

Experto Universitario

Creatividad Publicitaria





Experto Universitario Creatividad 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-creatividad-publicitaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología de estudio

pág. 18

05

Titulación

pág. 28

01

Presentación

El programa de creatividad publicitaria ofrece al estudiante una pormenorizada panorámica del pensamiento creativo y de su aplicación al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. Así, a través de esta capacitación, el estudiante podrá comprender y asimilar cómo es el proceso de creación en cualquier circunstancia vital, poniendo especial atención a la comunicación persuasiva. De esta manera, el alumno podrá adquirir las herramientas necesarias para manejarse con éxito como creativo publicitario, accediendo a puestos de relevancia en el sector en los que podrá aportar toda su valía hasta lograr los objetivos planteados por la empresa.



MEDIA COMMUNICATION

LIKE

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod.

01 



AT

in ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed

“

Los creativos publicitarios son uno de los perfiles profesionales más demandados en la actualidad, ya que su trabajo ayuda a las empresas a aumentar sus ingresos”

La creatividad es un aspecto fundamental en la publicidad, un sector que siempre tiene que estar innovando para hacer llegar su mensaje al público de manera eficaz. Por ello, la especialización de los profesionales en este campo adquiere una gran relevancia en la sociedad actual, que cada vez se basa más en la publicidad, a través de diferentes soportes, para dirigir sus acciones comerciales.

Para mejorar la cualificación de los profesionales en este campo, TECH ha diseñado este Experto Universitario de gran calidad docente, gracias al cual los alumnos conseguirán una amplia perspectiva sobre la redacción de textos publicitarios y la posibilidad de conocer la finalidad de un anuncio publicitario. Para ello, se abordará una serie de reglas y advertencias, cuyo objeto es hacer que la redacción sea eficaz y profesional.

Así mismo, TECH proporciona un compendio de conocimientos relacionados con la redacción de textos publicitarios, lo que permitirá a los alumnos aprender a aplicar y analizar las peculiaridades redaccionales de cada uno de los diferentes mensajes: cartas, folletos, anuncios de prensa, vallas, cuñas, spots, etc., tanto de aspectos teóricos como en casos prácticos. A partir de ahí, el estudiante será capaz de incorporar las pautas, claves y modelos de referencia aprendidos sobre la redacción publicitaria, a los soportes y plataformas más actuales, Internet y las redes sociales, adquiriendo las aptitudes redaccionales y la capacidad de desarrollar la imaginación para generar ideas originales en cualquier formato publicitario.

Este programa está destinado, de manera especial, a quienes deseen convertirse en directores de arte en el ámbito publicitario. Una de las principales características de este perfil profesional es su ambición por mejorar constantemente en su trabajo, por conocer, por explorar los límites de la comunicación para sorprender y atrapar al receptor de su mensaje, por lo que este Experto Universitario supondrá un plus de calidad en su capacitación, marcando un antes y un después en su manera de trabajar.

Sin duda, un programa que supondrá un hito en la capacitación de los alumnos y que, además, podrán estudiar de manera totalmente online, lo que supone una ventaja, sobre todo, para aquellas personas que tienen que compaginar su tiempo de estudios con el resto de sus obligaciones diarias. Esta modalidad digital se consigue gracias al uso de metodologías didácticas absolutamente novedosas, que facilitan el estudio y el aprendizaje.

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

- ♦ El uso de la última tecnología en softwares de enseñanza online
- ♦ El sistema docente, intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- ♦ Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ♦ La enseñanza apoyada en la telepráctica
- ♦ Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ♦ El aprendizaje autorregulable, lo que favorece la total compatibilidad con otras ocupaciones
- ♦ Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ♦ Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ♦ La comunicación con el equipo docente y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente



Conoce los principales retos de la creatividad publicitaria y desarrolla las destrezas necesarias para manejarte con éxito en este campo"

“

Si deseas acceder a puestos de relevancia en el ámbito publicitario, este Experto Universitario será un título imprescindible en tu CV”

El personal docente de este programa está integrado por profesionales de diferentes ámbitos relacionados con esta especialidad. De esta manera, TECH puede ofrecer el objetivo de actualización académica que tiene marcado. Un cuadro multidisciplinar de profesionales experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán a servicio de los alumnos los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning, integra los últimos avances en tecnología educativa. Así, el alumno podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán la operatividad que necesita en su proceso de estudio.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas. Un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, se usa la **telepráctica**. Así, con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el **Learning From an Expert** el alumno podrá adquirir los conocimientos como si estuviese enfrentándose a un supuesto real. Un concepto que le permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Un Experto Universitario que te capacitará para trabajar en el sector publicitario, desarrollando tu faceta más creativa.

TECH apuesta por la innovación tecnológica y la enseñanza digital como principal método de aprendizaje.



02

Objetivos

El principal objetivo de este Experto Universitario Creatividad Publicitaria de TECH es dotar a los alumnos de las herramientas necesarias, tanto técnicas como personales, que serán fundamentales para su desarrollo profesional en el sector publicitario, permitiéndoles alcanzar ese nivel de excelencia que demandan las empresas en la actualidad. De esta manera, los alumnos adquirirán una capacitación superior que les permitirá desarrollar sus habilidades más creativas para diseñar mensajes publicitarios exitosos.



“

Si te apasiona la publicidad, no dejes pasar este Experto Universitario, en el que encontrarás las claves para desarrollar tu faceta más creativa”



Objetivo general

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas es más avanzadas



Una vía de crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral”



Objetivos específicos

Módulo 1. Creatividad en comunicación

- ♦ Conocer la estructura y transformación de la sociedad actual en su relación con los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas
- ♦ Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación
- ♦ Conocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva
- ♦ Conocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas
- ♦ Identificar los perfiles profesionales del publicitario y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional
- ♦ Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva

Módulo 2. Creatividad publicitaria I: Redacción

- ♦ Saber utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos
- ♦ Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva
- ♦ Reconocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas



- ♦ Saber analizar los elementos que componen el mensaje publicitario: elementos gráficos, elementos audiovisuales y elementos musicales y sonoros
- ♦ Asumir el rol creativo de redactor dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución
- ♦ Tener capacidad de llevar a cabo el rol profesional de redactor publicitario dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución

Módulo 3. Creatividad publicitaria II: Dirección de arte

- ♦ Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes y del diseño gráfico
- ♦ Conocer el proceso creativo publicitario
- ♦ Elaborar piezas publicitarias en tiempo y forma conforme a las especificaciones de los distintos géneros publicitarios y de relaciones públicas
- ♦ Tener capacidad de llevar a cabo el rol profesional de director de arte dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución
- ♦ Participar en la elaboración de publicidad audiovisual
- ♦ Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación

03

Estructura y contenido

Este Experto Universitario Creatividad Publicitaria de TECH cuenta con un temario muy bien estructurado en unidades didácticas que hacen más sencillo el aprendizaje de los alumnos. De esta manera, podrán ponerse al día sobre un sector altamente competitivo y que demanda profesionales cualificados y que estén al día sobre las principales técnicas en la materia. Un programa único, tanto por la calidad de su contenido como de su equipo docente.



“

*Realiza un recorrido académico exitoso
por los conceptos y estrategias más
novedosos de la creatividad publicitaria”*

Módulo 1. Creatividad en la comunicación

- 1.1. Crear es pensar
 - 1.1.1. El arte de pensar
 - 1.1.2. Pensamiento creador y creatividad
 - 1.1.3. Pensamiento y cerebro
 - 1.1.4. Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización
- 1.2. Naturaleza del proceso creativo
 - 1.2.1. Naturaleza de la creatividad
 - 1.2.2. La noción de creatividad: creación y creatividad
 - 1.2.3. La creación de ideas al servicio de una comunicación persuasiva
 - 1.2.4. Naturaleza del proceso creativo en publicidad
- 1.3. La invención
 - 1.3.1. Evolución y análisis histórico del proceso de creación
 - 1.3.2. Naturaleza del canon clásico de la inventio
 - 1.3.3. La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas
 - 1.3.4. Invención, inspiración, persuasión
- 1.4. Retórica y comunicación persuasiva
 - 1.4.1. Retórica y publicidad
 - 1.4.2. Las partes retóricas de la comunicación persuasiva
 - 1.4.3. Figuras retóricas
 - 1.4.4. Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario
- 1.5. Comportamiento y personalidad creativa
 - 1.5.1. La creatividad como característica personal, como producto y como proceso
 - 1.5.2. Comportamiento creativo y motivación
 - 1.5.3. Percepción y pensamiento creador
 - 1.5.4. Elementos de la creatividad
- 1.6. Aptitudes y capacidades creativas
 - 1.6.1. Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa
 - 1.6.2. Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford
 - 1.6.3. Interacción entre factores y capacidades del intelecto
 - 1.6.4. Aptitudes para la creación
 - 1.6.5. Capacidades creativas

- 1.7. Las fases del proceso creativo
 - 1.7.1. La creatividad como proceso
 - 1.7.2. Las fases del proceso creativo
 - 1.7.3. Las fases del proceso creativo en publicidad
- 1.8. La solución de problemas
 - 1.8.1. La creatividad y la solución de problemas
 - 1.8.2. Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales
 - 1.8.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos
- 1.9. Los métodos del pensamiento creador
 - 1.9.1. El *Brainstorming* como modelo de creación de ideas
 - 1.9.2. Pensamiento vertical y pensamiento lateral
 - 1.9.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos
- 1.10. Creatividad y comunicación publicitaria
 - 1.10.1. El proceso de creación como producto específico de la comunicación publicitaria
 - 1.10.2. Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria
 - 1.10.3. Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria
 - 1.10.4. La creación publicitaria: del problema a la solución
 - 1.10.5. Creatividad y comunicación persuasiva

Módulo 2. Creatividad Publicitaria I: Redacción

- 2.1. Concepto de redacción
 - 2.1.1. Redacción y escritura
 - 2.1.2. Redacción y pensamiento
 - 2.1.3. Redacción y orden
- 2.2. Fundamentos de la redacción publicitaria
 - 2.2.1. La corrección
 - 2.2.2. La adaptación
 - 2.2.3. La eficacia
- 2.3. Características de la redacción publicitaria
 - 2.3.1. La nominalización
 - 2.3.2. La desestructuración

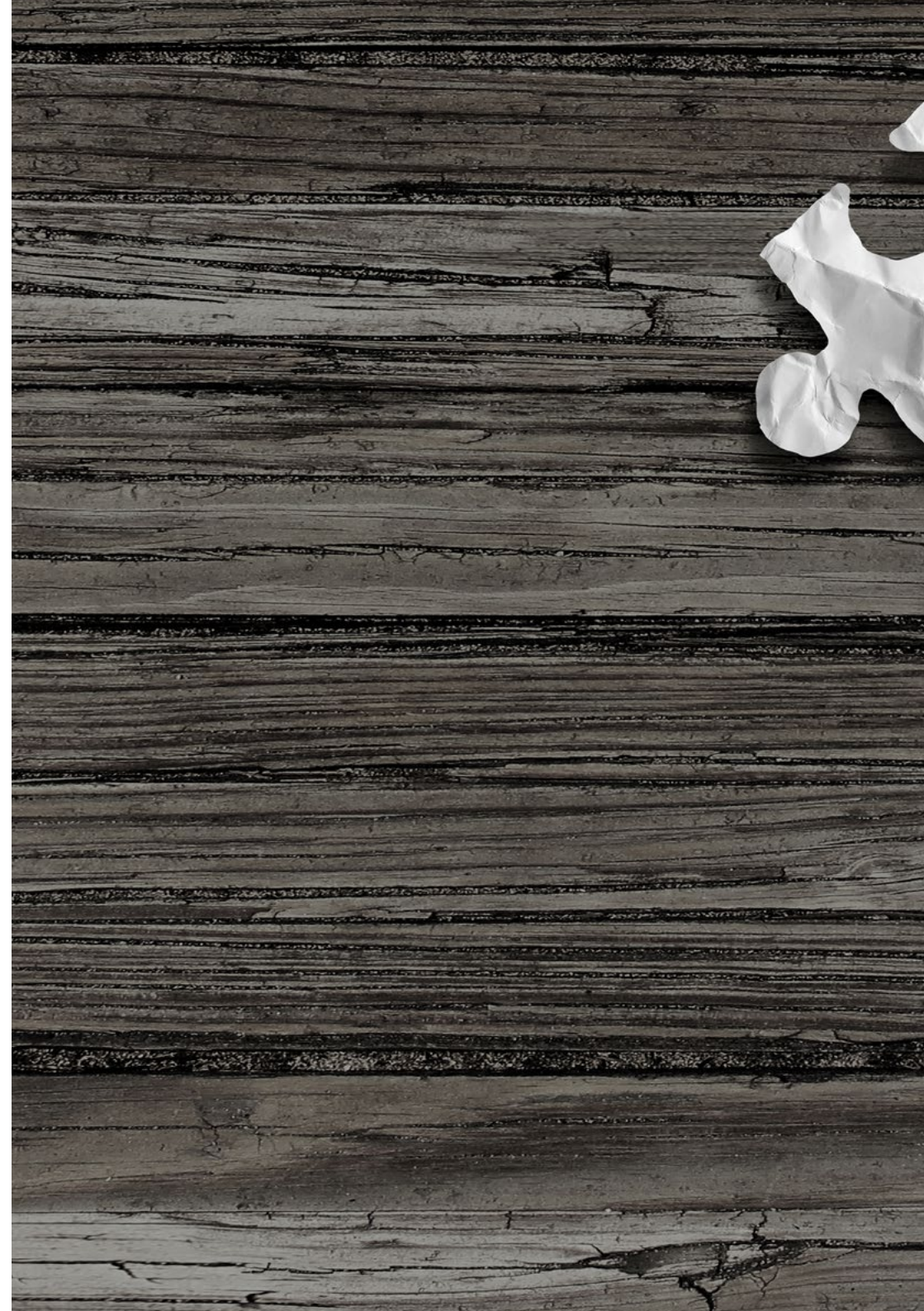


- 2.3.3. Concentración expresiva
- 2.4. El texto y la imagen
 - 2.4.1. Del texto a la imagen
 - 2.4.2. Funciones del texto
 - 2.4.3. Funciones de la imagen
 - 2.4.4. Relaciones entre el texto y la imagen
- 2.5. La marca y el eslogan
 - 2.5.1. La marca
 - 2.5.2. Características de la marca
 - 2.5.3. El eslogan
- 2.6. Publicidad directa
 - 2.6.1. El folleto
 - 2.6.2. El catálogo
 - 2.6.3. Otros anexos
- 2.7. Publicidad en prensa: el anuncio de gran formato
 - 2.7.1. Diarios y revistas
 - 2.7.2. Superestructura
 - 2.7.3. Características formales
 - 2.7.4. Características redaccionales
- 2.8. Publicidad en prensa: otros formatos
 - 2.8.1. Los anuncios por palabras
 - 2.8.2. Superestructura
 - 2.8.3. El reclamo
 - 2.8.4. Superestructura
- 2.9. Publicidad exterior
 - 2.9.1. Formatos
 - 2.9.2. Características formales
 - 2.9.3. Características redaccionales
- 2.10. Publicidad radiofónica
 - 2.10.1. El lenguaje radiofónico
 - 2.10.2. La cuña radiofónica
 - 2.10.3. Superestructura
 - 2.10.4. Tipos de cuñas

- 2.10.5. Características formales
- 2.11. Publicidad audiovisual
 - 2.11.1. La imagen
 - 2.11.2. El texto
 - 2.11.3. La música y los efectos de sonido
 - 2.11.4. Formatos publicitarios
 - 2.11.5. El guion
 - 2.11.6. El *Story Board*

Módulo 3. Creatividad Publicitaria II: Dirección de arte

- 3.1. Sujetos y objeto del diseño gráfico publicitario
 - 3.1.1. Perfiles profesionales vinculados
 - 3.1.2. Contexto académico y competencias
 - 3.1.3. Anunciante y agencia
- 3.2. Dirección creativa e idea creativa
 - 3.2.1. Proceso creativo
 - 3.2.2. Tipos de procesos creativos
 - 3.2.3. Dirección de arte e idea formal
- 3.3. La función del director de arte
 - 3.3.1. Qué es la dirección de arte
 - 3.3.2. Cómo funciona la dirección de arte
 - 3.3.3. El equipo creativo
 - 3.3.4. La función del director de arte
- 3.4. Fundamentación del diseño gráfico publicitario
 - 3.4.1. Conceptos de diseño y estándar de diseño
 - 3.4.2. Tendencias y estilos
 - 3.4.3. Pensamiento, proceso y gestión de diseño
 - 3.4.4. Metáfora científica
- 3.5. Metodología de la gráfica publicitaria
 - 3.5.1. Creatividad gráficas
 - 3.5.2. Procesos de diseño





- 3.5.3. Comunicación y estética
- 3.6. Estrategia gráfica
 - 3.6.1. Aprehensión formal
 - 3.6.2. Mensaje gráfico
 - 3.6.3. Estado estético
- 3.7. Arquitectura gráfica
 - 3.7.1. Tipometría
 - 3.7.2. Espacios gráficos
 - 3.7.3. Retícula
 - 3.7.4. Normas de paginación
- 3.8. Artes finales
 - 3.8.1. Artes finales
 - 3.8.2. Procesos
 - 3.8.3. Sistemas
- 3.9. Creación de soportes gráficos publicitarios
 - 3.9.1. Publigráfica
 - 3.9.2. Imagen visual organizacional (IVO)
- 3.10. Anuncios gráficos publicitarios
 - 3.10.1. *Packaging*
 - 3.10.2. Páginas web
 - 3.10.3. Imagen corporativa en páginas web



*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional*

04

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.

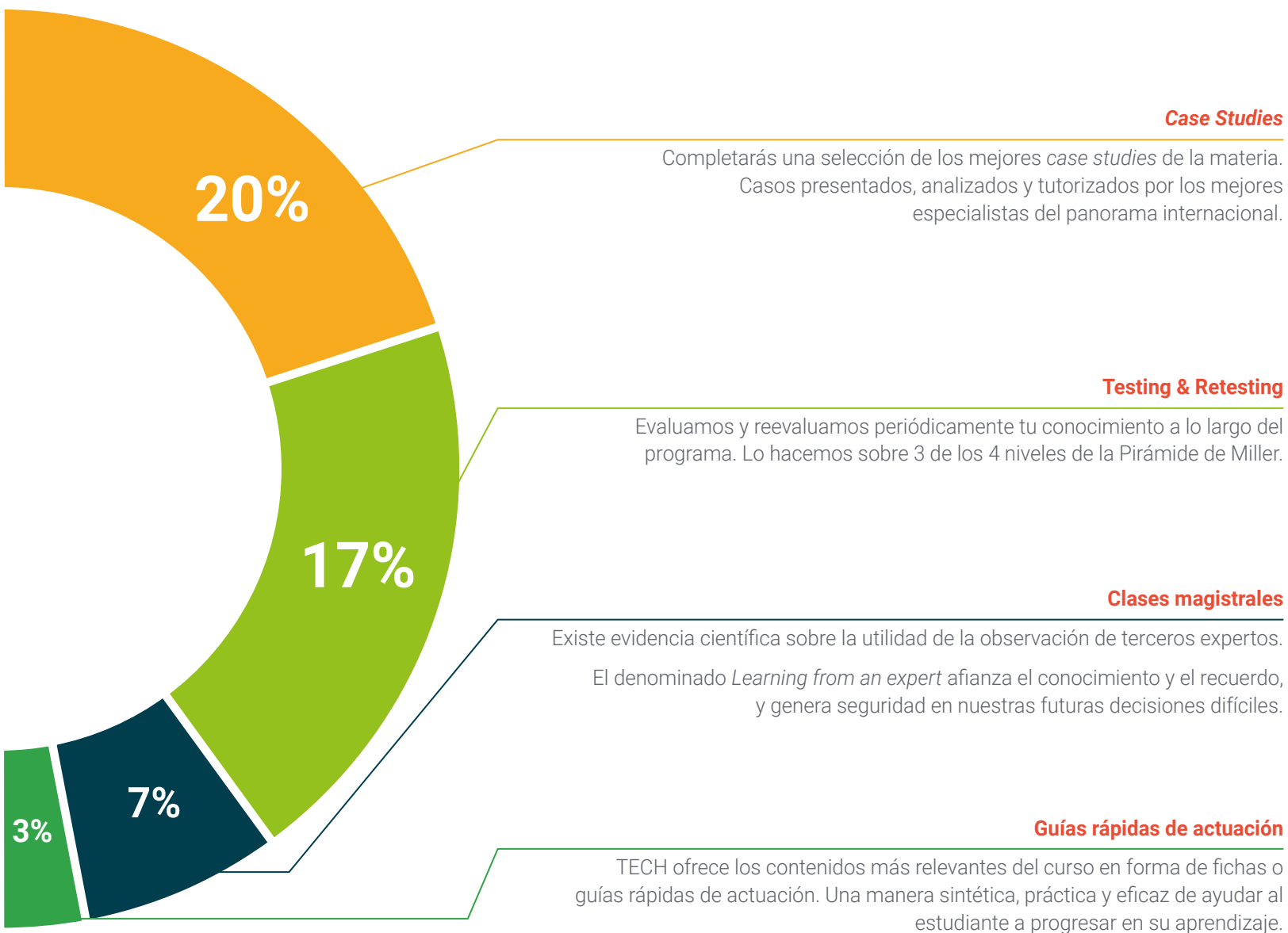
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



05

Titulación

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



“

Incluye en tu capacitación un título de Experto Universitario en Creatividad Publicitaria: un valor añadido de alta cualificación para cualquier profesional de esta área”

Este **Experto Universitario en Creatividad Publicitaria** contiene el programa universitario 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 Diplomado emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Experto Universitario en Creatividad Publicitaria**

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

Duración: **6 semanas**



*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.

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



Experto Universitario Creatividad Publicitaria

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

Experto Universitario Creatividad Publicitaria

