

Capacitación Práctica

Publicidad y Relaciones Públicas



tech



tech

Capacitación Práctica
Publicidad y Relaciones Públicas

Índice

01

Introducción

pág. 4

02

¿Por qué cursar esta
Capacitación Práctica?

pág. 6

03

Objetivos

pág. 8

04

Planificación
de la enseñanza

pág. 10

05

¿Dónde puedo hacer la
Capacitación Práctica?

pág. 12

06

Condiciones generales

pág. 14

07

Titulación

pág. 16

01 Introducción

Coca Cola, Netflix, Apple, McDonald's o Nestlé son clarísimos ejemplos del poder que tiene la publicidad, ya no solo para situar a empresas de talla mundial en la cúspide frente a la competencia, sino para hundirlas e, incluso, provocar su ruina por campañas desafortunadas. Se ha convertido en un arma de doble filo, cuyo dominio puede llegar a marcarla diferencia entre el éxito y el fracaso. Y como la creatividad no es suficiente, TECH ha desarrollado un programa eminentemente práctico que permitirá a los egresados acceder a una estancia de 120 horas en una empresa referente del ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas, donde adquirirá la experiencia necesaria para acceder a puestos de prestigio en el mercado laboral a través del dominio de sus principales estrategias, sobre todo en el entorno digital.



Un programa que te sumergirá de manera integral y práctica en la Publicidad en el entorno offline y online, para que puedas enfrentarte a proyectos de todo tipo"





Todas las grandes compañías que se dirijan a un mercado extenso deben contar con equipos de publicidad y relaciones públicas que trabajen con el objetivo final de crear interesantes lazos de comunicación con el público, que sean fundamentales para mejorar la reputación, crear una imagen de marca, fidelizar a los clientes y, como último paso, mejorar las ventas y, por tanto, los beneficios. Este programa de TECH viene a fomentar ese conocimiento tan necesario en los profesionales del periodismo y la comunicación con una estancia práctica intensiva en una de las mejores empresas del sector, logrando su objetivo principal de convertirlos en los máximos especialistas en la materia.

Los departamentos de publicidad y Relaciones Públicas de las empresas son unos de los más importantes, en tanto que logran mejorar la comunicación externa, fomentando opiniones y favoreciendo vínculos con los clientes, crean confianza entre los consumidores y los atraen a la compra. En definitiva, mueven todo el engranaje comercial para dar a conocer la marca y lograr una mayor competitividad en el mercado. Por eso, la apuesta por estas áreas ha favorecido un crecimiento exponencial en los últimos años, tanto de la oferta como de la demanda laboral.

De esta manera, las empresas no solo buscan a profesionales que cuenten con una titulación en la materia, sino también que sean capaces de demostrar que todos esos conocimientos pueden trasladarlos de manera óptima a su labor diaria. En este sentido, esta Capacitación Práctica permitirá a los alumnos desarrollar todas esas habilidades que podrán poner en práctica en la realización de campañas publicitarias y estrategias de relaciones públicas que sean efectivas para el crecimiento y evolución de cualquier empresa.

“

Disfruta de una estancia intensiva de 3 semanas en un centro de prestigio y actualízate en los últimos procedimientos para crecer profesionalmente”

02

¿Por qué cursar esta Capacitación Práctica?

La conformación de este programa marcará un antes y un después para los egresados que decidan acceder a ella. Y es que se trata de una oportunidad única para trabajar de manera intensiva en el perfeccionamiento de las competencias y habilidades creativas y comunicativas a través de la participación activa de los alumnos en el día a día de una empresa referente del sector. Así, no solo lograrán ponerse al día de las estrategias que están marcando la vanguardia de la publicidad offline y online, sino que invertirán su tiempo en mejorar profesionalmente de la mano de los mejores especialistas.



Una oportunidad única de convertirte en un experto en Relaciones Públicas y Publicidad a través del trabajo intensivo y de la práctica integral en un centro referente”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

La matrícula de esta Capacitación Práctica también proporcionará al egresado la posibilidad de acceder a las mejores herramientas y aplicaciones del ámbito de la comunicación y la Publicidad: programas de diseño, de gestión de contenido, de control estadístico, etc. De esta forma, podrá trabajar, durante las 3 semanas de estancia, en el manejo exhaustivo de cada una de ellas, aspecto que, posteriormente, podrá incluir en su currículum.

2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas

TECH contempla el acompañamiento por parte de un equipo de profesionales de primera instancia en el ámbito de la Comunicación y el Periodismo, para que el egresado pueda actualizar su praxis de su mano, sirviéndose de su experiencia en el sector para implementar a su praxis las mejores estrategias del momento. Así, conocerán, con seguridad, cómo dominar el contexto publicitario a través del diseño de campañas especializadas.

3. Adentrarse en entornos de primera

La matrícula de este programa permitirá al egresado acceder a entornos de primera a través de su participación activa en la gestión del contenido de diversas empresas. Así, desde el primer día y junto al equipo creativo de la entidad de la que forme parte, trabajará de manera integral en el diseño de campañas adaptadas a las necesidades del cliente y de sus productos.



4. Llevar lo adquirido a la práctica diaria desde el primer momento

Todo lo que el egresado trabaje durante la estancia práctica será perfectamente aplicable al entorno empresarial actual enfocado al área de la publicidad y las Relaciones Públicas. Y es que TECH garantiza una experiencia inmersiva actualizada e innovadora, perfectamente compatible con la demanda laboral del mercado actual. Así, una vez superadas las 120 horas, el egresado podrá optar a cualquier puesto de prestigio en grandes empresas del área.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

La superación de las 3 semanas de estancia práctica permitirá al egresado ingresar en el mercado laboral de cualquier lugar, gracias al altísimo grado de internacionalización que contempla este periodo y su plan de estudios. Y es que TECH somete a sus empresas a un análisis exhaustivo, con el fin de seleccionar a aquellas que cumplen con los estándares profesionales pautados por las principales organizaciones del sector para una práctica coordinada entre todos los países.

03 Objetivos

El principal objetivo de este programa es ofrecer a los profesionales una elevada cualificación que será fundamental para el desarrollo laboral en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Un programa que será un valor añadido en la para los alumnos, ya que podrán adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria, utilizando las herramientas y técnicas más persuasivas para crear campañas de promoción exitosas en el entorno digital y offline.



Objetivos generales

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación en todos los ámbitos, canales y redes utilizando los lenguajes adecuados a cada estilo comunicativo
- ♦ Dominar los conceptos claves de la Publicidad y las Relaciones Públicas
- ♦ Conocer los ámbitos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas y de sus procesos y estructuras organizativas desde dentro
- ♦ Desarrollar la creatividad y las estrategias adecuadas en Publicidad y Relaciones Públicas





Objetivos específicos

- ♦ Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas
- ♦ Identificar los perfiles profesionales del publicista y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional
- ♦ Comprender los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas
- ♦ Saber describir la estructura de las agencias de publicidad
- ♦ Conocer la evolución histórica de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Saber relacionar el hecho publicitario con otras manifestaciones culturales tales como la literatura, el arte o el cine, entre otras
- ♦ Reconocer la estructura y transformación de la sociedad actual en su relación con los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas.
- ♦ Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación
- ♦ Entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que ésta desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas.
- ♦ Saber identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas
- ♦ Saber reflexionar con solidez teórica y rigor empírico sobre los procesos mediante los cuales el profesional de la publicidad y de las relaciones públicas ayuda a construir y expresar la opinión pública
- ♦ Identificar las múltiples expresiones, fenómenos y procesos de la opinión pública
- ♦ Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello el conocimiento de la lengua española, analizando los distintos niveles y componentes que integran el sistema lingüístico del español, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales
- ♦ Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva
- ♦ Ser capaz de utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos
- ♦ Tener la capacidad de análisis, tratamiento, interpretación, elaboración y estructuración de la comunicación digital
- ♦ Saber desenvolverse como un profesional de la publicidad y las relaciones públicas con sujeción a las normas jurídicas y deontológicas de la profesión
- ♦ Conocer el departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones



Esta Capacitación Práctica te abrirá las puertas para trabajar en las mejores agencias de publicidad del país”

04

Planificación de la enseñanza

La Capacitación Práctica de este programa está conformada por una estancia en una compañía de referencia en el sector, de 3 semanas de duración de lunes a viernes, con jornadas de 8 horas consecutivas de enseñanza práctica al lado de un profesional en la materia. Esta estancia permitirá a los alumnos conocer en profundidad cómo debe llevarse a cabo la labor del publicista y relaciones públicas, con el principal objetivo de aumentar que aumenten los interesados en una marca, crear una gran reputación de la misma y, sobre todo, incrementar los clientes y las ventas.

En esta propuesta de capacitación, de carácter completamente práctico, las actividades están dirigidas al desarrollo y perfeccionamiento de las competencias necesarias para la prestación de labores directivas en los departamentos de publicidad y relaciones públicas, adquiriendo la cualificación necesaria para gestionar todas las acciones promocionales y publicitarias que permitan atraer a un mayor público, así como entablar relaciones entre la empresa y los interesados que fortalezcan su imagen.

Esta es, sin duda, una oportunidad para aprender trabajando en los departamentos de publicidad y relaciones públicas de las principales empresas del sector, conociendo el día a día del trabajo de la mano de profesionales con amplia experiencia. De esta manera, será una opción de gran valor para el alumno que desee participar en todos los procesos que incluyen el diseño, planificación y puesta en marcha de una campaña publicitaria.

De esta manera, la estancia práctica en una empresa de referencia en el sector permitirá al alumno completar un número mínimo de actividades prácticas en distintas áreas y departamentos de la compañía, obteniendo una visión general sobre el sector que le permita incorporarse rápidamente al mercado laboral, convirtiéndose en uno de los profesionales más competitivos del momento.

La enseñanza práctica se realizará con la participación activa del estudiante, desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que facilite el trabajo en equipo, y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la práctica diaria (aprender a ser y aprender a relacionarse).

Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:



Capacítate en una institución que te pueda ofrecer todas estas posibilidades, con un programa académico innovador y un equipo humano capaz de desarrollarte al máximo"



Módulo	Actividad Práctica
Teoría y fundamentación de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	Realizar piezas de publicidad
	Practicar la creatividad publicitaria en diferentes tipos de piezas
	Planificar correctamente los medios publicitarios
	Manejar las principales herramientas de comunicación interna
	Preparar un plan de crisis, con un análisis de sus etapas y relaciones públicas
	Emplear las diferentes herramientas tecnológicas frente a una crisis
	Desarrollar piezas publicitarias atendiendo a los avances históricos
	Hacer un uso apropiado de las relaciones públicas según el contexto histórico
	Conocer de primera mano la gestión económica de la agencia de publicidad
Gestión de la empresa publicitaria	Trabajar en publicidad en base a los objetivos y destinatarios de la actividad
	Adaptarse al organigrama interno de la agencia de publicidad
	Ser parte de la comunicación interna de los equipos, así como de su gestión y motivación
Uso de la Psicología de la Comunicación	Confeccionar artículos publicitarios en base a la psicología de la comunicación
	Aplicar el uso de las emociones y la persuasión en textos y piezas publicitarias
	Adaptar diferentes mensajes al receptor, en base a la psicología y nuevos paradigmas informativos
Opinión Pública y lenguaje publicitario para su promoción	Elaborar diferentes mensajes según la percepción y marco social de la Opinión Pública
	Adaptar las relaciones públicas a la psicología social
	Aplicar técnicas de análisis y encuestas de opinión para refinar el mensaje publicitario
	Conocer las funciones del redactor publicitario dentro de un entorno de trabajo activo
	Corregir y adaptar piezas publicitarias con un especial foco en el rigor, claridad y precisión
Comunicación digital y creatividad	Evaluar textos publicitarios haciendo uso de las nuevas tecnologías y nuevos lenguajes
	Distinguir el tipo de publicidad a realizar según el medio digital
	Elaborar una estrategia de contenidos y storytelling adaptado a los entornos digitales
	Realizar monitorización en línea de las actividades publicitarias con herramientas de gestión y estudio
	Desarrollar un proceso creativo eficaz en Publicidad y Relaciones Públicas
	Fomentar un comportamiento creativo a la hora de realizar las diferentes piezas publicitarias
Uso de la Psicología de la Comunicación	Crear piezas publicitarias partiendo de una problemática concreta a solucionar
	Confeccionar artículos publicitarios en base a la psicología de la comunicación
	Aplicar el uso de las emociones y la persuasión en textos y piezas publicitarias
Uso de la Psicología de la Comunicación	Adaptar diferentes mensajes al receptor, en base a la psicología y nuevos paradigmas informativos

05

¿Dónde puedo hacer la Capacitación Práctica?

Para la realización de esta Capacitación Práctica, TECH está llegando a acuerdos de colaboración con las principales empresas del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas a nivel nacional e internacional. De esta manera, los alumnos podrán acceder a un conocimiento especializado y, aún más importante, práctico, con el que podrán aprender a utilizar las herramientas, técnicas y estrategias actuales para el desarrollo de su profesión. Así, gracias a la experiencia y saber hacer de quienes serán sus compañeros durante 3 semanas, podrán mejorar sus habilidades y conocer el trabajo real en este sector.



Realiza unas prácticas intensivas en las mejores empresas de publicidad y aprende de la mano de profesionales en la materia"





El alumno podrá cursar esta capacitación en los siguientes centros:



Periodismo y Comunicación

Break Point Marketing

País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Calle Montes Urales 424 4to piso
lomas-Virreyes, Lomas de Chapultepec, Miguel
Hidalgo C.P 11000 CDMX

Empresa creativa especializada
en Marketing Digital y comunicación

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Marketing Digital
- Diseño Gráfico



Periodismo y Comunicación

Amperson

País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Dr. Vertiz 652, int 302, Narvarte
Poniente, Benito Juárez, 03023,
Ciudad de México

Agencia de Marketing y Comunicación Digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Comunicación Publicitaria

06

Condiciones generales

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones Generales de la Capacitación Práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: durante la Capacitación Práctica el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico, cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

3. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio de la Capacitación Práctica, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia de las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere la Capacitación Práctica recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: la Capacitación Práctica no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización de la Capacitación Práctica. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: la Capacitación Práctica no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

07 Titulación

Este Título de **Capacitación Práctica en Publicidad y Relaciones Públicas** contiene el programa más completo y actualizado del panorama profesional y académico.

Tras la superación de las pruebas por parte del alumno, este recibirá por correo postal, con acuse de recibo, el correspondiente Certificado de Capacitación Práctica expedido por TECH.

El certificado expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en la prueba.

Título: **Capacitación Práctica en Publicidad y Relaciones Públicas**

Duración: **3 semanas**

Asistencia: **de lunes a viernes, turnos de 8 horas consecutivas**

Horas totales: **120 h. de práctica profesional**



tech

Capacitación Práctica
Publicidad y Relaciones Públicas

Capacitación Práctica

Publicidad y Relaciones Públicas



tech