

Experto Universitario Branded Content





Experto Universitario Branded Content

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-branded-content

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 18

05

Metodología de estudio

pág. 24

06

Titulación

pág. 34

01

Presentación

Las marcas han tenido que avanzar en su manera de darse a conocer y han aparcado la publicidad tradicional para apostar por contenidos multimedia, en los que el espectador tiene mucho que aportar. Por ello, cada vez son más las que utilizan herramientas de Marketing como el *Branded Content* para crear una imagen positiva, que contacte con el público y que genere beneficios a corto y largo plazo. Con este programa, los profesionales del sector tendrán la oportunidad de acceder a un contenido exclusivo y de absoluta novedad que les aportará la capacitación necesaria para convertirse en verdaderos especialistas en la materia, pudiendo acceder a los equipos de publicidad más reconocidos.





“

*Las empresas buscan profesionales como
tú, capaces de adaptarse a los nuevos tiempos
y crear contenidos relevantes para el público”*

Los consumidores del siglo XXI tienen muy claro lo que quieren y lo que no en cuanto a publicidad. Atrás han quedado esas promociones invasivas que no hacían sino causar un rechazo en la audiencia. Los usuarios quieren disfrutar de la publicidad, pero desde otro punto de vista. No solo como meros espectadores, sino como clientes reales que necesitan que sus opiniones sean escuchadas y atendidas. Por ello, los publicistas y creadores de contenidos apuestan por contar historias que vayan más allá de mostrar un producto. Ahora es necesario crear una imagen de marca, mostrar los valores de la compañía, crear emociones, etc. En definitiva, contactar con el público y fidelizarlo.

En este proceso, muchas agencias de comunicación y publicidad apuestan por la aplicación de técnicas de Marketing para desarrollar sus mensajes, de tal manera que se puedan ofrecer al espectador comunicaciones más personalizadas y adaptadas a sus necesidades. Con este Experto Universitario en Branded Content de TECH Universidad FUNDEPOS, el alumno tendrá acceso a un contenido especializado sobre la materia, elaborado por un cuadro docente con amplia experiencia en el sector, y que le permitirá desarrollar las habilidades que demandan las principales empresas de la actualidad.

Un temario que abarca desde los principios de la comunicación hasta la creación y gestión de comunidades virtual, pero que, como no podía ser de otra manera, pone el foco en las principales estrategias de branded content. Asimismo, se incluirán 10 *Masterclasses* con contenidos exclusivos de la mano de un experto de renombre internacional, aportándole gran valor al experto. Además de por su calidad, este programa destaca por ofertarse en un formato 100% online, por lo que el alumno tendrá la posibilidad de gestionar él mismo su tiempo de estudio, teniendo libre acceso a todos los contenidos y recursos académicos durante los 6 meses que dura la titulación.

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

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información teórica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Las novedades sobre el *Branded Content*
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Branded Content
- ♦ El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- ♦ 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



Conviértete en un creador de contenidos exitoso gracias a las 10 Masterclasses de un experto de renombre internacional incluidas en este programa"

“

Con un público cada vez mejor informado es preciso crear historias publicitarias atractivas que lo atrapen y generen experiencias inolvidables”

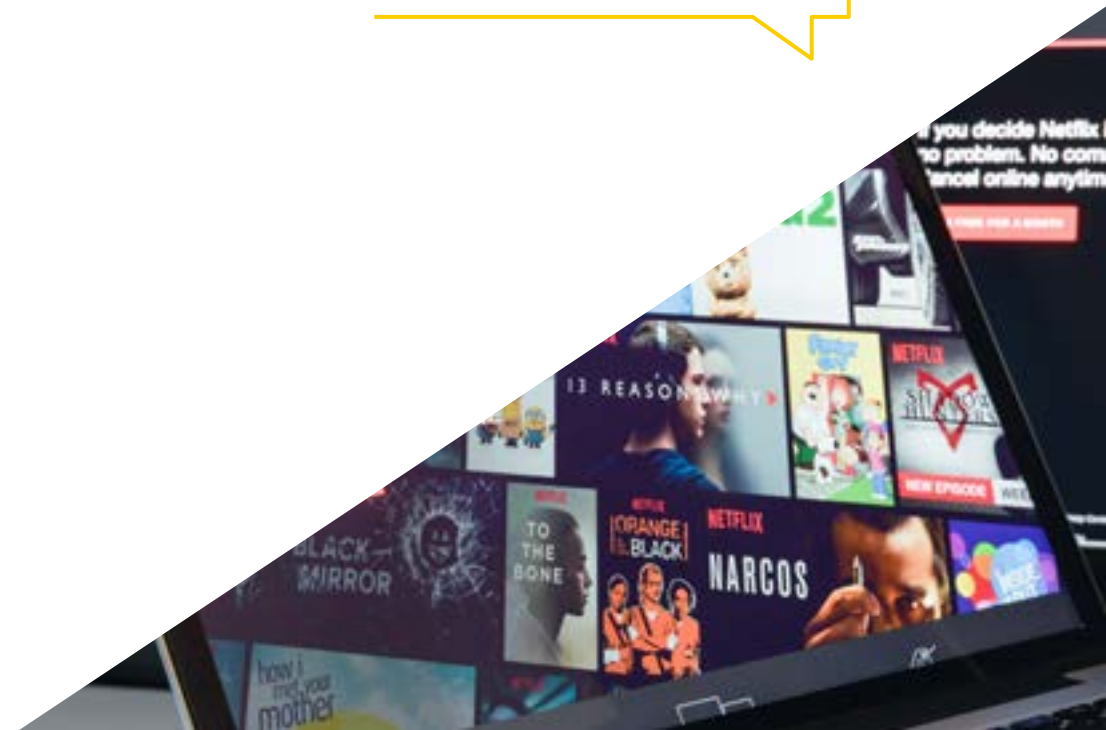
Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Comunicación, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

Un programa 100% online con el que desarrollarás las habilidades para convertirte en un creador de contenidos de éxito.

Las principales marcas querrán que formes parte de sus plantillas para que contactes con su audiencia y le generes sensaciones positivas.



02 Objetivos

El principal objetivo de este Experto Universitario en Branded Content de TECH Universidad FUNDEPOS es ofrecer a los profesionales del periodismo y la comunicación las herramientas necesarias para que sean capaces de crear esos contenidos multimedia que generen impacto en el público, incitándolo hacia el consumo de un determinado producto o servicio. De esta manera, al finalizar la titulación, el estudiante habrá adquirido la capacitación necesaria para acceder a puestos creativos o directivos en las principales agencias de publicidad del momento.





“

Muestra los valores de tu marca a través de contenidos multimedia más personalizados”



Objetivos generales

- ♦ Manejar y conocer conceptualmente el ámbito del *Transmedia Storytelling* y entender su relevancia en distintos ámbitos profesionales (publicidad, Marketing, periodismo, entretenimiento)
- ♦ Adquirir los fundamentos de la creación transmedia, desde la narrativa hasta la producción, la dinamización en comunidades sociales y la monetización económica

“

Aplica las principales herramientas de Branded Content y contacta con tu audiencia de manera eficaz”





Objetivos específicos

Módulo 1. El nuevo paradigma de comunicación

- ♦ Situar el conjunto del temario en un panorama sociológico y mediático cambiante, donde la tecnología y la fragmentación de la oferta audiovisual abren enormes oportunidades de negocio y de desarrollo profesional

Módulo 2. Creación y gestión de comunidades digitales

- ♦ Profundizar en la relación entre el *Transmedia Storytelling* y la industria del videojuego
- ♦ Entender el rol del videojuego como punta de lanza de la experiencia de usuario en el universo transmedia

Módulo 3. Casos prácticos universos transmedia

- ♦ Conocer el funcionamiento de los diferentes formatos donde se desarrollan comunicación (cine, videojuegos, televisión, etc.)

03

Dirección del curso

Los docentes de este Experto Universitario de TECH Universidad FUNDEPOS son profesionales con amplia experiencia en Branded Content y el mercado de la comunicación multimedia en general. Profesores que están al día sobre las nuevas tendencias de la narrativa transmedia y que entienden la importancia de la actualización de los conocimientos para acceder a un mercado absolutamente competitivo. Por ello, han decidido unificar criterios para ofrecer el mejor programa del panorama académico actual en este campo.



“

Los máximos especialistas en Branded Content te enseñarán las claves para especializarte en este campo”

Directora Invitada Internacional

El nombre de Magda Romanska es inconfundible en el ámbito de las Artes Escénicas y los Medios de Comunicación a escala internacional. Junto con otros proyectos, esta experta se ha desempeñado como **Investigadora Principal** del metaLAB de la Universidad de Harvard y preside en el **Seminario Artes Transmedia** en el reconocido **Mahindra Humanities Center**. También, ha desarrollado numerosos estudios vinculándose a instituciones como el **Centro de Estudios Europeos** y el **Centro Davis de Estudios Rusos y Euroasiáticos**.

Sus líneas de trabajo se centran en la **intersección del arte, las humanidades, la tecnología y la narración transmedia**. En ese abarcador marco, también se incluyen la **dramaturgia multiplataforma y metaversa**, y la **interacción entre humanos e Inteligencia Artificial en la interpretación**. A partir de sus profundos estudios sobre estos campos, ha creado Drametrics, un **análisis cuantitativo y computacional** de textos dramáticos.

También, es **fundadora, directora ejecutiva y redactora jefe** de TheTheatreTimes.com, el mayor portal digital de teatro del mundo. Igualmente, lanzó Performap.org, un **mapa digital interactivo de festivales de teatro**, financiado a través del **Laboratorio de Humanidades Digitales de Yale** y una subvención LMDA a la innovación. Por otro lado, también ha estado a cargo del desarrollo del **International Online Theatre Festival (IOTF)**, un **festival mundial de teatro anual en streaming**, que hasta ahora ha llegado a más de un millón de participantes. Además, esta iniciativa ha sido galardonada con el **Segundo Premio Internacional Culture Online** al “Mejor proyecto en línea”, elegido entre otras 452 propuestas de 20 países.

Por otra parte, la Doctora Romanska ha sido reconocida con las **becas MacDowell, Apollinaire y Lark Theatre Playwriting** de la **Fundación Time Warner**. También, mereció el **premio PAHA Creative** y el **Elliott Hayes a la excelencia en Dramaturgia**. A la par, ha recibido lauros de la **Asociación Americana de Investigación Teatral** y la **Asociación de Estudios Polacos**.



Dra. Romanska, Magda

- Investigadora Principal del metaLAB de Harvard, Boston, Estados Unidos
- Director Ejecutivo y Redactor Jefe en TheTheatreTimes.com
- Investigadora Asociada del Centro de Estudios Europeos Minda de Gunzburg
- Investigadora Asociada del Centro Davis de Estudios Rusos y Euroasiáticos
- Catedrática de Artes Escénicas en Emerson College
- Catedrática Asociada del Centro Berkman para Internet y la Sociedad
- Doctorado en Theatre, Film and Dance por la Universidad de Cornell
- Máster en Pensamiento Moderno y Literatura por la Universidad de Stanford
- Graduada de la Escuela de Arte Dramático de Yale y el Departamento de Literatura Comparada
- Presidenta del Seminario de Artes Transmedia del Mahindra Humanities Center
- Miembro de: Consejo Asesor en Digital Theatre+

“

*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo”*

Dirección



Dr. Regueira, Javier

- ♦ Experto en Branded Content
- ♦ Senior Brand Manager y Responsable online de Nivea
- ♦ Group Brand Manager de Imperial Tobacco
- ♦ Cofundador de la Asociación Española de Branded Content
- ♦ Cofundador de Pop Up Brand Content
- ♦ Autor de varios libros sobre Marketing y Gestión Empresarial
- ♦ Director de Servicios al Cliente en Grey Publicidad
- ♦ Speaker en TED Talks
- ♦ Doctor en Branded Content por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Graduado en CCEE Europeas ICADE E4



Profesores

Dr. Suárez Mouriño, Adrián

- ♦ Especialista en Comunicación Digital, SEO y SEM
- ♦ Responsable de Externalización de Servicios de SEO para Agencias de Marketing y Comunicación
- ♦ Redactor de contenidos y de guiones para Webedia
- ♦ Docente en estudios de grado, posgrado universitario y cursos relacionados con el Marketing
- ♦ Redactor de contenidos web en MundoGamers
- ♦ SEO Specialist y SEM Strategist en Pululart
- ♦ Doctor en Comunicación Digital, Narrativa y Videojuegos por la Universidade da Coruña
- ♦ Graduado en Arquitectura por la Universidade da Coruña
- ♦ Máster en Dirección, Marketing y Comunicación Online por la Universidad Abat Oliba CEU

Dra. Montoya Rubio, Alba

- ♦ Comunicadora Audiovisual en À Punt Mèdia
- ♦ Experta en Redes y Comunicación en À Punt Mèdia
- ♦ Responsable de Prensa y Comunicación en la Fundación AIMS
- ♦ Directora, Guionista y Editora *Freelance*
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados con la Comunicación
- ♦ Doctora en Música y Cine por la Universidad de Barcelona
- ♦ Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra
- ♦ Máster en Música como Arte Interdisciplinario por la Universidad de Barcelona

Estructura y contenido

La comunicación comercial requiere de una serie de requisitos para ser realmente efectiva. Un lenguaje persuasivo, una imagen impactante o enfocarse en la marca son solo algunas de las cuestiones que deben tenerse en cuenta a la hora de crear una campaña publicitaria. Pero, además, este preciso aplicar las técnicas de Branded Content que favorezcan la difusión y la aceptación del público. Este temario está orientado a favorecer el aprendizaje de los periodistas y comunicadores en este campo, a través de un completísimo temario que se distribuye en 3 módulos.





“

Diseña historias que creen valor para tu marca gracias a los conocimientos específicos que te proporciona este programa”

Módulo 1. El nuevo paradigma de comunicación

- 1.1. La transformación de los medios y la fragmentación de audiencias
 - 1.1.1. El nuevo rol de los medios
 - 1.1.2. El ciudadano ante la revolución digital
 - 1.1.3. Consumo e infoxicación
- 1.2. La convergencia de medios
 - 1.2.1. Convergencia tecnológica
 - 1.2.2. Convergencia sociocultural
 - 1.2.3. Convergencia corporativa
- 1.3. Internet 2.0: del monólogo al diálogo
 - 1.3.1. El proceso de fragmentación
 - 1.3.2. El efecto de la tecnología
 - 1.3.3. El cuestionamiento de los medios tradicionales
- 1.4. *Long Tail*
 - 1.4.1. Modelos de negocio *Long Tail*
 - 1.4.2. Elementos de un modelo *Long Tail*
- 1.5. El nuevo prosumer
 - 1.5.1. La tercera ola
 - 1.5.2. Espectadores vs. *E-fluencers*
- 1.6. Internet 2.0
 - 1.6.1. Datos de penetración y uso
 - 1.6.2. Del monólogo al diálogo
 - 1.6.3. El internet de las cosas
- 1.7. La cultura participativa
 - 1.7.1. Características
 - 1.7.2. Internet y opinión pública
 - 1.7.3. La cocreación
- 1.8. La atención efímera
 - 1.8.1. Multimedialidad
 - 1.8.2. *Multitasking*
 - 1.8.3. El colapso de la atención





1.9. *Hardware: de la black box al hogar hiperconectado*

- 1.9.1. La caja negra
- 1.9.2. Nuevos dispositivos
- 1.9.3. Derribando la brecha digital

1.10. *Hacia una nueva televisión*

- 1.10.1. Premisas de la nueva TV
- 1.10.2. Autoprogramación
- 1.10.3. La televisión social

Módulo 2. Creación y gestión de comunidades digitales

2.1. *Una comunidad virtual y dónde podemos crearlas*

- 2.1.1. Tipos de usuario
- 2.1.2. Espacios donde crear comunidades virtuales
- 2.1.3. Particularidades de dichos espacios

2.2. *Gestión de comunidades en Facebook e Instagram*

- 2.2.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.2.2. Posibilidades y límites

2.3. *Gestión de comunidades en Twitter*

- 2.3.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.3.2. Posibilidades y límites

2.4. *Gestión de comunidades en YouTube*

- 2.4.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.4.2. Posibilidades y límites

2.5. *Gestión de comunidades en Twitch*

- 2.5.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.5.2. Posibilidades y límites

2.6. *Gestión de futuras comunidades en espacios emergentes. Sus claves*

- 2.6.1. Claves a tener en cuenta del análisis de las redes comentadas
- 2.6.2. ¿Qué pasos seguir cuando nazcan nuevas redes sociales?
- 2.6.3. Discursos y diálogos

- 2.7. ¿Cómo provocar la generación de contenidos por usuarios?
 - 2.7.1. El *Prosumer* tras el COVID
 - 2.7.2. Concursos, sorteos y campañas
 - 2.7.3. Conexión con redes sociales y transmedia
- 2.8. Planificación y medición de contenidos I
 - 2.8.1. Tipos de contenidos y redacción
 - 2.8.2. Estructuración de contenidos
- 2.9. Planificación y medición de contenidos II
 - 2.9.1. Medición de las acciones en redes sociales
 - 2.9.2. Impacto en Google
 - 2.9.3. Toma de decisiones
- 2.10. Elaboración de contenidos en blogs y su movimiento por redes
 - 2.10.1. La importancia del blog hoy
 - 2.10.2. Técnicas de movimiento de contenido por redes
 - 2.10.3. Resolución de crisis

Módulo 3. Casos prácticos universos transmedia

- 3.1. Los transmedia originados en el cine
- 3.2. De las letras a las pantallas
- 3.3. La mitología y la fantasía épica transmediales
- 3.4. Ficciones que traspasan los cómics
- 3.5. Videojuegos con múltiples narrativas
- 3.6. La televisión que explora nuevas narrativas
- 3.7. Cuando el fenómeno fandom crea sus propios contenidos
- 3.8. Prototransmedias originados en el teatro
- 3.9. La música que no solo se escucha
- 3.10. Propuestas de ocio que han saltado a otras plataformas





“

Un contenido de gran interés para los publicistas y creadores de contenido”

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

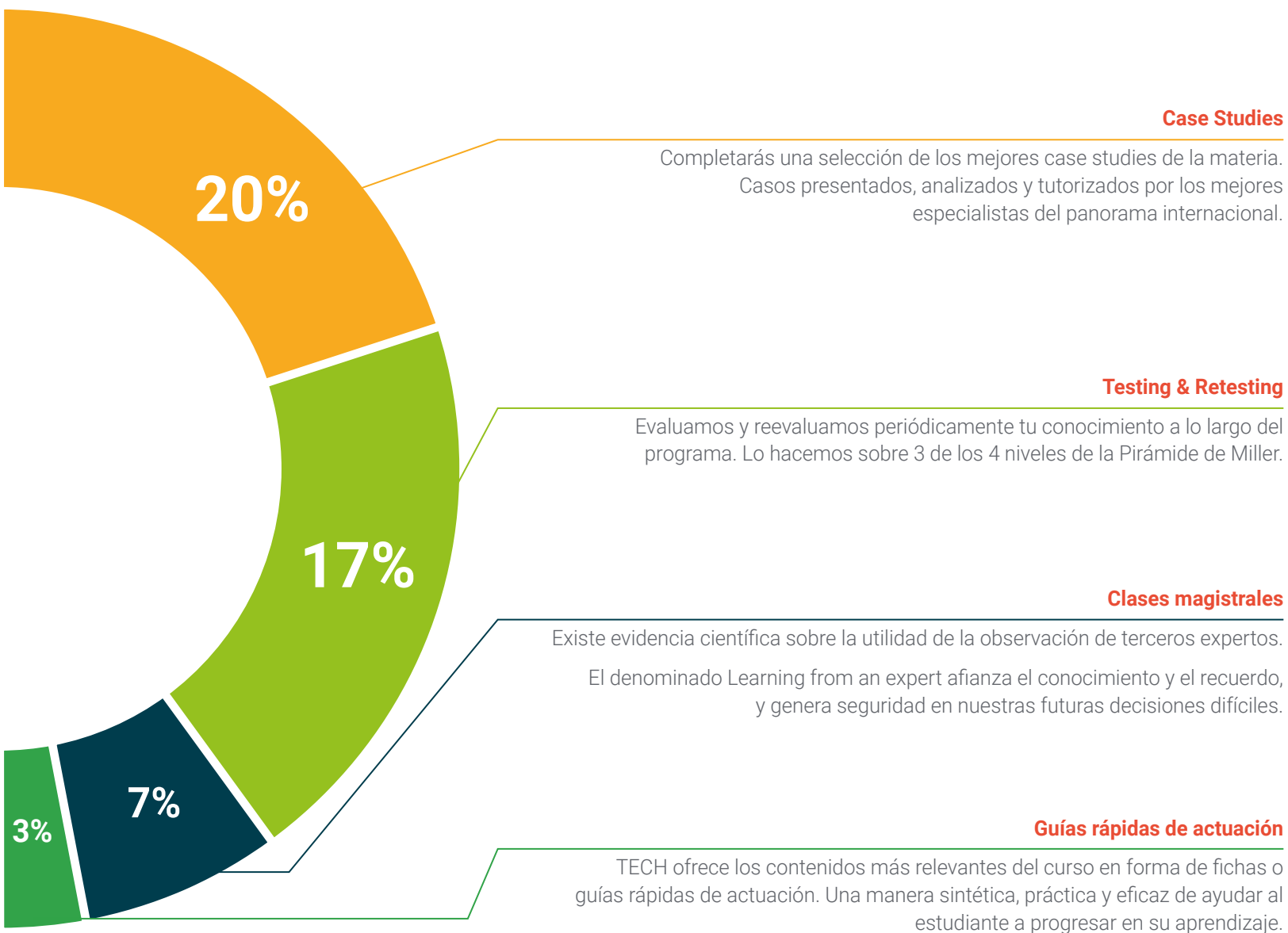
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





06

Titulación

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

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University 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 Branded Content**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



futuro
salud confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web form
aula virtual idiomas



Experto Universitario Branded Content

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario Branded Content

