Experto Universitario

Storytelling para Publicidad

tech universidad

tech universidad

Experto Universitario
Storytelling para Publicidad

- Modalidad: **online**
- Duración: **3 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Acreditación: **18 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.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 de estudio
pág. 22

06
Titulación
pág. 32

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 universitario 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”

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.

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.

02

Objetivos

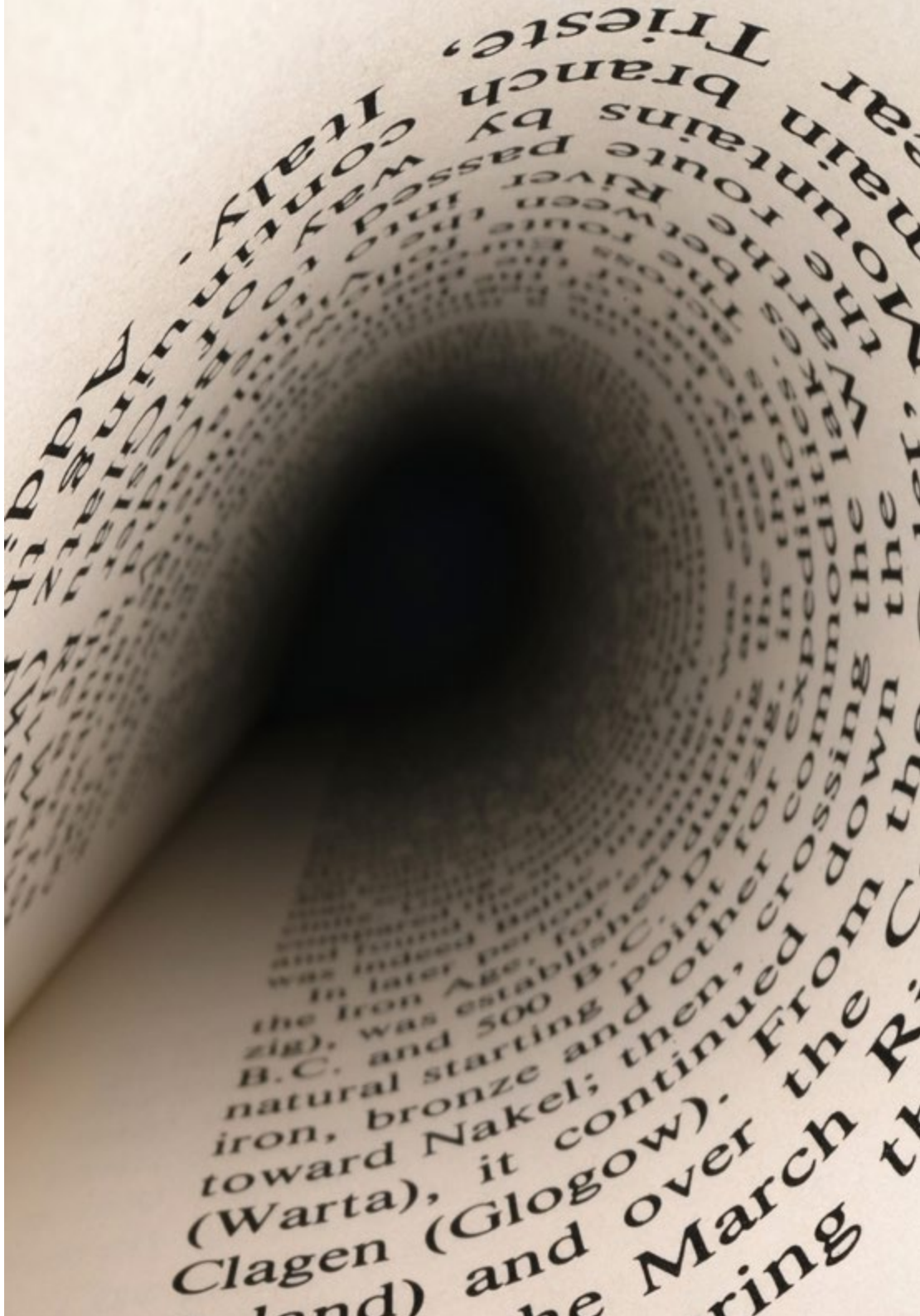
Este Experto Universitario tiene como objetivo principal capacitar a los alumnos en el dominio del *Storytelling* publicitario. Para ello, el temario incluye las habilidades necesarias para cautivar la atención del público de manera efectiva. A través de un enfoque estratégico, los egresados adquirirán 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.

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

- Comprender el proceso creativo en la publicidad y las condiciones necesarias para llegar a ideas innovadoras
- Adquirir el pensamiento creativo mediante el uso de teorías, técnicas y enfoques innovadores
- Identificar las fases del proceso creativo y las claves para romper con lo establecido en la publicidad
- Conocer las herramientas y software que estimulan el pensamiento creativo publicitario
- Comprender la importancia del trabajo en equipo en la publicidad, evaluando los roles y funciones de los profesionales creativos
- Aplicar figuras retóricas y técnicas de manipulación visual en la creación de mensajes publicitarios efectivos

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. Creatividad publicitaria aplicada al metaverso, IA y neurociencia

- Conocer el concepto del metaverso y las oportunidades creativas que ofrece en el ámbito publicitario
- Examinar cómo la inteligencia artificial está revolucionando la generación de contenidos creativos
- Estudiar cómo las empresas aprovechan el metaverso y los NFTs para campañas de marketing innovadoras
- Identificar oportunidades creativas en el uso del metaverso y la IA en la publicidad y el marketing digital
- Descubrir el papel de la neurociencia en el desarrollo de campañas publicitarias efectivas
- Incorporar la realidad aumentada, virtual y el blockchain en estrategias publicitarias creativas

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*

NETFLIX
THE RANCH
TRAILER PARK
TAKE THE 10
NARCOS
BLACK MIRROR
Netflix

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

1.1. Qué se necesita para llegar a la idea
- 1.1.1. El recorrido
- 1.1.2. El problema
- 1.1.3. Un problema bien planteado..
- 1.1.4. Detenerse a pensar
- 1.1.5. Convencimiento para llegar
- 1.1.6. Un entorno creativo estimula la creatividad

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

1.3. El proceso creativo
- 1.3.1. Cómo se contagia la creatividad
- 1.3.2. Sal de la oficina, vive, disfruta
- 1.3.3. El briefing creativo en comunicación comercial
- 1.3.4. Exigencia creativa
- 1.3.5. Rompe con lo establecido
- 1.3.6. La palabra clave: asociación

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. Demo del pensamiento creativo publicitario

1.5. El equipo creativo
- 1.5.1. Integrantes
- 1.5.2. El copy o redactor publicitario
- 1.5.3. El diseñador y el director de arte
- 1.5.4. El director creativo
- 1.5.5. Creativo
- 1.5.6. Otras tipologías de profesionales ligados a la creatividad publicitaria

1.6. Cómo pensar en la agencia publicitaria
- 1.6.1. Seis sombreros para pensar
- 1.6.2. El pensamiento retórico
- 1.6.3. Figuras retóricas más utilizadas
- 1.6.4. Importancia de las figuras retóricas en la comunicación comercial

1.7. Diseñar con creatividad
- 1.7.1. Métodos creativos
- 1.7.2. Manipulación de la imagen
- 1.7.3. Producción
- 1.7.4. Retórica visual
- 1.7.5. La tipografía en publicidad

1.8. Recomendaciones para crear publicidad
- 1.8.1. Frases de los grandes creativos publicitarios

1.9. Tipos de creatividad
- 1.9.1. La transversalidad
- 1.9.2. Conexión con la inteligencia artificial (IA)
- 1.9.3. Nuevos perfiles creativos
- 1.9.4. Nuevos perfiles de creativos publicitarios
- 1.9.5. Cómo deberá trabajar el creativo con la IA
- 1.9.6. Qué datos relacionados con la publicidad puede analizar la IA
- 1.9.7. Herramientas que utiliza la IA para analizar datos

1.10. Perfiles creativos
- 1.10.1. Perfiles creativos de hoy y del futuro
- 1.10.2. Tipologías de pensadores creativos
- 1.10.3. Rasgos característicos de la personalidad que estimulan la creatividad
- 1.10.4. Cómo potenciar los rasgos que estimulan la creatividad

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. La creatividad publicitaria aplicada al metaverso, la inteligencia artificial y la neurociencia

3.1. El metaverso
- 3.1.1. Qué es
- 3.1.2. Que oportunidades creativas ofrece
- 3.1.3. Ejemplos

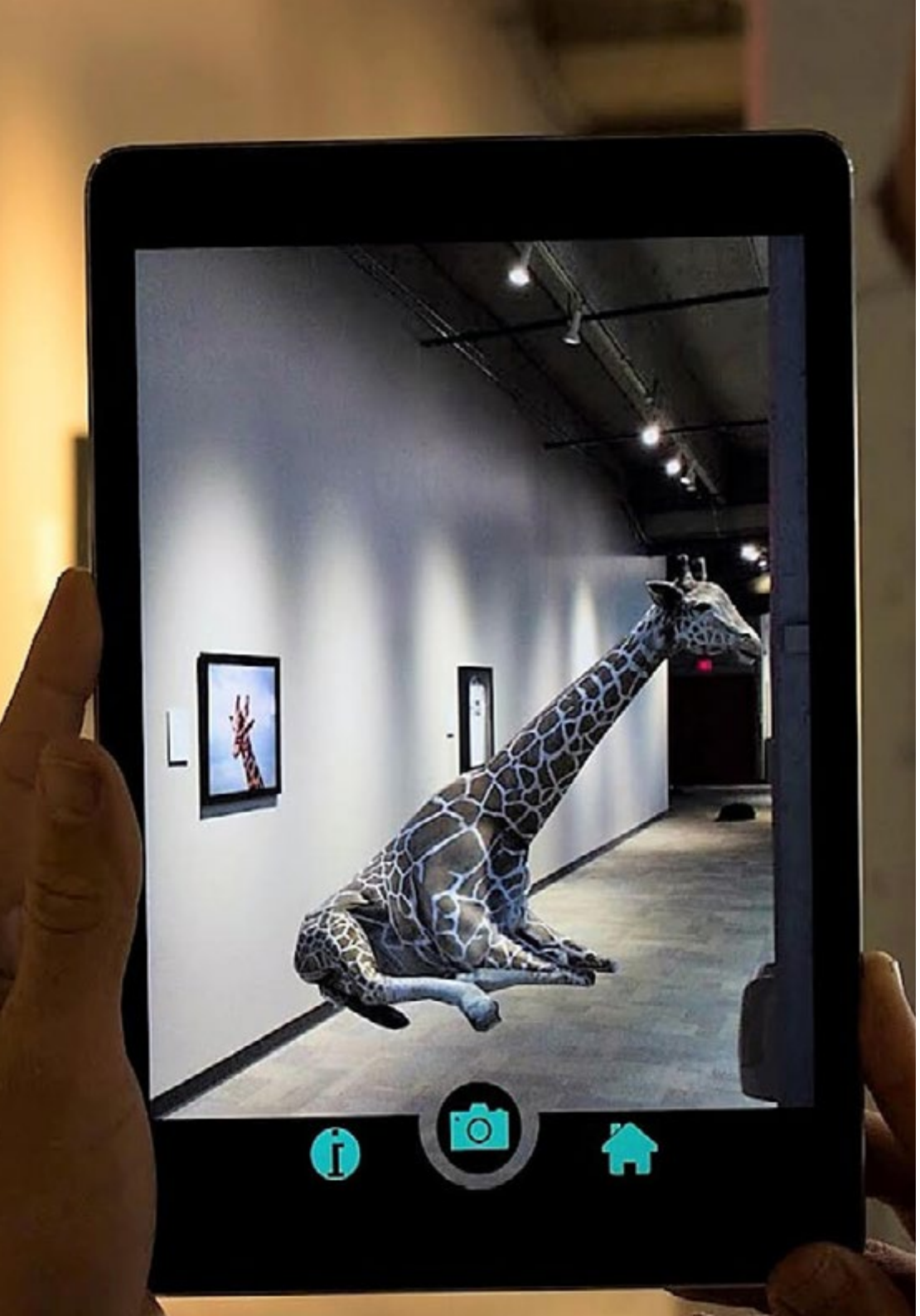
3.2. Empresas del metaverso
- 3.2.1. Clientes del metaverso
- 3.2.2. NFTs
- 3.2.3. Sectores empresariales
- 3.2.4. Trabajar en el metaverso
- 3.2.5. Blockchain y metaverso

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

3.6. 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

3.8. 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 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 según el índice global score, 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.

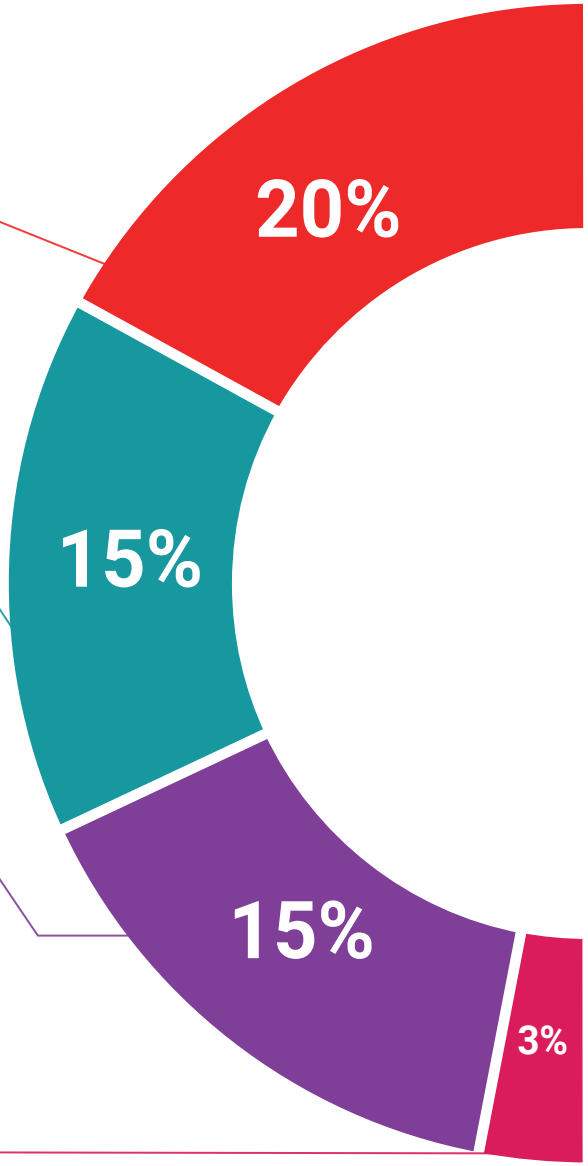
Resúmenes interactivos

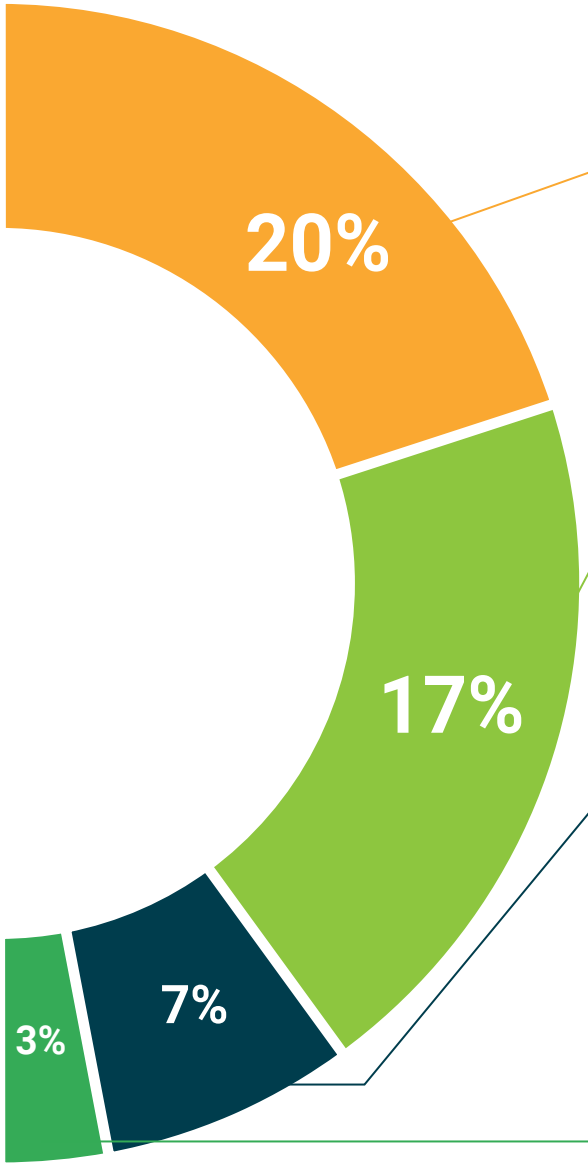
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

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 nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

06

Titulación

Este programa 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.

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

Este programa te permitirá obtener el título de **Experto Universitario en Storytelling para Publicidad** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

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

Modalidad: **online**

Duración: **3 meses**

Acreditación: **18 ECTS**

tech universidad

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Experto Universitario en Storytelling para Publicidad

Se trata de un título propio de 450 horas de duración equivalente a 18 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una universidad Oficial Española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, del 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 181, de 27 de julio de 2024 (pág. 96.369) e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.

En San Cristóbal de la Laguna, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWDR2SS techtitute.com/titulos

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

tech universidad

Experto Universitario
Storytelling para Publicidad

- Modalidad: **online**
- Duración: **3 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Acreditación: **18 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Experto Universitario

Storytelling para Publicidad

tech universidad