

Experto Universitario

Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias





Experto Universitario Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias

- » 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-desarrollo-creativo-campanas-publicitarias

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología de estudio

pág. 22

06

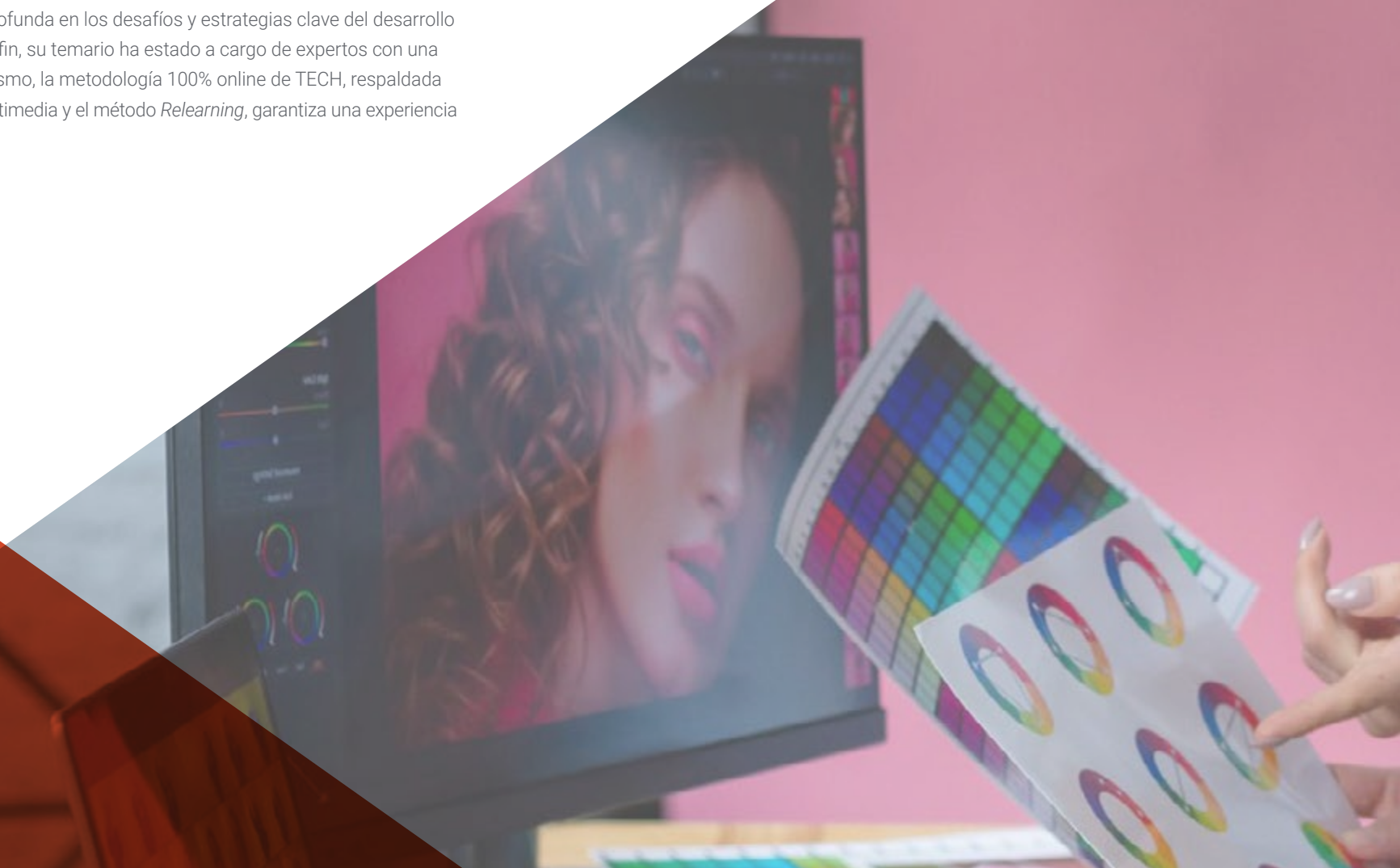
Titulación

pág. 32

01

Presentación

La realidad publicitaria se ha vuelto cada vez más competitiva con distintas marcas innovando en su estrategia de generación de contenidos. Esto provoca que la audiencia exija que se la sorprenda para captar su atención. En este contexto, tanto la originalidad como una elevada especialización se han convertido en una necesidad para comunicadores y creativos. Por eso, este programa ofrece una inmersión profunda en los desafíos y estrategias clave del desarrollo de campañas de promoción. Para este fin, su temario ha estado a cargo de expertos con una amplia trayectoria en la industria. Asimismo, la metodología 100% online de TECH, respaldada por una variada oferta de contenido multimedia y el método *Relearning*, garantiza una experiencia educativa flexible y efectiva.



“

*Inscríbete ahora en este programa
100% online para impulsar tu
carrera y desarrollar campañas
publicitarias impactantes”*

La industria publicitaria se encuentra en un constante estado de evolución, marcado por modelos creativos en transformación, la irrupción de nuevas tecnologías y la creciente demanda de mayor eficiencia en la ejecución de campañas. Este contexto exige a los profesionales de la publicidad mantenerse al día con las últimas tendencias, así como adquirir habilidades que les permitan destacar. Es en este escenario que este programa de TECH Universidad FUNDEPOS se presenta como un recurso esencial, proporcionando una formación práctica y estratégica para sobresalir en este campo dinámico.

Así, El temario de este Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias aborda de manera específica los desafíos contemporáneos, profundizando en modelos creativos en constante cambio y la integración eficiente de nuevas tecnologías en las campañas publicitarias. También, ahonda en la necesidad de desarrollar contenido multiplataforma, *crossmedia* y *transmedia* para conectar efectivamente con audiencias diversas y en diferentes canales. Además, se profundizará en la optimización del *Storytelling* en los distintos medios tanto *online* como *offline*. Este enfoque no solo se adapta a las demandas actuales, sino que también anticipa y prepara a los egresados para los desafíos futuros.

En cuanto a la metodología destaca por ser 100% online, permitiendo a los profesionales acceder a la formación sin restricciones geográficas. La metodología *Relearning* se presenta como un enfoque efectivo, basado en la repetición de conceptos clave para fijar conocimientos y facilitar el aprendizaje continuo. Esta combinación de flexibilidad y enfoque práctico asegura que los alumnos no solo adquieran conocimientos teóricos, sino que también desarrollen habilidades aplicables de inmediato en el ámbito laboral.

Este **Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias
- ♦ 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



Lleva tu carrera profesional a otro nivel con este Experto Universitario donde abordarás las relaciones del publicista con otros stakeholders"

“

Profundizarás en la necesidad de implementar nuevas tecnologías para lograr un anuncio innovador”

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.

Actualízate en estrategias efectivas de marketing de contenidos en la mejor universidad digital del mundo según Forbes.

Matricúlate y dominarás habilidades avanzadas en Storytelling para cautivar a tu audiencia y generar impresiones duraderas en los usuarios.



02

Objetivos

El diseño del programa de este Experto Universitario tiene como objetivo principal capacitar a los alumnos en el Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias. Para ello se profundiza en las habilidades esenciales para sobresalir en un entorno publicitario en constante cambio y competitivo. Además, este programa ahonda en la relevancia que ha adquirido el *Branded Content* y el valor añadido que aporta su simbiosis con el marketing de contenidos. Todas estas metas se logran de forma sencilla y efectiva gracias al uso de la innovadora metodología *Relearning*.



“

*Los mejores contenidos multimedia
para que cumplas todos tus objetivos te
esperan en esta titulación universitaria”*



Objetivos generales

- ♦ 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
- ♦ Asimilar los conocimientos teóricos/prácticos que permitan realizar las funciones de creativo desde cualquier perspectiva
- ♦ Conocer de manera profunda la relación entre el creativo y el resto de los agentes que participan en la gestión de la comunicación comercial
- ♦ Mostrar y valorar las nuevas tendencias que los profesionales de este sector van a encontrarse ahora y en el futuro
- ♦ Capacitar al profesional, mediante las habilidades necesarias, para mejorar la resolución de problemas y desarrollar las competencias profesionales imprescindibles
- ♦ Conocer en profundidad los nuevos proyectos de valor para la comunicación comercial
- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Conocer de manera profunda las últimas herramientas de ayuda a la creatividad
- ♦ Desarrollar acciones e iniciativas que mejoren los resultados creativos, en colaboración con el resto de los actores que participan en su concepción
- ♦ Utilizar herramientas de apoyo a la creatividad





Objetivos específicos

Módulo 1. La creatividad publicitaria

- ♦ Aprender las diferentes definiciones y enfoques de la creatividad en el ámbito publicitario
- ♦ Identificar y aplicar técnicas para activar la creatividad y superar los retos en la generación de ideas
- ♦ Reconocer las características y perfiles de los creativos publicitarios, así como sus desafíos profesionales
- ♦ Analizar el impacto de la creatividad en las relaciones empresariales y con los consumidores dentro de un contexto publicitario
- ♦ Explorar la influencia del contexto estratégico en el desarrollo de campañas creativas, desde la introducción de productos hasta la comunicación personalizada
- ♦ Distinguir entre anuncios creativos y no creativos, evaluando el papel de la creatividad en la mejora de la relación marca-cliente

Módulo 2. El *branded content*

- ♦ Comprender qué es el branded content y cómo se diferencia de la publicidad tradicional
- ♦ Explorar el marketing de contenidos y las estrategias para crear contenido exitoso en múltiples plataformas
- ♦ Desarrollar la creatividad multimedia, utilizando formatos como podcasts, videocasts, y presentaciones visuales
- ♦ Entender cómo la creatividad en los eventos puede potenciar la comunicación y promoción de marcas
- ♦ Identificar los objetivos y modalidades de eventos y cómo utilizar la creatividad para generar impacto
- ♦ Analizar las posibilidades de los eventos virtuales y la importancia de la creatividad en este formato

Módulo 3. Competencias de un creativo publicitario

- ♦ Reconocer las principales profesiones y oportunidades en el ámbito del marketing y la publicidad
- ♦ Desarrollar habilidades y competencias necesarias para destacar en la creatividad publicitaria
- ♦ Implementar estrategias para construir una marca personal sólida y competitiva en el mercado
- ♦ Analizar ejemplos de trayectorias profesionales exitosas en los sectores de marketing y publicidad
- ♦ Manejar adecuadamente el éxito y el fracaso en el entorno laboral creativo
- ♦ Adoptar estrategias para mantener la motivación y disfrutar plenamente de la carrera creativa



Conviértete en un creador publicitario excepcional y supera tus metas profesionales. ¡Matricúlate ya!"

03

Dirección del curso

En su máxima de ofrecer una educación de élite para todos, TECH cuenta con expertos con una destacada trayectoria en el ámbito de la Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias. La dilatada experiencia de estos profesionales garantiza una capacitación efectiva y adaptada a las demandas actuales de la industria. Con su conocimiento práctico y perspicacia estratégica, los egresados no solo recibirán una preparación teórica, sino también una inmersión profunda en los desafíos y oportunidades del mundo real. Estos reputados publicitarios guiarán al alumnado durante los 6 meses de desarrollo académico del programa.



NEVER ENDING

ACTIVITY

shaping up your business

ET START
▼

“

Dominarás habilidades estratégicas que te catapultarán hacia el éxito de la mano de líderes en el ámbito de la publicidad creativa”

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*



04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Desarrollo Creativo en Campañas Publicitarias ofrece una inmersión integral en los desafíos y estrategias esenciales para sobresalir en la industria. El temario ahonda en los retos que enfrentan los creativos para desarrollar estrategias innovadoras, proporcionando herramientas prácticas para superar obstáculos y fomentar la originalidad. Además, profundiza en conceptos cruciales como el marketing de contenidos, revelando cómo construir narrativas persuasivas para cautivar audiencias. También aborda, a través de contenidos multimedia, situaciones realistas, capacitando a los alumnos sobre cómo actuar cuando una marca pierde credibilidad en el sector.



“

*Con el plan de estudios de TECH
destacarás en una industria
publicitaria en constante evolución”*

Módulo 1. La creatividad publicitaria

- 1.1. Qué es la creatividad
 - 1.1.1. Definiciones
 - 1.1.2. Cómo activar la creatividad
 - 1.1.3. Profesiones donde se demanda la creatividad
 - 1.1.4. Personajes que destacaron por su excepcional creatividad
 - 1.1.5. Retos de los creativos para la ideación
- 1.2. Las mejores condiciones para crear. La generación de ideas
 - 1.2.1. Fases del proceso creativo
 - 1.2.2. Centrarse en el problema
 - 1.2.3. Relajarse, emocionarse, disfrutar
 - 1.2.4. Gimnasio creativo
- 1.3. El sujeto creativo
 - 1.3.1. Cómo son los creativos
 - 1.3.2. Exigencias al creativo
 - 1.3.3. Perfiles creativos
 - 1.3.4. La *kriptonita* del creativo
 - 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 y compañeros
 - 1.4.2. Relaciones con otros *stakeholders*
 - 1.4.3. La importancia de crear en equipo
 - 1.4.4. La importancia de crear en solitario
 - 1.4.5. Relaciones con los consumidores
- 1.5. El contexto de un proyecto creativo
 - 1.5.1. La creatividad y la estrategia
 - 1.5.2. Introducción en el mercado de un producto innovador
 - 1.5.3. Estrategia de aproximación a la creatividad
 - 1.5.4. Productos o servicios complejos
 - 1.5.5. Comunicación personalizada
- 1.6. Tipos de anuncios. Creativos y no creativos
 - 1.6.1. Cómo la creatividad puede mejorar la relación marca-cliente
 - 1.6.2. Anuncios creativos y no creativos
 - 1.6.3. Anuncios innovadores, genéticos, imitaciones...
 - 1.6.4. Maneras de conseguir clientes con la creatividad
- 1.7. Creatividad artística en comunicación
 - 1.7.1. La creatividad y el arte
 - 1.7.2. A qué denominamos arte en comunicación
 - 1.7.3. Referentes artísticos en comunicación
 - 1.7.4. El arte como fuente de inspiración de la publicidad
 - 1.7.5. Diferencias entre la reacción que provoca el arte y la creatividad publicitaria
- 1.8. Nuevos desafíos creativos
 - 1.8.1. Nuevos canales, tecnologías, tendencias...
 - 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. Nuevos formatos para la publicidad
 - 1.9.2. Necesidad de implementar nuevas tecnologías en los procesos
 - 1.9.3. Razones por las que debemos seguir siendo creativos en publicidad
 - 1.9.4. Cuando el lenguaje se convierte en estrategia
 - 1.9.5. El nuevo creativo es también estrategia
 - 1.9.6. La estrategia ha de ser creativa
- 1.10. Límites de la creatividad publicitaria
 - 1.10.1. Como acceder a las ideas más innovadoras
 - 1.10.2. Equivocarse es bueno
 - 1.10.3. Técnicas para estimular el juego
 - 1.10.4. Técnicas creativas organizadas
 - 1.10.5. Oportunidades para la creatividad
 - 1.10.6. Los límites externos

Módulo 2. El branded content

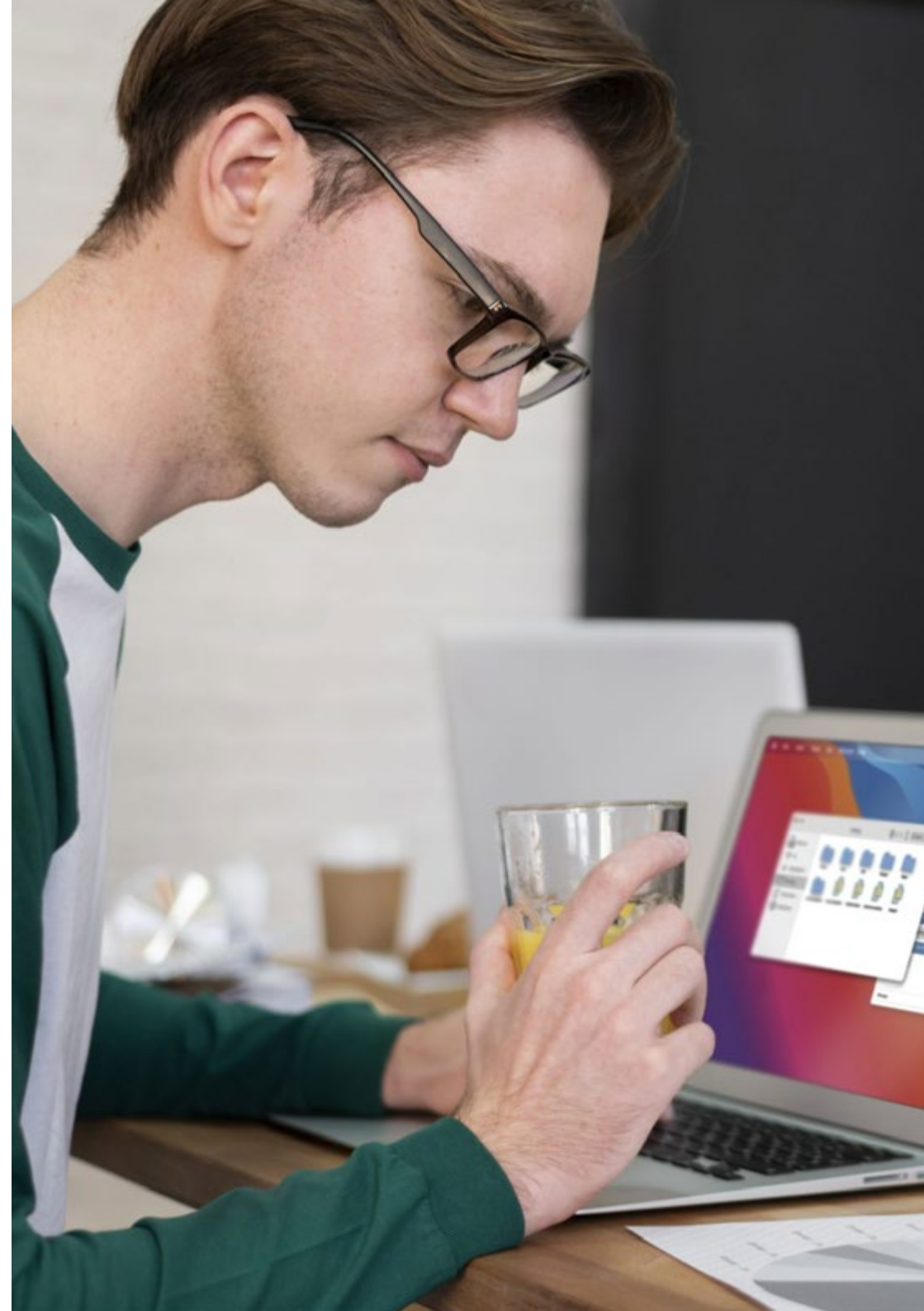
- 2.1. Qué es el branded content.
 - 2.1.1. Fundamentos del branded content.
 - 2.1.2. En qué se parece la publicidad al branded content.
 - 2.1.3. Tipologías.
 - 2.1.4. Utilidades
- 2.2. Qué es el marketing de contenidos
 - 2.2.1. Definición y enfoques
 - 2.2.2. Qué contenido tendrá éxito
 - 2.2.3. Contenido multiplataforma, crossmedia y transmedia.
- 2.3. Creatividad multimedia
 - 2.3.1. Podcast.
 - 2.3.2. Videocast.
 - 2.3.3. Photo Sharing.
 - 2.3.4. Plataforma de presentaciones.
 - 2.3.5. Vídeos.
- 2.4. Qué es un evento.
 - 2.4.1. Qué es.
 - 2.4.2. Diferencia entre la creatividad de un anuncio y la de un evento.
 - 2.4.3. Posibilidades de comunicación dentro de un evento.
 - 2.4.4. Ejemplo de creatividad dentro de un evento.
- 2.5. Por qué se celebra un evento.
 - 2.5.1. Objetivos de un evento.
 - 2.5.2. Modalidades de eventos.
 - 2.5.3. Celebración y entretenimiento.
 - 2.5.4. Comercialización y promoción.
 - 2.5.5. Formación, creación de redes y responsabilidad social.
- 2.6. Cómo se crea la idea del evento.
 - 2.6.1. Cómo generar ideas creativas.
 - 2.6.2. Cómo desarrollar una propuesta detallada.

- 2.7. Dónde y cómo organizar un evento.
 - 2.7.1. El evento correcto en el sitio correcto.
 - 2.7.2. El presupuesto adecuado.
 - 2.7.3. El estado de ánimo apropiado.
 - 2.7.4. Sin margen para la improvisación.
 - 2.7.5. La comida en su punto.
 - 2.7.6. Qué puede salir mal en un evento. Ejemplos.
 - 2.7.7. Un plan B.
- 2.8. Cómo emocionar en un evento.
 - 2.8.1. Inteligencia emocional
 - 2.8.2. La empatía en los eventos.
 - 2.8.3. Los sentimientos.
- 2.9. La creatividad en todo el proceso de organización.
 - 2.9.1. Dónde aplicar la creatividad en un evento.
 - 2.9.2. La sorpresa en los eventos.
- 2.10. Eventos virtuales
 - 2.10.1. La tecnología en los eventos.
 - 2.10.2. Qué es un evento virtual.
 - 2.10.3. Diferencias entre un evento virtual y otro presencial.
 - 2.10.4. La creatividad en los eventos virtuales.
 - 2.10.5. Eventos en realidad virtual

Módulo 3. Competencias de un creativo publicitario

- 3.1. Profesiones
 - 3.1.1. Profesiones relacionadas con el marketing
 - 3.1.2. Profesiones relacionadas con la publicidad
 - 3.1.3. Ejemplos
- 3.2. Cómo detectar el talento
 - 3.2.1. Habilidades relacionadas con la creatividad publicitaria
 - 3.2.2. Actividades relacionadas con la creatividad publicitaria
 - 3.2.3. Ejemplos

- 3.3. Cómo tener empleo en creatividad publicitaria
 - 3.3.1. Cómo optar de manera creativa a un puesto de trabajo
 - 3.3.2. Cómo construir una marca que te garantice estabilidad laboral
 - 3.3.3. Cómo enfrentarse a un período de desempleo
 - 3.3.4. Cómo adaptarse a los cambios del sector
- 3.4. Cómo actuar en el puesto de trabajo
 - 3.4.1. Cuando tienes éxito
 - 3.4.2. Cuando fracasas
 - 3.4.3. Cómo integrarse
- 3.5. Cómo actuar cuando tu marca pierde credibilidad en el sector
 - 3.5.1. Reposicionar la marca
 - 3.5.2. Reactivar la marca
 - 3.5.3. Ejemplos
- 3.6. Trayectorias de creativos que son referencia
 - 3.6.1. Creativos del marketing
 - 3.6.2. Creativos de la publicidad
 - 3.6.3. Ejemplos
- 3.7. Trayectorias de empresas que son referencia
 - 3.7.1. Empresas y departamentos de marketing
 - 3.7.2. Empresas de publicidad
 - 3.7.3. Ejemplos
- 3.8. Cómo tener éxito
 - 3.8.1. Qué es el éxito
 - 3.8.2. Piensa bien y acertarás
 - 3.8.3. Ejemplos
- 3.9. Cómo es la vida del creativo
 - 3.9.1. En el trabajo
 - 3.9.2. Fuera del trabajo
- 3.10. Cómo disfrutar de la profesión creativa
 - 3.10.1. Pasión por la creatividad
 - 3.10.2. Gestión del estrés y el bloqueo creativo
 - 3.10.3. Cultivando la creatividad personal





“

Con este programa dominarás los Briefs creativos y las propuestas persuasivas a clientes. No dudes más y únete a este Experto Universitario”

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

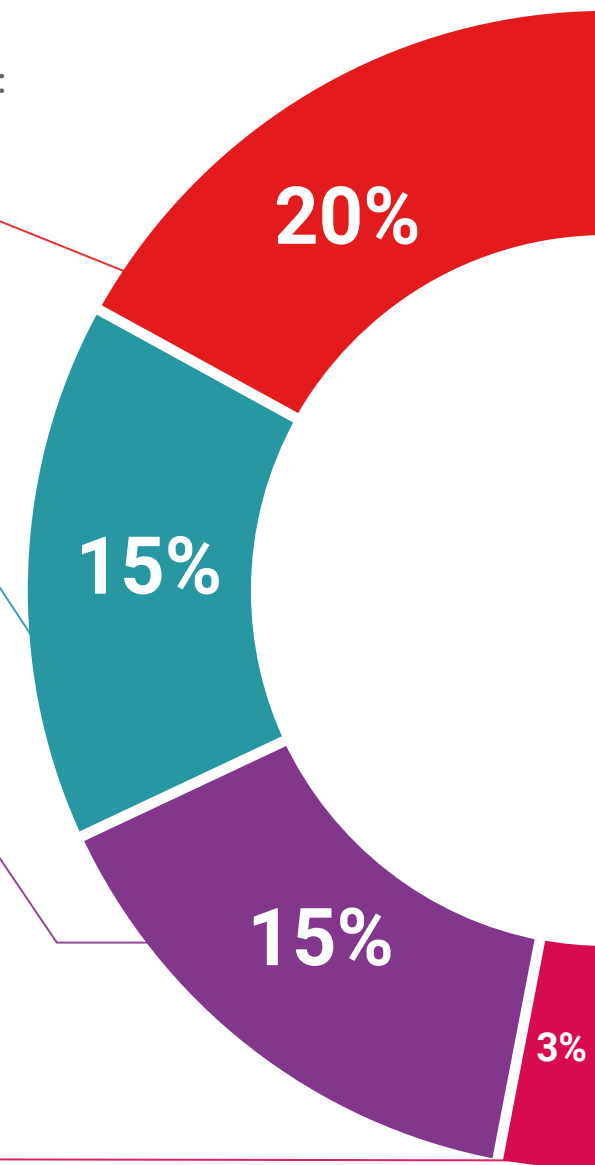
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

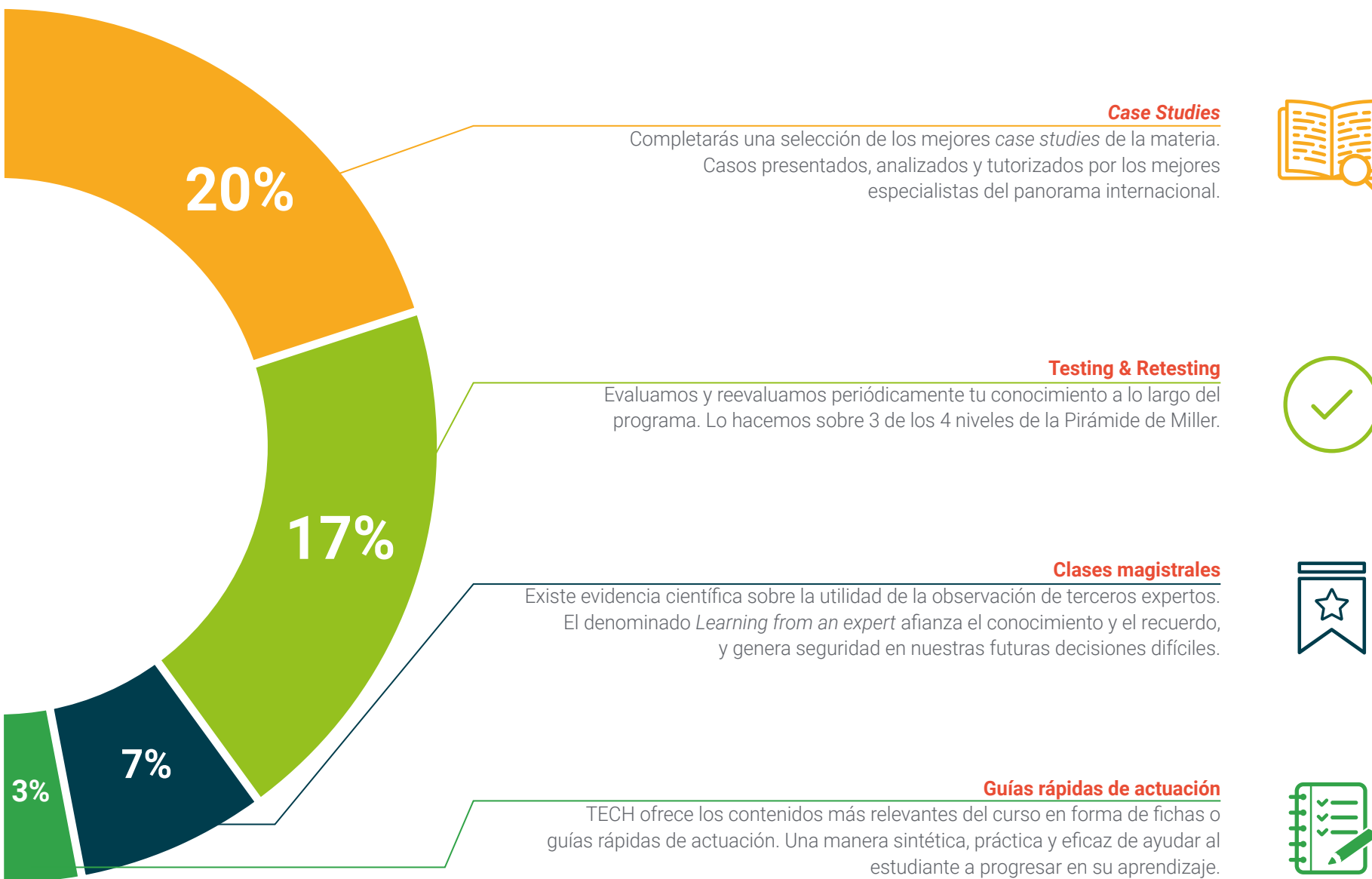
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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 Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias 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 Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias** 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 Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**





Experto Universitario
Desarrollo Creativo de
Campañas Publicitarias

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

Experto Universitario

Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias

