

Experto Universitario Branding





Experto Universitario Branding

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 24 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/disenio/experto-universitario/experto-branding

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología de estudio

pág. 20

05

Titulación

pág. 30

01

Presentación

El Branding o desarrollo de marca es una de las áreas de trabajo más demandadas en el diseño gráfico. En esta capacitación creada de manera específica para los profesionales de este sector se le llevará a conseguir la habilidad necesaria para trabajar con seguridad y solvencia. Para ello, se ofrece la oportunidad de adquirir las competencias de un profesional especializado mediante una capacitación que asegurará el crecimiento laboral sin problemas de conciliación. Una ocasión única de desarrollo y promoción.



Dictionary

brand

\'bran |

marketing charac

cast

pecial • variety • new • business id

ts that are all made by a particular company and all have a pa

something

a animal (such as a cow) to show who own

acter.class
ideas

rticular name

s the animal

“

Un recorrido educativo de alta intensidad que te capacitará para desarrollarte en Branding con la solvencia de los mejores profesionales del sector”

Este Experto Universitario en Branding se ha estructurado para ofrecer un proceso interesante, interactivo y sobre todo, muy eficaz, para capacitarse en todo lo que concierne a este sector. Para conseguirlo se ofrece un recorrido muy claro y continuo de crecimiento que, además, es compatible al 100% con otras ocupaciones.

A través de una metodología exclusiva, este Experto Universitario le llevará a conocer todas las formas de trabajo en Branding que el profesional necesita para mantenerse a la vanguardia y conocer los fenómenos cambiantes de esta forma de comunicación.

Por ello, en esta capacitación se abordarán los aspectos que un diseñador necesita conocer para planificar, desarrollar y finalizar un Branding completo. Un camino educativo que irá escalando en las competencias del alumno para ayudarle a conseguir los retos de un profesional de primera línea.

El Experto Universitario en Branding se presenta como una opción viable para un profesional que decida trabajar de manera autónoma, pero también para ser parte de cualquier organización o empresa. Una vía interesante de desarrollo profesional que se beneficiará de los conocimientos específicos que en esta capacitación ponemos ahora a su disposición.

Este **Experto Universitario en Branding** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas del programa son:

- ◆ Desarrollo de gran cantidad de casos prácticos presentados por expertos
- ◆ Contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos
- ◆ Novedades y avances de vanguardia en esta área
- ◆ Ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ◆ Metodologías innovadoras de gran eficiencia
- ◆ Lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ◆ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Este programa te permitirá potenciar tus capacidades y actualizar tus conocimientos en Branding”

“

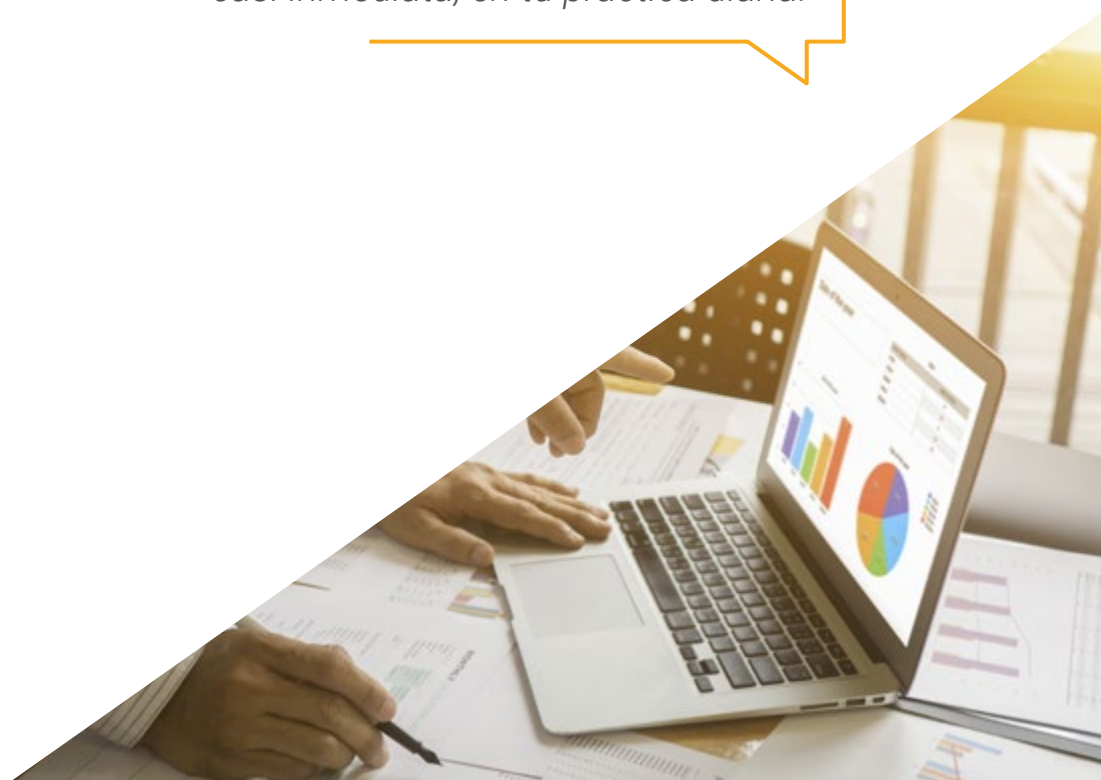
Todos los conocimientos necesarios para el profesional del diseño gráfico en esta área, compilados en un Experto Universitario de alta eficiencia educativa que optimizará tu esfuerzo con los mejores resultados”

El desarrollo de este programa está centrado en la práctica de los aprendizajes teóricos propuestos. A través de los sistemas de enseñanza más eficaces, contrastados métodos importados de las universidades más prestigiosas del mundo, se podrá adquirir nuevos conocimientos de manera eminentemente práctica. De esta forma, el empeño es en convertir el esfuerzo en competencias reales e inmediatas.

El sistema online es otra de las fortalezas de esta propuesta de capacitación. Con una plataforma interactiva que cuenta con las ventajas de los desarrollos tecnológicos de última generación, ponemos a tu servicio las herramientas digitales más interactivas. De esta forma se ofrece una forma de aprendizaje totalmente adaptable a las necesidades, para que pueda compaginar de manera perfecta, esta capacitación con la vida personal o laboral.

Un aprendizaje práctico e intensivo que te dará todas las herramientas que necesitas para trabajar en esta área, en un Experto Universitario específico y concreto.

Una capacitación creada para permitirte implementar los conocimientos adquiridos de forma casi inmediata, en tu práctica diaria.



02

Objetivos

El objetivo de este Experto Universitario en Branding es ofrecer a los profesionales una vía completa para adquirir conocimientos y destrezas para la práctica profesional de este sector, con la seguridad de aprender de los mejores y una forma de aprendizaje basada en la práctica que permitirá culminar la capacitación con los conocimientos necesarios para realizar el trabajo con total seguridad y competencia.

INBOUN
MARKE
STRAT



ND
ETING
EGY



“

Nuestro objetivo es sencillo: ayudarte a conseguir la actualización más completa en un Experto Universitario totalmente compatible con tus obligaciones laborales y personales”



Objetivo general

- ♦ Aprender todos los aspectos de la creación de un Branding en cualquiera de los tipos de soporte en que se pueden desarrollar

“

Una oportunidad creada para los profesionales que buscan un programa intensivo y eficaz para dar un paso significativo en el ejercicio de su profesión”





Objetivos específicos

Módulo 1. Introducción al color

- ♦ Comprender la importancia del color en el entorno visual
- ♦ Adquirir la capacidad para observar, organizar, discriminar y gestionar el color
- ♦ Aplicar los fundamentos psicológicos y semióticos del color en el diseño
- ♦ Capturar, manipular y preparar el color para su uso en soportes físicos y virtuales
- ♦ Adquirir la capacidad de formular juicios independientes, por medio de argumentos
- ♦ Saber documentarse, analizando e interpretando las fuentes documentales y literarias con criterio propio

Módulo 2. Imagen corporativa

- ♦ Comprender los conceptos básicos que forman parte de la política de comunicación de una organización: su identidad, su cultura, cómo comunica, cuál es su imagen, su marca, su reputación y la responsabilidad social
- ♦ Entender cuáles son las áreas estratégicas que un responsable gráfico debe gestionar en el proceso comunicativo de la identidad gráfica y visual de marcas
- ♦ Conocer las herramientas y estrategias teórico-prácticas que faciliten la gestión de la comunicación corporativa e institucional en organizaciones de toda índole
- ♦ Saber seleccionar correctamente un método de organización de información y comunicación para el buen uso de una marca
- ♦ Investigar e identificar los elementos más significativos de la empresa-cliente, así como sus necesidades para la creación de estrategias y mensajes comunicativos
- ♦ Desarrollar un sistema reglado de normas gráficas básicas basado en elementos de la identidad visual/marca

Módulo 3. Creación de portafolio

- ♦ Crear narraciones audiovisuales aplicando correctamente criterios de usabilidad e interactividad
- ♦ Identificar la figura del diseñador en el panorama laboral
- ♦ Conocer técnicas, métodos, herramientas y redes para promocionar el trabajo personal
- ♦ Entender el protocolo ético que hay que seguir en el ejercicio profesional
- ♦ Poder identificar fortalezas y debilidades en uno mismo
- ♦ Saber valorar económicamente el trabajo propio

Módulo 4. Tipografía

- ♦ Conocer los principios sintácticos del lenguaje gráfico y aplicar sus reglas para describir con claridad y precisión objetos e ideas
- ♦ Conocer el origen de las letras y su importancia histórica
- ♦ Reconocer, estudiar y aplicar de forma coherente la tipografía a procesos gráficos
- ♦ Conocer y aplicar los fundamentos estéticos de la tipografía
- ♦ Saber analizar la disposición de los textos en el objeto de diseño

03

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales, conscientes de la relevancia en la actualidad de la capacitación para poder avanzar en el mercado laboral con seguridad y competitividad, y para ejercer la profesión con la excelencia que sólo permite la mejor capacitación.

INBOU
MARKE
STRAT



STRATEGY



VISITORS



LEADS

UND ETING EGY



CUSTOM

“

Este Experto Universitario en Branding contiene el programa de aprendizaje más completo y actualizado del mercado”

Módulo 1. Introducción al color

- 1.1. El color, principios y propiedades
 - 1.1.1. Introducción al color
 - 1.1.2. Luz y color: la sinestesia cromática
 - 1.1.3. Atributos del color
 - 1.1.4. Pigmentos y colorantes
- 1.2. Los colores en el círculo cromático
 - 1.2.1. El círculo cromático
 - 1.2.2. Colores fríos y cálidos
 - 1.2.3. Colores primarios y derivados
 - 1.2.4. Las relaciones cromáticas: armonía y contraste
- 1.3. Psicología del color
 - 1.3.1. Construcción del significado de un color
 - 1.3.2. La carga emocional
 - 1.3.3. El valor denotativo y connotativo
 - 1.3.4. Marketing emocional. La carga del color
- 1.4. Teoría del color
 - 1.4.1. Una teoría científica. Isaac Newton
 - 1.4.2. La teoría de los colores de Goethe
 - 1.4.3. Aunando en la teoría de los colores de Goethe
 - 1.4.4. Psicología del color según Eva Heller
- 1.5. Insistiendo en la clasificación del color
 - 1.5.1. El doble cono de Guillermo Ostwald
 - 1.5.2. El sólido de Albert Munsell
 - 1.5.3. El cubo de Alfredo Hickethier
 - 1.5.4. El triángulo CIE (Comisión Internacional de l'Eclairage)
- 1.6. El estudio individual de los colores
 - 1.6.1. Blanco y Negro
 - 1.6.2. Colores neutros. La escala de grises
 - 1.6.3. Monocromo, duocromo, policromo
 - 1.6.4. Aspectos simbólicos y psicológicos de los colores



- 1.7. Modelos de color
 - 1.7.1. Modelo sustractivo. Modo CMYK
 - 1.7.2. Modelo aditivo. Modo RGB
 - 1.7.3. Modelo HSB
 - 1.7.4. Sistema Pantone. La pantonera
- 1.8. De la Bauhaus a Murakami
 - 1.8.1. La Bauhaus y sus artistas
 - 1.8.2. Teoría de la Gestalt al servicio del color
 - 1.8.3. Josef Albers. La interacción del color
 - 1.8.4. Murakami, las connotaciones de la ausencia de color
- 1.9. El color en el proyecto de diseño
 - 1.9.1. El pop art. El color de las culturas
 - 1.9.2. Creatividad y color
 - 1.9.3. Artistas contemporáneos
 - 1.9.4. Análisis de diversas ópticas y perspectivas
- 1.10. La gestión del color en el entorno digital
 - 1.10.1. Espacios de color
 - 1.10.2. Perfiles de color
 - 1.10.3. Calibración de monitores
 - 1.10.4. Lo que debemos tener en cuenta

Módulo 2. Imagen corporativa

- 2.1. La identidad
 - 2.1.1. Idea de identidad
 - 2.1.2. ¿Por qué se busca la identidad?
 - 2.1.3. Tipos de identidad
 - 2.1.4. La identidad digital
- 2.2. La identidad corporativa
 - 2.2.1. Definición. ¿Por qué tener una identidad corporativa?
 - 2.2.2. Factores que influyen en la identidad corporativa
 - 2.2.3. Componentes de la identidad corporativa
 - 2.2.4. Comunicación de la identidad
 - 2.2.5. Identidad corporativa, branding, imagen corporativa
- 2.3. La imagen corporativa
 - 2.3.1. Característica de la imagen corporativa
 - 2.3.2. ¿Para qué sirve la imagen corporativa?
 - 2.3.3. Tipos de imagen corporativa
 - 2.3.4. Ejemplos
- 2.4. Los signos identificadores básicos
 - 2.4.1. El nombre o naming
 - 2.4.2. Los logotipos
 - 2.4.3. Los monogramas
- 2.5. Factores de memorización de la identidad
 - 2.5.1. La originalidad
 - 2.5.2. El valor simbólico
 - 2.5.3. La pregnancia
 - 2.5.4. La repetición

- 2.6. Metodología para el proceso de creación de una marca
 - 2.6.1. Estudio del sector y de la competencia
 - 2.6.2. Briefing, plantilla
 - 2.6.3. Definir estrategia y personalidad de marca. Los valores
 - 2.6.4. Público objetivo
- 2.7. El cliente
 - 2.7.1. Intuir como es el cliente
 - 2.7.2. Tipologías de clientes
 - 2.7.3. El proceso de reunión
 - 2.7.4. La importancia de conocer al cliente
 - 2.7.5. Establecer presupuesto
- 2.8. Manual de identidad corporativa
 - 2.8.1. Normas de construcción y aplicación de la marca
 - 2.8.2. La tipografía corporativa
 - 2.8.3. Colores corporativos
 - 2.8.4. Otros elementos gráficos
 - 2.8.5. Ejemplos de manuales corporativos
- 2.9. Rediseño de identidades
 - 2.9.1. Razones para optar por el rediseño de una identidad
 - 2.9.2. Gestión de un cambio en la identidad corporativa
 - 2.9.3. Buena praxis. Referentes visuales
 - 2.9.4. Mala praxis. Referentes visuales
- 2.10. Proyecto de identidad de marca
 - 2.10.1. Presentación y explicación del proyecto. Referentes
 - 2.10.2. Brainstorming. Análisis del mercado
 - 2.10.3. Público objetivo, valor de marca
 - 2.10.4. Primeras ideas y bocetos. Técnicas creativas
 - 2.10.3. Establecimiento del proyecto. Tipografías y colores
 - 2.10.4. Entrega y corrección de proyectos

Módulo 3. Creación de portafolio

- 3.1. El portafolio
 - 3.1.1. El portafolio como tu carta de presentación
 - 3.1.2. La importancia de un buen portafolio
 - 3.1.3. Orientación y motivación
 - 3.1.4. Consejos prácticos
- 3.2. Características y elementos
 - 3.2.1. El formato físico
 - 3.2.2. El formato digital
 - 3.2.3. El uso de mockups
 - 3.2.4. Errores comunes
- 3.3. Plataformas digitales.
 - 3.3.1. Comunidades de aprendizaje continuo
 - 3.3.2. Redes Sociales: Twitter, Facebook, Instagram
 - 3.3.3. Redes Profesionales: LinkedIn, Infojobs
 - 3.3.4. Portfolios en la nube: Behance
- 3.4. El diseñador en el esquema laboral
 - 3.4.1. Salidas laborales de un diseñador
 - 3.4.2. Las agencias de diseño
 - 3.4.3. Diseño gráfico empresarial
 - 3.4.4. Casos de éxito
- 3.5. ¿Cómo me muestro profesionalmente?
 - 3.5.1. Mantenerse actualizado, en constante reciclaje
 - 3.5.2. El currículum vitae y su importancia
 - 3.5.3. Errores comunes en un currículum vitae
 - 3.5.4. ¿Cómo crear un buen currículum vitae?

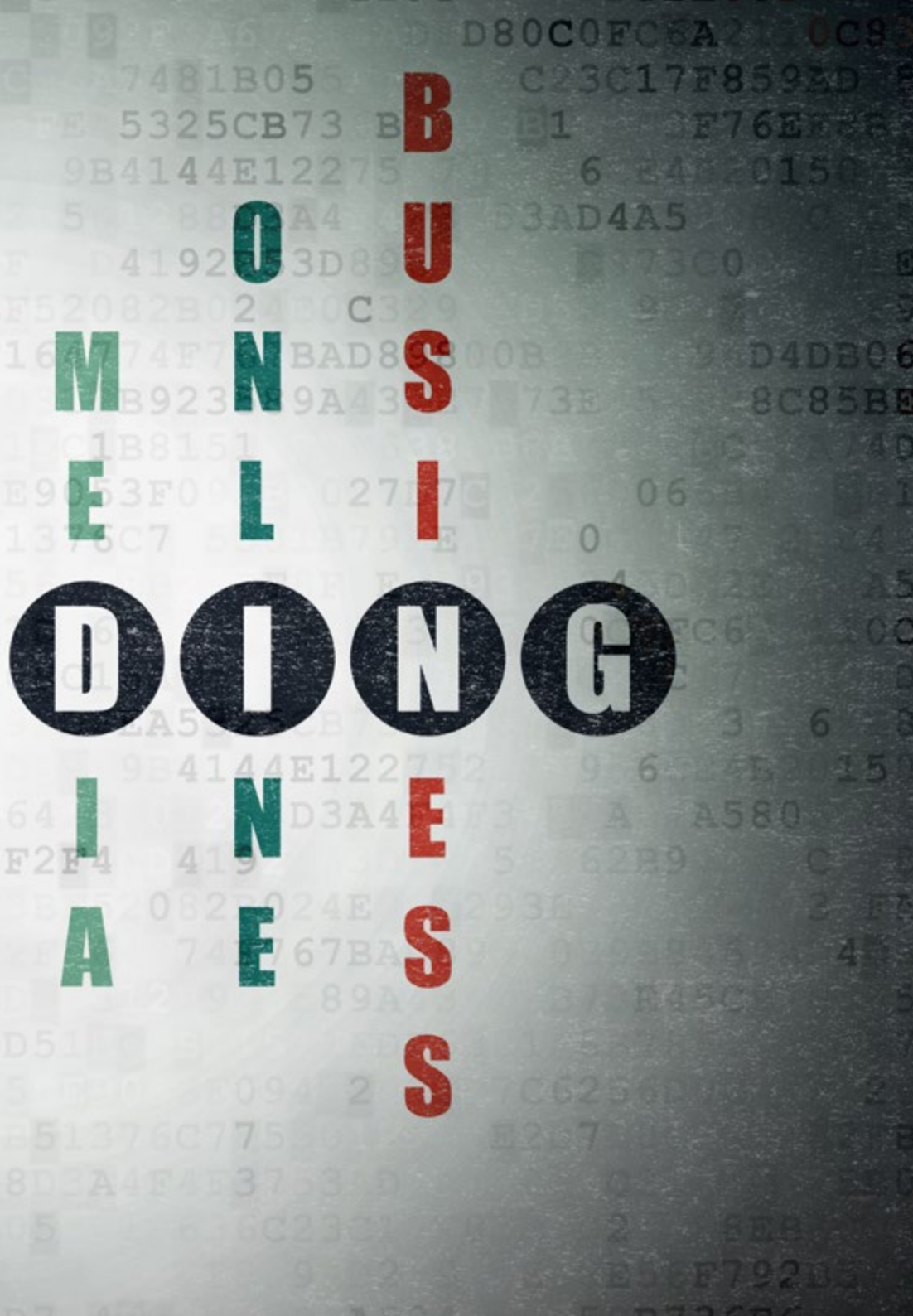
- 3.6. Los nuevos consumidores
 - 3.6.1. La percepción del valor
 - 3.6.2. Definición de tu público objetivo
 - 3.6.3. Mapa de empatía
 - 3.6.4. Las relaciones personales
- 3.7. Mi marca personal
 - 3.7.1. Emprender: La búsqueda de un sentido
 - 3.7.2. Convierte tu pasión en un trabajo
 - 3.7.3. El ecosistema alrededor de tu actividad
 - 3.7.4. El modelo Canvas
- 3.8. La Identidad visual
 - 3.8.1. El Naming
 - 3.8.2. Los valores de una marca
 - 3.8.3. Los grandes temas
 - 3.8.4. Moodboard. El uso de Pinterest
 - 3.8.5. Análisis de factores visuales
 - 3.8.6. Análisis de factores temporales
- 3.9. La ética y la responsabilidad
 - 3.9.1. Decálogo ético para la práctica del diseño
 - 3.9.2. Derechos de autor
 - 3.9.3. Diseño y objeción de conciencia
 - 3.9.4. El “buen” diseño
- 3.10. El precio de mi trabajo
 - 3.10.1. ¿Necesitas dinero para vivir?
 - 3.10.2. Contabilidad básica para emprendedores
 - 3.10.3. Tipos de gastos
 - 3.10.4. Tu precio/hora. Precio de venta al público

Módulo 4. Tipografía

- 4.1. Introducción a la tipografía
 - 4.1.1. ¿Qué es la tipografía?
 - 4.1.2. El papel de la tipografía en el diseño gráfico
 - 4.1.3. Secuencia, contraste, forma y contraforma
 - 4.1.4. Relación y diferencias entre tipografía, caligrafía y *lettering*
- 4.2. El origen múltiple de la escritura
 - 4.2.1. La escritura ideográfica
 - 4.2.2. El alfabeto fenicio
 - 4.2.3. El alfabeto romano
 - 4.2.4. La reforma carolingia
 - 4.2.5. El alfabeto latino moderno
- 4.3. Inicios de la tipografía
 - 4.3.1. La imprenta, una nueva era. Primeros tipógrafos
 - 4.3.2. La revolución industrial: la litografía
 - 4.3.3. El modernismo: los inicios de la tipografía comercial
 - 4.3.4. Las vanguardias
 - 4.3.5. Periodo de entreguerras
- 4.4. El papel de las escuelas de diseño en la tipografía
 - 4.4.1. La Bauhaus
 - 4.4.2. Herbert Bayer
 - 4.4.3. Psicología de la Gestalt
 - 4.4.4. La Escuela Suiza
- 4.5. Tipografía actual
 - 4.5.1. 1960 –1970, precursores de la revuelta
 - 4.5.2. Postmodernidad, deconstructivismo y tecnología
 - 4.5.3. ¿Hacia dónde va la tipografía?
 - 4.5.4. Tipografías que marcan tendencia

- 4.6. La forma tipográfica I
 - 4.6.1. Anatomía de la letra
 - 4.6.2. Medidas y atributos del tipo
 - 4.6.3. Las familias tipográficas
 - 4.6.4. Caja alta, caja baja y versalitas
 - 4.6.5. Diferencia entre tipografía, fuente y familia tipográfica
 - 4.6.6. Filetes, líneas y elementos geométricos
- 4.7. La forma tipográfica II
 - 4.7.1. La combinación tipográfica
 - 4.7.2. Formatos de fuentes tipográficos (PostScript-TrueType-OpenType)
 - 4.7.3. Licencias tipográficas
 - 4.7.4. ¿Quién debe comprar la licencia, cliente o diseñador?
- 4.8. La corrección tipográfica. Composición de textos
 - 4.8.1. El espaciado entre letras. *Tracking y kerning*
 - 4.8.2. El espacio entre palabras. El cuadratín
 - 4.8.3. El interlineado
 - 4.8.4. El cuerpo de letra
 - 4.8.5. Atributos del texto
- 4.9. El dibujo de las letras
 - 4.9.1. El proceso creativo
 - 4.9.2. Materiales tradicionales y digitales
 - 4.9.3. El uso de la tableta gráfica y del ipad
 - 4.9.4. Tipografía digital: contornos y mapas de bits
- 4.10. Carteles tipográficos
 - 4.10.1. La caligrafía como base para el dibujo de las letras
 - 4.10.2. ¿Cómo realizar una composición tipográfica que impacte?
 - 4.10.3. Referencias visuales
 - 4.10.4. La fase del bocetado
 - 4.10.5. Proyecto





“

*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional”*

04

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

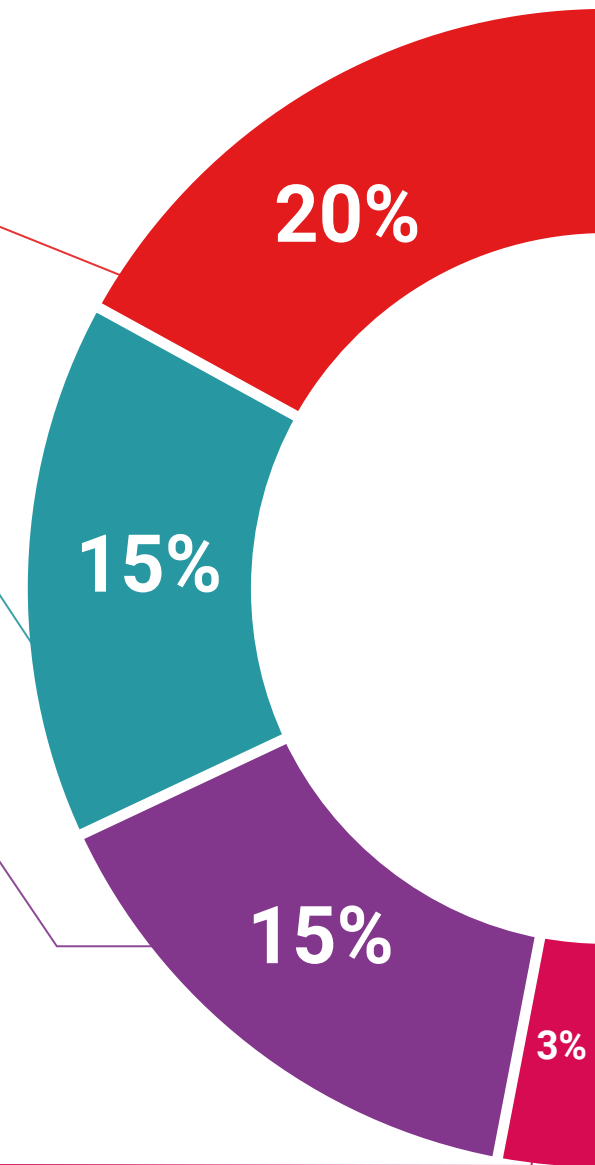
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

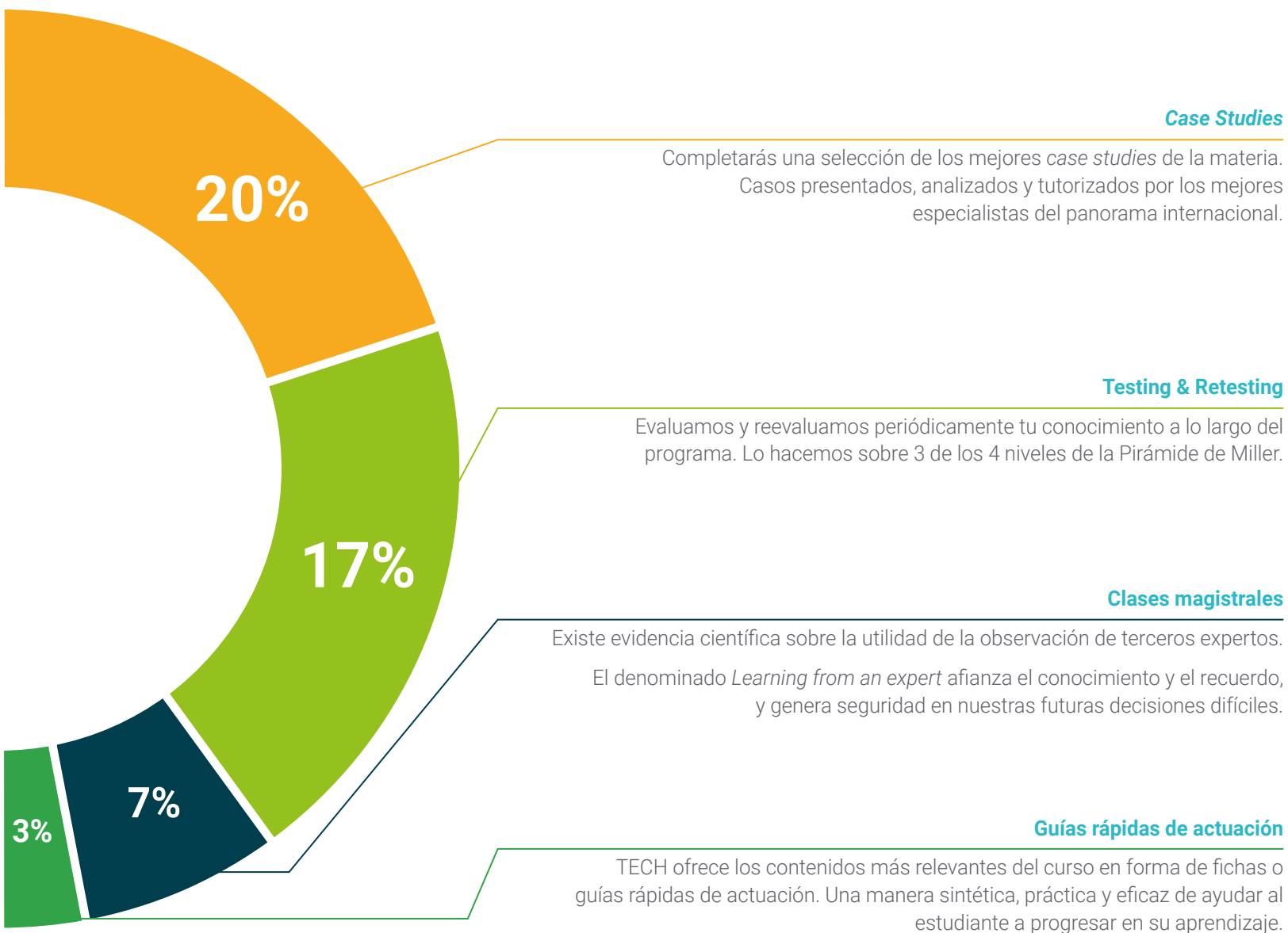
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



05 Titulación

El Experto Universitario en Branding garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

El programa del **Experto Universitario en Branding** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Experto Universitario en Branding**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **24 ECTS**





Experto Universitario Branding

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 24 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario Branding

and