

Experto Universitario

Estrategias Creativas en Publicidad





Experto Universitario Estrategias Creativas en Publicidad

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

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-estrategias-creativas-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. 34

01

Presentación

El mundo publicitario está en constante evolución y la creatividad es el motor que la impulsa. En este sector en expansión, son necesarios profesionales que dominen las nuevas tecnologías y se adapten a las necesidades actuales del mercado. Por ello, el presente programa emerge como una respuesta integral a las demandas del sector y a los desafíos actuales del área publicitaria, que busca nuevas estrategias comerciales efectivas. Por ello, TECH lanza esta titulación académica con la que el alumno se adentrará en las claves de la Creatividad Publicitaria, desde la optimización en motores de búsqueda hasta la implementación eficaz de un plan de social media. Además, gracias a su formato 100% online, el egresado obtendrá un aprendizaje flexible adaptado a sus necesidades.





“

Gracias a TECH dominarás las estrategias publicitarias más efectivas en entornos digitales con este Experto Universitario 100% online”

Con el avance de las nuevas tecnologías, la comunicación se ha convertido en un proceso estratégico en la gestión de las organizaciones. En esta línea, la publicidad ayuda a las empresas tanto a fidelizar a los públicos como a diferenciarse de los competidores. Para lograrlo de forma exitosa, los profesionales del sector deben reinventarse y emplear técnicas creativas para captar el interés de los consumidores.

Por este motivo, TECH ha diseñado el presente programa para proporcionar las estrategias más eficaces a los alumnos. De esta forma, desarrollarán todo su potencial creativo y serán capaces de diseñar campañas impactantes. Para ello, el programa aborda tanto los nuevos métodos como medios para innovar en publicidad. Asimismo, ahonda en la creación de contenidos inspiradores y aborda la necesidad de implementar eficazmente un plan de social media. También se profundiza en los nuevos desafíos creativos para que los profesionales busquen las tácticas adecuadas para encararlos de la mejor manera posible.

El itinerario académico cuenta con una metodología 100% online, con el fin de que el alumnado pueda adentrarse en el programa con comodidad. De esta forma, lo único que necesitará es un dispositivo con acceso a Internet para ampliar sus conocimientos y convertirse en todo un experto universitario en Estrategias Creativas en Publicidad. En este sentido, la capacitación ofrece a sus alumnos la metodología más vanguardista del mercado actual: el *Relearning*. Este sistema de enseñanza está basado en la reiteración de los contenidos más importantes para garantizar un aprendizaje natural capaz de perdurar en la memoria de los estudiantes.

Este **Experto Universitario en Estrategias Creativas en 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 Creatividad Publicitaria
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información vanguardista 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



Destaca en el sector publicitario con la metodología más vanguardista del mercado: el Relearning”

“

Gracias a este Experto Universitario emplearás técnicas publicitarias innovadoras para superar exitosamente los desafíos del sector”

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 manejarás las principales técnicas digitales para impulsar la creatividad y lograrás un mayor alcance.

Mediante este programa le sacarás el máximo partido a redes sociales como TikTok, X, Facebook e Instagram.



02

Objetivos

TECH lanza un vanguardista programa que permitirá a los alumnos adquirir las competencias que se requieren para destacar tanto en el campo comunicacional como en el publicitario. Para conseguirlo, se brindan recursos centrados en cómo aplicar la creatividad a las principales plataformas y redes sociales entre las que figuran TikTok, X e Instagram. Al mismo tiempo, analiza las nuevas tendencias en el ámbito publicitario haciendo hincapié en la incorporación de la realidad aumentada a los anuncios como estrategia de diferenciación.



“

Con este Experto Universitario aplicarás técnicas innovadoras en publicidad que garantizarán el seguimiento y la fidelización del público”



Objetivos generales

- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Asimilar los conocimientos teóricos/prácticos que permitan realizar las funciones de creativo desde cualquier perspectiva
- ♦ Utilizar herramientas de apoyo a la creatividad
- ♦ Mejorar el conocimiento y las competencias profesionales para ser capaz de llevar a cabo la integración y desempeño del trabajo en un departamento creativo de cualquier modalidad de agencia o departamento de marketing
- ♦ Capacitar al profesional, mediante las habilidades necesarias, para mejorar la resolución de problemas y desarrollar las competencias profesionales imprescindibles
- ♦ Mostrar la visión de la creatividad como agente de colaboración en el desarrollo de la comunicación
- ♦ Desarrollar acciones e iniciativas que mejoren los resultados creativos, en colaboración con el resto de los actores que participan en su concepción





Objetivos específicos

Módulo 1. La creatividad publicitaria

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

Módulo 2. Creatividad digital

- ♦ Explorar los conceptos clave de la creatividad digital y su aplicación en distintos medios
- ♦ Identificar las tecnologías digitales más comunes para la creación de contenido creativo
- ♦ Distinguir entre las características y funciones del marketing digital y la publicidad digital
- ♦ Analizar los distintos tipos de anuncios digitales y cómo se pueden utilizar creativamente
- ♦ Comprender la importancia del SEO y el email marketing en estrategias digitales
- ♦ Aplicar estrategias creativas en redes sociales, marketing de afiliados e influencers para mejorar la visibilidad

Módulo 3. Creatividad en redes sociales

- ♦ Describir las particularidades creativas de las principales plataformas de redes sociales
- ♦ Investigar cómo desarrollar contenido creativo en plataformas como TikTok, X, Facebook e Instagram
- ♦ Evaluar ejemplos exitosos de creatividad en las redes sociales y cómo replicarlos
- ♦ Desarrollar contenido inspirador adaptado a cada plataforma para generar engagement
- ♦ Aplicar estrategias de creatividad en herramientas complementarias como Whatsapp, blogs y newsletters
- ♦ Fomentar el uso de técnicas creativas para potenciar el engagement y la fidelización en redes sociales



Con TECH dominarás estrategias para optimizar tu posicionamiento SEO y destacar así en los motores de búsqueda”

03

Dirección del curso

En su firme compromiso de ofrecer el programa académico más actualizado e innovador, TECH ha reunido auténticos profesionales del sector publicitario. Con muchos años de experiencia a sus espaldas, el cuadro docente aporta un enfoque creativo e innovador a los procesos publicitarios. Por este motivo, la presente capacitación pone a disposición de los egresados las estrategias más efectivas para llamar la atención de los consumidores. Para conseguirlo, el claustro docente se centra en la utilización de herramientas de última generación con las que el alumnado dará un salto de calidad en su carrera profesional.





“

Accederás a los mejores materiales didácticos de la mano de un reportado cuadro docente que te aportarán una visión publicitaria totalmente innovadora”

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

En su máxima de garantizar un aprendizaje efectivo, los recursos de este Experto Universitario cuentan con la supervisión de expertos del sector publicitario. En esta misma línea, los docentes han confeccionado materiales que sobresalen por disponer de la información más actualizada y de las técnicas más modernas para que los egresados desarrollen sus habilidades. Para lograrlo, el itinerario académico se apoya en el sistema del Relearning. Mediante esta metodología desarrollada por TECH, se reitera en los aspectos más relevantes para estimular la retención del aprendizaje.





“

Gracias los recursos de TECH te convertirás en un experto creativo y podrás dirigir equipos de trabajo en las compañías más prestigiosas del sector publicitario”

Módulo 1. La creatividad publicitaria

- 1.1. Qué es la creatividad
 - 1.1.1. Definiciones
 - 1.1.2. Cómo activar la creatividad
 - 1.1.3. Profesiones donde se demanda la creatividad
 - 1.1.4. Personajes que destacaron por su excepcional creatividad
 - 1.1.5. Retos de los creativos para la ideación
- 1.2. Las mejores condiciones para crear. La generación de ideas
 - 1.2.1. Fases del proceso creativo
 - 1.2.2. Centrarse en el problema
 - 1.2.3. Relajarse, emocionarse, disfrutar
 - 1.2.4. Gimnasio creativo
- 1.3. El sujeto creativo
 - 1.3.1. Cómo son los creativos
 - 1.3.2. Exigencias al creativo
 - 1.3.3. Perfiles creativos
 - 1.3.4. La *kriptonita* del creativo
 - 1.3.5. ¿Bueno o mal creativo?
 - 1.3.6. La memoria del creativo
- 1.4. Retos del creativo para el desarrollo de estrategias innovadoras
 - 1.4.1. Relaciones con los clientes: empresas, personas y compañeros
 - 1.4.2. Relaciones con otros *stakeholders*
 - 1.4.3. La importancia de crear en equipo
 - 1.4.4. La importancia de crear en solitario
 - 1.4.5. Relaciones con los consumidores
- 1.5. El contexto de un proyecto creativo
 - 1.5.1. La creatividad y la estrategia
 - 1.5.2. Introducción en el mercado de un producto innovador
 - 1.5.3. Estrategia de aproximación a la creatividad
 - 1.5.4. Productos o servicios complejos
 - 1.5.5. Comunicación personalizada



- 1.6. Tipos de anuncios. Creativos y no creativos
 - 1.6.1. Cómo la creatividad puede mejorar la relación marca-cliente
 - 1.6.2. Anuncios creativos y no creativos
 - 1.6.3. Anuncios innovadores, genéticos, imitaciones...
 - 1.6.4. Maneras de conseguir clientes con la creatividad
- 1.7. Creatividad artística en comunicación
 - 1.7.1. La creatividad y el arte
 - 1.7.2. A qué denominamos arte en comunicación
 - 1.7.3. Referentes artísticos en comunicación
 - 1.7.4. El arte como fuente de inspiración de la publicidad
 - 1.7.5. Diferencias entre la reacción que provoca el arte y la creatividad publicitaria
- 1.8. Nuevos desafíos creativos
 - 1.8.1. Nuevos canales, tecnologías, tendencias...
 - 1.8.2. El desarrollo de un nuevo formato
 - 1.8.3. Necesidad de implementar nuevas tecnologías en un anuncio innovador
 - 1.8.4. La entrada de competidores
 - 1.8.5. Ciclo de vida de una idea
 - 1.8.6. Sostenibilidad, lenguaje inclusivo
- 1.9. Tendencias en creatividad publicitaria
 - 1.9.1. Nuevos formatos para la publicidad
 - 1.9.2. Necesidad de implementar nuevas tecnologías en los procesos
 - 1.9.3. Razones por las que debemos seguir siendo creativos en publicidad
 - 1.9.4. Cuando el lenguaje se convierte en estrategia
 - 1.9.5. El nuevo creativo es también estrategia
 - 1.9.6. La estrategia ha de ser creativa
- 1.10. Límites de la creatividad publicitaria
 - 1.10.1. Como acceder a las ideas más innovadoras
 - 1.10.2. Equivocarse es bueno
 - 1.10.3. Técnicas para estimular el juego
 - 1.10.4. Técnicas creativas organizadas
 - 1.10.5. Oportunidades para la creatividad
 - 1.10.6. Los límites externos

Módulo 2. Creatividad digital

- 2.1. Qué es la creatividad digital
 - 2.1.1. Tecnologías digitales para crear
 - 2.1.2. Técnicas digitales para impulsar la creatividad
- 2.2. Diferencias entre publicidad y marketing digitales
 - 2.2.1. Descripción Marketing digital
 - 2.2.2. Descripción Publicidad digital
- 2.3. Creatividad en publicidad digital
 - 2.3.1. Banners
 - 2.3.2. Anuncios de búsqueda (Ads.)
 - 2.3.3. Anuncios de vídeo
 - 2.3.4. Anuncios nativos
 - 2.3.5. Anuncios de redes sociales
 - 2.3.6. Publicidad display
 - 2.3.7. Anuncios de realidad aumentada
 - 2.3.8. Anuncios en correos electrónicos
- 2.4. La creatividad en marketing digital
 - 2.4.1. Generación de contenido
 - 2.4.2. Relevancia y valor
 - 2.4.3. Diversidad de formatos
 - 2.4.4. Posicionamiento como experto
 - 2.4.5. Frecuencia y consistencia
 - 2.4.6. Medición de resultados
- 2.5. SEO (Search Engine Optimization)
 - 2.5.1. Optimización de motores de búsqueda
 - 2.5.2. Métricas SEO
 - 2.5.3. Conclusiones
- 2.6. Email marketing
 - 2.6.1 Promoción de productos y servicios
 - 2.6.2 Noticias e información relevante
 - 2.6.3 Seguimiento y fidelización
 - 2.6.4 Automatización

2.7 Marketing de redes sociales

- 2.7.1 Mayor alcance y visibilidad
- 2.7.2 Fomentar una comunidad
- 2.7.3 Creación de contenido inspirador
- 2.7.4 Generación de leads y conversiones
- 2.7.5 Colaboraciones con influencers
- 2.7.6 Retroalimentación y mejora
- 2.7.7 Branding y autoridad

2.8 Marketing de afiliados

- 2.8.1 Estrategias de selección
- 2.8.2 Herramientas de búsqueda
- 2.8.3 Cómo aplicar la creatividad
- 2.8.4 Ejemplos

2.9 Marketing de influencers

- 2.9.1 Estrategias de selección
- 2.9.2 Herramientas de búsqueda
- 2.9.3 Cómo aplicar la creatividad
- 2.9.4 Ejemplos

2.10 Plan de social media

- 2.10.1 Estructura y contenido básico
- 2.10.2 Ejemplos creativos

Módulo 3. Creatividad en redes sociales

3.1. Creatividad en TikTok

- 3.1.1. Aspectos técnicos de uso
- 3.1.2. Cómo ser creativo en TikTok
- 3.1.3. Ejemplos

3.2. Creatividad en X

- 3.2.1. Aspectos técnicos de uso
- 3.2.2. Cómo ser creativo en X
- 3.2.3. Ejemplos





- 3.3. Creatividad en Facebook
 - 3.3.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.3.2. Cómo ser creativo en Facebook
 - 3.3.3. Ejemplos
- 3.4. Creatividad en Instagram
 - 3.4.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.4.2. Cómo ser creativo en Instagram
 - 3.4.3. Ejemplos
- 3.5. Creatividad en LinkedIn
 - 3.5.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.5.2. Cómo ser creativo en LinkedIn
 - 3.5.3. Ejemplos
- 3.6. Creatividad en YouTube
 - 3.6.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.6.2. Cómo ser creativo en YouTube
 - 3.6.3. Ejemplos
- 3.7. Creatividad en Whatsapp
 - 3.7.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.7.2. Cómo ser creativo en Whatsapp
 - 3.7.3. Ejemplos
- 3.8. Creatividad para blogs
 - 3.8.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.8.2. Cómo ser creativo en un blog
 - 3.8.3. Ejemplos
- 3.9. Creatividad para newsletters
 - 3.9.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.9.2. Cómo ser creativo en una newsletter
 - 3.9.3. Ejemplo
- 3.10. Creatividad en Wikipedia
 - 3.10.1. Aspectos técnicos de uso
 - 3.10.2. Cómo ser creativo en Wikipedia
 - 3.10.3. Ejemplos

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.

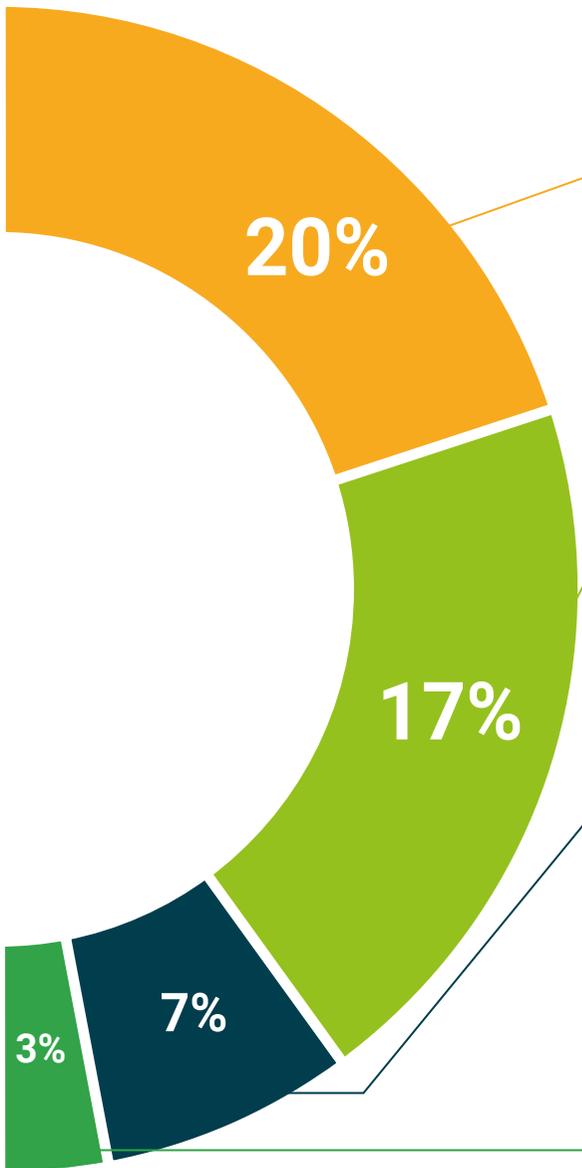
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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

El Experto Universitario en Estrategias Creativas en 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 **Experto Universitario en Estrategias Creativas en 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**.

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 Estrategias Creativas en Publicidad**

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 Estrategias Creativas en Publicidad

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

Experto Universitario

Estrategias Creativas en Publicidad