

# Experto Universitario

## Branded Content





## Experto Universitario Branded Content

- » 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-branded-content](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-branded-content)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Dirección del curso

---

*pág. 12*

04

Estructura y contenido

---

*pág. 18*

05

Metodología

---

*pág. 24*

06

Titulación

---

*pág. 32*

# 01

# Presentación

Las marcas han tenido que avanzar en su manera de darse a conocer y han aparcado la publicidad tradicional para apostar por contenidos multimedia, en los que el espectador tiene mucho que aportar. Por ello, cada vez son más las que utilizan herramientas de Marketing como el *Branded Content* para crear una imagen positiva, que contacte con el público y que genere beneficios a corto y largo plazo. Con este programa, los profesionales del sector tendrán la oportunidad de acceder a un contenido exclusivo y de absoluta novedad que les aportará la capacitación necesaria para convertirse en verdaderos especialistas en la materia, pudiendo acceder a los equipos de publicidad más reconocidos.





“

*Las empresas buscan profesionales como tú, capaces de adaptarse a los nuevos tiempos y crear contenidos relevantes para el público”*

Los consumidores del siglo XXI tienen muy claro lo que quieren y lo que no en cuanto a publicidad. Atrás han quedado esas promociones invasivas que no hacían sino causar un rechazo en la audiencia. Los usuarios quieren disfrutar de la publicidad, pero desde otro punto de vista. No solo como meros espectadores, sino como clientes reales que necesitan que sus opiniones sean escuchadas y atendidas. Por ello, los publicistas y creadores de contenidos apuestan por contar historias que vayan más allá de mostrar un producto. Ahora es necesario crear una imagen de marca, mostrar los valores de la compañía, crear emociones, etc. En definitiva, contactar con el público y fidelizarlo.

En este proceso, muchas agencias de comunicación y publicidad apuestan por la aplicación de técnicas de Marketing para desarrollar sus mensajes, de tal manera que se puedan ofrecer al espectador comunicaciones más personalizadas y adaptadas a sus necesidades. Con este Experto Universitario en Branded Content de TECH Universidad, el alumno tendrá acceso a un contenido especializado sobre la materia, elaborado por un cuadro docente con amplia experiencia en el sector, y que le permitirá desarrollar las habilidades que demandan las principales empresas de la actualidad.

Un temario que abarca desde los principios de la comunicación hasta la creación y gestión de comunidades virtual, pero que, como no podía ser de otra manera, pone el foco en las principales estrategias de branded content. Asimismo, se incluirán 10 *Masterclasses* con contenidos exclusivos de la mano de un experto de renombre internacional, aportándole gran valor al experto. Además de por su calidad, este programa destaca por ofertarse en un formato 100% online, por lo que el alumno tendrá la posibilidad de gestionar él mismo su tiempo de estudio, teniendo libre acceso a todos los contenidos y recursos académicos durante los 6 meses que dura la titulación.

Este **Experto Universitario en Branded Content** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información teórica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Las novedades sobre el *Branded Content*
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Branded Content
- ♦ El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Conviértete en un creador de contenidos exitoso gracias a las 10 Masterclasses de un experto de renombre internacional incluidas en este programa”*

“

*Con un público cada vez mejor informado es preciso crear historias publicitarias atractivas que lo atrapen y generen experiencias inolvidables”*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Comunicación, que vierten en este programa 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 un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del programa académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

*Un programa 100% online con el que desarrollarás las habilidades para convertirte en un creador de contenidos de éxito.*

*Las principales marcas querrán que formes parte de sus plantillas para que contactes con su audiencia y le generes sensaciones positivas.*



# 02 Objetivos

El principal objetivo de este Experto Universitario en Branded Content de TECH Universidad es ofrecer a los profesionales del periodismo y la comunicación las herramientas necesarias para que sean capaces de crear esos contenidos multimedia que generen impacto en el público, incitándolo hacia el consumo de un determinado producto o servicio. De esta manera, al finalizar la titulación, el estudiante habrá adquirido la capacitación necesaria para acceder a puestos creativos o directivos en las principales agencias de publicidad del momento.







“

*Muestra los valores de tu marca a través de contenidos multimedia más personalizados”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Manejar y conocer conceptualmente el ámbito del *Transmedia Storytelling* y entender su relevancia en distintos ámbitos profesionales (publicidad, Marketing, periodismo, entretenimiento)
- ♦ Adquirir los fundamentos de la creación transmedia, desde la narrativa hasta la producción, la dinamización en comunidades sociales y la monetización económica

“

*Aplica las principales herramientas de Branded Content y contacta con tu audiencia de manera eficaz”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. El nuevo paradigma de comunicación

- ♦ Situar el conjunto del temario en un panorama sociológico y mediático cambiante, donde la tecnología y la fragmentación de la oferta audiovisual abren enormes oportunidades de negocio y de desarrollo profesional

### Módulo 2. Creación y gestión de comunidades digitales

- ♦ Profundizar en la relación entre el *Transmedia Storytelling* y la industria del videojuego
- ♦ Entender el rol del videojuego como punta de lanza de la experiencia de usuario en el universo transmedia

### Módulo 3. Casos prácticos universos transmedia

- ♦ Conocer el funcionamiento de los diferentes formatos donde se desarrollan comunicación (cine, videojuegos, televisión, etc.)

# 03

## Dirección del curso

Los docentes de este Experto Universitario de TECH Universidad son profesionales con amplia experiencia en Branded Content y el mercado de la comunicación multimedia en general. Profesores que están al día sobre las nuevas tendencias de la narrativa transmedia y que entienden la importancia de la actualización de los conocimientos para acceder a un mercado absolutamente competitivo. Por ello, han decidido unificar criterios para ofrecer el mejor programa del panorama académico actual en este campo.





“

*Los máximos especialistas en Branded Content te enseñarán las claves para especializarte en este campo”*

## Directora Invitada Internacional

El nombre de Magda Romanska es inconfundible en el ámbito de las Artes Escénicas y los Medios de Comunicación a escala internacional. Junto a otros proyectos, esta experta se ha desempeñado como Investigadora Principal del metaLAB de la Universidad de Harvard y preside en el Seminario Artes Transmedia en el reconocido Mahindra Humanities Center. También ha desarrollado numerosos estudios vinculándose a instituciones como el Centro de Estudios Europeos y el Centro Davis de Estudios Rusos y Euroasiáticos.

Sus líneas de trabajo se centran en la intersección del arte, las humanidades, la tecnología y la narración transmedia. En ese abarcador marco, también se incluyen la dramaturgia multiplataforma y metaversa, y la interacción entre humanos e Inteligencia Artificial en la interpretación. A partir de sus profundos estudios sobre estos campos, ha creado Drametrics, un análisis cuantitativo y computacional de textos dramáticos.

También es fundadora, directora ejecutiva y redactora jefe de TheTheatreTimes.com, el mayor portal digital de teatro del mundo. Igualmente, lanzó Performap.org, un mapa digital interactivo de festivales de teatro, financiado a través del Laboratorio de Humanidades Digitales de Yale y una subvención LMDA a la innovación. Por otro lado, también ha estado a cargo del desarrollo del International Online Theatre Festival (IOTF), un festival mundial de teatro anual en *streaming*, que hasta ahora ha llegado a más de un millón de participantes. Además, esta iniciativa ha sido galardonada con el Segundo Premio Internacional Culture Online al "Mejor proyecto en línea", elegido entre otras 452 propuestas de 20 países.

Por otra parte, la doctora Romanska ha sido reconocida con las becas MacDowell, Apothetae y Lark Theatre Playwriting de la Fundación Time Warner. También mereció el premio PAHA Creative y el Elliott Hayes a la excelencia en Dramaturgia. A la par, ha recibido lauros de la Asociación Americana de Investigación Teatral y la Asociación de Estudios Polacos.



## Dra. Romanska, Magda

---

- ♦ Investigadora Principal del metaLAB de Harvard
- ♦ Director Ejecutivo y Redactor Jefe en TheTheatreTimes.com
- ♦ Investigadora Asociada del Centro de Estudios Europeos Minda de Gunzburg
- ♦ Investigadora Asociada del Centro Davis de Estudios Rusos y Euroasiáticos
- ♦ Catedrática de Artes Escénicas en Emerson College
- ♦ Catedrática Asociada del Centro Berkman para Internet y la Sociedad
- ♦ Doctorado en Theatre, Film and Dance por la Universidad de Cornell
- ♦ Máster en Pensamiento Moderno y Literatura por la Universidad de Stanford
- ♦ Graduada de la Escuela de Arte Dramático de Yale y el Departamento de Literatura Comparada
- ♦ Presidenta del Seminario de Artes Transmedia del Mahindra Humanities Center
- ♦ Miembro del Consejo Asesor en Digital Theatre+

“

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

## Dirección



### Dr. Regueira, Javier

- ♦ Experto en Branded Content
- ♦ Senior Brand Manager y Responsable online de Nivea
- ♦ Group Brand Manager de Imperial Tobacco
- ♦ Cofundador de la Asociación Española de Branded Content
- ♦ Cofundador de Pop Up Brand Content
- ♦ Autor de varios libros sobre Marketing y Gestión Empresarial
- ♦ Director de Servicios al Cliente en Grey Publicidad
- ♦ Speaker en TED Talks
- ♦ Doctor en Branded Content por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Graduado en CCEE Europeas ICADE E4





## Profesores

### Dr. Suárez Mouriño, Adrián

- ◆ Especialista en Comunicación Digital, SEO y SEM
- ◆ Responsable de Externalización de Servicios de SEO para Agencias de Marketing y Comunicación
- ◆ Redactor de contenidos y de guiones para Webedia
- ◆ Docente en estudios de grado, posgrado universitario y cursos relacionados con el Marketing
- ◆ Redactor de contenidos web en MundoGamers
- ◆ SEO Specialist y SEM Strategist en Pululart
- ◆ Doctor en Comunicación Digital, Narrativa y Videojuegos por la Universidade da Coruña
- ◆ Graduado en Arquitectura por la Universidade da Coruña
- ◆ Máster en Dirección, Marketing y Comunicación Online por la Universidad Abat Oliba CEU

### Dra. Montoya Rubio, Alba

- ◆ Comunicadora Audiovisual en À Punt Mèdia
- ◆ Experta en Redes y Comunicación en À Punt Mèdia
- ◆ Responsable de Prensa y Comunicación en la Fundación AIMS
- ◆ Directora, Guionista y Editora Freelance
- ◆ Docente en estudios universitarios vinculados con la Comunicación
- ◆ Doctora en Música y Cine por la Universidad de Barcelona
- ◆ Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra
- ◆ Máster en Música como Arte Interdisciplinario por la Universidad de Barcelona

# Estructura y contenido

La comunicación comercial requiere de una serie de requisitos para ser realmente efectiva. Un lenguaje persuasivo, una imagen impactante o enfocarse en la marca son solo algunas de las cuestiones que deben tenerse en cuenta a la hora de crear una campaña publicitaria. Pero, además, es preciso aplicar las técnicas de Branded Content que favorezcan la difusión y la aceptación del público. Este temario está orientado a favorecer el aprendizaje de los periodistas y comunicadores en este campo, a través de un completísimo temario que se distribuye en 3 módulos.





duct Beethoven and  
ve Never Picked Up

at Intel Corp's  
 Chandler, Arizona,  
 11 people to the  
 ve imitation

### Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American citizen Andrew Pochter was among at least eight people killed in clashes that erupted after demonstrations in Egypt, the college and the U.S.

### Sorry Google and Apple : Samsung Unveiled Games Console First

January 2012 | Nation



### Research In Motion Shares Fall BlackBerry Turnaround Plan in

January 2012 | Nation



Heat wave temps a Las V



### Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American citizen Andrew Pochter was among at least eight people killed in clashes that erupted after demonstrations in Egypt, the college and the U.S.

### LIFESTYLE



### LD



“

Diseña historias que creen valor para tu marca gracias a los conocimientos específicos que te proporciona este programa”

## Módulo 1. El nuevo paradigma de comunicación

- 1.1. La transformación de los medios y la fragmentación de audiencias
  - 1.1.1. El nuevo rol de los medios
  - 1.1.2. El ciudadano ante la revolución digital
  - 1.1.3. Consumo e infoxicación
- 1.2. La convergencia de medios
  - 1.2.1. Convergencia tecnológica
  - 1.2.2. Convergencia sociocultural
  - 1.2.3. Convergencia corporativa
- 1.3. Internet 2.0: del monólogo al diálogo
  - 1.3.1. El proceso de fragmentación
  - 1.3.2. El efecto de la tecnología
  - 1.3.3. El cuestionamiento de los medios tradicionales
- 1.4. *Long Tail*
  - 1.4.1. Modelos de negocio *Long Tail*
  - 1.4.2. Elementos de un modelo *Long Tail*
- 1.5. El nuevo prosumer
  - 1.5.1. La tercera ola
  - 1.5.2. Espectadores vs. *E-fluencers*
- 1.6. Internet 2.0
  - 1.6.1. Datos de penetración y uso
  - 1.6.2. Del monólogo al diálogo
  - 1.6.3. El internet de las cosas
- 1.7. La cultura participativa
  - 1.7.1. Características
  - 1.7.2. Internet y opinión pública
  - 1.7.3. La cocreación
- 1.8. La atención efímera
  - 1.8.1. Multimedialidad
  - 1.8.2. *Multitasking*
  - 1.8.3. El colapso de la atención





- 1.9. *Hardware*: de la *black box* al hogar hiperconectado
  - 1.9.1. La caja negra
  - 1.9.2. Nuevos dispositivos
  - 1.9.3. Derribando la brecha digital
- 1.10. Hacia una nueva televisión
  - 1.10.1. Premisas de la nueva TV
  - 1.10.2. Autoprogramación
  - 1.10.3. La televisión social

## Módulo 2. Creación y gestión de comunidades digitales

- 2.1. Una comunidad virtual y dónde podemos crearlas
  - 2.1.1. Tipos de usuario
  - 2.1.2. Espacios donde crear comunidades virtuales
  - 2.1.3. Particularidades de dichos espacios
- 2.2. Gestión de comunidades en Facebook e Instagram
  - 2.2.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
  - 2.2.2. Posibilidades y límites
- 2.3. Gestión de comunidades en Twitter
  - 2.3.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
  - 2.3.2. Posibilidades y límites
- 2.4. Gestión de comunidades en YouTube
  - 2.4.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
  - 2.4.2. Posibilidades y límites
- 2.5. Gestión de comunidades en Twitch
  - 2.5.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
  - 2.5.2. Posibilidades y límites
- 2.6. Gestión de futuras comunidades en espacios emergentes. Sus claves
  - 2.6.1. Claves a tener en cuenta del análisis de las redes comentadas
  - 2.6.2. ¿Qué pasos seguir cuando nazcan nuevas redes sociales?
  - 2.6.3. Discursos y diálogos

- 2.7. ¿Cómo provocar la generación de contenidos por usuarios?
  - 2.7.1. El *Prosumer* tras el COVID
  - 2.7.2. Concursos, sorteos y campañas
  - 2.7.3. Conexión con redes sociales y transmedia
- 2.8. Planificación y medición de contenidos I
  - 2.8.1. Tipos de contenidos y redacción
  - 2.8.2. Estructuración de contenidos
- 2.9. Planificación y medición de contenidos II
  - 2.9.1. Medición de las acciones en redes sociales
  - 2.9.2. Impacto en Google
  - 2.9.3. Toma de decisiones
- 2.10. Elaboración de contenidos en blogs y su movimiento por redes
  - 2.10.1. La importancia del blog hoy
  - 2.10.2. Técnicas de movimiento de contenido por redes
  - 2.10.3. Resolución de crisis

### Módulo 3. Casos prácticos universos transmedia

- 3.1. Los transmedia originados en el cine
- 3.2. De las letras a las pantallas
- 3.3. La mitología y la fantasía épica transmediales
- 3.4. Ficciones que traspasan los cómics
- 3.5. Videojuegos con múltiples narrativas
- 3.6. La televisión que explora nuevas narrativas
- 3.7. Cuando el fenómeno fandom crea sus propios contenidos
- 3.8. Prototransmedias originados en el teatro
- 3.9. La música que no solo se escucha
- 3.10. Propuestas de ocio que han saltado a otras plataformas





“

*Un contenido de gran interés para los publicistas y creadores de contenido”*

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.



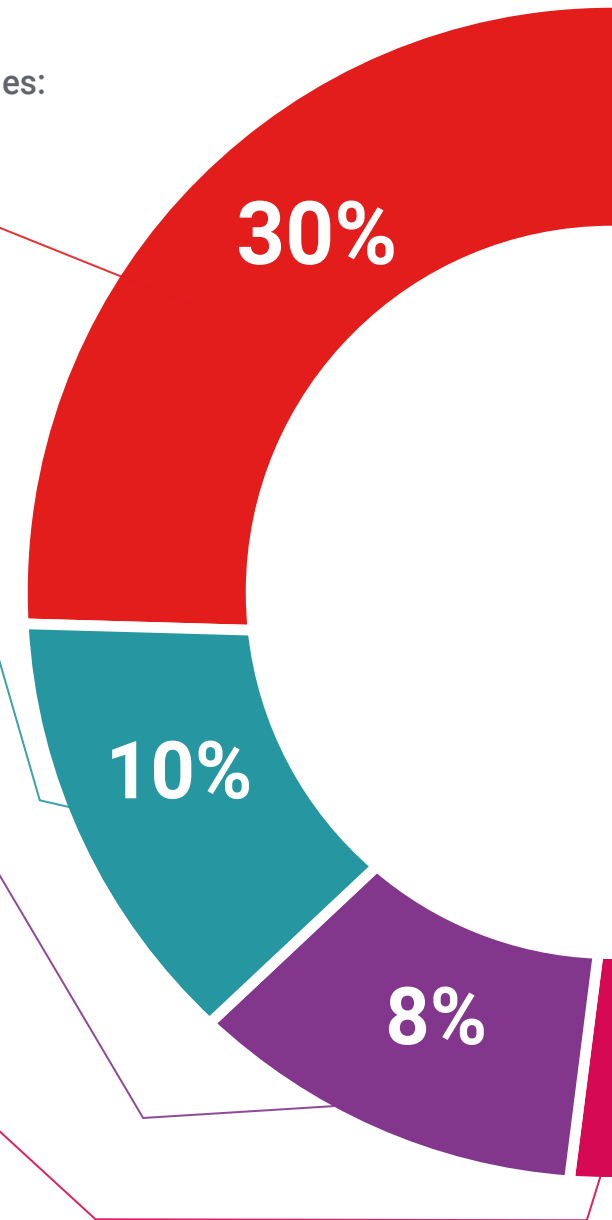
#### Prácticas de habilidades y competencias

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





“

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

Este **Experto Universitario en Branded Content** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal\* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Experto Universitario en Branded Content**

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

Duración: **6 meses**



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



## Experto Universitario Branded Content

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

# Experto Universitario Branded Content

