

Experto Universitario

Storytelling para Publicidad





Experto Universitario Storytelling para Publicidad

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

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

La conexión emocional con la audiencia se ha convertido en un aspecto crucial en un escenario publicitario en el que la competencia por la atención del público es feroz. Por ello, la capacidad de contar historias persuasivas y que conecten emocionalmente con la audiencia se ha convertido en una habilidad muy cotizada. En respuesta a estas necesidades, se presenta este programa académico en el que se profundiza en técnicas avanzadas de *Storytelling*, capacitando a los egresados para crear campañas memorables que impacten de forma efectiva en el target. Asimismo, su metodología 100% online, respaldada por una amplia variedad de contenidos multimedia y el innovador método *Relearning*, garantiza una puesta al día flexible y efectiva para impulsar el éxito en el dinámico mundo de la publicidad narrativa.





“

Dominarás el Storytelling publicitario para construir una comunidad leal en torno a tu marca con una metodología 100% online”

En el actual panorama publicitario, la necesidad de dominar el arte del *Storytelling* se ha vuelto imperativo para conectar de forma efectiva con la audiencia. La saturación de mensajes y la búsqueda constante de conexiones significativas han elevado la narrativa comercial a una herramienta esencial para los creativos. Por eso, es crucial profundizar en sus particularidades y técnicas para triunfar en un entorno donde contar historias persuasivas no solo es una ventaja, sino una diferencia imprescindible para construir conexiones auténticas con los consumidores.

Para ampliar el dominio de los publicistas y comunicadores sobre todos esos aspectos, TECH cuenta con este Experto Universitario. El programa aborda de manera directa a los desafíos actuales de esta industria, proporcionando también a los alumnos los recursos narrativos más actualizados. Al mismo tiempo, para potenciar la creatividad y originalidad de los egresados, el temario define diversos softwares específicos diseñados para este ámbito y sus aplicaciones.

Por otro lado, la titulación universitaria abarca los instrumentados necesarios para generar experiencias interactivas y participativas más eficientes en una campaña publicitaria que involucren y conecten profundamente con el comprador. Además, el itinerario académico señala las oportunidades creativas del Metaverso, abordando un terreno innovador donde las narrativas de promoción pueden trascender los límites convencionales y sumergir a los consumidores en experiencias inmersivas.

Por otro lado, la metodología del programa se adapta a la realidad digital actual, ofreciendo una experiencia 100% online que permite a los profesionales acceder y ampliar conocimientos sin restricciones geográficas. A su vez, destaca el uso del método *Relearning*, basado en la repetición de conceptos clave para consolidar conocimientos y facilitar un aprendizaje más efectivo y duradero. Este enfoque flexible y práctico asegura que los egresados no solo absorban teorías, sino que también internalicen las habilidades necesarias para sobresalir en el apasionante mundo del *Storytelling*.

Este **Experto Universitario en Storytelling para 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 Storytelling para Publicidad
- ♦ 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



Destacarás en un sector altamente competitivo gracias a los disruptivos contenidos que abordará en la mejor universidad digital del mundo según Forbes”

“

Conviértete en un pionero en el uso del Metaverso y las IA para potenciar tus campañas publicitarias”

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.

Impulsa tu carrera profesional en la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos según la plataforma Trustpilot.

Matricúlate y desarrollarás historias cautivadoras a la par que implementarás campañas publicitarias exitosas.




02

Objetivos

Este Experto Universitario tiene como objetivo principal capacitar a los alumnos en el dominio del *Storytelling* publicitario. Para ello, el temario incluye las habilidades necesarias para cautivar la atención del público de manera efectiva. A través de un enfoque estratégico, los egresados adquirirán las destrezas esenciales para construir relatos impactantes y auténticos que sintonicen con las emociones y motivaciones de su audiencia. Este programa no solo busca perfeccionar las técnicas narrativas, sino también potenciar la capacidad de los egresados para crear campañas que no solo informen, sino que inspiren y conecten de manera duradera con el público.





See what's next.
WATCH ANYWHERE. CANCEL ANYTIME.
JOIN FREE FOR A MONTH

“

Cautivarás a tu audiencia con historias memorables que potencien el impacto de tus campañas publicitarias. ¡Cumple tus objetivos con TECH!”

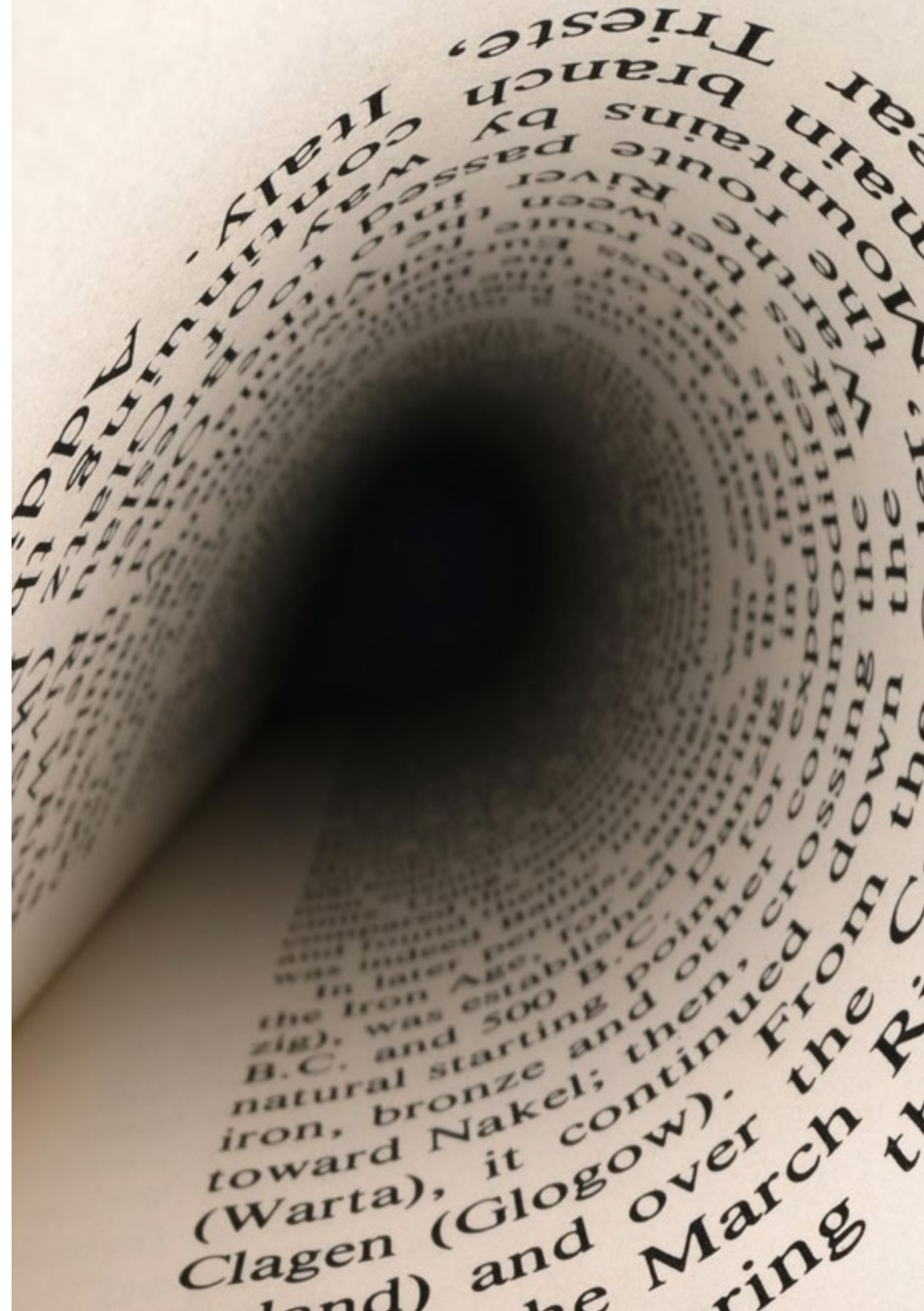


Objetivos generales

- ♦ 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



Conseguirás tus objetivos y dominarás la psicología del Storytelling para influir en las percepciones y decisiones de tus consumidores”





Objetivos específicos

Módulo 1. La generación de ideas publicitarias

- ♦ Estimular la generación de ideas innovadoras
- ♦ Poner en valor el entorno creativo
- ♦ Explicar la actividad del pensamiento creativo
- ♦ Detallar cómo funciona el software del pensamiento creativo publicitario
- ♦ Potenciar la creatividad en equipo
- ♦ Inspirarse en el legado creativo de otros
- ♦ Explorar la creatividad en distintos campos

Módulo 2. El *branded content*

- ♦ Destacar la importancia del *branded content* y su relación con el marketing de contenidos
- ♦ Explicar qué es el *branded content* y sus similitudes con la publicidad tradicional
- ♦ Detallar los requisitos para la creación de *branded content*
- ♦ Abordar las tipologías de *branded content* que pueden tener éxito
- ♦ Señalar las características de los vídeos virales y sus utilidades
- ♦ Presentar el marketing de contenidos como un componente esencial de la nueva comunicación
- ♦ Significar el *storytelling* y su distribución en múltiples plataformas y redes sociales
- ♦ Estudiar las características y diferencias de los eventos virtuales

Módulo 3. La creatividad publicitaria aplicada

- ♦ Investigar las posibilidades del metaverso, la inteligencia artificial (IA) y la neurociencia
- ♦ Descubrir qué es el metaverso y cómo está impactando la creatividad
- ♦ Adentrarse en el conocimiento de los negocios del metaverso
- ♦ Examinar cómo la IA está cambiando la creación y consumo de contenido, y su influencia en el ámbito laboral de los creativos
- ♦ Mirar hacia el futuro y exploramos las oportunidades creativas de esta nueva era
- ♦ Analizar cómo las marcas pueden sobresalir en el metaverso y cómo esto afecta la distribución y la relación con los consumidores
- ♦ Conocer las habilidades y actitudes necesarias para prosperar en este entorno en constante cambio
- ♦ Descubrir diversas oportunidades creativas, como experiencias inmersivas, avatares de marca, eventos virtuales, etc.
- ♦ Estudiar la relación entre la neurociencia y la creatividad

03

Dirección del curso

A la hora de conformar el cuadro docente del presente Experto Universitario, TECH ha seleccionado a expertos con una sólida trayectoria en el sector publicitario. Este claustro, compuesto por profesionales con amplia experiencia, asegura una formación efectiva y alineada con las demandas actuales de la industria. Gracias a su amplio bagaje no solo se enriquece la perspectiva teórica, sino que también proporciona una visión invaluable sobre cómo aplicar habilidades de *Storytelling* de manera impactante en campañas publicitarias. Además, para afianzar estos conocimientos se emplea el método *Relearning* con el que se logra un aprendizaje sólido y duradero.





“

Conviértete en un experto estratega de contenido narrativo de la mano de los mejores creativos publicitarios”

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. Fernández, Jorge David

- ♦ Especialista en Publicidad
- ♦ Docente Universitario en la Universidad de Sevilla
- ♦ Investigador
- ♦ Autor de diversidad de publicaciones como *Strategic advertising Mechanisms: from copy strategy to iconic brands*

Dña. Pita, Eva

- ♦ CEO de L'Évita Creatividad
- ♦ Graduada en Publicidad por la Universidad de Barcelona

04

Estructura y contenido

Este programa ofrece un temario en el que el alumno profundizará en el arte de contar historias que impacten de forma efectiva en la audiencia. Para ello, el programa abarca la importancia de las figuras retóricas en la comunicación comercial. Además, la creatividad multimedia se destaca como un componente esencial, permitiendo integrar imágenes, sonido y otros elementos para enriquecer sus relatos. Por otro lado, este Experto Universitario define la relación entre el *Storytelling* y la Inteligencia Artificial, así como la generación de contenidos para el Metaverso.



“

Un plan de estudios con el que dominarás técnicas avanzadas de narración que potenciarán la efectividad de tus campañas”

Módulo 1. La generación de ideas publicitarias

- 1.1. Qué se necesita para llegar a la idea
 - 1.1.1. Plantea el problema
 - 1.1.2. Detenerse a pensar, el primer paso para diferenciarse
 - 1.1.3. Piensa, reflexiona, vuelve a pensar... Y así durante varios días
 - 1.1.4. Convencimiento para llegar
 - 1.1.5. Un entorno creativo estimula la creatividad
 - 1.1.6. Cómo se contagia tu creatividad
 - 1.1.7. Sal de la oficina, vive, disfruta
 - 1.1.8. El briefing creativo
 - 1.1.9. Exigencia creativa
 - 1.1.10. Rompe con lo establecido
 - 1.1.11. La palabra clave: asociación
- 1.2. El pensamiento creativo
 - 1.2.1. Personas que han teorizado sobre el pensamiento creativo
 - 1.2.2. Aspectos clave para estimular el pensamiento creativo según de Bono
 - 1.2.3. Conclusiones
- 1.3. El proceso creativo
 - 1.3.1. El concepto creativo
 - 1.3.2. La estrategia creativa en función del ciclo de vida del producto
 - 1.3.3. Estrategias de lanzamiento
- 1.4. El software del creativo publicitario
 - 1.4.1. Acciones del pensamiento creativo publicitario
 - 1.4.2. Fases
 - 1.4.3. Posibilidades de uso
 - 1.4.4. Normas de seguridad
 - 1.4.5. Proceso de pensamiento
- 1.5. El equipo creativo
 - 1.5.1. El copy o redactor publicitario
 - 1.5.2. El diseñador y el director de arte
 - 1.5.3. El director creativo
 - 1.5.4. El creativo
 - 1.5.6. Seis sombreros para pensar
- 1.6. El pensamiento retórico
 - 1.6.1. Figuras retóricas más utilizadas
 - 1.6.2. Importancia de las figuras retóricas en la comunicación comercial
 - 1.6.3. Ejemplos de anuncios retóricos
- 1.7. Diseñar con creatividad
 - 1.7.1. Manipulación de la imagen
 - 1.7.2. Producción
 - 1.7.3. Retórica visual
 - 1.7.4. La tipografía en publicidad
- 1.8. Recomendaciones para crear
 - 1.8.1. Copies significativos
 - 1.8.2. Frases de los grandes creativos publicitarios
 - 1.8.3. Recomendaciones de diseñadores célebres
- 1.9. Tipos de creatividad
 - 1.9.1. Artística
 - 1.9.2. Científica
 - 1.9.3. Tecnológica
 - 1.9.4. Empresarial
 - 1.9.6. Publicitaria
 - 1.9.7. Diseñadora
- 1.10. Perfiles creativos
 - 1.10.1. Visionarios
 - 1.10.2. Experimentadores
 - 1.10.3. Observadores
 - 1.10.4. Conectores
 - 1.10.5. Analíticos
 - 1.10.6. Colaboradores
 - 1.10.7. Narradores



Módulo 2. El *branded content*

- 2.1. Qué es el *branded content*
 - 2.1.1. En qué se parece la publicidad al *branded content*
 - 2.1.2. Qué se necesita para crearlo
 - 2.1.3. Tipologías
 - 2.1.4. Qué contenido tendrá éxito
 - 2.1.5. Características de los vídeos virales
 - 2.1.6. Utilidades
- 2.2. Qué es el marketing de contenidos
 - 2.2.1. Contenido relevante y útil
 - 2.2.2. Contenidos interactivos
 - 2.2.3. Storytelling
 - 2.2.4. Contenido multiplataforma, crossmedia y transmedia
 - 2.2.5. Valor añadido
 - 2.2.6. Creatividad en redes sociales
 - 2.2.7. Cómo triunfar en redes sociales
 - 2.2.8. Cómo hacer que nuestros contenidos lleguen
- 2.3. Creatividad multimedia
 - 2.3.1. Podcast
 - 2.3.2. *Videocast*
 - 2.3.3. *Photosaring*
 - 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. La interactividad de un anuncio y la interactividad de un evento
- 2.5. Por qué se celebra un evento
 - 2.5.1. Celebración y entretenimiento
 - 2.5.2. Comercialización y promoción
 - 2.5.3. Educación y formación
 - 2.5.4. Redes y conexiones
 - 2.5.5. Responsabilidad social y recaudación de fondos

- 2.6. Cómo se crea la idea del evento
 - 2.6.1. Cómo generar ideas creativas
 - 2.6.2. Cómo desarrollar una propuesta detallada
 - 2.6.3. Conclusiones
- 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. Sin margen para la improvisación
 - 2.7.4. La comida en su punto
 - 2.7.5. Qué puede salir mal en un evento. Ejemplos
 - 2.7.6. Un plan B
- 2.8. Cómo emocionar en un evento
 - 2.8.1. La sorpresa en los eventos
 - 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. Creatividad en la generación de la idea
 - 2.9.2. Creatividad en el diseño de la experiencia
 - 2.9.3. Creatividad en la planificación y la logística
 - 2.9.4. Creatividad en el diseño de materiales y promoción
 - 2.9.5. Creatividad en la gestación de experiencias interactivas y participativas
 - 2.9.6. Sorpresas y elementos inesperados
 - 2.9.7. Creatividad en el entretenimiento y el contenido
 - 2.9.8. Creatividad en la resolución de problemas sobre la marcha
 - 2.9.9. Creatividad hasta en la hora de recoger
 - 2.9.10. Creatividad en el pre-evento y en el post-evento
- 2.10. Eventos virtuales
 - 2.10.1. Qué es un evento virtual
 - 2.10.2. Diferencias entre un evento virtual y otro presencial
 - 2.10.3. La creatividad en los eventos virtuales

Módulo 3. La creatividad publicitaria aplicada

- 3.1. El metaverso
 - 3.1.1. Qué es
 - 3.1.2. Que oportunidades creativas ofrece
 - 3.1.3. Ejemplos
- 3.2. Empresas del metaverso
 - 3.2.1. Clientes del metaverso
 - 3.2.2. NFTs
 - 3.2.3. Sectores empresariales
 - 3.2.4. Trabajar en el metaverso
 - 3.2.5. Blockchain y metaverso
- 3.3. El salto al metaverso
 - 3.3.1. Humanización digital
 - 3.3.2. Avatarización
 - 3.3.3. El futuro
- 3.4. Inteligencia Artificial y generación de contenidos para el metaverso
 - 3.4.1. La IA
 - 3.4.2. Los contenidos
 - 3.4.3. Los textos
 - 3.4.4. Lo audios
 - 3.4.5. Las imágenes
 - 3.4.6. El mundo laboral
- 3.5. Imaginemos la era del metaverso y la inteligencia artificial
 - 3.5.1. Que oportunidades creativas ofrece
 - 3.5.2. Ejemplos
 - 3.5.3. Conclusiones
- 3.6. El monopolio de las marcas
 - 3.6.1. Un solo metaverso
 - 3.6.2. Las cadenas de distribución de las marcas
 - 3.6.3. El consumidor accionista



- 3.7. Cómo trabajarán los creativos en esta nueva era
 - 3.7.1. Aptitudes
 - 3.7.2. Actitudes
 - 3.7.3. Conclusiones
- 3.8. Oportunidades creativas metaverso
 - 3.8.1. Experiencias Inmersivas
 - 3.8.2. Avatares de Marca
 - 3.8.3. Eventos Virtuales
 - 3.8.4. Personalización
 - 3.8.5. Colaboraciones creativas
 - 3.8.6. Realidad Aumentada
 - 3.8.7. Publicidad Nativa
 - 3.8.8. Innovación Constante
- 3.9. Oportunidades creativas IA
 - 3.9.1. Generación de Contenido Personalizado
 - 3.9.2. Optimización de Campañas de Marketing
 - 3.9.3. Diseño y Creación de Imágenes y Videos
 - 3.9.4. Realidad Aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV)
 - 3.9.5. Música y Arte Generativos
 - 3.9.6. Automatización de Procesos Creativos
 - 3.9.7. Enlaces de valor
- 3.10. Neurociencia
 - 3.10.1. Neurociencia cognitiva
 - 3.10.2. Neuromarketing
 - 3.10.3. Neurociencia emocional

“ *Un programa diseñado para desarrollar tus habilidades narrativas y conectar emocionalmente con tu audiencia* ”

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



06

Titulación

El Experto Universitario en Storytelling para Publicidad garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Experto Universitario en Storytelling para Publicidad** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

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

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

Título: **Experto Universitario en Storytelling para Publicidad**

ECTS: **18**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**



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



Experto Universitario Storytelling para Publicidad

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

Experto Universitario

Storytelling para Publicidad