

Curso Universitario

Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria



Curso Universitario Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 12 ECTS
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/identidad-corporativa-creatividad-publicitaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología

pág. 18

05

Titulación

pág. 26

01

Presentación

Las mejores campañas publicitarias se basan en la innovación y la creatividad. Apostar por algo nunca visto es fundamental para atraer al público. Con este programa intensivo el alumno conseguirá una amplia perspectiva sobre la redacción de textos publicitarios y la posibilidad de conocer la finalidad de un anuncio publicitario. Para ello, se abordarán una serie de reglas y advertencias cuyo objeto es hacer que la redacción sea eficaz y profesional. Sin duda, un programa único que marcará el camino para tu desarrollo laboral.



“

Especialízate en redacción y creativa y dirección de arte en publicidad y adquiere las habilidades necesarias para triunfar en este campo”

TECH proporciona a sus alumnos, con este programa, un compendio de conocimientos relacionados con la redacción de textos publicitarios, a través de los cuales aprenderán a aplicar y analizar las peculiaridades redaccionales de cada uno de los diferentes mensajes: cartas, folletos, anuncios de prensa, vallas, cuñas, spots... tanto de aspectos teóricos como en casos prácticos. A partir de ahí, el estudiante será capaz de incorporar las pautas, claves y modelos de referencia aprendidos sobre la redacción publicitaria, a los soportes y plataformas más actuales, Internet y las redes sociales. El objetivo es adquirir aptitudes redaccionales y desarrollar la imaginación para generar ideas originales en cualquier formato publicitario.

El programa también incluye la versión más artística de la publicidad. Una de las principales características del director de arte es su ambición por mejorar constantemente en su trabajo, por conocer, por explorar los límites de la comunicación para sorprender y atrapar al receptor de su mensaje. Por ello, con este programa se pretende sembrar en el alumno la semilla de la inquietud hacia el terreno del diseño gráfico publicitario y la dirección de arte para que no deje de perfeccionarse nunca como comunicador visual.

De esta manera, este programa se convertirá en una herramienta esencial para los profesionales del sector que deseen especializarse en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria, al incluir, en un solo temario, los aspectos más relevantes de la redacción y el arte publicitarios. Sin duda, un programa de gran valor para los profesionales del periodismo y la comunicación.

Este **Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El uso de la última tecnología en softwares de enseñanza online
- ♦ El sistema docente, intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- ♦ Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ♦ La enseñanza apoyada en la telepráctica
- ♦ Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ♦ El aprendizaje autorregulable, lo que favorece la total compatibilidad con otras ocupaciones
- ♦ Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ♦ Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ♦ La comunicación con el equipo docente y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente



*Un programa de primer nivel,
diseñado para profesionales
que buscan la excelencia”*

“

Un Curso Universitario que te capacitará para trabajar en todos los ámbitos de la creación publicitaria con la solvencia de un profesional de alto nivel”

El personal docente de este programa está integrado por profesionales de diferentes ámbitos relacionados con esta especialidad. De esta manera, TECH puede ofrecer el objetivo de actualización académica que tiene marcado. Un cuadro multidisciplinar de profesionales experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán a servicio de los alumnos los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning, integra los últimos avances en tecnología educativa. Así, el alumno podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán la operatividad que necesita en su proceso de estudio.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas. Un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, se usa la *telepráctica*. Así, con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el *learning from an expert* el alumno podrá adquirir los conocimientos como si estuviese enfrentándose a un supuesto real. Un concepto que le permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Este programa incluye multitud de recursos prácticos que te ayudarán a afianzar los conocimientos teóricos

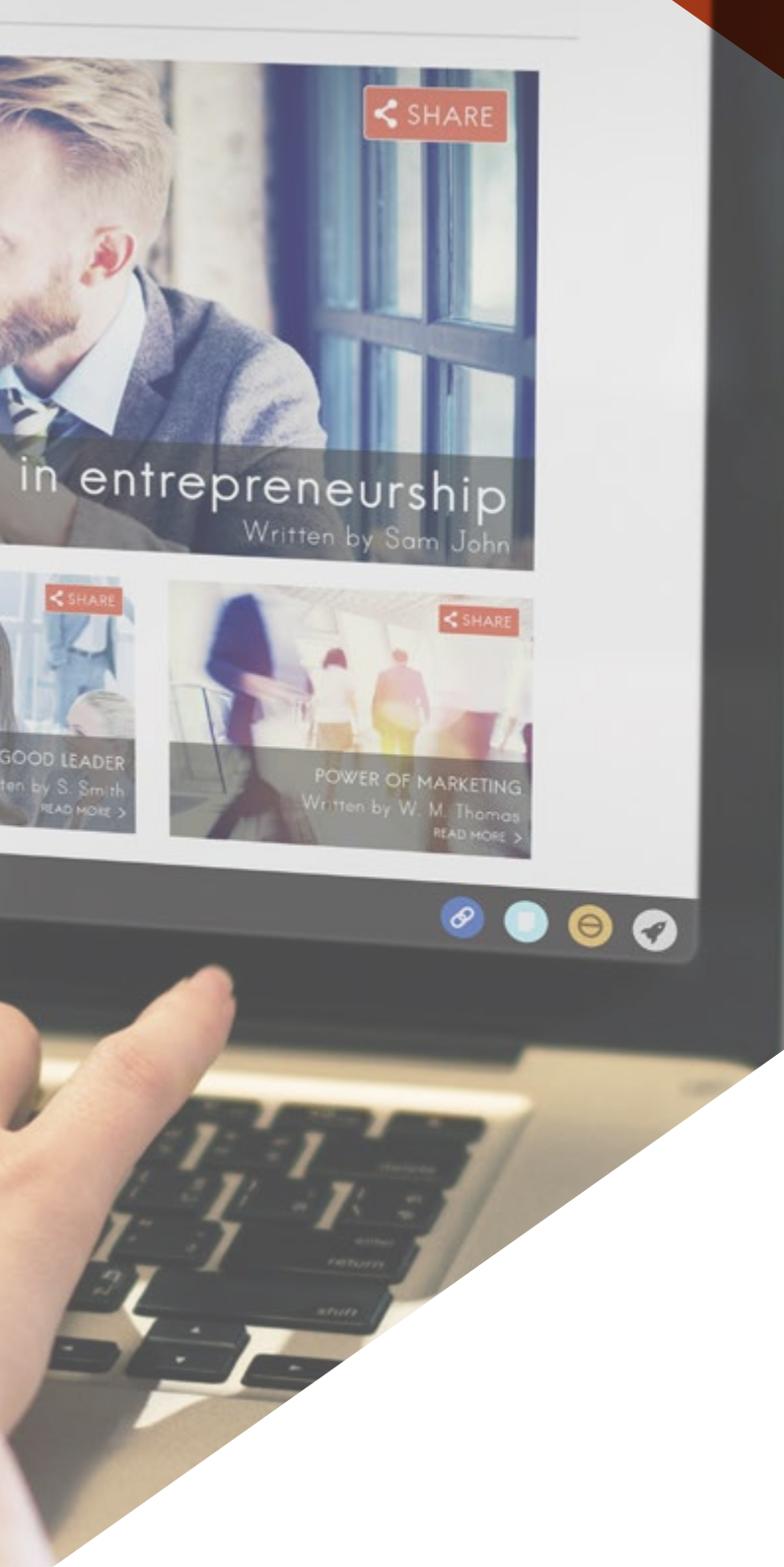
La metodología didáctica de este Curso Universitario es la más novedosa del panorama académico actual



02 Objetivos

Los alumnos que realicen este programa Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria de TECH encontrarán la información más completa del mercado en esta área, lo que les permitirá adquirir la capacitación necesaria para desarrollar su lado más creativo, lo que les permitirá diseñar campañas publicitarias atractivas e innovadoras. De esta manera, al finalizar el programa, el profesional estará más capacitado para acceder a puestos de relevancia en los que poder convertirse en un profesional de referencia.





“

*Desarrolla tu lado más creativo
y aprende a diseñar campañas
publicitarias exitosas”*



Objetivos generales

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas digitales más avanzadas

“

Este programa te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral”





Objetivos específicos

- ♦ Saber utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos
- ♦ Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva
- ♦ Reconocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Saber analizar los elementos que componen el mensaje publicitario: elementos gráficos, elementos audiovisuales y elementos musicales y sonoros
- ♦ Asumir el rol creativo de redactor dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución
- ♦ Tener capacidad de llevar a cabo el rol profesional de redactor publicitario dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución
- ♦ Capacitar al alumno para relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas
- ♦ Capacitar al alumno para fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación
- ♦ Formar al alumno para comprender los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo
- ♦ Preparar al alumno para conocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Capacitar al alumno para 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
- ♦ Ser capaz de aplicar las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones
- ♦ Saber organizar eventos en el ámbito privado y en el ámbito público, siguiendo las directrices del protocolo

03

Estructura y contenido

Los contenidos de este programa Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria han sido estructurados para facilitar el aprendizaje de los periodistas en el ámbito publicitario, de tal manera que puedan adquirir las herramientas necesarias para desarrollar su creatividad. Un programa dividido en dos módulos que abarca los aspectos fundamentales de la Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria, tanto a nivel de redacción como artístico. Un programa diseñado para que el alumno pueda autogestionar su estudio de manera cómoda.

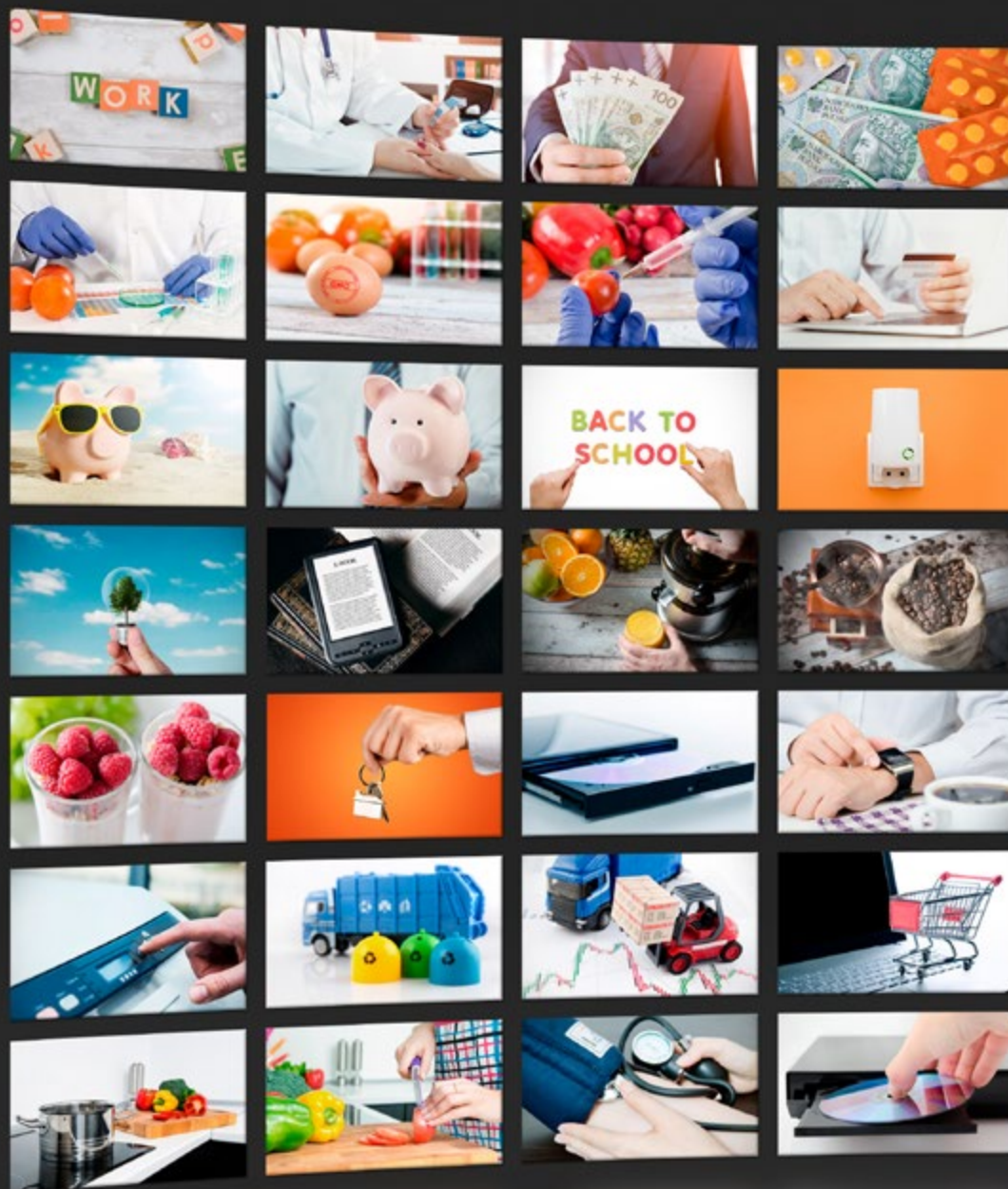


“

Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje compatible con tu vida personal y profesional”

Módulo 1. Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria: Redacción

- 1.1. Concepto de redacción
 - 1.1.1. Redacción y escritura
 - 1.1.2. Redacción y pensamiento
 - 1.1.3. Redacción y orden
- 1.2. Fundamentos de la redacción publicitaria
 - 1.2.1. La corrección
 - 1.2.2. La adaptación
 - 1.2.3. La eficacia
- 1.3. Características de la redacción publicitaria
 - 1.3.1. La nominalización
 - 1.3.2. La desestructuración
 - 1.3.3. Concentración expresiva
- 1.4. El texto y la imagen
 - 1.4.1. Del texto a la imagen
 - 1.4.2. Funciones del texto
 - 1.4.3. Funciones de la imagen
 - 1.4.4. Relaciones entre el texto y la imagen
- 1.5. La marca y el eslogan
 - 1.5.1. La marca
 - 1.5.2. Características de la marca
 - 1.5.3. El eslogan
- 1.6. Publicidad directa
 - 1.6.1. El folleto
 - 1.6.2. El catálogo
 - 1.6.3. Otros anexos
- 1.7. Publicidad en prensa: el anuncio de gran formato
 - 1.7.1. Diarios y revistas
 - 1.7.2. Superestructura
 - 1.7.3. Características formales
 - 1.7.4. Características redaccionales





- 1.8. Publicidad en prensa: otros formatos
 - 1.8.1. Los anuncios por palabras
 - 1.8.2. Superestructura
 - 1.8.3. El reclamo
 - 1.8.4. Superestructura
- 1.9. Publicidad exterior
 - 1.9.1. Formatos
 - 1.9.2. Características formales
 - 1.9.3. Características redaccionales
- 1.10. Publicidad radiofónica
 - 1.10.1. El lenguaje radiofónico
 - 1.10.2. La cuña radiofónica
 - 1.10.3. Superestructura
 - 1.10.4. Tipos de cuñas
 - 1.10.5. Características formales
- 1.11. Publicidad audiovisual
 - 1.11.1. La imagen
 - 1.11.2. El texto
 - 1.11.3. La música y los efectos de sonido
 - 1.11.4. Formatos publicitarios
 - 1.11.5. El guion
 - 1.11.6. El *story-board*

Modulo 2. Identidad corporativa

- 2.1. La importancia de la imagen en las empresas
 - 2.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa?
 - 2.1.2. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
 - 2.1.3. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
 - 2.1.4. Situaciones de cambio de la imagen corporativas ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?
- 2.2. Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
 - 2.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
 - 2.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
 - 2.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas
- 2.3. Auditoría y estrategia de imagen
 - 2.3.1. Qué es la auditoría de imagen
 - 2.3.2. Pautas
 - 2.3.3. Metodología de la auditoría
 - 2.3.4. Planificación estratégica
- 2.4. Cultura corporativa
 - 2.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
 - 2.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
 - 2.4.3. Funciones de la cultura corporativa
 - 2.4.4. Tipos de cultura corporativa
- 2.5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa
 - 2.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa
 - 2.5.2. Directrices para integrar la RSC en las empresas
 - 2.5.3. La comunicación de la RSC
 - 2.5.4. Reputación corporativa
- 2.6. La identidad visual corporativa y el Naming
 - 2.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
 - 2.6.2. Elementos básicos
 - 2.6.3. Principios básicos
 - 2.6.4. Elaboración del manual
 - 2.6.5. El naming





- 2.7. Imagen y posicionamiento de marcas
 - 2.7.1. Los orígenes de las marcas
 - 2.7.2. ¿Qué es una marca?
 - 2.7.3. La necesidad de construir una marca
 - 2.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
 - 2.7.5. El valor de las marcas
- 2.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis
 - 2.8.1. Plan estratégico de comunicación
 - 2.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
 - 2.8.3. Casos
- 2.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa
 - 2.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
 - 2.9.2. El marketing promocional
 - 2.9.3. Características
 - 2.9.4. Peligros
 - 2.9.5. Tipos y técnicas promocionales
- 2.10. La distribución y la imagen del punto de venta
 - 2.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
 - 2.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
 - 2.10.3. A través de su nombre y logotipo



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

04

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“ *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



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 las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



05

Titulación

El Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Curso Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Curso Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Curso Universitario en Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria**

ECTS: 12

N.º Horas Oficiales: 300 h



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



Curso Universitario Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 12 ECTS
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Curso Universitario

Identidad Corporativa y Creatividad Publicitaria

