



Experto Universitario

Planificación de Medios Publicitarios

» Modalidad: online» Duración: 3 meses

» Titulación: TECH Universidad

» Acreditación: 18 ECTS

» Horario: a tu ritmo» Exámenes: online

 ${\tt Acceso~web:} \textbf{ www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-planificacion-medios-publicitarios}$

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 20

06

Metodología de estudio

pág. 26

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 36

80

Impacto para tu carrera

pág. 40

09

Beneficios para tu empresa

pág. 44

10

Titulación

pág. 48

01 **Bienvenida**

Hoy en día los medios en los que realizar publicidad han aumentado notoriamente. Tal es así que la planificación de medios publicitarios se ha sofisticado muchísimo, teniendo en cuenta no solo a los canales más tradicionales sino también a los más novedosos como las redes sociales o plataformas web diversas. Así, se ha abierto un nicho de negocio que demanda a profesionales versados en la programación más organizada y actualizada de las distintas vías de publicidad. Por ese motivo TECH ha elaborado la presente titulación, con la que los profesionales del ámbito publicitario puedes especializarse, distinguirse de sus competidores y acceder a mejores puestos laborales en una industria que requiere de estos conocimientos.









tech 08 | ¿Por qué estudiar en TECH?

En TECH Universidad



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.





Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

¿Por qué estudiar en TECH? | 09 tech

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.





tech 12 | ¿Por qué nuestro programa?

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:



Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.



Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.



Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.



Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.



Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.



Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.



Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.



Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.





tech 16 | Objetivos

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios capacita al alumno para:



Conocer los fundamentos de la publicidad y los agentes que participan en proceso de creación publicitaria

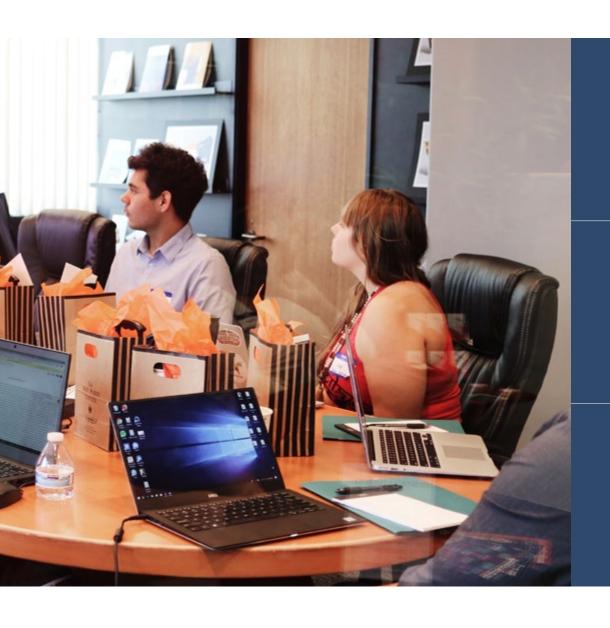


Reconocer e identificar los perfiles profesionales del publicitario, así como las principales funciones y requisitos que debe cumplir para su desarrollo profesional



Gestionar la comunicación institucional en toda circunstancia incluso en episodios de crisis en la que el mensaje este alineado con los intereses de los diferentes *stakeholders*







Gestionar la comunicación de cualquier evento relacionado con la comunicación corporativa



Crear la imagen corporativa de cualquier entidad a partir de cualquiera de sus atributos



Capacitar al alumno para comprender la importancia de Internet en la labor de búsqueda y gestión de la información en el campo de la publicidad y las relaciones públicas, en su aplicación a supuestos concretos



Tener la capacidad de análisis, tratamiento, interpretación, elaboración y estructuración de la comunicación digital



Capacitar al alumno para analizar y optimizar la utilización de nuevas vías y estrategias comunicativas de los medios digitales por parte del profesional de la publicidad y las relaciones públicas



Entender la importancia de las redes sociales y el e-mobile como apoyo y revolución comercial y utilizar dichas herramientas para la consecución de objetivos publicitarios y de relaciones públicas





10

Saber aplicar las variables de análisis de la planificación de medios publicitarios



Realizar un plan de medios para una agencia de publicidad o una central de medios



Saber gestionar la compra de medios y soportes publicitarios





tech 22 | Estructura y contenido

Plan de estudios

El Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios de TECH Universidad es un programa intensivo que prepara al alumno para dominar la planificación de medios publicitarios.

El contenido del Experto Universitario está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones del alumno con un mayor rigor en entornos inciertos, afrontando los retos empresariales que puedan presentarse en el ámbito publicitario para posicionar un producto, servicio o empresa a través de distintos medios.

Así, a lo largo de la preparación, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio, que posicionarán el perfil del profesional.

De esta manera, el Experto Universitario se centra en el conocimiento de la identidad corporativa y el uso de las redes sociales para saber enfocar la promoción, el posicionamiento o venta a través de los medios que están en auge. Un plan de estudios diseñado para especializar a profesionales del entorno empresarial y orientarles hacia este sector desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Por todo ello, este programa está pensado para el alumno, enfocado hacia su mejora profesional que le prepara para alcanzar la excelencia en un ámbito enfocado a resultados, con un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que le otorgarán las competencias para llevar a desarrollarse en este entorno con éxito.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 3 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1 Identidad corporativa

Módulo 2 Comunicaciones de Marketing Integradas

Módulo 3 Planificación de Medios Publicitarios



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 3 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

En este Experto Universitario aprenderás la importancia de contar con un plan de redes sociales alineado con el plan estratégico de la empresa.

tech 24 | Estructura y contenido

Módulo 1. Identidad corporativa 1.1. La importancia de la imagen 1.2. Las técnicas de investigación en 1.3. Auditoría y estrategia de imagen 1.4. Cultura corporativa en las empresas Imagen Corporativa Qué es la auditoría de imagen ¿Qué es la cultura corporativa? 1.3.2. Pautas 1.4.2. Factores que intervienen 1.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa? 1.2.1. Introducción 1.3.3. Metodología de la auditoría en la cultura corporativa 112 Diferencias entre identidad 1.2.2. El estudio de la imagen de la empresa 1.4.3. Funciones de la cultura corporativa e imagen corporativa 1.2.3. Técnicas de investigación 1.3.4. Planificación estratégica 1.4.4. Tipos de cultura corporativa 1.1.3. ¿Dónde se puede manifestar de la imagen corporativa la imagen corporativa? 1.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio 1.1.4. Situaciones de cambio de la imagen de la imagen corporativas ¿Por qué consequir una buena 1.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas imagen corporativa? 1.5. Responsabilidad Social Corporativa 1.6. La identidad visual corporativa 1.7. Imagen y posicionamiento 1.8. Gestión de la imagen a través y Reputación Corporativa y el Naming de marcas de la Comunicación de Crisis 1.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa 1.8.1. Plan estratégico de comunicación 1.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa 1.7.1. Los orígenes de las marcas 1.5.2. Directrices para integrar la RSC 1.6.2. Elementos básicos 1.7.2. ¿Qué es una marca? 1.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación en las empresas 1.6.3. Principios básicos 1.7.3. La necesidad de construir una marca de crisis 1.5.3. La comunicación de la RSC 1.6.4. Elaboración del manual 1.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas 1.8.3. Casos 1.7.5. El valor de las marcas 1.5.4. Reputación corporativa 1.6.5. El naming 1.10. La distribución y la imagen del 1.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa punto de venta 1.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario 1.10.1. Los principales protagonistas de la 1.9.2. El marketing promocional distribución comercial 1.9.3. Características 1.10.2. La imagen de las empresas de distribución 1.9.4. Peligros comercial a través del posicionamiento 1.9.5. Tipos y técnicas promocionales 1.10.3. A través de su nombre y logotipo

Módulo 2. Comunicaciones de Marketing Integradas

2.1. Publicidad Below the Line

- 2.1.1. Introducción. Concepto y características
- 2.1.2. Nuevas tendencias de comunicaciones de Mercadotecnia
- 2.1.3. Medios no masivos y personales

2.2. Mercadotecnia directa e interactiva

- 2.2.1. Concepto y características de mercadotecnia directa
- 2.2.2. Telemarketing
- 2.2.3. E-mail marketing, cartas, boletines, información personalizada

2.3. Técnicas de mercadotecnia en el punto de venta

- 2.3.1. Óptimas condiciones del punto de venta
- 2.3.2. Diseño del envase: la estética del envase
- 2.3.3. Comercialización
- 2.3.4. Acciones con premios o bonificación

2.4. Importancia de las relaciones públicas

- 2.4.1. Características de las relaciones públicas
- 2.4.2. Medios y formatos de las relaciones públicas
- 2.4.3. Imagen corporativa: valor intangible, la marca

2.8. Importancia de las redes sociales 2.5. Tendencias Branded 2.6. Estrategia Comunicación digital 2.7. Métricas de comunicación digital **Entertainment Marketing** 2.6.1. Introducción a la planificación y estrategia Formatos y métricas 2.8.1. Tipos de Redes sociales de la comunicación de mercadotecnia digital de la comunicación digital 2.8.2. La importancia de las redes sociales para 2.5.1. Concepto y características 2.6.2. Comercio electrónico 2.7.2. Posicionamiento en buscadores tu negocio del branded entertainment 2.8.3. Blogs, blogosfera y mircroblogs. 2.6.3. Prosumer: consumidor participativo Métricas y analíticas de las acciones de 2.5.2. Mercadotecnia Publicitaria viral mercadotecnia digital Blog mercadológico 2.5.3. Mercadotecnia de contenido de marca 2.5.4 «Gamificación» 2.9. Segmentación efectiva y 2.10. Ventajas de Mercadotecnia Móvil herramientas en redes sociales 2.10.1. Características de Mercadotecnia Móvil 2.10.2. Acciones de Mercadotecnia Móvil: 2.9.1. Segmentar audiencia en la web publicidad, «cuponing», localización, 2.9.2. Segmentar en Facebook mensajería y contenidos 2.9.3. Segmentar en twitter 2.10.3. Aplicaciones (apps) Módulo 3. Planificación de Medios Publicitarios 3.3. Comunicación estratégica vs 3.4. Ejecución del proceso de 3.1. Érase una vez la estrategia 3.2. El pensamiento estratégico planificación publicitaria clases de estrategias 3.1.1. Historia de la estrategia 3.2.1. Dimensión estratégico 3.1.2. Aplicación de la estrategia a otras ¿Qué es un plan estratégico? 3.4.1. Historia de la planificación publicitaria 3.3.1. Rasgos de la comunicación estratégica 3.2.3. Estructura disciplinas sociales 3.3.2. Estrategias de comunicación 3.4.2. ¿Qué hace un planner? 3.1.3. Reconocimiento científico de la estrategia 3.3.3. Clases de estrategias 3.4.3. El Planner en el proceso de trabajo de la agencia 3.4.4. Dirección y planificación de cuentas 3.5. Modelo general del desarrollo 3.6. Medios convencionales 3.7. Planificación en Medios Digitales 3.8. Plan estratégico en 7 pasos de trabajo Transición a entornos sociales Momento de la decisión de compra Análisis de la marca 3.5.1. Orden del anunciante Medios híbridos Posicionamiento web 3.8.2. Identificar el target Formatos 3.8.3. Definir objetivos 3.6.3. Internet 3.7.3. 3.5.2. Proceso estratégico 3.7.4. 3.8.4. Identificar la propuesta de valor Estrategias de marcas 3.6.4. Caso Orbyt 3.5.3. Consultoría estratégica 3.7.5. Medición diferencial de la marca 3.8.5. Elegir canales de comunicación 3.7.6. Comercio electrónico y social 3.8.6. Crear el calendario de la campaña 3.8.7. Análisis y medición de resultados

3.10. Audiencia

3.10.3. Gpr's

3 10 2 Prime time en TV

3.10.1. Rangos horarios de audiencia en TV

3.9. Futuro de la planificación

3.9.1. Pasado

3.9.3. Futuro

392 Presente



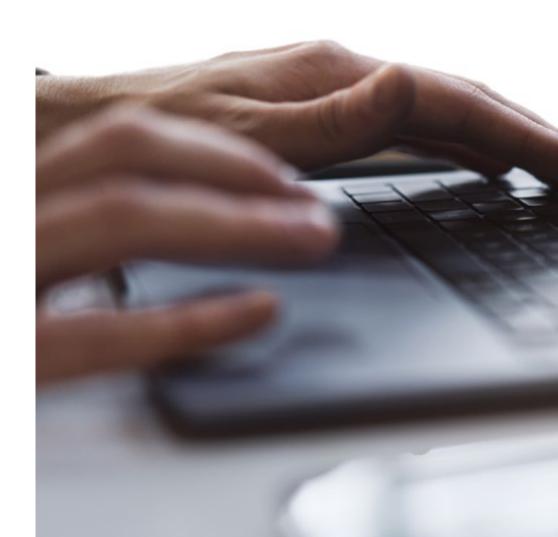


El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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.







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"

tech 30 | Metodología de estudio

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.



tech 32 | Metodología de estudio

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 mentoralumno, 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 según el índice global score, 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.

tech 34 | Metodología de estudio

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.

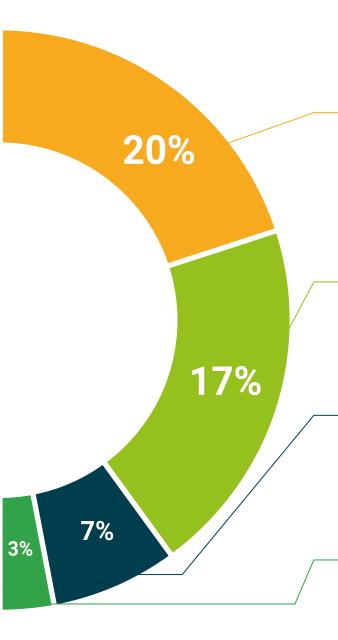
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".





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.



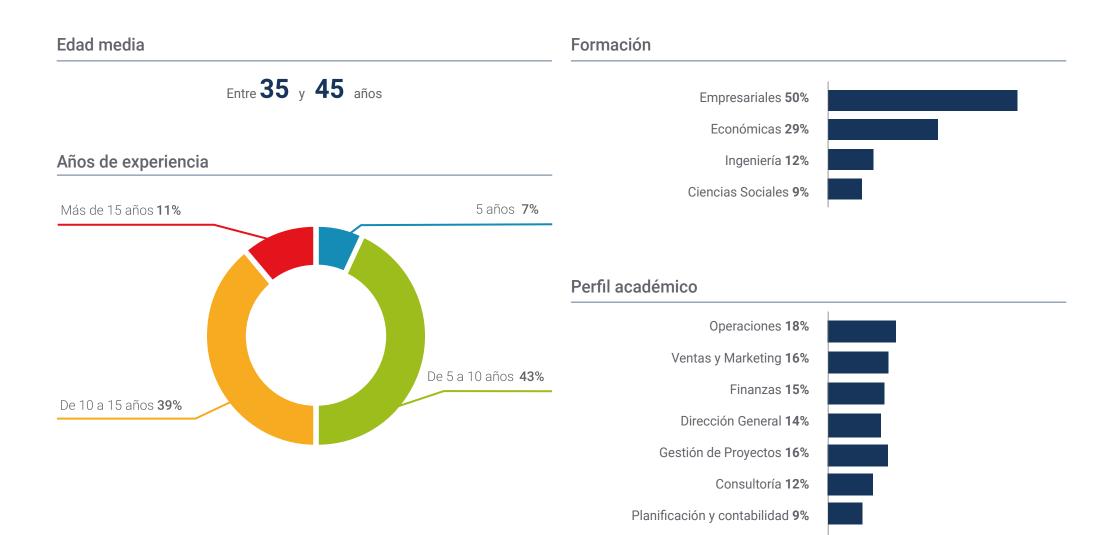
Guías rápidas de actuación

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.

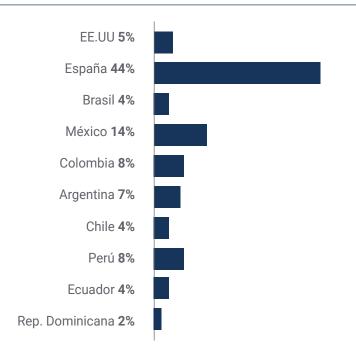


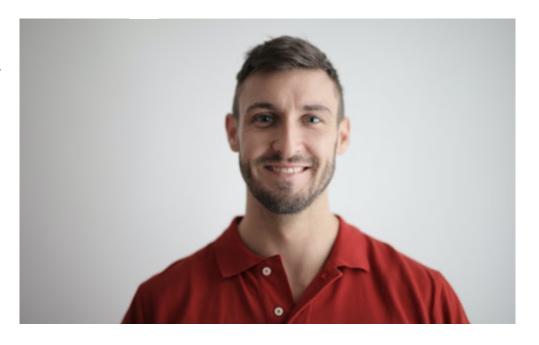






Distribución geográfica





Guillermo Zárate

Community Manager Junior

"Gracias a este programa de TECH he aprendido las distintas herramientas que existen para gestionar la comunidad de usuarios de distintas marcas a la vez, logrando una planificación óptima del contenido de cada una de ellas"





Logra posicionar tu empresa en redes sociales a través de la planificación de contenido de calidad gracias a este Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios de TECH.

¿Preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional está esperando

El Experto en Planificación de Medios Publicitarios de TECH, es un programa intensivo que prepara al alumno para afrontar retos y decisiones empresariales en el entorno de los medios publicitarios, capacitándole en un sector global con un lenguaje propio. Por ello, su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional del estudiante para que consiga el éxito en esta esfera laboral.

El cambio profesional comienza en ti. Ábrete a un mundo de posibilidades laborales contando con este título de TECH en tu currículum.

Momento del cambio

Durante el programa el 12%

Durante el primer año el

62%

Dos años después el 26%

Tipo de cambio

Promoción interna **46**%

Cambio de empresa **44**%

Emprendimiento **10**%

Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo

48.300 €

Incremento salarial del

25,55%

Salario posterior

60.640 €





tech 46 | Beneficios para tu empresa

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.



Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.



Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.



Construcción de agentes de cambio

Serás capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.



Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.







Desarrollo de proyectos propios

Podrás trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o de Desarrollo de Negocio de su compañía.



Aumento de la competitividad

Este Experto Universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.





tech 50 | Titulación

Este programa te permitirá obtener el título de Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios

Modalidad: online Duración: 3 meses

Acreditación: 18 ECTS



^{*}Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional



Experto Universitario

Planificación de Medios Publicitarios

- » Modalidad: online
- » Duración: 3 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

