

Experto Universitario

Estrategias Creativas en Publicidad





tech universidad
FUNDEPOS

Experto Universitario Estrategias Creativas en Publicidad

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

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-estrategias-creativas-publicidad

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

El mundo publicitario está en constante evolución y la creatividad es el motor que la impulsa. En este sector en expansión, son necesarios profesionales que dominen las nuevas tecnologías y se adapten a las necesidades actuales del mercado. Por ello, el presente programa emerge como una respuesta integral a las demandas del sector y a los desafíos actuales del área publicitaria, que busca nuevas estrategias comerciales efectivas. Por ello, TECH Universidad FUNDEPOS lanza esta titulación académica con la que el alumno se adentrará en las claves de la Creatividad Publicitaria, desde la optimización en motores de búsqueda hasta la implementación eficaz de un plan de social media. Además, gracias a su formato 100% online, el egresado obtendrá un aprendizaje flexible adaptado a sus necesidades.





“

*Gracias a TECH Universidad FUNDEPOS
dominarás las estrategias publicitarias
más efectivas en entornos digitales con
este Experto Universitario 100% online”*

Con el avance de las nuevas tecnologías, la comunicación se ha convertido en un proceso estratégico en la gestión de las organizaciones. En esta línea, la publicidad ayuda a las empresas tanto a fidelizar a los públicos como a diferenciarse de los competidores. Para lograrlo de forma exitosa, los profesionales del sector deben reinventarse y emplear técnicas creativas para captar el interés de los consumidores.

Por este motivo, TECH Universidad FUNDEPOS ha diseñado el presente programa para proporcionar las estrategias más eficaces a los alumnos. De esta forma, desarrollarán todo su potencial creativo y serán capaces de diseñar campañas impactantes. Para ello, el programa aborda tanto los nuevos métodos como medios para innovar en publicidad. Asimismo, ahonda en la creación de contenidos inspiradores y aborda la necesidad de implementar eficazmente un plan de social media. También se profundiza en los nuevos desafíos creativos para que los profesionales busquen las tácticas adecuadas para encararlos de la mejor manera posible.

El itinerario académico cuenta con una metodología 100% online, con el fin de que el alumnado pueda adentrarse en el programa con comodidad. De esta forma, lo único que necesitará es un dispositivo con acceso a Internet para ampliar sus conocimientos y convertirse en todo un experto universitario en Estrategias Creativas en Publicidad. En este sentido, la capacitación ofrece a sus alumnos la metodología más vanguardista del mercado actual: el *Relearning*. Este sistema de enseñanza está basado en la reiteración de los contenidos más importantes para garantizar un aprendizaje natural capaz de perdurar en la memoria de los estudiantes.

Este **Experto Universitario en Estrategias Creativas en Publicidad** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Creatividad Publicitaria
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información vanguardista 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



Destaca en el sector publicitario con la metodología más vanguardista del mercado: el Relearning”

“

*Gracias a este Experto Universitario
emplearás técnicas publicitarias
innovadoras para superar
exitosamente los desafíos del sector”*

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
manejarás las principales técnicas
digitales para impulsar la creatividad
y lograrás un mayor alcance.*

*Mediante este programa le sacarás el
máximo partido a redes sociales como
TikTok, X, Facebook e Instagram.*



02

Objetivos

TECH Universidad FUNDEPOS lanza un vanguardista programa que permitirá a los alumnos adquirir las competencias que se requieren para destacar tanto en el campo comunicacional como en el publicitario. Para conseguirlo, se brindan recursos centrados en cómo aplicar la creatividad a las principales plataformas y redes sociales entre las que figuran TikTok, X e Instagram. Al mismo tiempo, analiza las nuevas tendencias en el ámbito publicitario haciendo hincapié en la incorporación de la realidad aumentada a los anuncios como estrategia de diferenciación.



“

Con este Experto Universitario aplicarás técnicas innovadoras en publicidad que garantizarán el seguimiento y la fidelización del público”



Objetivos generales

- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Asimilar los conocimientos teóricos/prácticos que permitan realizar las funciones de creativo desde cualquier perspectiva
- ♦ Utilizar herramientas de apoyo a la creatividad
- ♦ Mejorar el conocimiento y las competencias profesionales para ser capaz de llevar a cabo la integración y desempeño del trabajo en un departamento creativo de cualquier modalidad de agencia o departamento de marketing
- ♦ Capacitar al profesional, mediante las habilidades necesarias, para mejorar la resolución de problemas y desarrollar las competencias profesionales imprescindibles
- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Desarrollar acciones e iniciativas que mejoren los resultados creativos, en colaboración con el resto de los actores que participan en su concepción





Objetivos específicos

Módulo 1. La creatividad publicitaria

- ♦ Comprender en profundidad qué es la creatividad, cómo se ha desarrollado con el avance de las nuevas tecnologías y cómo influye en diferentes áreas profesionales
- ♦ Detallar los retos a los que se enfrenta un creativo
- ♦ Evidenciar los valores de la colaboración creativa
- ♦ Significar la relevancia de la creatividad en diferentes profesiones
- ♦ Examinar las mejores condiciones para estimular la creatividad
- ♦ Comprender el papel de la creatividad en la publicidad
- ♦ Estudiar los referentes artísticos de la creatividad
- ♦ Vislumbrar los desafíos del entorno cambiante y competitivo
- ♦ Invitar a atravesar los límites
- ♦ Ayudar a comprender que cada desafío es una oportunidad para crecer

Módulo 2. Creatividad digital

- ♦ Explorar cómo las tecnologías digitales han revolucionado la creación de contenido y las estrategias promocionales en el entorno online
- ♦ Diferenciar entre marketing y publicidad digitales
- ♦ Examinar una variedad de formatos publicitarios en línea, que van desde banners hasta anuncios de realidad aumentada
- ♦ Profundizar en la creatividad en marketing digital, donde se analizan estrategias clave
- ♦ Estudiar el SEO como una herramienta esencial para mejorar la visibilidad en línea
- ♦ Avanzar en el uso del correo electrónico como herramienta de promoción, fidelización y automatización de campañas en el email marketing
- ♦ Sumergirse en el ámbito de las redes sociales y las estrategias para aprovechar su potencial
- ♦ Analizar la colaboración con influencers y el fortalecimiento de la identidad de marca

Módulo 3. Creatividad en redes sociales

- ♦ Estudiar la creatividad en las diferentes plataformas y medios
- ♦ Ofrecer una visión completa de cómo se adapta la creatividad a cada una de las redes sociales
- ♦ Conocer aspectos técnicos de uso
- ♦ Descubrir consejos para la creatividad y ejemplos inspiradores
- ♦ Analizar la creatividad en blogs y newsletters



Con TECH Universidad FUNDEPOS dominarás estrategias para optimizar tu posicionamiento SEO y destacar así en los motores de búsqueda”

03

Dirección del curso

En su firme compromiso de ofrecer el programa académico más actualizado e innovador, TECH Universidad FUNDEPOS ha reunido auténticos profesionales del sector publicitario. Con muchos años de experiencia a sus espaldas, el cuadro docente aporta un enfoque creativo e innovador a los procesos publicitarios. Por este motivo, la presente capacitación pone a disposición de los egresados las estrategias más efectivas para llamar la atención de los consumidores. Para conseguirlo, el claustro docente se centra en la utilización de herramientas de última generación con las que el alumnado dará un salto de calidad en su carrera profesional.





“

Accederás a los mejores materiales didácticos de la mano de un reportado cuadro docente que te aportarán una visión publicitaria totalmente innovadora”

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. Caravaca, Pablo

- ♦ Director de Arte en Z1
- ♦ Stage Manager en Monkey Week SON Estrella Galicia
- ♦ Director de Arte Senior en Ruiz Nicoli Líneas
- ♦ Director de Escena en el Festival Meridiano Cero
- ♦ Director de Arte Senior en Arena Media Communications
- ♦ Docente en cursos de Técnico Auxiliar de Diseño Gráfico en la Comunidad de Madrid
- ♦ Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
- ♦ Especialización en Publicidad y Relaciones Públicas
- ♦ Curso Oficial de Diseño de Páginas Web Profesionales de Adobe, con especialidad en Diseño web



04

Estructura y contenido

En su máxima de garantizar un aprendizaje efectivo, los recursos de este Experto Universitario cuentan con la supervisión de expertos del sector publicitario. En esta misma línea, los docentes han confeccionado materiales que sobresalen por disponer de la información más actualizada y de las técnicas más modernas para que los egresados desarrollen sus habilidades. Para lograrlo, el itinerario académico se apoya en el sistema del Relearning. Mediante esta metodología desarrollada por TECH Universidad FUNDEPOS, se reitera en los aspectos más relevantes para estimular la retención del aprendizaje.





“

Gracias los recursos de TECH Universidad FUNDEPOS te convertirás en un experto creativo y podrás dirigir equipos de trabajo en las compañías más prestigiosas del sector publicitario”

Módulo 1. La creatividad publicitaria

- 1.1. Qué es la creatividad
 - 1.1.1. Definiciones
 - 1.1.2. Modelos creativos en constante cambio. Irrupción de nuevas tecnologías, necesidad de mayor eficiencia
 - 1.1.3. Retos de los creativos para el desarrollo de estrategias innovadoras. Los beneficios de la colaboración
 - 1.1.4. Profesiones donde se demanda la creatividad
 - 1.1.5. Personajes que destacaron por su excepcional creatividad
- 1.2. Las mejores condiciones para crear. La generación de ideas
 - 1.2.1. Fases de la creatividad
 - 1.2.2. Centrarse en el problema
 - 1.2.3. Relajarse, disfrutar
 - 1.2.4. Equivocarse
 - 1.2.5. Jugar y técnicas para estimular el juego
- 1.3. El sujeto creativo
 - 1.3.1. Exigencias al creativo
 - 1.3.2. Estabilidad
 - 1.3.3. La kriptonita del creativo
 - 1.3.4. Enamorarse del proyecto
 - 1.3.5. ¿Bueno o mal creativo?
 - 1.3.6. La memoria del creativo
- 1.4. Retos del creativo para el desarrollo de estrategias innovadoras
 - 1.4.1. Relaciones con los clientes: empresas, personas, organizaciones, territorios
 - 1.4.2. Relaciones con otros *stakeholders*: proveedores (fotógrafos, planificadores, locutores, diseñadores...), compañeros, responsables de la agencia, inteligencia artificial, etc.
 - 1.4.3. Relaciones con los consumidores
 - 1.4.4. La importancia de crear en equipo
- 1.5. El contexto de un proyecto creativo
 - 1.5.1. Introducción en el mercado de un producto innovador
 - 1.5.2. Estrategia de aproximación a la creatividad
 - 1.5.3. Productos o servicios complejos
 - 1.5.4. Comunicación personalizada



- 1.6. Tipos de anuncios. Creativos y no creativos
 - 1.6.1. Innovadores, genéricos, imitaciones, etc.
 - 1.6.2. Diferencias entre anuncios originales
 - 1.6.3. Maneras de conseguir clientes con la creatividad
 - 1.7. Creatividad artística en comunicación
 - 1.7.1. 21 razones para ser creativos
 - 1.7.2. A qué denominamos arte en comunicación
 - 1.7.3. Referentes artísticos de la creatividad publicitaria
 - 1.8. Nuevos desafíos creativos
 - 1.8.1. Nuevos canales, tecnologías, tendencias, etc.
 - 1.8.2. El desarrollo de un nuevo formato
 - 1.8.3. Necesidad de implementar nuevas tecnologías en un anuncio innovador
 - 1.8.4. La entrada de competidores
 - 1.8.5. Ciclo de vida de una idea
 - 1.8.6. Sostenibilidad, lenguaje inclusivo
 - 1.9. Tendencias en creatividad publicitaria
 - 1.9.1. Rol de los clientes en la toma de decisión
 - 1.9.2. Nuevos métodos y medios
 - 1.9.3. Nuevas tecnologías
 - 1.10. Límites de la creatividad publicitaria
 - 1.10.1. Acceso a las ideas más innovadoras
 - 1.10.2. El coste de una buena idea
 - 1.10.3. La relevancia de un mensaje
 - 1.10.4. El mapa de las decisiones
 - 1.10.5. Buscando el equilibrio correcto
- Módulo 2. Creatividad digital**
- 2.1. Qué es la creatividad digital
 - 2.1.1. Tecnologías digitales para crear
 - 2.1.2. Técnicas digitales para impulsar la creatividad
 - 2.1.3. Conclusiones
 - 2.2. Diferencias entre publicidad y marketing digitales
 - 2.2.1. Descripción marketing digital
 - 2.2.2. Descripción publicidad digital
 - 2.2.3. Conclusiones
 - 2.3. Creatividad en publicidad digital
 - 2.3.1. Banners
 - 2.3.2. Anuncios de búsqueda (Ads)
 - 2.3.3. Anuncios de vídeo
 - 2.3.4. Anuncios nativos
 - 2.3.5. Anuncios de redes sociales
 - 2.3.6. Publicidad *display*
 - 2.3.7. Anuncios de realidad aumentada
 - 2.3.8. Anuncios en correos electrónicos
 - 2.4. La creatividad en marketing digital
 - 2.4.1. Generación de contenido
 - 2.4.2. Relevancia y valor
 - 2.4.3. Diversidad de formatos
 - 2.4.4. Posicionamiento como experto
 - 2.4.5. Frecuencia y consistencia
 - 2.4.6. Medición de resultados
 - 2.5. SEO (*Search Engine Optimization*)
 - 2.5.1. Optimización de motores de búsqueda
 - 2.5.2. Métricas SEO
 - 2.5.3. Conclusiones
 - 2.6. Email marketing
 - 2.6.1. Promoción de productos y servicios
 - 2.6.2. Noticias e información relevante
 - 2.6.3. Seguimiento y fidelización
 - 2.6.4. Automatización

- 2.7. Marketing de redes sociales
 - 2.7.1. Mayor alcance y visibilidad
 - 2.7.2. Fomentar una comunidad
 - 2.7.3. Creación de contenido inspirador
 - 2.7.4. Generación de leads y conversiones
 - 2.7.5. Colaboraciones con influencers
 - 2.7.6. Retroalimentación y mejora
 - 2.7.7. Branding y autoridad
- 2.8. Marketing de afiliados
 - 2.8.1. Estrategias de selección
 - 2.8.2. Herramientas de búsqueda
 - 2.8.3. Cómo aplicar la creatividad
 - 2.8.4. Ejemplos
- 2.9. Marketing de influencers
 - 2.9.1. Estrategias de selección
 - 2.9.2. Herramientas de búsqueda
 - 2.9.3. Cómo aplicar la creatividad
 - 2.9.4. Ejemplos
- 2.10. Plan de social media
 - 2.10.1. Estructura y contenido básico
 - 2.10.2. Ejemplos creativos
 - 2.10.3. Conclusiones

Módulo 3. Creatividad en redes sociales

- 3.1. Creatividad en TikTok
 - 3.1.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.1.2. Cómo ser creativo en TikTok
 - 3.1.3. Ejemplos
- 3.2. Creatividad en X
 - 3.2.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.2.2. Cómo ser creativo en X
 - 3.2.3. Ejemplos





- 3.3. Creatividad en Facebook
 - 3.3.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.3.2. Cómo ser creativo en Facebook
 - 3.3.3. Ejemplos
- 3.4. Creatividad en Instagram
 - 3.4.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.4.2. Cómo ser creativo en Instagram
 - 3.4.3. Ejemplos
- 3.5. Creatividad en LinkedIn
 - 3.5.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.5.2. Cómo ser creativo en LinkedIn
 - 3.5.3. Ejemplos
- 3.6. Creatividad en YouTube
 - 3.6.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.6.2. Cómo ser creativo en YouTube
 - 3.6.3. Ejemplos
- 3.7. Creatividad en Whatsapp
 - 3.7.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.7.2. Cómo ser creativo en Whatsapp
 - 3.7.3. Ejemplos
- 3.8. Creatividad para blogs
 - 3.8.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.8.2. Cómo ser creativo en un blog
 - 3.8.3. Ejemplos
- 3.9. Creatividad para newsletters
 - 3.9.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.9.2. Cómo ser creativo en una newsletter
 - 3.9.3. Ejemplos
- 3.10. Creatividad en Wikipedia
 - 3.10.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.10.2. Cómo ser creativo en Wikipedia
 - 3.10.3. Ejemplos

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 emitiesen 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 Estrategias Creativas en Publicidad 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 Estrategias Creativas en Publicidad** 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 Estrategias Creativas en Publicidad**

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
Estrategias Creativas
en Publicidad

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

Experto Universitario

Estrategias Creativas en Publicidad