

Experto Universitario

Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria



Experto Universitario Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria

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

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-creacion-anuncios-comunicacion-publicitaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 22

06

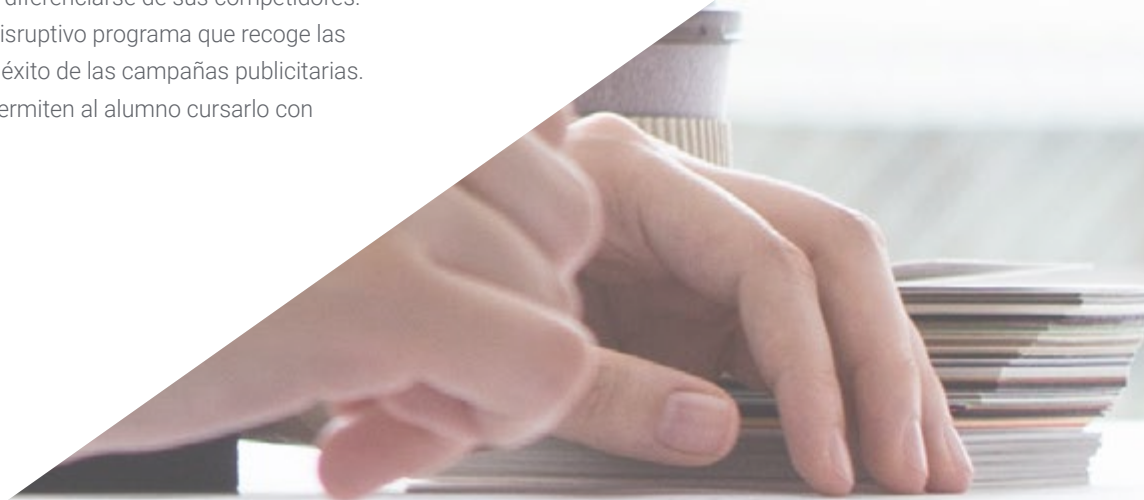
Titulación

pág. 30

01

Presentación

Con el avance de las nuevas tecnologías y el uso de Internet, las empresas se han visto obligadas a explorar nuevas formas para dar a conocer sus productos. Por eso, cada vez son más instituciones las que demandan la incorporación de trabajadores innovadores. En este sentido, los profesionales de la comunicación tienen el reto de desarrollar estrategias creativas para captar una mayor atención por parte de los consumidores y diferenciarse de sus competidores. En este contexto, TECH Universidad FUNDEPOS ofrece un disruptivo programa que recoge las claves para transmitir mensajes eficazmente y garantizar el éxito de las campañas publicitarias. Además, sus recursos dispuestos de manera 100% online permiten al alumno cursarlo con comodidad, solo con un dispositivo con acceso a Internet.





“

*Con TECH Universidad FUNDEPOS
dominarás las mejores estrategias
creativas para conectar con los
consumidores eficazmente”*

Uno de los principales desafíos de la publicidad consiste en alcanzar la creatividad en una sociedad en la que todo parece estar inventado. De ahí la necesidad de que las organizaciones pongan en marcha estrategias orientadas a atraer el interés de los usuarios y diferenciarse de la competencia. Teniendo todo esto presente, los especialistas de este sector tienen la misión de innovar a través de técnicas capaces de persuadir y sorprender a los consumidores.

Consciente de esta realidad, TECH Universidad FUNDEPOS ha implementado un innovador programa de estudios que sirve de guía para que los alumnos elaboren campañas de publicidad exitosas. Para ello, se estudian las técnicas más avanzadas en ámbitos como la publicidad y marketing. También se ahonda en la importancia de conocer al target y analizar los datos del público objetivo para detectar sus necesidades o comprender cómo actúan. Además, se dan pautas para la creación de contenidos impactantes basándose tanto en narrativas emocionales como contenidos visuales llamativos. Asimismo, se profundiza en los pasos para desarrollar una marca personal adecuada en un entorno digital en constante cambio.

Por otra parte, los recursos académicos del presente programa han sido confeccionados por un grupo docente con un extenso recorrido profesional. Gracias a su experiencia, aportan los conocimientos más actualizados y las técnicas publicitarias más novedosas al temario.

Además, la titulación universitaria cuenta con una metodología 100% online, mediante la cual los egresados completarán el programa cómodamente ya que para el análisis de sus contenidos solo necesitarán un dispositivo con acceso a Internet. Al mismo tiempo, el plan de estudios se apoya en el innovador sistema de enseñanza *Relearning*: un método que proporciona el dominio de conceptos complejos mediante la reiteración continua y progresiva de los mismos. A su vez, introduce situaciones reales en el proceso de aprendizaje para que se adquieran competencias de manera natural, sin el esfuerzo extra de memorizar.

Este **Experto Universitario en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información actualizada y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Gracias a este programa sacarás partido a tu creatividad y construirás anuncios innovadores para destacar en el sector publicitario”

“

Mediante este programa, ahondarás acerca de cómo influir en los deseos y necesidades del consumidor”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Con TECH Universidad FUNDEPOS profundizarás en la publicidad gratuita y harás que las marcas se conviertan en noticias.

Gracias a esta capacitación estarás al día de las nuevas tendencias en la investigación creativa.



02

Objetivos

A través de este Experto Universitario, los alumnos serán capaces de implementar en los anuncios publicitarios estrategias creativas. Así pues, los egresados innovarán en el mercado para captar una mayor atención por parte de los usuarios y podrán diferenciarse de la competencia. Para alcanzar este objetivo, el itinerario académico cuenta con el respaldo de un cuadro docente especializado en el sector publicitario. De este modo, los estudiantes estarán cualificados para diseñar planes de comunicación vanguardistas con los que sobresalir en un sector que ofrece numerosas oportunidades laborales.



“

*Gracias a TECH Universidad FUNDEPOS
implementarás técnicas creativas en los anuncios
que captarán y fidelizarán a los consumidores”*

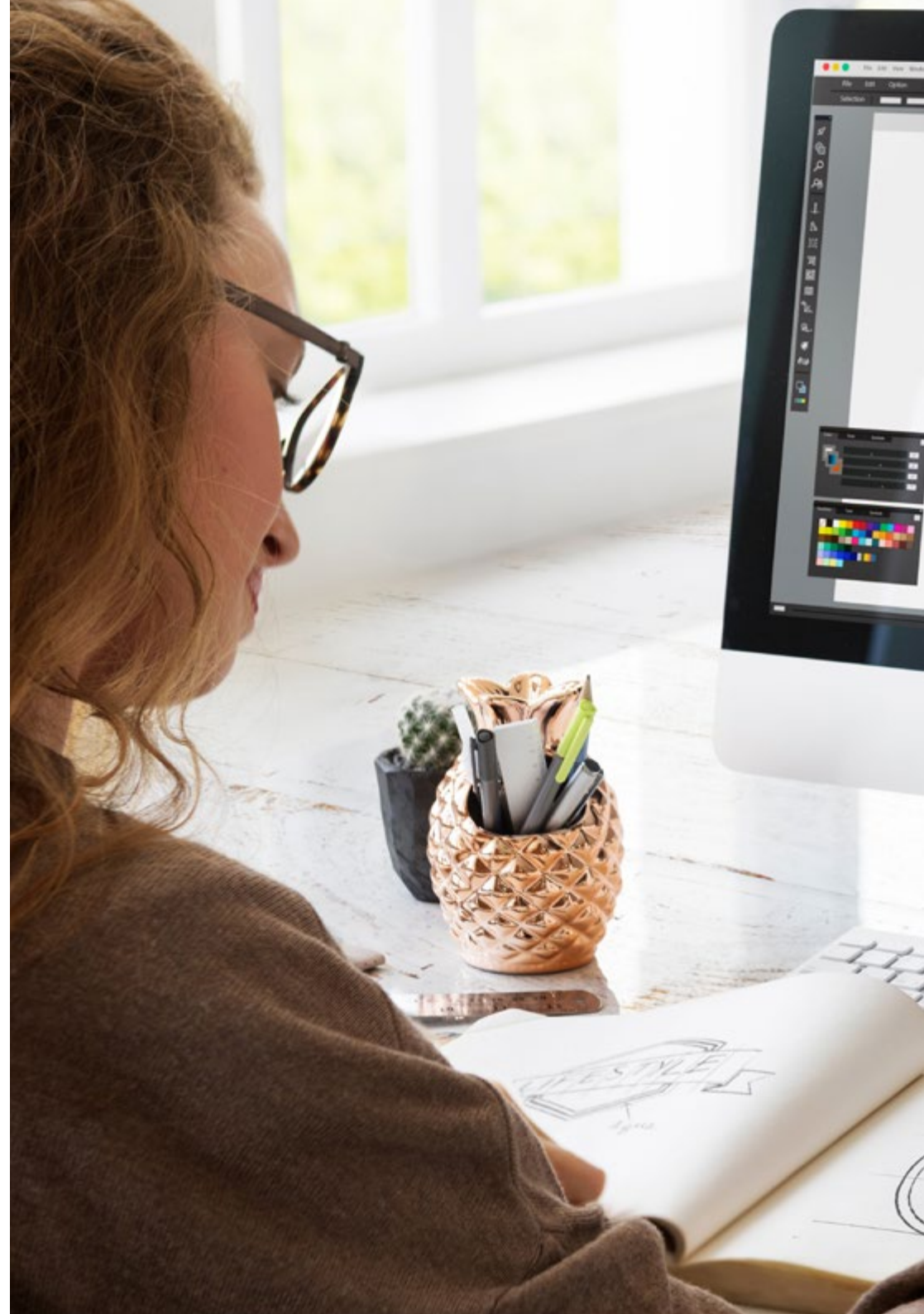


Objetivos generales

- ♦ Conocer en profundidad los nuevos proyectos de valor para la comunicación comercial
- ♦ Desarrollar habilidades en la comunicación creativa para mejorar la relación entre la marca y el consumidor
- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Capacitar al profesional, mediante las habilidades necesarias, para mejorar la resolución de problemas y desarrollar las competencias profesionales imprescindibles
- ♦ Conocer de manera profunda la relación entre el creativo y el resto de los agentes que participan en la gestación de la comunicación comercial
- ♦ Mostrar y valorar las nuevas tendencias que los profesionales de este sector van a encontrarse ahora y en el futuro

“

*Le darás rienda suelta a tu creatividad
y liderarás campañas exitosas
para las empresas más prestigiosas
a través de TECH Universidad FUNDEPOS”*





Objetivos específicos

Módulo 1. Cómo crear anuncios

- ♦ Explicar cómo actúa el pensamiento creativo publicitario y su importancia estratégica
- ♦ Analizar detalladamente el público objetivo y el uso del *insight* en la publicidad
- ♦ Comprender cómo se estructura el mensaje publicitario
- ♦ Explorar diversos espacios para la creatividad en comunicación
- ♦ Resaltar la importancia de la dirección de arte y su implementación respetando el estilo de la marca
- ♦ Vislumbrar el futuro de la investigación creativa

Módulo 2. Cómo crear una marca

- ♦ Analizar modelos publicitarios de tipo psicológico
- ♦ Explorar corrientes creativas en la publicidad
- ♦ Explicar la importancia y utilidades de una marca
- ♦ Abordar conceptos clave en la construcción de marcas
- ♦ Presentar los pasos lógicos en la construcción de la marca
- ♦ Mostrar las diferencias existentes entre el *claim* y el slogan
- ♦ Analizar la creatividad en la planificación de medios
- ♦ Descubrir el contexto actual de las marcas

Módulo 3. Marca personal y campañas políticas

- ♦ Estudiar el desarrollo de la marca personal y estrategias aplicadas a campañas políticas
- ♦ Explorar la importancia de la marca personal y cómo promoverla de manera creativa
- ♦ Profundizar en estrategias de desarrollo de la marca personal
- ♦ Abordar estrategias de networking creativo
- ♦ Aprender a planificar campañas políticas
- ♦ Conocer las capacidades del candidato

03

Dirección del curso

Entre los objetivos primordiales de TECH Universidad FUNDEPOS, destaca ofrecer programas fundamentados en la excelencia. Por este motivo, ha incorporado a este programa a los mejores profesionales del sector publicitario. De esta forma, el presente Experto Universitario cuenta con un cuadro docente que atesora una dilatada experiencia laboral en este campo. Gracias a sus conocimientos y habilidades, se han confeccionado recursos didácticos que aportan las técnicas óptimas para fomentar la creatividad durante los procesos publicitarios.





“

En TECH Universidad FUNDEPOS ampliarás tus conocimientos de la mano de un prestigioso cuadro docente que te garantiza un aprendizaje efectivo”

Dirección



D. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Director Creativo en El Factor H
- ♦ Director de Marketing en La Ibense
- ♦ Director Creativo de Eventos en Beon Worldwide
- ♦ Director de *Branded Content* en Atrium Digital y Mettre
- ♦ Director Creativo en el Grupo de Comunicación del Sur, BSB y en FCA BMZ Cid
- ♦ Ponente del Máster en Dirección en Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad de Sevilla
- ♦ Coautor del libro *Cómo crear una marca. Manual de uso y gestión*

Profesores

D. Tabares, Esteban

- ♦ Director Creativo y Fundador de Rocksteady Advertising
- ♦ Director Creativo en Agencia Tangoº
- ♦ Director Creativo en Geometry Global
- ♦ Director Creativo en Ogilvy Action
- ♦ Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- ♦ Underground BA Creativity School
- ♦ Triple PostGraduate Certificate in Conceptualization, Copywriting and Art Direction



04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria abarca un completo programa formado por 3 módulos. Así, este plan de estudios dinámico garantiza que alumnos amplíen sus conocimientos para dar un salto de calidad en su profesión. De este modo, los egresados adquieren las habilidades para implementar acciones creativas destinadas a captar el interés de diferentes públicos. Gracias a ello, tienen la oportunidad de incorporarse a las instituciones más prestigiosa para liderar campañas de comunicación exitosas.





“

Gracias al programa de TECH Universidad FUNDEPOS, aplicarás los procesos creativos al sector de la comunicación y te unirás a las empresas más reconocidas”

Módulo 1. Cómo crear anuncios

- 1.1. Cómo piensa un creativo publicitario
 - 1.1.1. Cómo piensa de manera natural
 - 1.1.2. Cómo piensa de manera profesional
 - 1.1.3. Conclusiones
- 1.2. La importancia estratégica del target
 - 1.2.1. La motivación esencial
 - 1.2.2. Beneficios de conocer al target
 - 1.2.3. Cómo analizar los datos del público objetivo
 - 1.2.4. El *insight* en publicidad
- 1.3. Cómo se estructura el mensaje
 - 1.3.1. Eje de comunicación
 - 1.3.2. Concepto de comunicación
 - 1.3.3. Esquema de transmisión
- 1.4. Dónde crear en comunicación
 - 1.4.1. El nombre
 - 1.4.2. El titular
 - 1.4.3. El spot
 - 1.4.4. La cuña de radio
 - 1.4.5. Publicidad exterior
 - 1.4.6. Otros
- 1.5. La dirección de arte
 - 1.5.1. Cuántos elementos
 - 1.5.2. Jerarquía de tamaños
 - 1.5.3. ¿Copiar?
 - 1.5.4. Ahorrar costes
 - 1.5.5. El estilo de la marca
 - 1.5.6. La obviedad
 - 1.5.7. Si no aporta, etc.
- 1.6. Técnicas creativas
 - 1.6.1. Las claves de la publicidad
 - 1.6.2. Géneros y estilos publicitarios
 - 1.6.3. Conclusiones



- 1.7. Cómo crear *publicity*
 - 1.7.1. Cómo conseguir publicidad gratuita
 - 1.7.2. Cómo conseguir que una marca sea noticia
 - 1.7.3. Conclusiones
 - 1.8. Creatividad digital
 - 1.8.1. La creatividad digital
 - 1.8.2. La publicidad digital
 - 1.8.3. Conclusiones
 - 1.9. Cómo crear anuncios creativos
 - 1.9.1. Un concepto visual impactante
 - 1.9.2. Un texto que emocione
 - 1.9.3. Sorprende
 - 1.9.4. Tipos de creatividad
 - 1.9.5. Prueba y optimiza
 - 1.10. El futuro de la investigación creativa
 - 1.10.1. Inteligencia artificial
 - 1.10.2. Realidad virtual y realidad aumentada
 - 1.10.3. Colaboración en línea
 - 1.10.4. La investigación basada en datos
- Módulo 2. Cómo crear una marca**
- 2.1. Modelos publicitarios de tipo psicológico
 - 2.1.1. Modelo de Henry Joanis
 - 2.1.2. Modelo Fishbein
 - 2.1.3. Modelo de Rosser Reeves
 - 2.1.4. Modelo David Ogilvy
 - 2.2. Corrientes creativas de la publicidad
 - 2.2.1. USP
 - 2.2.2. La imagen de marcas
 - 2.2.3. Los valores permanentes
 - 2.2.4. La publicidad espectáculo
 - 2.2.5. La transgresión de los códigos
 - 2.2.6. La atracción del contenido
 - 2.3. Para qué sirve una marca
 - 2.3.1. Utilidades
 - 2.3.2. Cómo se crea una necesidad
 - 2.3.3. Diferencias entre logotipo y marca
 - 2.3.4. El origen de las marcas
 - 2.3.5. Brand Wheel
 - 2.3.6. Posicionamiento de marca
 - 2.3.7. Cuando nace una marca
 - 2.3.8. Marca, la diferencia
 - 2.3.9. La creatividad es el lujo
 - 2.4. La escalera lógica en la construcción de la marca
 - 2.4.1. El nombre
 - 2.4.2. Atributos
 - 2.4.3. Beneficios
 - 2.4.4. Grupo
 - 2.4.5. Portavoz
 - 2.4.6. Rol
 - 2.5. El *claim* y el slogan
 - 2.5.1. Diferencias entre *claim* y slogan
 - 2.5.2. El *claim* y el slogan como argumento de venta
 - 2.5.3. *Claims* o slogans para crear contenido
 - 2.6. La estrategia creativa
 - 2.6.1. La estrategia publicitaria con un enfoque creativo
 - 2.6.2. Como ser creativo en la estrategia
 - 2.6.3. Estrategias creativas que se utilizan en el ámbito de la publicidad y el marketing
 - 2.6.4. Diferencias entre estrategia de marketing y estrategia publicitaria
 - 2.7. Estrategias de contenidos creativos
 - 2.7.1. Contenido generado por el usuario
 - 2.7.2. Influencer marketing
 - 2.7.3. Experiencias interactivas
 - 2.7.4. Contenido visual impactante
 - 2.7.5. Narrativa emocional
 - 2.7.6. Uso de nuevas plataformas y formatos

- 2.8. Creatividad en la planificación de medios
 - 2.8.1. Planificación de medios
 - 2.8.2. Planificación creativa de medios
 - 2.8.3. Ejemplos de planificaciones de medios sorprendentes
- 2.9. Tipos de contenidos publicitarios
 - 2.9.1. Contenidos patrocinados
 - 2.9.2. Vinculación de las marcas con macro contenidos
 - 2.9.3. Creación de *websites* basados en contenidos audiovisuales
 - 2.9.4. Crear para redes sociales
 - 2.9.5. Crear para móviles
 - 2.9.6. Crear para video juegos
 - 2.9.7. Crear contenidos interactivos
 - 2.9.8. Crear contenidos directamente para marcas
- 2.10. Contexto actual de las marcas
 - 2.10.1. Publicidad en el entorno digital
 - 2.10.2. Experiencia del cliente
 - 2.10.3. Conclusiones

Módulo 3. Marca personal y campañas políticas

- 3.1. Marca Personal
 - 3.1.1. Rueda de marca personal
 - 3.1.2. Marca personal creativa
 - 3.1.3. Ejemplos
- 3.2. Desarrollo marca personal
 - 3.2.1. Posicionamiento
 - 3.2.2. *Storytelling*
 - 3.2.3. Redes sociales
 - 3.2.4. Publicidad y autopromoción
- 3.3. Estrategias de *networking* creativo
 - 3.3.1. Eventos y conferencias
 - 3.3.2. Grupos y Comunidades en línea
 - 3.3.3. Colaboraciones

- 3.4. Guía de una campaña política
 - 3.4.1. Análisis candidatura
 - 3.4.2. Análisis contexto
 - 3.4.3. Objetivos
- 3.5. Capacitación del candidato
 - 3.5.1. Inteligencia emocional
 - 3.5.2. Inteligencia social
 - 3.5.3. Actitud, aptitud, visión, errores
- 3.6. Estrategia
 - 3.6.1. Fundamentos campaña
 - 3.6.2. Cumplir objetivos
 - 3.6.3. Cronograma
 - 3.6.4. Un acompañante
- 3.7. Identidad de marca
 - 3.7.1. *Claim*
 - 3.7.2. Imagen gráfica
 - 3.7.3. Ventana digital
 - 3.7.4. Publicidad
- 3.8. Equipo humano
 - 3.8.1. Visión
 - 3.8.2. Roles
 - 3.8.3. Ejemplos
- 3.9. Modelo de proyecto
 - 3.9.1. Pilares temáticos
 - 3.9.2. Motivación esencial
 - 3.9.3. Ejemplos
- 3.10. Movilización
 - 3.10.1. Actos
 - 3.10.2. La marea
 - 3.10.3. Conclusiones



“

Gracias al método Relearning de TECH Universidad FUNDEPOS profundizarás en los contenidos de este programa de un modo rápido y flexible. ¡No esperes más y matricúlate!”

05

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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS. 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.



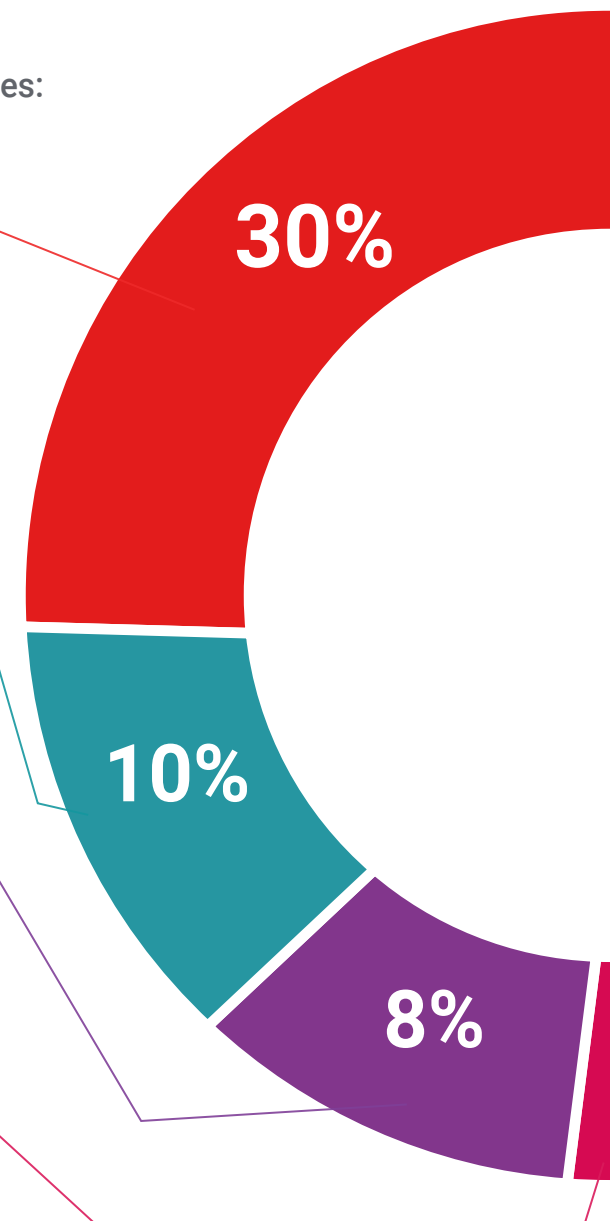
Prácticas de habilidades y competencias

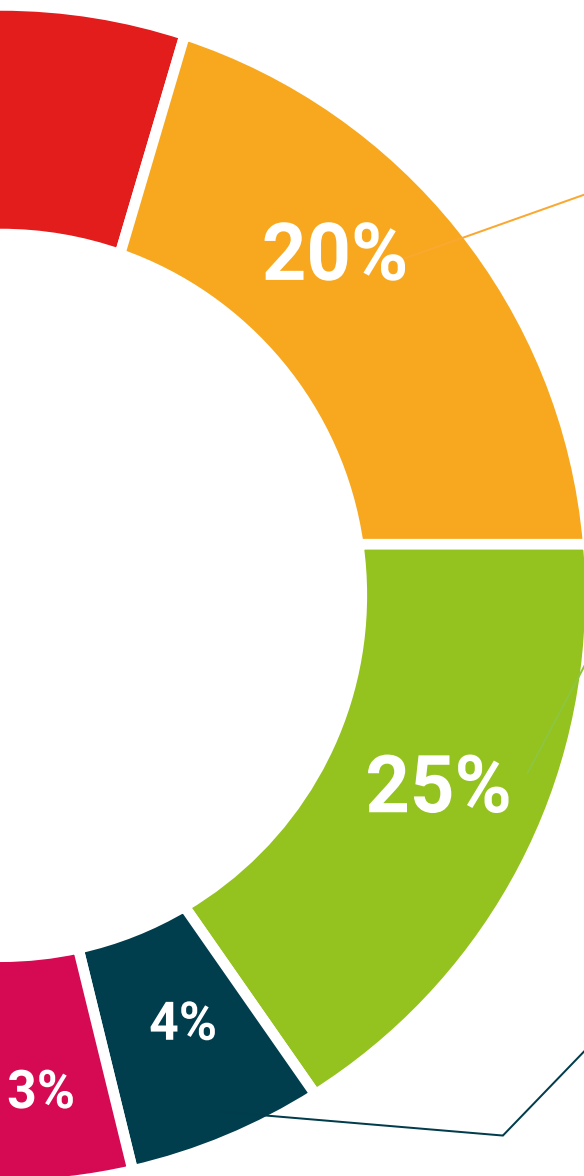
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH Universidad FUNDEPOS 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 Universidad FUNDEPOS 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.



06

Titulación

El Experto Universitario en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Universidad Tecnológica 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 Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Universidad Tecnológica, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Universidad Tecnológica 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 Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria**

N.º Horas: **450 h.**



*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Universidad Tecnológica recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario
Creación de Anuncios
y Comunicación Publicitaria

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

Experto Universitario

Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria