

Experto Universitario

Comunicación y Branding  
de Industrias Creativas





## Experto Universitario Comunicación y Branding de Industrias Creativas

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Privada Peruano Alemana**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: [www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion-branding-industrias-creativas](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion-branding-industrias-creativas)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Dirección de curso

---

*pág. 12*

04

Estructura y contenido

---

*pág. 18*

05

Metodología

---

*pág. 22*

06

Titulación

---

*pág. 30*

# 01

# Presentación

Las industrias creativas son un sector económico y cultural muy especial. Aunque son actividades económicas rentables, están muy apegadas a la cultura y al arte, por lo que necesitan que su comunicación, difusión y branding estén adaptadas a sus particularidades. Por esa razón, este programa ofrece los mejores contenidos específicos en lo que respecta a comunicación aplicada a las industrias creativas. Con este título el alumno será capaz de diseñar y llevar a cabo planes de comunicación y branding para el ámbito cultural, convirtiéndose en un especialista en este campo.





“

*Las industrias creativas necesitan una comunicación adaptada a sus particularidades: especialízate y conviértete en experto”*

De la gran variedad de industrias existentes en el mundo, las que se agrupan en la etiqueta de industrias creativas es una de las más especiales. Tienen una gran cantidad de particularidades como su cercanía al ámbito artístico, que hace que su comunicación tenga que adaptarse a un entorno más cultural y creativo que el de otros sectores económicos.

Asimismo, el público objetivo es un elemento determinante en este proceso de comunicación, puesto que es muy diferente comunicar y hacer branding dirigido a un público relacionado con el arte y la cultura que hacerlo para otros tipos de audiencias o usuarios.

Así, se hace necesario que los profesionales que quieran dedicarse a este ámbito adquieran las competencias adecuadas para que la comunicación sea eficaz y genere el *engagement* deseado.

Por esa razón, este Experto Universitario en Comunicación y Branding de Industrias Creativas en el que se incluyen 10 *Masterclasses* aportadas por un Director Invitado Internacional ofrece los conocimientos necesarios para que los periodistas se especialicen en comunicación dirigida a industrias creativas y culturales, un campo que necesita especialistas que sepan transmitir ideas y conceptos comerciales en un ámbito más abierto y artístico.

Este **Experto Universitario en Comunicación y Branding de Industrias Creativas** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en comunicación y branding dirigido a las industrias creativas
- ♦ Los contenidos, altamente especializados, preparados para dar respuesta a todos los retos en comunicación presentados en el ámbito cultural
- ♦ El uso de metodologías de enseñanza innovadoras
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Conviértete en experto y sé un profesional útil para tu organización con este Experto y las 10 Masterclasses aportadas por un prestigioso experto internacional"*

“

*Las industrias creativas demandan especialistas talentosos y con las competencias adecuadas: este Experto Universitario responde a esa demanda”*

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.

*Se necesitan especialistas en comunicación aplicada a las industrias creativas: entra en un ámbito profesional lleno de posibilidades.*

*Te encanta la cultura y eres periodista o comunicador: da el salto con esta titulación.*



# 02

# Objetivos

El principal objetivo de este programa en Comunicación y Branding de Industrias Creativas es dotar a sus alumnos de las mejores herramientas para convertirse en profesionales útiles en este campo, de forma que las empresas más importantes del sector requieran de sus servicios. Así, los egresados tendrán habilidades muy específicas y demandadas, lo que puede suponer un gran avance en sus carreras profesionales.







“

*Une tus dos pasiones, la cultura y la comunicación, y conviértete en un profesional altamente demandado por las empresas del sector”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Utilizar nuevas tecnologías de información y comunicación como instrumentos de enseñanza e intercambio de experiencias en el ámbito de estudio
- ♦ Desarrollar habilidades comunicativas, tanto escritas como orales, así como de realización de presentaciones profesionales eficaces en la práctica cotidiana
- ♦ Adquirir habilidades de investigación de mercado, visión estratégica, metodologías digitales y de cocreación
- ♦ Ofrecer conocimientos útiles para la especialización de los estudiantes, procurándoles competencias para el desarrollo y aplicación de ideas originales en su quehacer personal y profesional
- ♦ Entender cómo la creatividad y la innovación se han convertido en los motores de la economía
- ♦ Resolver problemas en entornos novedosos y en contextos interdisciplinarios sobre el ámbito de la gestión de la creatividad



*Tienes ideas innovadoras para mejorar la Comunicación y el Branding de los mejores proyectos culturales: titúlate y lleva a cabo esas ideas”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Nuevas industrias creativas

- ♦ Estar adentrado en el conocimiento de las nuevas industrias creativas
- ♦ Conocer en profundidad el peso de las industrias creativas a nivel económico
- ♦ Profundizar en las artes visuales y escénicas
- ♦ Obtener un conocimiento profundo sobre el patrimonio histórico, natural y cultural

### Módulo 2. *Creative Branding*: Comunicación y gestión de marcas creativas

- ♦ Entender el proceso de creación y evolución de una marca
- ♦ Conocer cómo se debe realizar la identidad gráfica de la marca
- ♦ Conocer las principales técnicas y herramientas de la comunicación
- ♦ Ser capaz de realizar el *Briefing* de la compañía

### Módulo 3. Nuevas estrategias de Marketing digital

- ♦ Aplicar herramientas de Marketing digital, teniendo en cuenta la audiencia a la que llegarán los mensajes
- ♦ Realizar analíticas web que den información a la empresa para saber dirigir su estrategia publicitaria
- ♦ Utilizar las redes sociales como herramientas de Marketing y publicidad
- ♦ Aplicar herramientas de *Inbound Marketing*

# 03

## Dirección del curso

Un campo tan especializado necesita a los mejores docentes, por esa razón este programa educativo se ha diseñado de forma que grandes especialistas en comunicación y branding de industrias creativas sean los que impartan los contenidos. De esta forma, los alumnos podrán obtener conocimientos extraídos directamente de la experiencia del profesorado, con lo que también podrán aplicarlos a sus ámbitos profesionales de forma inmediata.





“

*Auténticos especialistas te enseñan  
todas las claves de la profesión”*

## Director Invitado Internacional

S. Mark Young es un experto de renombre internacional que ha centrado su trayectoria investigativa en torno a la **Industria del Entretenimiento**. Sus resultados han recibido numerosos reconocimientos, entre los que destaca el **Premio a la Trayectoria en Contabilidad y Gestión** de 2020, otorgado por la Asociación Americana de Contabilidad (American Accounting Association). Asimismo, ha sido galardonado tres veces por sus **contribuciones a la literatura académica** sobre estos ámbitos.

Uno de los hitos más destacados de su carrera fue la publicación del estudio *Narcisismo y Celebidades*, junto con el doctor Drew Pinsky. Este texto recopilaba **datos directos de personalidades famosas** del Cine o la Televisión. Además, en el artículo, que después se convertiría en un libro de máximas ventas, el experto analizaba los **comportamientos narcisistas** de las estrellas del celuloide y como estos se han normalizado en los medios modernos. A su vez, se abordaba el **impacto de estos en la juventud contemporánea**.

También, a lo largo de su vida profesional, Young ha profundizado en la **organización y concentración en la industria cinematográfica**. Específicamente, ha indagado en los modelos para **predecir el éxito en taquilla** de películas importantes. Asimismo, ha realizado aportes en cuanto a la contabilidad basada en actividades y el diseño de sistemas de control. En particular, destaca su reconocida influencia para la implementación de la **gestión efectiva basada en *Balanced Scorecard***.

Igualmente, la labor académica ha marcado también su vida profesional, llegando a ser elegido para **liderar la Cátedra de Investigación George Bozanic y Holman G. Hurt en Negocios de Deportes y Entretenimiento**. Igualmente, ha impartido conferencias y participado en programas de estudio relacionados con la **Contabilidad, el Periodismo y las Comunicaciones**. Al mismo tiempo, sus estudios de pregrado y posgrado le han vinculado a prestigiosas universidades norteamericanas como la de Pittsburgh y la de Ohio.



## Dr. Young, S. Mark

---

- ♦ Director de la Cátedra George Bozanic y Holman G. Hurt en USC Marshall, Los Ángeles, Estados Unidos
- ♦ Historiador Oficial del Equipo Masculino de Tenis de la Universidad del Sur de California
- ♦ Investigador académico especializado en el desarrollo de modelos predictivos para la industria cinematográfica
- ♦ Coautor del libro Narcisismo y Celebridades
- ♦ Doctor en Ciencias de la Contabilidad por la Universidad de Pittsburgh
- ♦ Máster en Contabilidad por la Ohio State University
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas por el Oberlin College
- ♦ Miembro de: Centro para la Excelencia en la Enseñanza

“

*Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”*

## Dirección



### **Dra. Velar Lera, Margarita**

- ♦ Consultora de Comunicación Experta en Moda
- ♦ CEO de Forefashion Lab
- ♦ Directora de Marketing Corporativo en SGN Group
- ♦ Consultora de Comunicación Corporativa en LLYC
- ♦ Consultor de Comunicación y Marca *Freelance*
- ♦ Responsable de Comunicación en la Universidad Villanueva
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados al Marketing
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School



## Profesores

### D. Sanjosé, Carlos

- ♦ Especialista en Marketing Digital
- ♦ Gerente de Marketing Digital en Designable
- ♦ Jefe de Marketing Digital en MURPH
- ♦ Gerente de Marketing Digital en 25 Gramos
- ♦ Jefe de Contenido en Unánime Creativos
- ♦ Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad CEU Cardenal Herrera

### Dra. San Miguel Arregui, Patricia

- ♦ Investigadora Experta en Marketing Digital
- ♦ Fundadora y Directora de Digital Fashion Brands
- ♦ Investigadora y colaboradora en estudios de Marketing
- ♦ Autora del libro *Influencer Marketing*
- ♦ Autora de publicaciones académicas en revistas de prestigio
- ♦ Ponente habitual en congresos y jornadas nacionales e internacionales de Comunicación y Marketing
- ♦ Docente en estudios de grado y postgrado universitario
- ♦ Doctora en Marketing Digital para Empresa de Moda por la Universidad de Navarra
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA en Executive Fashion por ISEM

### Dña. Arroyo Villoria, Cristina

- ♦ Consultora Técnica y Coordinadora de Proyectos Formativos
- ♦ Socia y Directora de Proyectos y Emprendimiento en Factoría de Industrias Creativas
- ♦ Coordinadora de Acerca Cultura Madrid
- ♦ Editora de Contenidos e-Learning Freelance para LIDlearning en LID Editorial
- ♦ Coordinadora de Formación en Factoría Cultural Madrid
- ♦ Licenciatura en Ciencias del Trabajo por la Universidad de Valladolid
- ♦ Máster en Dirección y Gestión de RR. HH por la Escuela de Negocios de San Pablo CEU
- ♦ Máster en e-Learning y Tecnología Educativa, Formación e-Learning
- ♦ Técnico Superior de Prevención de Riesgos, Especialidad de Higiene del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral
- ♦ Técnico Superior de Prevención de Riesgos Laborales, Especialidad de Ergonomía y Psicosociología del Trabajo en el Instituto para la Formación Integral



*Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”*

# 04

## Estructura y contenido

Los contenidos de este Experto Universitario en Comunicación y Branding de Industrias Creativas se han estructurado en tres módulos, de 10 temas cada uno, mediante los que los alumnos podrán aprender todo lo necesario para realizar la comunicación, el Marketing y el *Branding* de proyectos culturales y artísticos en empresas de todo el sector.



“

*Los contenidos de este Experto Universitario se han diseñado para que te conviertas en el mayor especialista”*

## Módulo 1. Nuevas industrias Creativas

- 1.1. Nuevas industrias creativas
  - 1.1.1. De la industria cultural a la industria creativa
  - 1.1.2. Las industrias creativas actuales
  - 1.1.3. Actividades y sectores que componen las industrias creativas
- 1.2. Peso económico de las industrias creativas en la actualidad
  - 1.2.1. Contribución
  - 1.2.2. Impulsores de crecimiento y de cambio
  - 1.2.3. Panorama laboral en las industrias creativas
- 1.3. Nuevo contexto global de las industrias creativas
  - 1.3.1. Radiografía de las Industrias creativas en el mundo
  - 1.3.2. Fuentes de financiación de las Industrias creativas en cada país
  - 1.3.3. Casos prácticos: modelos de gestión y políticas públicas
- 1.4. El patrimonio natural y cultural
  - 1.4.1. Patrimonio histórico y cultural
  - 1.4.2. Productos derivados y servicios de museos, sitios arqueológicos, históricos y paisajes culturales
  - 1.4.3. Patrimonio cultural intangible
- 1.5. Artes visuales
  - 1.5.1. Artes plásticas
  - 1.5.2. Fotografía
  - 1.5.3. Artesanía
- 1.6. Artes escénicas
  - 1.6.1. Teatro y danza
  - 1.6.2. Música y festivales
  - 1.6.3. Ferias y circo
- 1.7. Medios audiovisuales
  - 1.7.1. Películas, TV y contenido audiovisual
  - 1.7.2. Radio, Podcasts y contenido auditivo
  - 1.7.3. Videojuegos
- 1.8. Publicaciones actuales
  - 1.8.1. Literatura, ensayo y poesía
  - 1.8.2. Editoriales
  - 1.8.3. Prensa

- 1.9. Servicios creativos
  - 1.9.1. Diseño y Moda
  - 1.9.2. Arquitectura y Paisajismo
  - 1.9.3. Publicidad
- 1.10. Conexiones de la Economía Creativa o Economía Naranja
  - 1.10.1. Modelo cascada – círculos concéntricos
  - 1.10.2. Spillovers creativos, de producción y de conocimiento
  - 1.10.3. Cultura al servicio de la Economía Creativa

## Módulo 2. Creative Branding: Comunicación y gestión de marcas creativas

- 2.1. *Brands and Branding*
  - 2.1.1. Las marcas
  - 2.1.2. Evolución del *Branding*
  - 2.1.3. Posicionamiento, personalidad de marca, notoriedad
- 2.2. Construcción de la marca
  - 2.2.1. Marketing mix
  - 2.2.2. Arquitectura de marca
  - 2.2.3. Identidad de marca
- 2.3. Expresión de la marca
  - 2.3.1. Identidad gráfica
  - 2.3.2. Expresión visual
  - 2.3.3. Otros elementos que reflejan la marca
- 2.4. Comunicación
  - 2.4.1. Enfoques
  - 2.4.2. *Brand Touchpoints*
  - 2.4.3. Técnicas y herramientas de comunicación
- 2.5. *Brand Content*
  - 2.5.1. De marcas a plataformas de entretenimiento
  - 2.5.2. El auge del contenido de marca
  - 2.5.3. Conectar con la audiencia a través de relatos únicos
- 2.6. *Visual Storytelling*
  - 2.6.1. El análisis de la marca
  - 2.6.2. Conceptos publicitarios creativos
  - 2.6.3. La venta creativa

- 2.7. *Customer Experience*
  - 2.7.1. *Customer Experience (CX)*
  - 2.7.2. *Customer Journey*
  - 2.7.3. Alineación de la marca y CX
- 2.8. Planificación estratégica
  - 2.8.1. Objetivos
  - 2.8.2. Identificación de públicos e *Insights*
  - 2.8.3. Diseño de la estrategia
- 2.9. *Performance*
  - 2.9.1. El *Briefing*
  - 2.9.2. Tácticas
  - 2.9.3. Plan de producción
- 2.10. Evaluación
  - 2.10.1. ¿Qué evaluar?
  - 2.10.2. ¿Cómo evaluar? (herramientas de medición)
  - 2.10.3. Informes de resultados

### Módulo 3. Nuevas estrategias de Marketing digital

- 3.1. Tecnología y audiencias
    - 3.1.1. La estrategia digital y diferencias entre el tipo de usuario
    - 3.1.2. El público objetivo, factores excluyentes y generaciones
    - 3.1.3. El *Ideal Customer Profile (ICP)* y la *Buyer* persona
  - 3.2. Analítica digital para el diagnóstico
    - 3.2.1. Analítica previa a la estrategia digital
    - 3.2.2. Momento 0
    - 3.2.3. KPI y métrica, tipologías, clasificación según metodologías.
  - 3.3. E-entertainment: el impacto del e-commerce en la industria del entretenimiento
    - 3.3.1. E-commerce, tipologías y plataformas
    - 3.3.2. La importancia del diseño web: UX y UI
    - 3.3.3. Optimización del espacio online: necesidades mínimas
  - 3.4. *Social Media* e *Influencer Marketing*
    - 3.4.1. Impacto y evolución del Marketing en redes
    - 3.4.2. La persuasión, claves del contenido y de acciones virales
    - 3.4.3. Planificar campañas de social Marketing e *Influencer Marketing*
- 3.5. *Mobile Marketing*
    - 3.5.1. Usuario *Mobile*
    - 3.5.2. Web *Mobile* y Apps
    - 3.5.3. Acciones *Mobile Marketing*
  - 3.6. Publicidad en entornos online
    - 3.6.1. La publicidad en RR.SS y objetivos de los *Social Ads*
    - 3.6.2. El embudo de conversión o purchase funnel: categorías
    - 3.6.3. Plataformas de *Social Ads*
  - 3.7. La metodología *Inbound Marketing*
    - 3.7.1. *Social Selling*, pilares fundamentales y estrategia
    - 3.7.2. La plataforma de CRM en una estrategia digital
    - 3.7.3. El *Inbound Marketing* o Marketing de atracción: acciones y SEO
  - 3.8. Automatización del Marketing
    - 3.8.1. *Email Marketing* y tipología de emails
    - 3.8.2. La automatización del *Email Marketing*, aplicaciones, plataformas y ventajas
    - 3.8.3. La aparición del Bot & *Chatbot Marketing*: tipología y plataformas.
  - 3.9. Herramientas de gestión de datos
    - 3.9.1. CRM en la estrategia digital, tipologías y aplicaciones, plataformas y tendencias
    - 3.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics* y *Business Intelligence*
    - 3.9.3. *Big Data*, la Inteligencia Artificial y el *Data Science*
  - 3.10. La medición de la rentabilidad
    - 3.10.1. ROI: la definición del retorno de la inversión y ROI vs. ROAS
    - 3.10.2. Optimización del ROI
    - 3.10.3. Métricas clave

05

# 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”*

## 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”*



*Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.*





*El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.*

### Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, 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 profesional más vigente.

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

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 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

*En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.*

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

Nuestra universidad 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 y competencias

Realizarán 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.



#### 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 casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



**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.



06

# Titulación

El Experto Universitario en Comunicación y Branding de Industrias Creativas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Universidad Privada Peruano Alemana.



“

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

El programa del **Experto Universitario en Comunicación y Branding de Industrias Creativas** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Universidad Privada Peruano Alemana.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad Privada Peruano Alemana garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Experto Universitario en Comunicación y Branding de Industrias Creativas**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad Privada Peruano Alemana realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



**tech** universidad privada  
peruano alemana

## Experto Universitario

Comunicación y Branding  
de Industrias Creativas

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Privada Peruano Alemana
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Comunicación y Branding  
de Industrias Creativas

