

Experto Universitario

Publicidad Audiovisual





Experto Universitario Publicidad Audiovisual

- » 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-publicidad-audiovisual

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

La publicidad es fundamental en todas las empresas y, aunque puede emitirse en diferentes formatos, el audiovisual es uno de los principales, ya que la perfecta combinación de imagen y sonido causa un mayor impacto en el público. Este programa está dirigido a los profesionales del periodismo, que deseen mejorar su capacitación en el ámbito de la Publicidad Audiovisual. Así, a lo largo de estos meses, el alumno aprenderá a analizar textos publicitarios desde una perspectiva crítica e identificando los diferentes elementos de los mensajes, así como a elaborar piezas publicitarias en tiempo y forma conforme a las especificaciones de los distintos géneros publicitarios y de relaciones públicas.



“

*Especialízate en Publicidad Audiovisual
y logra crear campañas exclusivas que
favorezcan el crecimiento económico
de las empresas”*

Este **Experto Universitario en Publicidad Audiovisual** ha sido ideado pensando en las necesidades académicas de los profesionales del periodismo y la comunicación. De esta manera, sus objetivos se centran en saber aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación y saber analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación y del receptor de la publicidad. Para ello, se repasarán las bases para el dominio de los elementos básicos de la comunicación audiovisual. Además, el decisivo papel de la imagen en el siglo XXI obliga a analizar la interrelación entre los elementos verbales e icónicos en el mensaje comunicativo.

Gracias a este programa, el estudiante adquirirá las competencias necesarias para poder distinguir y apreciar los procedimientos empleados para la construcción de materiales filmicos, televisivos, videográficos y multimedia.

Otro de los aspectos en los que se trabajará es la producción audiovisual publicitaria y el repaso a los cuatro agentes que intervienen directamente en las fases de contratación, ejecución y distribución del trabajo: el anunciante, la agencia, la productora audiovisual y los medios de difusión y distribución. La productora audiovisual se relaciona de forma directa con la agencia (que será la que contrate) y, de forma indirecta, con el anunciante. El material que realice la productora debe estar preparado y homologado para ser correctamente distribuido a través del medio de difusión elegido (salas de cine, televisión, internet, apps, etc.). Por ello, en este programa se verán los procesos productivos (preproducción, producción y postproducción) para la elaboración de piezas publicitarias.

Sin duda, un completísimo programa que marcará un antes y un después en la capacitación de los periodistas, aportándoles ese conocimiento necesario para trabajar de manera exitosa en el ámbito publicitario, sobre todo, en formatos audiovisuales

Este **Experto Universitario en Publicidad Audiovisual** 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



*TECH Universidad FUNDEPOS
cuenta con la metodología
didáctica más novedosa del
panorama académico actual”*

“

TECH Universidad FUNDEPOS pone a tu disposición multitud de recursos teórico-prácticos para que logres un aprendizaje pormenorizado sobre la Publicidad Audiovisual”

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 capacitados y 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 vídeos interactivos, 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 programa único que marcará la diferencia en tu capacitación en el sector de la Publicidad Audiovisual.

Matricúlate en este Experto Universitario y accede a todos sus contenidos de manera ilimitada.



02

Objetivos

Este Experto Universitario ha sido elaborado por los docentes de TECH con el principal objetivo de ofrecer a los periodistas el conocimiento más avanzado sobre Publicidad Audiovisual, de tal manera que los profesionales adquieran, a través de un estudio intensivo, las habilidades necesarias para desarrollarse con éxito en un sector altamente competitivo. Un programa dirigido, especialmente, a profesionales con experiencia en el sector que desean mejorar su capacitación para destacar a nivel laboral.



“

Si tu objetivo es reorientar tu futuro laboral hacia nuevos caminos de éxito, este es tu Experto Universitario”



Objetivo general

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

“

Desarrolla las destrezas necesarias para manejarte con éxito en este campo”





Objetivos específicos

Módulo 1. Introducción a la psicología de la comunicación

- ♦ Capacitar al alumno para relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas
- ♦ Capacitar al alumno para entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que esta desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas
- ♦ Preparar al alumno para identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas

Módulo 2. Narrativa audiovisual

- ♦ Aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación
- ♦ Analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación y del receptor de la publicidad
- ♦ Dominar las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual y que sirven de fundamento para el ejercicio de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Describir la evolución general de los medios de comunicación a través de su desarrollo histórico

Módulo 3. Publicidad Audiovisual

- ♦ Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes y del diseño gráfico
- ♦ Saber planificar de un modo estratégico las campañas de publicidad
- ♦ Conocer el proceso creativo publicitario
- ♦ Saber analizar textos publicitarios desde una perspectiva crítica e identificando los diferentes elementos de los mensajes
- ♦ Elaborar piezas publicitarias en tiempo y forma conforme a las especificaciones de los distintos géneros publicitarios y de relaciones públicas
- ♦ Tener la 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
- ♦ Tener la 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
- ♦ Dominar las pautas básicas que rigen la Publicidad Audiovisual para la elaboración de productos publicitarios audiovisuales

03

Estructura y contenido

Los contenidos de este Experto Universitario han sido desarrollados por los diferentes especialistas con una finalidad clara: conseguir que el alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia. Un programa que incluye los aspectos más relevantes sobre la Publicidad Audiovisual y que se convertirá en una auténtica guía de trabajo para los profesionales del sector, quienes encontrarán la información más relevante y útil para su profesión.

PRODUCTION _____

DIRECTOR _____

“

Un completísimo programa, muy bien estructurado, que facilitará tu aprendizaje y te ayudará a mejorar tus habilidades en este campo”

Módulo 1. Introducción a la psicología de la comunicación

- 1.1. Historia de la psicología
 - 1.1.1. Introducción
 - 1.1.2. Comenzamos con el estudio de la psicología
 - 1.1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
 - 1.1.4. Paradigmas y etapas en la psicología
 - 1.1.5. La ciencia cognitiva
- 1.2. Psicología social
 - 1.2.1. Introducción
 - 1.2.2. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
 - 1.2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda
- 1.3. Cognición social
 - 1.3.1. Introducción
 - 1.3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
 - 1.3.3. La cognición social
 - 1.3.4. Organizando la información
 - 1.3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
 - 1.3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
 - 1.3.7. El procesamiento automático de la información
- 1.4. Psicología de la personalidad
 - 1.4.1. Introducción
 - 1.4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
 - 1.4.3. La autoconciencia
 - 1.4.4. La autoestima
 - 1.4.5. El autoconocimiento
 - 1.4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
 - 1.4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
 - 1.4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa



- 1.5. Las emociones
 - 1.5.1. Introducción
 - 1.5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
 - 1.5.3. La naturaleza de las emociones
 - 1.5.4. Emociones y personalidad
 - 1.5.5. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales
- 1.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
 - 1.6.1. Introducción
 - 1.6.2. Las actitudes
 - 1.6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
 - 1.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración (ELM)
 - 1.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
- 1.7. El emisor
 - 1.7.1. Introducción
 - 1.7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
 - 1.7.3. Características de la fuente. La credibilidad
 - 1.7.4. Características de la fuente. El atractivo
 - 1.7.5. Características del emisor. El poder
 - 1.7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
 - 1.7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria
- 1.8. El mensaje
 - 1.8.1. Introducción
 - 1.8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
 - 1.8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
 - 1.8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo
- 1.9. El receptor
 - 1.9.1. Introducción
 - 1.9.2. El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración
 - 1.9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
 - 1.9.4. Necesidad de estima y comunicación

- 1.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación
 - 1.10.1. Introducción
 - 1.10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
 - 1.10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
 - 1.10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
 - 1.10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales

Módulo 2. Narrativa audiovisual

- 2.1. La narrativa audiovisual
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. Conceptos fundamentales de la narrativa audiovisual
 - 2.1.3. Una aproximación metodológica
 - 2.1.4. Particularidades del discurso audiovisual
 - 2.1.5. El lenguaje audiovisual
 - 2.1.6. La imagen
 - 2.1.7. El sonido
- 2.2. El discurso y las estancias enunciatoras
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Las funciones del relato
 - 2.2.3. La construcción del texto narrativo
 - 2.2.4. Las instancias enunciatoras
 - 2.2.5. Tipologías de narradores
 - 2.2.6. La focalización
 - 2.2.7. El narratario
- 2.3. La historia y los ejes de la narración
 - 2.3.1. Introducción
 - 2.3.2. La historia
 - 2.3.3. La acción narrativa
 - 2.3.4. El tiempo
 - 2.3.5. El espacio
 - 2.3.6. El sonido
- 2.4. La construcción del discurso audiovisual: el guion

- 2.4.1. Introducción
- 2.4.2. El guion
- 2.4.3. La idea
- 2.4.4. Los géneros
- 2.4.5. Los personajes y el diálogo
- 2.4.6. El guion literario vs. El guion técnico
- 2.5. Teoría y análisis del montaje fílmico
 - 2.5.1. Introducción
 - 2.5.2. Definición del montaje
 - 2.5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
 - 2.5.4. Primeras aproximaciones teóricas
 - 2.5.5. Tipos de montaje
 - 2.5.6. El montaje invisible: el raccord. Glosario sobre el montaje
- 2.6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Los orígenes del cine
 - 2.6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
 - 2.6.4. Las vanguardias y el cine
 - 2.6.5. El cine de Hollywood
 - 2.6.6. El cine de arte y el ensayo
 - 2.6.7. El cine contemporáneo
- 2.7. El cine informático: de los noticiarios al documental
 - 2.7.1. Introducción
 - 2.7.2. El cine informativo
 - 2.7.3. Los noticiarios cinematográficos
 - 2.7.4. El documental
 - 2.7.5. El cine informativo de ficción
 - 2.7.6. El valor de los informativos como fuente histórica
- 2.8. El discurso televisivo: información y entretenimiento

- 2.8.1. Introducción
- 2.8.2. El discurso televisivo
- 2.8.3. Narratología de la información audiovisual
- 2.8.4. Los géneros de la información audiovisual
- 2.8.5. El *infotainment*
- 2.8.6. Los programas de entretenimiento
- 2.8.7. El relato televisivo de ficción
- 2.9. El discurso publicitario audiovisual: spot, tráiler y videoclip
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
- 2.10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. El paradigma digital
 - 2.10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
 - 2.10.4. Nuevas prácticas mediáticas
 - 2.10.5. La condición postmedia

Módulo 3. Publicidad Audiovisual

- 3.1. Introducción a la Publicidad Audiovisual
 - 3.1.1. ¿Qué es la Publicidad Audiovisual?
 - 3.1.2. Origen
 - 3.1.3. Medios de Publicidad Audiovisual
- 3.2. El spot publicitario
 - 3.2.1. ¿Qué es un spot?
 - 3.2.2. Estructura narrativa de un spot publicitario
 - 3.2.3. Historia del spot publicitario
- 3.3. Equipo técnico de una producción audiovisual I
 - 3.3.1. Los equipos de producción y dirección
 - 3.3.2. Funciones de los equipos de producción y dirección
 - 3.3.3. Organigrama



- 3.4. Equipo técnico de una producción audiovisual II
 - 3.4.1. Los equipos de técnicos y artísticos
 - 3.4.2. Funciones de los equipos de técnicos y artísticos
 - 3.4.3. Organigrama
- 3.5. Preproducción I: de la idea al guion de rodaje
 - 3.5.1. Proceso creativo en base al briefing
 - 3.5.2. Guion literario: ejemplo
 - 3.5.3. Guion técnico: ejemplo
- 3.6. Storyboard
 - 3.6.1. Storyboard interno
 - 3.6.2. Storyboard de presentación
 - 3.6.3. Storyboard de rodaje
- 3.7. El guion técnico: los estilos de la realización
 - 3.7.1. Lenguaje cinematográfico
 - 3.7.2. Puesta en escena
 - 3.7.3. Planificación técnica
- 3.8. Preproducción II: el plan de rodaje y el presupuesto
 - 3.8.1. Diseño de iluminación
 - 3.8.2. Diseño de sonido
 - 3.8.3. Protocolo de rodaje
 - 3.8.4. Presupuesto
- 3.9. La producción de un spot publicitario
 - 3.9.1. ¿Quién interviene en la realización de un spot?
 - 3.9.2. Orden de rodaje
 - 3.9.3. El rodaje
- 3.10. Post producción de un spot publicitario
 - 3.10.1. El montaje
 - 3.10.2. Tipos de montaje
 - 3.10.3. La post producción de imagen y sonido

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.

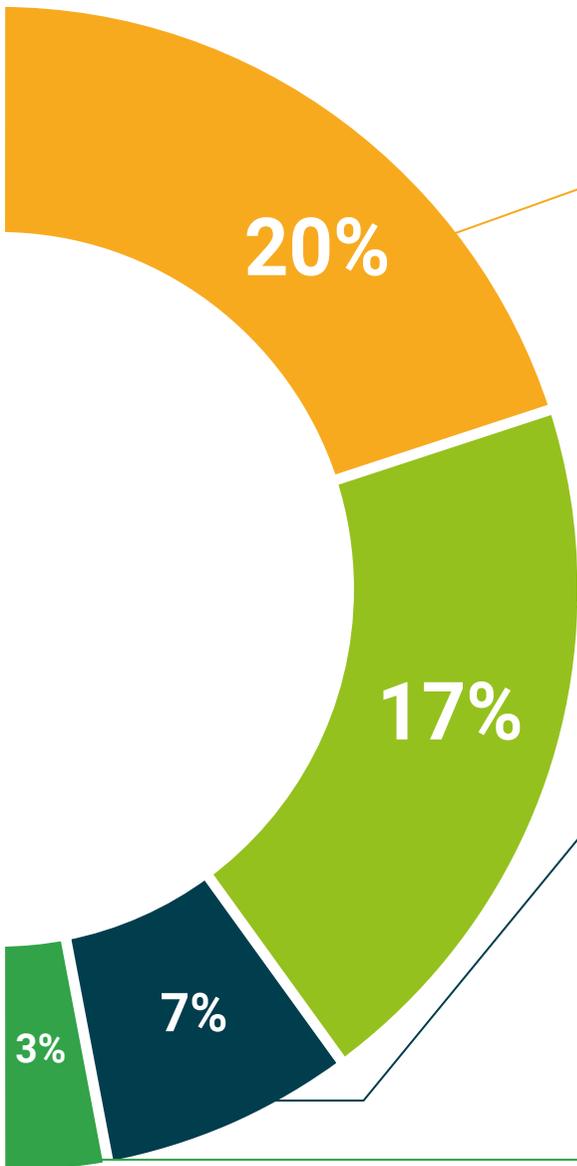
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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 Publicidad Audiovisual garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Experto Universitario en Publicidad Audiovisual** 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 Publicidad Audiovisual**

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.



Experto Universitario Publicidad Audiovisual

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

Experto Universitario

Publicidad Audiovisual

