

Experto Universitario

Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias





Experto Universitario Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Ciencias Sociales y Jurídicas, Administrativas y Empresariales

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-desarrollo-creativo-campanas-publicitarias

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 20

06

Metodología

pág. 28

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 36

08

Dirección del curso

pág. 40

09

Impacto para tu carrera

pág. 44

10

Beneficios para tu empresa

pág. 48

11

Titulación

pág. 52

01 Bienvenida

Las empresas construyen sus campañas de publicidad a partir de distintas estrategias de comunicación para así, difundir la marca y sus productos. Todo esto con el objetivo de darse a conocer en un campo altamente competitivo, logrando llegar a las mentes de los posibles consumidores y acrecentar las ventas. Actualmente, esta es un área que está muy activa, por ende, el profesional en Negocios deberá estar a la vanguardia de todas las innovadoras estrategias comunicativas, y a la vez, tendrá que estar al tanto de los nuevos conocimientos sobre los conceptos claves en la construcción de marcas. Todo esto con un formato pedagógico 100% online que proporcionará flexibilidad y comodidad horaria, además de contar con un equipo de docentes experimentado con décadas de experiencia en el sector.



Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias
TECH Universidad Tecnológica



“

*Gracias a este Experto Universitario
estarás a la vanguardia de las más
recientes innovaciones en el Desarrollo
Creativo de Campañas Publicitarias”*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

Esta titulación universitaria le aportará al egresado las más importantes actualizaciones en *marketing* de contenidos como un componente esencial de la nueva comunicación en el área de Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias. Asimismo, TECH le proporcionará al alumnado herramientas innovadoras en creatividad multimedia y habilidades relacionadas con la creatividad publicitaria. De esta forma, al finalizar este Experto Universitario, el estudiante habrá fortalecido sus competencias referentes a la importancia del *branded content* y su relación con el *marketing* de contenidos.



“

Este programa ha sido desarrollado con el propósito de proporcionar al egresado las mejores actualizaciones en el área de Desarrollo Creativo”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos
Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias capacitará al alumno para:

01

Comprender en profundidad qué es la creatividad, cómo se ha desarrollado con el avance de las nuevas tecnologías y cómo influye en diferentes áreas profesionales

04

Detallar cómo funciona el *software* del pensamiento creativo publicitario

02

Examinar las mejores condiciones para estimular la creatividad

03

Estimular la generación de ideas innovadoras

05

Explicar cómo actúa el pensamiento creativo publicitario y su importancia estratégica



06

Analizar detalladamente el público objetivo y el uso del *insight* en la publicidad

08

Abordar conceptos clave en la construcción de marcas



09

Conocer los pasos lógicos en la construcción de la marca

07

Entender cómo se estructura el mensaje publicitario

10

Detectar las diferencias existentes entre el *claim* y el slogan

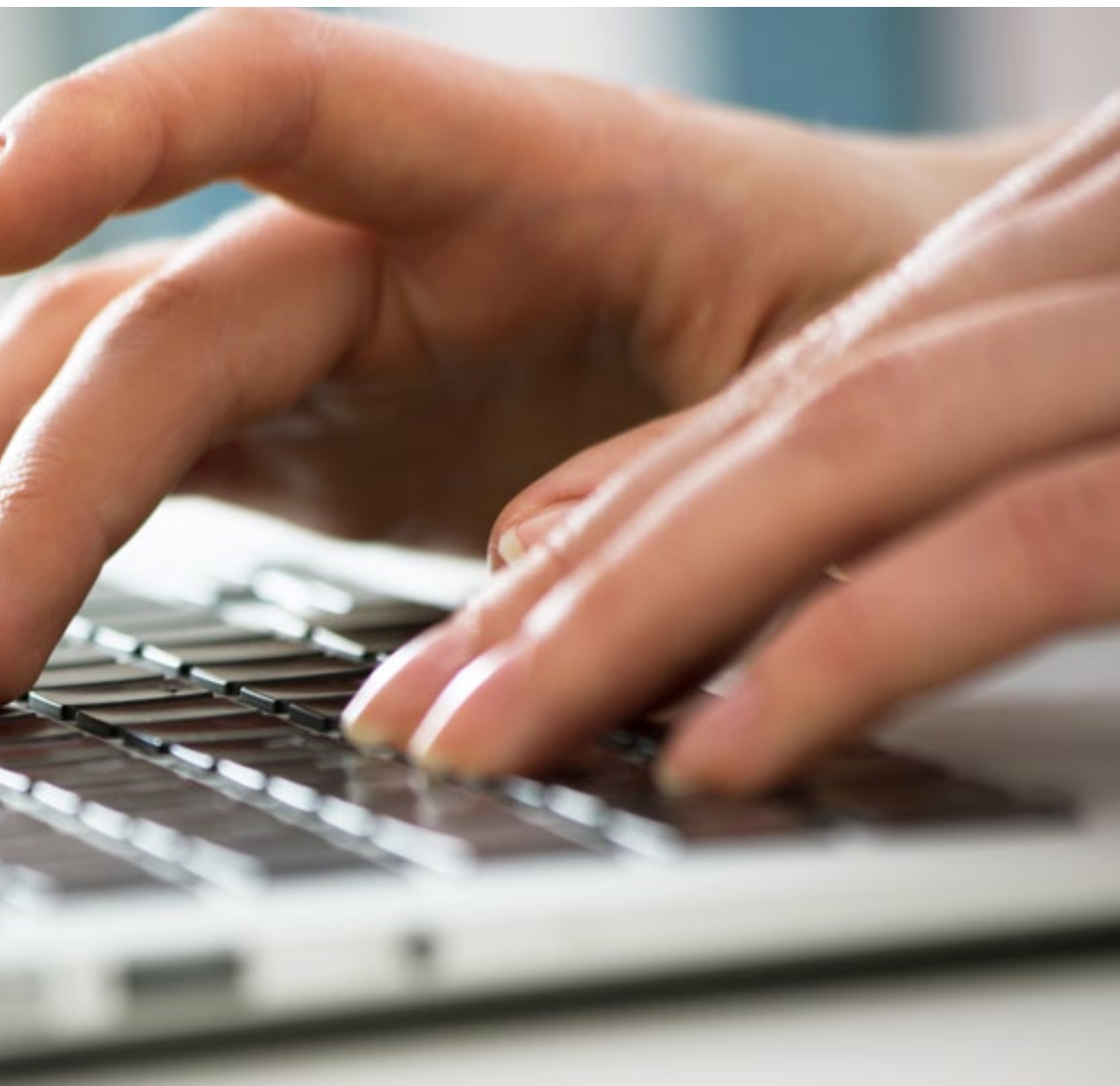
11

Explicar qué es el *branded content* y sus similitudes con la publicidad tradicional

12

Explorar cómo las tecnologías digitales han revolucionado la creación de contenido y las estrategias promocionales en el entorno online





13

Obtener una visión completa de cómo se adapta la creatividad a cada una de las redes sociales

14

Aprender a planificar campañas políticas

05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias es un programa académico que está enfocado puntualmente a competencias específicas relacionadas con los retos del creativo para el desarrollo de estrategias innovadoras. De acuerdo a eso, esta titulación universitaria está encaminada desde un pilar teórico-práctico, además de la experiencia y el vasto conocimiento de un cuadro docente ampliamente capacitado.



“

Este Programa está enfocado en potenciar tus conocimientos en Storytelling y su distribución en múltiples plataformas y redes sociales”

Plan de estudios

Este Experto Universitario consta de 6 meses de aprendizaje continuo, en el cual TECH mediante una educación de máximo nivel, llevará al estudiante a la cúspide de su carrera profesional, alcanzando importantes puestos en el campo empresarial. De esta forma, afrontará los diferentes retos que giran en torno a la Publicidad en ámbitos laborales. Así, esta titulación académica ofrece múltiples habilidades referentes a las competencias profesionales necesarias para tener éxito en el campo de la creatividad publicitaria.

El claustro docente ha desarrollado un temario completo que integra 3 módulos, con el propósito que el estudiante potencie sus conocimientos relacionados con las tipologías de *branded content* que pueden tener éxito y los desafíos del entorno cambiante y competitivo.

En ese sentido, los egresados de este Experto Universitario ahondarán en detallar los requisitos para la creación de *branded content* y comprender el papel de la creatividad en la publicidad. Por ello, serán los mejores especialistas en las tendencias en creatividad publicitaria y la interactividad de un anuncio y un evento.

Por otro lado, TECH hace énfasis en la excelencia y el confort proporcionando el material más innovador y exclusivo, siendo esta, una titulación en la que sólo necesitará de un dispositivo electrónico con acceso a internet. De esta forma, podrá ingresar a la plataforma virtual desde la comodidad del sitio en donde esté, y así abrir sus lecciones sin problema de horario.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos.

Módulo 1

La creatividad publicitaria

Módulo 2

El *branded content*

Módulo 3

Competencias de un creativo publicitario



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias de manera totalmente online. Durante las 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. La creatividad publicitaria

1.1. Qué es la creatividad

- 1.1.1. Definiciones
- 1.1.2. Modelos creativos en constante cambio. Irrupción de nuevas tecnologías, necesidad de mayor eficiencia
- 1.1.3. Retos de los creativos para el desarrollo de estrategias innovadoras. Los beneficios de la colaboración
- 1.1.4. Profesiones donde se demanda la creatividad
- 1.1.5. Personajes que destacaron por su excepcional creatividad

1.2. Las mejores condiciones para crear. La generación de ideas

- 1.2.1. Fases de la creatividad
- 1.2.2. Centrarse en el problema
- 1.2.3. Relajarse, disfrutar
- 1.2.4. Equivocarse
- 1.2.5. Jugar y técnicas para estimular el juego

1.3. El sujeto creativo

- 1.3.1. Exigencias al creativo
- 1.3.2. Estabilidad
- 1.3.3. La kriptonita del creativo
- 1.3.4. Enamorarse del proyecto
- 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, organizaciones, territorios
- 1.4.2. Relaciones con otros stakeholders: proveedores (fotógrafos, planificadores, locutores, diseñadores...), compañeros, responsables de la agencia, inteligencia artificial...
- 1.4.3. Relaciones con los consumidores
- 1.4.4. La importancia de crear en equipo

1.5. El contexto de un proyecto creativo

- 1.5.1. Introducción en el mercado de un producto innovador
- 1.5.2. Estrategia de aproximación a la creatividad
- 1.5.3. Productos o servicios complejos
- 1.5.4. Comunicación personalizada

1.6. Tipos de anuncios. Creativos y no creativos

- 1.6.1. Innovadores, genéricos, imitaciones...
- 1.6.2. Diferencias entre anuncios originales
- 1.6.3. Maneras de conseguir clientes con la creatividad

1.7. Creatividad artística en comunicación

- 1.7.1. 21 razones para ser creativos
- 1.7.2. A qué denominamos arte en comunicación
- 1.7.3. Referentes artísticos de 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. Rol de los clientes en la toma de decisión
- 1.9.2. Nuevos métodos y medios
- 1.9.3. Nuevas tecnologías

1.10. Límites de la creatividad publicitaria

- 1.10.1. Acceso a las ideas más innovadoras
- 1.10.2. El coste de una buena idea
- 1.10.3. La relevancia de un mensaje
- 1.10.4. El mapa de las decisiones
- 1.10.5. Buscando el equilibrio correcto

Módulo 2. El branded content**2.1. Qué es el branded content**

- 2.1.1. En qué se parece la publicidad al *branded content*
- 2.1.2. Qué se necesita para crearlo
- 2.1.3. Tipologías
- 2.1.4. Qué contenido tendrá éxito
- 2.1.5. Características de los vídeos virales
- 2.1.6. Utilidades

2.2. Qué es el marketing de contenidos

- 2.2.1. Contenido relevante y útil
- 2.2.2. Contenidos interactivos
- 2.2.3. Storytelling
- 2.2.4. Contenido multiplataforma, crossmedia y transmedia
- 2.2.5. Valor añadido
- 2.2.6. Creatividad en redes sociales
- 2.2.7. Cómo triunfar en redes sociales
- 2.2.8. Cómo hacer que nuestros contenidos lleguen

2.3. Creatividad multimedia

- 2.3.1. Podcast
- 2.3.2. *Videocast*
- 2.3.3. *Photosaring*
- 2.3.4. Plataforma de presentaciones
- 2.3.5. Vídeos

2.4. Qué es un evento

- 2.4.1. Qué es
- 2.4.2. Diferencia entre la creatividad de un anuncio y la de un evento
- 2.4.3. La interactividad de un anuncio y la interactividad de un evento

2.5. Por qué se celebra un evento

- 2.5.1. Celebración y entretenimiento
- 2.5.2. Comercialización y promoción
- 2.5.3. Educación y formación
- 2.5.4. Redes y conexiones
- 2.5.5. Responsabilidad social y recaudación de fondos

2.6. Cómo se crea la idea del evento

- 2.6.1. Cómo generar ideas creativas
- 2.6.2. Cómo desarrollar una propuesta detallada
- 2.6.3. Conclusiones

2.7. Dónde y cómo organizar un evento

- 2.7.1. El evento correcto en el sitio correcto
- 2.7.2. El presupuesto adecuado
- 2.7.3. Sin margen para la improvisación
- 2.7.4. La comida en su punto
- 2.7.5. Qué puede salir mal en un evento. Ejemplos
- 2.7.6. Un plan B

2.8. Cómo emocionar en un evento

- 2.8.1. La sorpresa en los eventos
- 2.8.2. La empatía en los eventos
- 2.8.3. Los sentimientos

2.9. La creatividad en todo el proceso de organización

- 2.9.1. Creatividad en la generación de la idea
- 2.9.2. Creatividad en el diseño de la experiencia
- 2.9.3. Creatividad en la planificación y la logística
- 2.9.4. Creatividad en el diseño de materiales y promoción
- 2.9.5. Creatividad en la gestación de experiencias interactivas y participativas
- 2.9.6. Sorpresas y elementos inesperados
- 2.9.7. Creatividad en el entretenimiento y el contenido
- 2.9.8. Creatividad en la resolución de problemas sobre la marcha
- 2.9.9. Creatividad hasta en la hora de recoger
- 2.9.10. Creatividad en el pre-evento y en el post-evento

2.10. Eventos virtuales

- 2.10.1. Qué es un evento virtual
- 2.10.2. Diferencias entre un evento virtual y otro presencial
- 2.10.3. La creatividad en los eventos virtuales

Módulo 3. Competencias de un creativo publicitario

3.1. Profesiones

- 3.1.1. Profesiones relacionadas con el marketing
- 3.1.2. Profesiones relacionadas con la publicidad
- 3.1.3. Ejemplos

3.2. Cómo detectar el talento

- 3.2.1. Habilidades relacionadas con la creatividad publicitaria
- 3.2.2. Actividades relacionadas con la creatividad publicitaria
- 3.2.3. Ejemplos

3.3. Cómo tener empleo en creatividad publicitaria

- 3.3.1. Cómo optar de manera creativa a un puesto de trabajo
- 3.3.2. Cómo construir una marca que te garantice estabilidad laboral
- 3.3.3. Cómo enfrentarse a un período de desempleo
- 3.3.4. Cómo adaptarse a los cambios del sector

3.4. Cómo actuar en el puesto de trabajo

- 3.4.1. Cuando tienes éxito
- 3.4.2. Cuando fracasas
- 3.4.3. Cómo integrarse

3.5. Cómo actuar cuando tu marca pierde credibilidad en el sector

- 3.5.1. Reposicionar la marca
- 3.5.2. Reactivar la marca
- 3.5.3. Ejemplos

3.6. Trayectorias de creativos que son referencia

- 3.6.1. Creativos del marketing
- 3.6.2. Creativos de la publicidad
- 3.6.3. Ejemplos

3.7. Trayectorias de empresas que son referencia

- 3.7.1. Empresas y departamentos de marketing
- 3.7.2. Empresas de publicidad
- 3.7.3. Ejemplos

3.8. Cómo tener éxito

- 3.8.1. Qué es el éxito
- 3.8.2. Piensa bien y acertarás
- 3.8.3. Ejemplos

3.9. Cómo es la vida del creativo

- 3.9.1. En el trabajo
- 3.9.2. Fuera del trabajo
- 3.9.3. Conclusiones

3.10. Cómo disfrutar de la profesión creativa

- 3.10.1. Pasión por la creatividad
- 3.10.2. Gestión del estrés y el bloqueo creativo
- 3.10.3. Cultivando la creatividad personal



06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



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 las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades directivas

Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

Perfil de nuestros alumnos

El programa está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de las Ciencias Sociales y Jurídicas, Administrativas y Económicas.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el Experto Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la Publicidad.





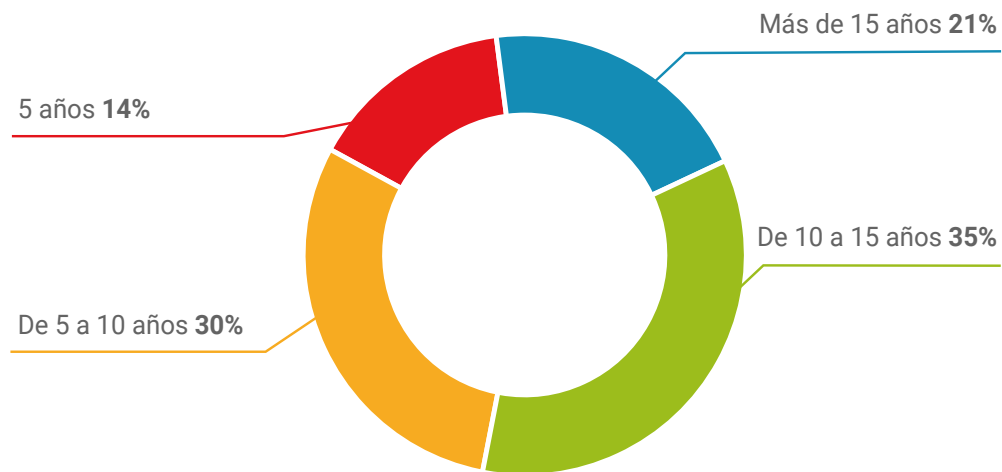
“

Si tienes experiencia en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias, y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa”

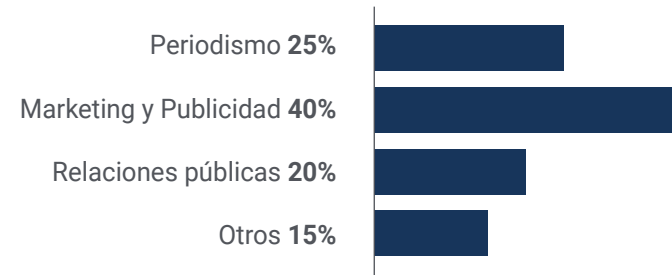
Edad media

Entre **35** y **45** años

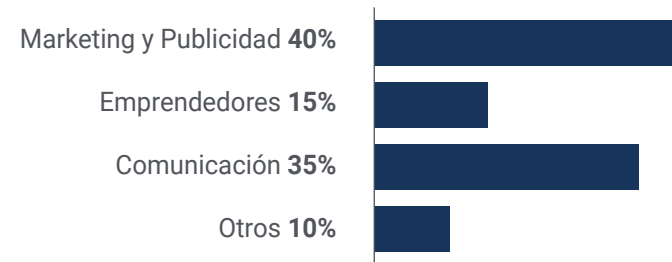
Años de experiencia



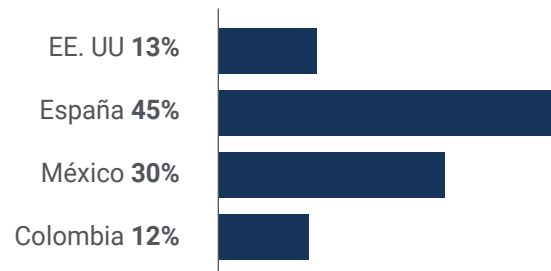
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Mario García Ruiz

Director de Marketing y Publicidad

"He quedado impresionado con la calidad de los contenidos de este Máster Título Propio. Se nota el especial cariño que le han puesto los docentes en su elaboración, son de gran utilidad en la práctica diaria y te ayudan a mejorar tus capacidades creativas. Sin ninguna duda, creo que ha sido una buena inversión para mi carrera"

08

Dirección del curso

Con TECH podrá llevar a cabo esta titulación a la excelencia, utilizando herramientas didácticas de primer nivel que le ayudarán al egresado en el desarrollo del programa académico. Es por eso que el alumnado tendrá acceso a un temario diseñado exclusivamente por un equipo docente especializado en Dirección en Comunicación Empresarial e Institucional, Publicidad y Relaciones Públicas. La experiencia de estos expertos le permitirá al profesional abordar con solidez los desafíos que dispone el sector publicitario.





“

Con TECH tendrás acceso a un temario creado exclusivamente por un equipo docente especializado en estrategia publicitaria, generación de contenidos y branding”

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*

Profesores

D. Fernández, Jorge David

- ♦ Especialista en Publicidad
- ♦ Docente Universitario en la Universidad de Sevilla
- ♦ Investigador
- ♦ Autor de diversidad de publicaciones como *Strategic advertising Mechanisms: from copy strategy to iconic brands*



09

Impacto para tu carrera

Esta titulación universitaria se ha diseñado con la finalidad de aportarle al egresado los conocimientos clave que le ayudarán a asumir los desafíos necesarios en el sector publicitario. Asimismo, TECH se enfoca en ofrecer una educación de la más alta calidad, priorizando la eficiencia en cada uno de sus programas. De esta forma, garantizará al profesional un aprendizaje exclusivo en reposicionamiento y reactivación de la marca.





“

El egresado fortalecerá sus conocimientos sobre las empresas de publicidad, los departamentos de marketing y su funcionamiento”

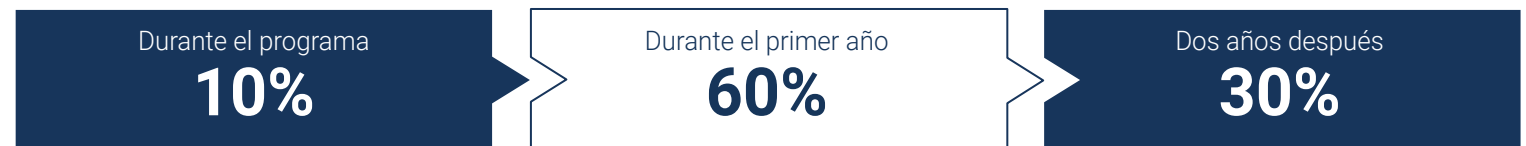
¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito Publicidad. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

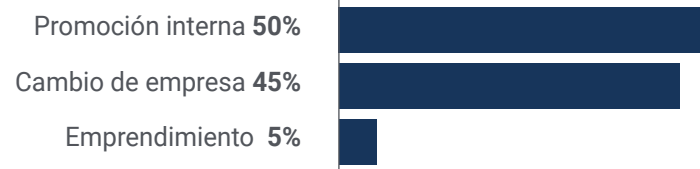
TECH ofrece un exclusivo material multimedia que te brinda gran dinamismo, asegurando el éxito en el desarrollo de esta titulación.

En este campo de estudio ampliarás tus habilidades en rubros específicos como encontrar las mejores condiciones para estimular la creatividad y abordar las tipologías de branded content.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**



10

Beneficios para tu empresa

Este programa contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la instrucción de líderes de alto nivel.

Además, participar en esta opción universitaria supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

En la era digital, el directivo debe integrar nuevos procesos y estrategias que provoquen cambios significativos y desarrollo organizacional. Esto solo es posible a través de la capacitación y actualización universitaria”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Experto Universitario en Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias** 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 Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** 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 Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias**

Modalidad: **online**

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 EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Desarrollo Creativo de Campañas Publicitarias

