

Experto Universitario

Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria



Experto Universitario Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-creacion-anuncios-comunicacion-publicitaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología en estudio

pág. 22

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

Con el avance de las nuevas tecnologías y el uso de Internet, las empresas se han visto obligadas a explorar nuevas formas para dar a conocer sus productos. Por eso, cada vez son más instituciones las que demandan la incorporación de trabajadores innovadores. En este sentido, los profesionales de la comunicación tienen el reto de desarrollar estrategias creativas para captar una mayor atención por parte de los consumidores y diferenciarse de sus competidores. En este contexto, TECH ofrece un disruptivo programa que recoge las claves para transmitir mensajes eficazmente y garantizar el éxito de las campañas publicitarias. Además, sus recursos dispuestos de manera 100% online permiten al alumno cursarlo con comodidad, solo con un dispositivo con acceso a Internet.





“

Con TECH dominarás las mejores estrategias creativas para conectar con los consumidores eficazmente”

Uno de los principales desafíos de la publicidad consiste en alcanzar la creatividad en una sociedad en la que todo parece estar inventado. De ahí la necesidad de que las organizaciones pongan en marcha estrategias orientadas a atraer el interés de los usuarios y diferenciarse de la competencia. Teniendo todo esto presente, los especialistas de este sector tienen la misión de innovar a través de técnicas capaces de persuadir y sorprender a los consumidores.

Consciente de esta realidad, TECH ha implementado un innovador programa de estudios que sirve de guía para que los alumnos elaboren campañas de publicidad exitosas. Para ello, se estudian las técnicas más avanzadas en ámbitos como la publicidad y marketing. También se ahonda en la importancia de conocer al target y analizar los datos del público objetivo para detectar sus necesidades o comprender cómo actúan. Además, se dan pautas para la creación de contenidos impactantes basándose tanto en narrativas emocionales como contenidos visuales llamativos. Asimismo, se profundiza en los pasos para desarrollar una marca personal adecuada en un entorno digital en constante cambio.

Por otra parte, los recursos académicos del presente programa han sido confeccionados por un grupo docente con un extenso recorrido profesional. Gracias a su experiencia, aportan los conocimientos más actualizados y las técnicas publicitarias más novedosas al temario.

Además, la titulación universitaria cuenta con una metodología 100% online, mediante la cual los egresados completarán el programa cómodamente ya que para el análisis de sus contenidos solo necesitarán un dispositivo con acceso a Internet. Al mismo tiempo, el plan de estudios se apoya en el innovador sistema de enseñanza *Relearning*: un método que proporciona el dominio de conceptos complejos mediante la reiteración continua y progresiva de los mismos. A su vez, introduce situaciones reales en el proceso de aprendizaje para que se adquieran competencias de manera natural, sin el esfuerzo extra de memorizar.

Este **Experto Universitario en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria
- ♦ 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



Gracias a este programa sacarás partido a tu creatividad y construirás anuncios innovadores para destacar en el sector publicitario"

“

Mediante este programa, ahondarás acerca de cómo influir en los deseos y necesidades del consumidor”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

Con TECH profundizarás en la publicidad gratuita y harás que las marcas se conviertan en noticias.

Gracias a esta capacitación estarás al día de las nuevas tendencias en la investigación creativa.



02 Objetivos

A través de este Experto Universitario, los alumnos serán capaces de implementar en los anuncios publicitarios estrategias creativas. Así pues, los egresados innovarán en el mercado para captar una mayor atención por parte de los usuarios y podrán diferenciarse de la competencia. Para alcanzar este objetivo, el itinerario académico cuenta con el respaldo de un cuadro docente especializado en el sector publicitario. De este modo, los estudiantes estarán cualificados para diseñar planes de comunicación vanguardistas con los que sobresalir en un sector que ofrece numerosas oportunidades laborales.



“

Gracias a TECH implementarás técnicas creativas en los anuncios que captarán y fidelizarán a los consumidores”

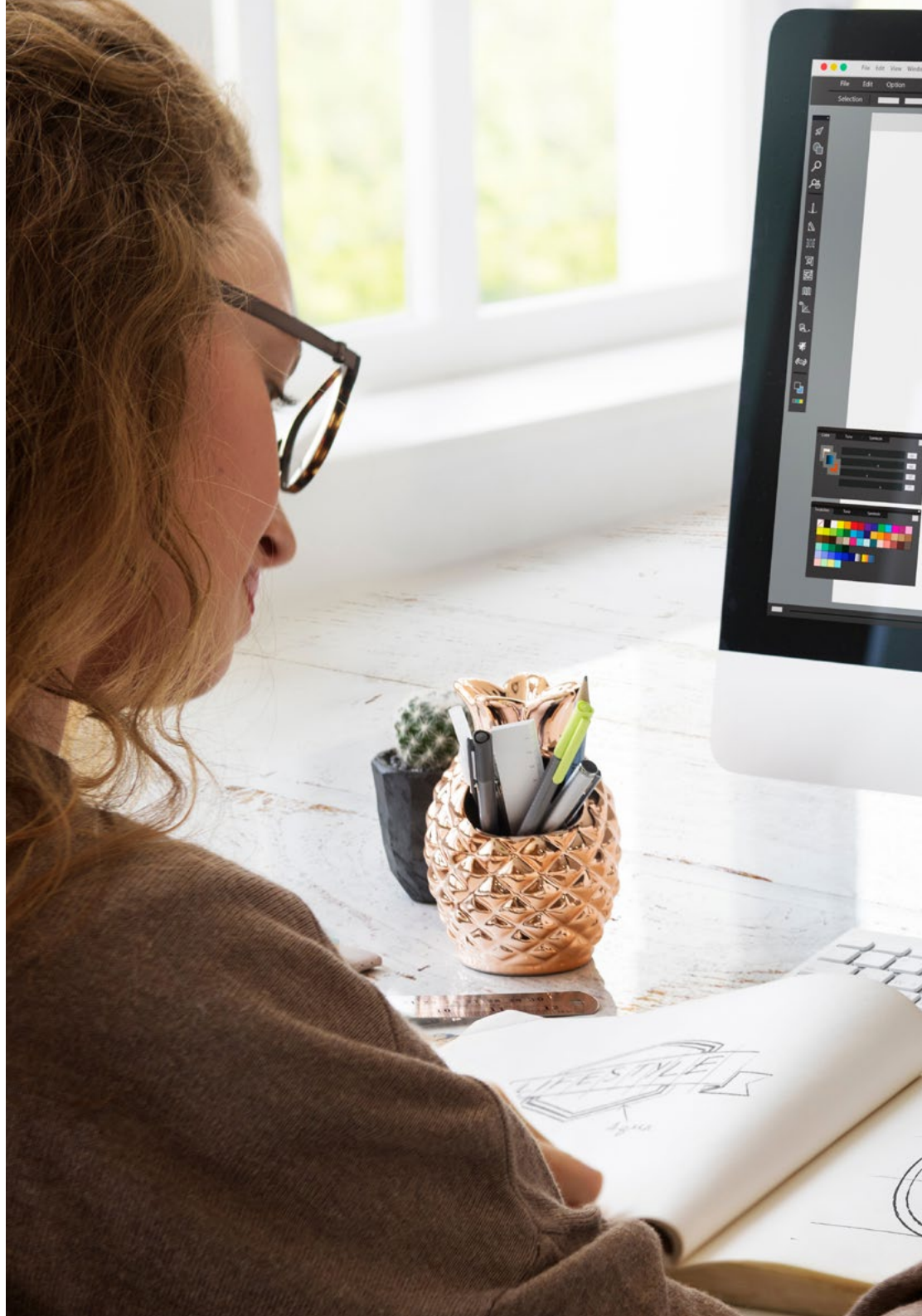


Objetivos generales

- ♦ Conocer en profundidad los nuevos proyectos de valor para la comunicación comercial
- ♦ Desarrollar habilidades en la comunicación creativa para mejorar la relación entre la marca y el consumidor
- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Capacitar al profesional, mediante las habilidades necesarias, para mejorar la resolución de problemas y desarrollar las competencias profesionales imprescindibles
- ♦ 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

“

Le darás rienda suelta a tu creatividad y liderarás campañas exitosas para las empresas más prestigiosas a través de TECH”





Objetivos específicos

Módulo 1. Cómo crear anuncios

- ♦ Desarrollar la capacidad de pensar como un creativo publicitario, aplicando conocimientos profesionales y emocionales
- ♦ Identificar y analizar los aspectos estratégicos del target en la publicidad, para optimizar la segmentación de la audiencia
- ♦ Estructurar mensajes publicitarios efectivos, considerando el eje de comunicación, el concepto y el esquema de transmisión
- ♦ Conocer los distintos formatos de comunicación publicitaria, desde el spot hasta la publicidad exterior
- ♦ Desarrollar habilidades en la dirección de arte publicitaria, organizando elementos visuales y estilísticos con eficacia
- ♦ Aplicar técnicas creativas para diseñar anuncios que sorprendan, cuenten historias y conecten con las emociones de la audiencia

Módulo 2. Cómo crear una marca

- ♦ Comprender los modelos publicitarios psicológicos y su impacto en la creación de marcas
- ♦ Identificar las corrientes creativas en la publicidad y su relación con productos y marcas
- ♦ Explorar el proceso de construcción de una marca, desde la creación de necesidades hasta la diferenciación en el mercado
- ♦ Desarrollar estrategias creativas para posicionar y diferenciar marcas de manera efectiva
- ♦ Conocer la importancia del claim y el slogan en la identidad y campañas publicitarias de una marca
- ♦ Diseñar estrategias de contenidos creativos para marketing de contenidos, aprovechando nuevas plataformas y formatos emergentes

Módulo 3. Marca personal y campañas políticas

- ♦ Definir los principios de la marca personal y su desarrollo mediante estrategias creativas
- ♦ Explorar tácticas de networking creativo y técnicas de autopromoción eficaces
- ♦ Aplicar el storytelling y el uso de redes sociales para el posicionamiento de una marca personal
- ♦ Diseñar estrategias creativas para campañas políticas, optimizando la imagen del candidato
- ♦ Evaluar la importancia de la inteligencia emocional y social en la capacitación de un candidato político
- ♦ Investigar casos exitosos de desarrollo de marca personal y campañas políticas creativas



De darás rienda suelta a tu creatividad y liderarás campañas exitosas para las empresas más prestigiosas a través de TECH”

03

Dirección del curso

Entre los objetivos primordiales de TECH, destaca ofrecer programas fundamentados en la excelencia. Por este motivo, ha incorporado a este programa a los mejores profesionales del sector publicitario. De esta forma, el presente Experto Universitario cuenta con un cuadro docente que atesora una dilatada experiencia laboral en este campo. Gracias a sus conocimientos y habilidades, se han confeccionado recursos didácticos que aportan las técnicas óptimas para fomentar la creatividad durante los procesos publicitarios.





“

En TECH ampliarás tus conocimientos de la mano de un prestigioso cuadro docente que te garantiza un aprendizaje efectivo”

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 Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria abarca un completo programa formado por 3 módulos. Así, este plan de estudios dinámico garantiza que alumnos amplíen sus conocimientos para dar un salto de calidad en su profesión. De este modo, los egresados adquieren las habilidades para implementar acciones creativas destinadas a captar el interés de diferentes públicos. Gracias a ello, tienen la oportunidad de incorporarse a las instituciones más prestigiosa para liderar campañas de comunicación exitosas.



“

Gracias al programa de TECH, aplicarás los procesos creativos al sector de la comunicación y te unirás a las empresas más reconocidas”

Módulo 1. Cómo crear anuncios

- 1.1. Cómo piensa un creativo publicitario
 - 1.1.1. Cómo piensa de manera profesional
 - 1.1.2. Aspectos a tener en cuenta para crear un anuncio
 - 1.1.3. El valor de la inteligencia emocional en la creatividad publicitaria
 - 1.1.4. Qué desea la audiencia, por lo general
- 1.2. La importancia estratégica del target
 - 1.2.1. La motivación esencial
 - 1.2.2. Cómo analizar los datos del público objetivo
 - 1.2.3. Ejemplos de perfiles objetivo-comunes de la publicidad
 - 1.2.4. Ejemplos de perfiles psicológicos
 - 1.2.5. Ejemplo de datos de comportamiento en Internet
 - 1.2.6. El *insight* en publicidad
- 1.3. Cómo se estructura el mensaje
 - 1.3.1. Eje de comunicación
 - 1.3.2. Concepto de comunicación
 - 1.3.3. Esquema de transmisión
- 1.4. Dónde crear en comunicación
 - 1.4.1. El nombre
 - 1.4.2. El titular
 - 1.4.3. El spot
 - 1.4.4. La cuña de radio
 - 1.4.5. Publicidad exterior
- 1.5. La dirección de arte
 - 1.5.1. Cuántos elementos
 - 1.5.2. Jerarquía de tamaños
 - 1.5.3. ¿Copiar?
 - 1.5.4. Ahorrar costes
 - 1.5.5. El estilo de la marca
 - 1.5.6. La obviedad
 - 1.5.7. Sintetizar
 - 1.5.8. Si no aporta, sobra



- 1.6. Técnicas creativas
 - 1.6.1. Las claves de la publicidad
 - 1.6.2. Géneros y estilos publicitarios
- 1.7. Cómo crear *publicity*
 - 1.7.1. Cómo conseguir publicidad gratuita
- 1.8. Creatividad digital
 - 1.8.1. La creatividad digital
 - 1.8.2. Qué es la publicidad digital
 - 1.8.3. Anuncios display
 - 1.8.4. Publicidad en redes sociales
 - 1.8.5. Publicidad en vídeo
 - 1.8.6. Influencer marketing
 - 1.8.7. Publicidad en aplicaciones móviles
 - 1.8.8. Publicidad nativa
 - 1.8.9. Publicidad por correo electrónico
 - 1.8.10. Publicidad programática
- 1.9. Cómo crear anuncios creativos
 - 1.9.1. Hay que sorprender
 - 1.9.2. Tipos de anuncios creativos
 - 1.9.3. ¿Editar o meditar?
 - 1.9.4. Contar historias
 - 1.9.5. Anuncio Mr. Bean
 - 1.9.6. La creatividad es el lujo
 - 1.9.7. Como anunciar un libro que enseña a crear anuncios
- 1.10. El futuro de la investigación creativa
 - 1.10.1. Inteligencia artificial
 - 1.10.2. Realidad virtual y realidad aumentada
 - 1.10.3. Colaboración online
 - 1.10.4. Investigación basada en datos
 - 1.10.5. Cómo debería abordar una campaña un creativo del futuro

Módulo 2. Cómo crear una marca

- 2.1. Modelos publicitarios de tipo psicológico
 - 2.1.1. Modelos clásicos
 - 2.1.2. Modelos actitudinales
- 2.2. Corrientes creativas de la publicidad
 - 2.2.1. Cuáles son las corrientes
 - 2.2.2. Ejemplos de productos frente a marcas
- 2.3. Para qué sirve una marca
 - 2.3.1. Utilidades
 - 2.3.2. Cómo se crea una necesidad
 - 2.3.3. Diferencias entre logotipo y marca
 - 2.3.4. El origen de las marcas
 - 2.3.5. Brand Wheel
 - 2.3.6. El caso Apple
 - 2.3.7. Posicionamiento de marca
- 2.4. La escalera lógica en la construcción de la marca
 - 2.4.1. El nombre
 - 2.4.2. Atributos
 - 2.4.3. Beneficios
 - 2.4.4. Grupo
 - 2.4.5. Portavoz
 - 2.4.6. Rol
- 2.5. El *Claim* y el slogan
 - 2.5.1. *Claim* o slogan de campañas publicitarias
 - 2.5.2. *Claims* o slogans para crear contenido
 - 2.5.3. La estrategia publicitaria con un enfoque creativo
 - 2.5.4. Luchar contra la adversidad
 - 2.5.5. Equilibrio entre producto y marca
- 2.6. La estrategia creativa
 - 2.6.1. ¿Cuándo nace una marca?
 - 2.6.2. Marca, la diferencia
 - 2.6.3. Estrategias creativas para diferenciarse

- 2.7. Estrategias de contenidos creativos
 - 2.7.1. Diferencias entre estrategia publicitaria y estrategia de marketing
 - 2.7.2. Estrategia de marketing de contenidos
 - 2.7.3. Estrategias de marketing de contenidos creativos
 - 2.7.4. Nuevas plataformas y formatos emergentes
- 2.8. Creatividad en la planificación de medios
 - 2.8.1. Planificación de medios
 - 2.8.2. Planificación de contenido para redes sociales
 - 2.8.3. Crear para móviles
 - 2.8.4. Crear para videojuegos
 - 2.8.5. Canales existentes
- 2.9. Tipos de contenidos publicitarios
 - 2.9.1. Contenidos patrocinados
 - 2.9.2. Vinculación de las marcas con macro contenidos
 - 2.9.3. Creación de websites basados en contenidos audiovisuales
- 2.10. Contexto actual de las marcas
 - 2.10.1. La necesidad de crear contenido
 - 2.10.2. Cómo conseguir que un buen contenido llegue a su destinatario
 - 2.10.3. Diferencias entre un anuncio y un contenido
 - 2.10.4. Similitudes entre un anuncio y un contenido

Módulo 3. Marca personal y campañas políticas

- 3.1. Marca Personal
 - 3.1.1. Rueda de marca personal
 - 3.1.2. Marca personal creativa
 - 3.1.3. Ejemplos
- 3.2. Desarrollo marca personal
 - 3.2.1. Posicionamiento
 - 3.2.2. *Storytelling*
 - 3.2.3. Redes sociales
 - 3.2.4. Publicidad y autopromoción

- 3.3. Estrategias de Networking Creativo
 - 3.3.1. Eventos y conferencias
 - 3.3.2. Grupos y Comunidades en línea
 - 3.3.3. Colaboraciones
- 3.4. Guía de una campaña política
 - 3.4.1. Análisis candidatura
 - 3.4.2. Análisis contexto
 - 3.4.3. Objetivos
- 3.5. Capacitación del candidato
 - 3.5.1. Inteligencia emocional
 - 3.5.2. Inteligencia social
 - 3.5.3. Actitud, aptitud, visión, errores
- 3.6. Estrategia
 - 3.6.1. Fundamentos campaña
 - 3.6.2. Cumplir objetivos
 - 3.6.3. Cronograma
 - 3.6.4. Un acompañante
- 3.7. Identidad de marca
 - 3.7.1. *Claim*
 - 3.7.2. Imagen gráfica
 - 3.7.3. Ventana digital
 - 3.7.4. Publicidad
- 3.8. Equipo humano
 - 3.8.1. Visión
 - 3.8.2. Roles
 - 3.8.3. Ejemplos
- 3.9. Modelo de proyecto
 - 3.9.1. Pilares temáticos
 - 3.9.2. Motivación esencial
 - 3.9.3. Ejemplos
- 3.10. Movilización
 - 3.10.1. Actos
 - 3.10.2. La marea



“

Gracias al método Relearning de TECH profundizarás en los contenidos de este programa de un modo rápido y flexible. ¡No esperes más y matricúlate!”

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.

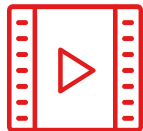
La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

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

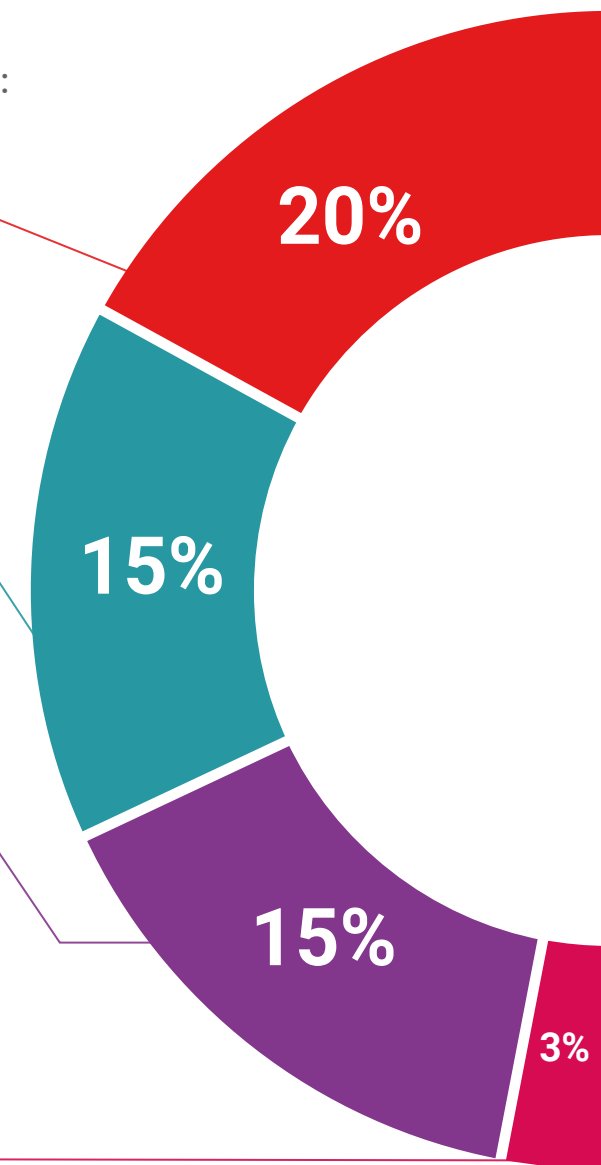
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

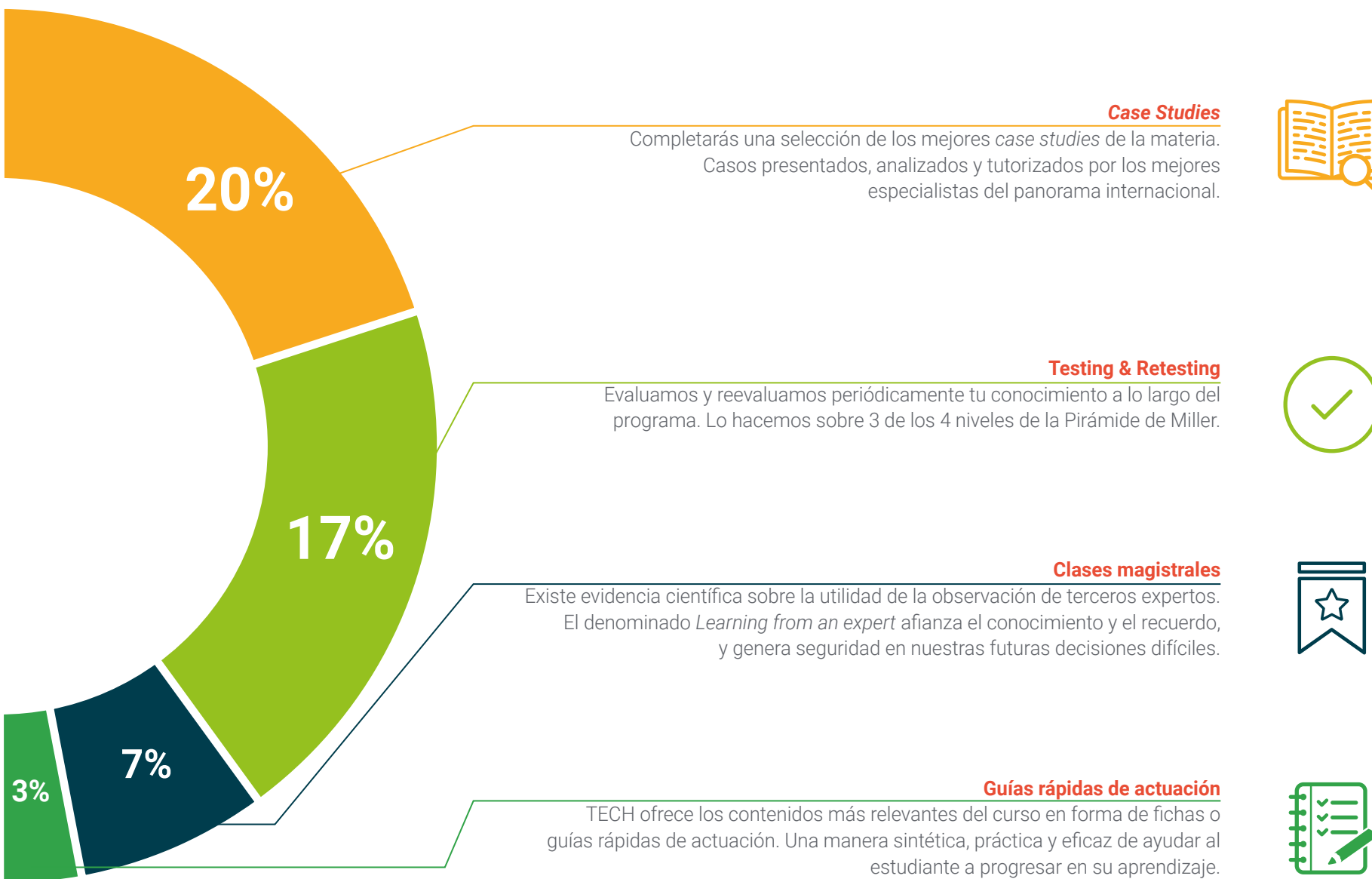
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





06

Titulación

El Experto Universitario en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria 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 **Experto Universitario en Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria** 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**.

Este título expedido por **TECH Universidad** 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 Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



*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.



Experto Universitario
Creación de Anuncios
y Comunicación Publicitaria

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Creación de Anuncios y Comunicación Publicitaria