 978-84- 612-3816-3)

## Otras publicaciones

SOLANAS, I. *Guía-web del Trabajo Final de Master. Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2018.

SOLANAS, I; FERRAN, N. *Guía-web del Trabajo de Final de Master. Master Universitario de Social Media y Periodismo*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2017.

SOLANAS, I. *Guía-web del Trabajo de Final de Grado. Grado de Comunicación*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2016.

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).

## Miembro de:

- Miembro asociado al Colegio de Publicitarios y Relaciones Públicas de Cataluña. Con anterioridad miembro de la Junta del Colegio (presidida por Ildelfonso García-Serena) y responsable de Área de Formación.

## Líneas de estudio de interés/ investigación:

- Innovación en procesos de creación y desarrollo.
- Estrategia de producto y de marca. Valores de marca.
- Evolución y futuro del marketing y la comunicación. Nuevos focos de interés.
- Estudio del consumidor y su relación con las marcas.
- Impacto social de la actividad empresarial