Experto Universitario

Publicidad y Relaciones Públicas



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Publicidad y Relaciones Públicas

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-publicidad-relaciones-publicas

Índice

01 Presentación — *pág. 4*

02 Objetivos — *pág. 8*

03 Estructura y contenido — *pág. 12*

04 Metodología — *pág. 18*

05 Titulación — *pág. 26*

01

Presentación

El Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas es una herramienta de alta capacitación para los profesionales del sector, que encontrarán en una sola formación, el crecimiento más completo en estas áreas de trabajo. A través de una formación de alta competencia podrás dar un paso sólido y solvente en este terreno, consiguiendo las habilidades personales y profesionales necesarias para ejercer como un experto en la materia. Un Experto completo y eficaz que te impulsara a más alto nivel de competencia.





Conviértete en uno de los profesionales más demandados del momento: fórmate como Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas con este completísimo Experto online"

Las Relaciones Públicas una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque contribuyen a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización. La esencia de las Relaciones Públicas y consiste en conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos que posee una organización.

En estea Formación podrás recorrer los fundamentos de laTeoría de la Publicidad con una visión global de los fundamentos del sistema publicitario, de su historia, de sus protagonistas, del proceso creativo, de la planificación y de sus efectos sociales potenciales. Este ámbito incluye la implementación práctica de todas las esferas que componen el proceso de comunicación publicitaria: emisor, agencia de publicidad, receptor, estrategia publicitaria, estrategia creativa, investigación de medios publicitarios y regulación publicitaria. En definitiva, se trata de una asignatura que se fundamenta en el conocimiento y en la aplicación de los procesos y vicisitudes del sistema publicitario, poniendo especial énfasis en el sistema publicitario español. El objetivo primordial de la asignatura es configurar los primeros pilares teórico-prácticos para cualificar al estudiante en la toma de decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación persuasiva.

El módulo de Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas ofrece al estudiante un recorrido atento sobre la evolución del fascinante mundo de la comunicación persuasiva, escenificado por medio de las áreas de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. Utilizando la capacidad de síntesis propia de la publicidad, esta materia plantea una perspectiva descentralizada de la evolución de la comunicación persuasiva, con especial énfasis en la comunicación publicitaria nacional e internacional. El estudio histórico de la comunicación persuasiva se plantea como un hecho determinante para entender todos los procesos actuales propios de las esferas de la Publicidad y de las Relaciones Públicas.

A lo largo de esta formación te ofreceremos un panorama real de trabajo para poder valorar la conveniencia de su aplicación en nuestro proyecto, valorando sus indicaciones reales, su manera de desarrollo y las expectativas que podemos tener con respecto a los resultados.

Este **Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Las características más destacadas del curso son:

- Última tecnología en software de enseñanza online.
- Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión.
- Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo.
- Sistemas de vídeo interactivo de última generación.
- Enseñanza apoyada en la telepráctica.
- Sistemas de actualización y reciclaje permanente.
- Aprendizaje autoregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones.
- Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje.
- Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento.
- Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual.
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet.
- Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del Experto.

Incorpórate a la élite, con esta formación de alta eficacia formativa y abre nuevos caminos a tu progreso profesional"

Un Experto que te capacitará para trabajar en todos los ámbitos de la Comunicación Digital y Gestión de Crisis con la solvencia de un profesional de alto nivel"

Con un diseño metodológico que se apoya en técnicas de enseñanza contrastadas por su eficacia, este novedoso Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas te llevará a través de diferentes abordajes docentes para permitirte aprender de forma dinámica y eficaz.

Nuestro personal docente está integrado por profesionales de diferentes ámbitos relacionados con esta especialidad. De esta manera nos aseguramos de ofrecerte el objetivo de actualización formativa que pretendemos. Un cuadro multidisciplinar de profesionales formados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán a tu servicio los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia: una de las cualidades diferenciales de esta formación.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, podrás estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que te darán la operatividad que necesitas en tu formación.

El diseño de este programa está basado en el Aprendizaje Basado en Problemas: un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, usaremos la telepráctica: con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el learning from an expert podrás adquirir los conocimientos como si estuvieses enfrentándote al supuesto que estás aprendiendo en ese momento. Un concepto que te permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Nuestro innovador concepto de telepráctica te dará la oportunidad de aprender mediante una experiencia inmersiva, que te proporcionará una integración más rápida y una visión mucho más realista de los contenidos: "learning from an expert.



02

Objetivos

Nuestro objetivo es formar profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se complementa, además, de manera global, con el impulso de un desarrollo humano que siente las bases de una sociedad mejor. Este objetivo se materializa en conseguir ayudar a los profesionales a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor. Una meta que, en tan apenas unos meses podrás dar por adquirida, con una formación de alta intensidad y precisión.





Si tu objetivo es reorientar tu capacidad hacia nuevos caminos de éxito y desarrollo, este es tu Experto: una formación que aspira a la excelencia"

Objetivo general

- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas digitales más avanzadas.
- Aprender a gestionar la comunicación de organizaciones y empresas en momentos de crisis.



Objetivos específicos

- Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.
- Identificar los perfiles profesionales del publicitario y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional.
- Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello el conocimiento de la lengua española, analizando los distintos niveles y componentes que integran el sistema lingüístico del español, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales.
- Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva.
- Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
- Comprender los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas.
- Saber describir la estructura de las agencias de publicidad.
- Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones.
- Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.
- Identificar los perfiles profesionales del publicitario y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional.
- Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva.
- Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
- Saber describir la estructura de las agencias de publicidad.
- identificar los procesos y estructuras organizativas del proceso publicitario y de las relaciones públicas.
- Conocer y analizar los efectos de la comunicación publicitaria en la sociedad y en la cultura.
- Conocer la evolución histórica de la publicidad y las relaciones públicas.
- Saber relacionar el hecho publicitario con otras manifestaciones culturales tales como la literatura, el arte o el cine, entre otras.
- Conocer la estructura y transformación de la sociedad actual en su relación con los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas.
- Relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas.
- Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva.

Una vía de formación y crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral"

03

Estructura y contenido

Los contenidos de este Experto han sido desarrollados por los diferentes expertos con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia.

Un programa completísimo y muy bien estructurado que te llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje compatible con tu vida personal y profesional"

Módulo 1. Fundamentos de las Relaciones Públicas

1.1. Marco teórico de las relaciones públicas
- 1.1.1. Introducción
- 1.1.2. La investigación en relaciones públicas
- 1.1.3. Principales teóricos de las relaciones públicas
- 1.1.4. Relaciones públicas y elementos afines
- 1.1.5. Definición de relaciones públicas

1.2. Evolución histórica
- 1.2.1. Etapas
- 1.2.2. Las relaciones públicas en españa
- 1.2.3. Las tendencias en relaciones públicas

1.3. La comunicación externa
- 1.3.1. Características y públicos
- 1.3.2. Las relaciones con los medios de comunicación

1.4. La comunicación interna
- 1.4.1. Introducción
- 1.4.2. Funciones y objetivos
- 1.4.3. Tipos de comunicación interna
- 1.4.4. Herramientas de comunicación interna

1.5. Relaciones públicas y opinión pública
- 1.5.1. Imagen poderosa de los medios
- 1.5.2. La influencia limitada de los medios comunicativos
- 1.5.3. Efectos estructurales sobre la sociedad

1.6. Relaciones públicas internacionales
- 1.6.1. Características de la sociedad internacional
- 1.6.2. Definición
- 1.6.3. El papel de las relaciones públicas internacionales
- 1.6.4. Tipologías de actuación





1.7. Relaciones públicas y crisis
- 1.7.1. La organización ante una crisis
- 1.7.2. Tipologías de las crisis

1.8 Etapas de las crisis

1.9 Preparación de un plan de crisis

1.10 Las tecnologías de la comunicación en las crisis

Módulo 2. Teoría de la Publicidad

2.1 Fundamentos de la publicidad
- 2.1.1 Nociones básicas sobre la publicidad y el marketing
- 2.1.2 El concepto de publicidad
- 2.1.3 Publicidad, relaciones públicas y propaganda
- 2.1.4 Dimensiones y alcance social de la publicidad contemporánea
- 2.1.5 Publicidad de éxito: estudio del caso Coca Cola

2.2 Historia de la publicidad
- 2.2.1 Aproximación histórica al fenómeno publicitario
- 2.2.2 El desarrollo de la industria publicitaria
- 2.2.3 El caso español
- 2.2.4 La publicidad en el mundo Internet
- 2.2.5 Publicidad de éxito: estudio del caso El Almendro

2.3 La publicidad y sus protagonistas (I): el anunciante
- 2.3.1 El funcionamiento de la industria publicitaria
- 2.3.2 Los anunciantes
- 2.3.3 La publicidad en el organigrama de la empresa
- 2.3.4 La publicidad en la comunicación política española
- 2.3.5 Publicidad de éxito: estudio del caso La Casera

2.4 La publicidad y sus protagonistas (II): las agencias de publicidad
- 2.4.1 La agencia de publicidad: profesionales de la comunicación publicitaria
- 2.4.2 La estructura organizativa de las agencias de publicidad
- 2.4.3 Tipos de agencias de publicidad
- 2.4.4 La gestión de honorarios en las agencias de publicidad
- 2.4.5 Publicidad de éxito: estudio del caso Martini

2.5 La publicidad y sus protagonistas (III): el receptor publicitario
- 2.5.1 El receptor publicitario y su contexto
- 2.5.2 El receptor publicitario como consumidor
- 2.5.3 Necesidades y deseos en la publicidad
- 2.5.4 Publicidad y memoria: sobre la eficacia publicitaria
- 2.5.5 Publicidad de éxito: estudio del caso Ikea

2.6 El proceso de creación publicitaria (I): del anunciante a los medios
- 2.6.1 Aspectos preliminares sobre el proceso de creación publicitaria
- 2.6.2 El brief de publicidad o brief de comunicación
- 2.6.3 La estrategia creativa
- 2.6.4 Estrategia de medios
- 2.6.5 Publicidad de éxito: estudio del caso Loterías y Apuestas del Estado, sorteo de Navidad («Que la suerte te acompañe»)

2.7 El proceso de creación publicitaria (II): creatividad y publicidad
- 2.7.1 Fundamentos del trabajo creativo de los publicitarios
- 2.7.2 La creatividad publicitaria y su estatuto comunicativo
- 2.7.3 ¿De dónde provienen las ideas?
- 2.7.4 La labor creativa en publicidad
- 2.7.5 Publicidad de éxito: estudio del caso Atlético de Madrid

2.8 El proceso de creación publicitaria (III): ideación y desarrollo del manifiesto
- 2.8.1 La concepción creativa y la estrategia
- 2.8.2 El proceso de la concepción creativa
- 2.8.3 Los diez caminos básicos de la creatividad según Lluis Bassat: los géneros publicitarios
- 2.8.4 Los formatos publicitarios
- 2.8.5 Publicidad de éxito: estudio del caso Amena

2.9 Planificación de medios publicitarios
- 2.9.1 Los medios y la planificación
- 2.9.2 Los medios publicitarios
- 2.9.3 Clasificación de los medios publicitarios
- 2.9.4 Herramientas para la planificación de medios
- 2.9.5 Publicidad de éxito: estudio del caso BMW («¿Te gusta conducir?»)

2.10 Publicidad, sociedad y cultura
- 2.10.1 La relación entre publicidad y sociedad
- 2.10.2 Publicidad y emociones
- 2.10.3 Publicidad, sujetos y cosas
- 2.10.4 Publicidad, ideología y cohesión social
- 2.10.5 A modo de conclusión
- 2.10.6 Publicidad de éxito: estudio del caso ONCE

Módulo 3. Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas

3.1 De la Prehistoria al s. XIX
- 3.1.1 La publicidad en sus formas más primitivas

3.2. Primeras manifestaciones de la Publicidad: del s. XV al XVIII
- 3. 2.1 Desarrollo de los medios de comunicación. S XIX

3.3 Siglo XX
- 3.3.1 Los primeros teóricos de la publicidad

3.4 La radio como soporte publicitario

3.5 Origen de la publicidad en el cine

3.6 La TV revoluciona el sector

3.7 Años 50: Investigación, la edad dorada de la publicidad en USA, la revolución creativa

3.8 Años 60: La madurez del sector en España y el despertar creativo de las agencias españolas
- 3.8.1 Años 70: La era del posicionamiento
- 3.8.2 Años 80: Explosión creativa y españolización de la publicidad
- 3.8.3 Años 90: La crisis en la Publicidad

3.9 Historia de las RRPP

3.10 La evolución de la legislación en materia publicitaria

Módulo 4. Empresa Publicitaria y Relaciones Públicas

4.1 Estructura de las agencias de publicidad y/o relaciones públicas.
- 4.1.2 Estructura.
- 4.1.3 Funciones.

4.2 Gestión económica de la agencia.
- 4.2.1 Modelo de negocio.
- 4.2.2 Desarrollo y control de proyectos.

4.3 Relaciones económicas con empleados y socios.

4.4 Relaciones económicas con anunciantes.

4.5 Relaciones económicas intragencias.

4.6 Sistemas de retribución.
- 4.6.1 Retribución de las agencias.
- 4.6.2 Dimensión contable de la agencia.
- 4.6.3 Determinación del presupuesto.

4.7 Relaciones con los stakeholders externos.
- 4.7.1 Relaciones agencia anunciante.
- 4.7.2 Relaciones agencia medios de comunicación.
- 4.7.3 Relaciones agencia consumidor final.

4.8 Estrategias de crecimiento organizacional.
- 4.8.1 Holdings.
- 4.8.2 Cadena de valor.
- 4.8.3 Desafíos del crecimiento organizacional.

4.9 Organigrama interno de una agencia de publicidad.
- 4.9.1 Modelo de gestión de agencia.

4.10 Gestión de equipos.
- 4.10.1 La motivación.
- 4.10.2 Gestión del cambio y liderazgo.
- 4.10.3 Comunicación interna.

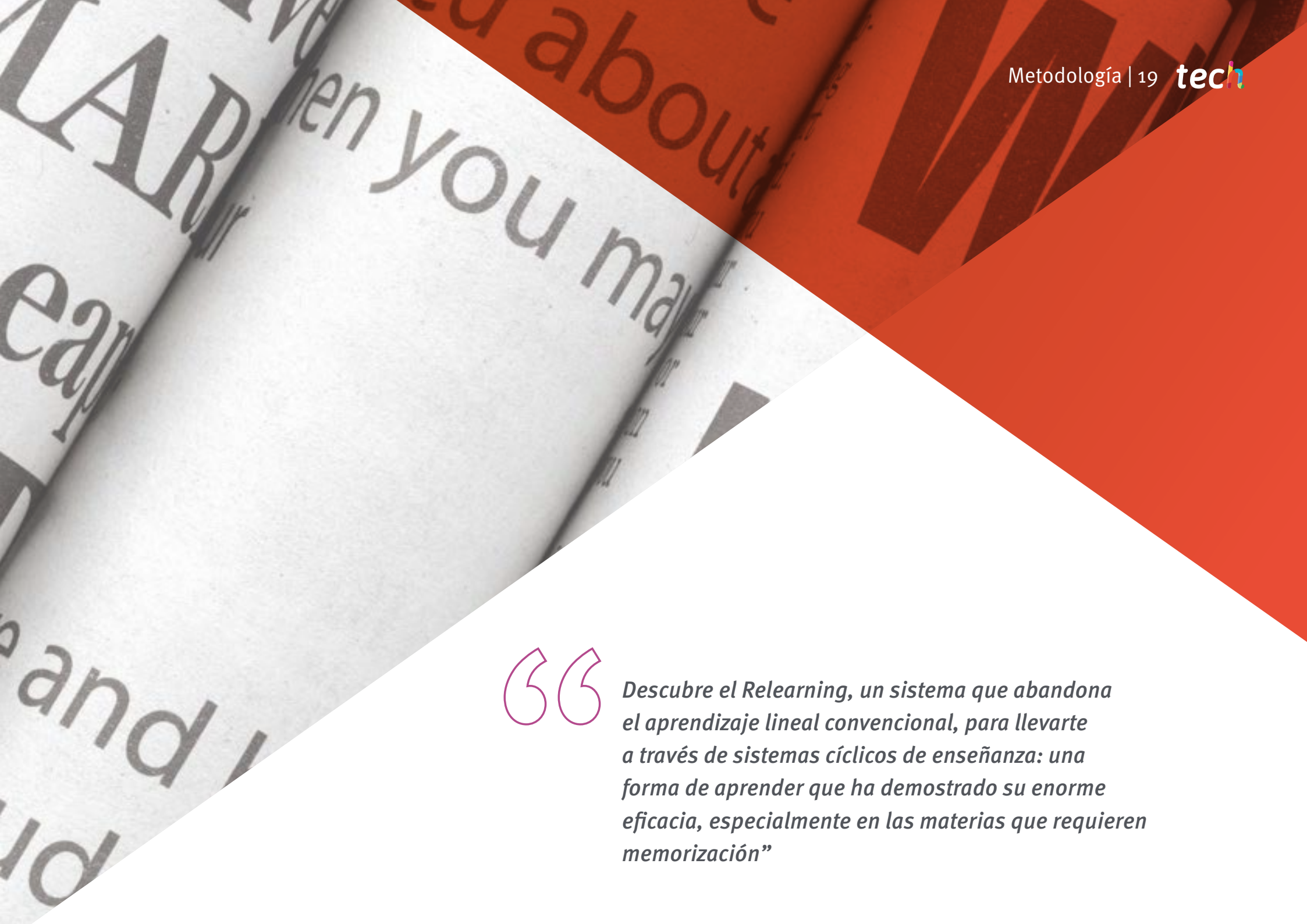
Una experiencia de formación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional"

04

Metodología

Esta capacitación te 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 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"

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus 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”



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



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

Este programa de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos”*

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 tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

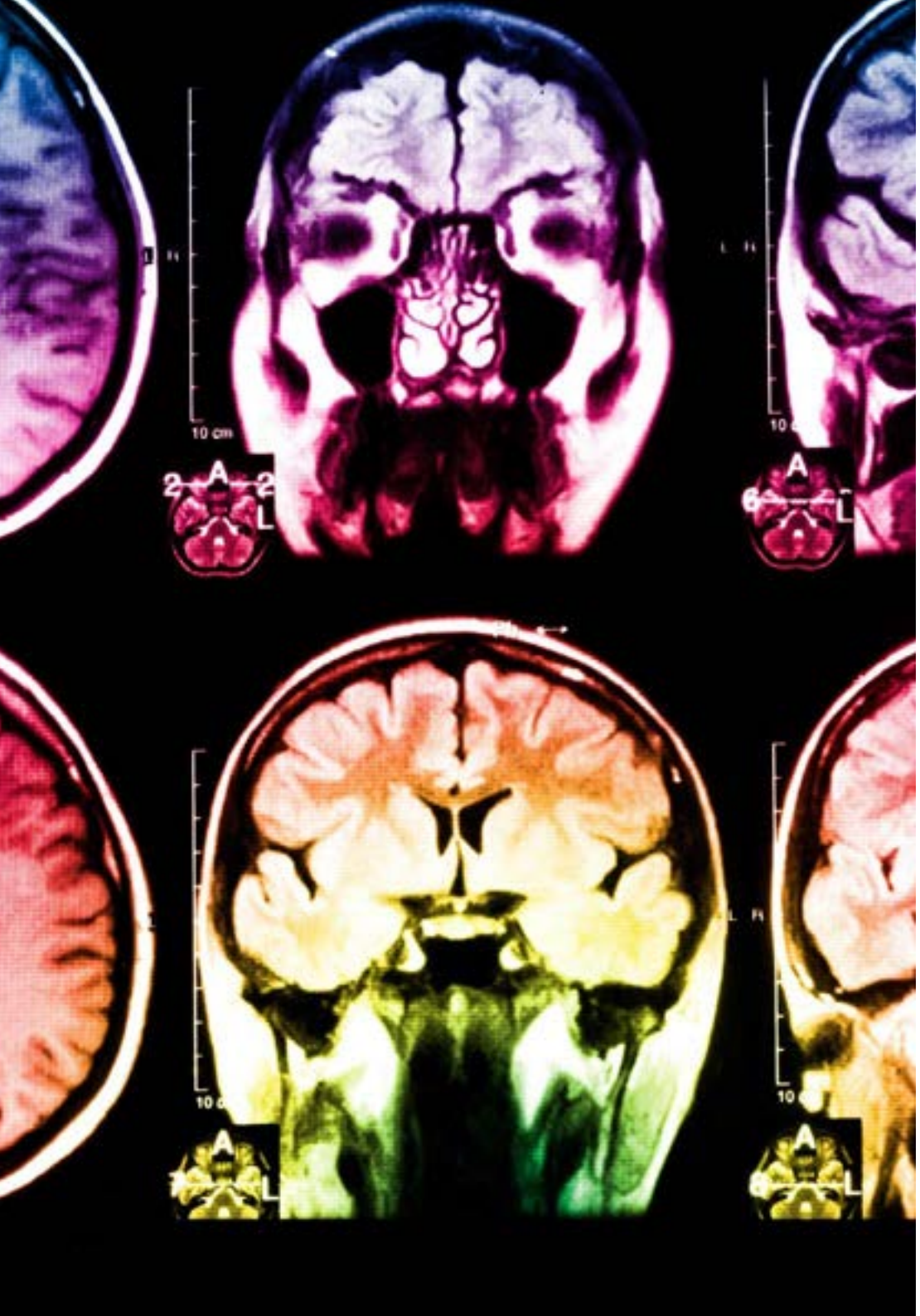
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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

En TECH aprenderás 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 hemos conseguido 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 (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a 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 filosofia, 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, 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.

Durante toda tu formación, tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti.

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Técnicas quirúrgicas y procedimientos clínicos en video

Te acercamos a las técnicas más novedosas, a los últimos avances educativos, al primer plano de la actualidad educativa. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para tu asimilación y comprensión. Y lo mejor, puedes verlos las veces que quieras.

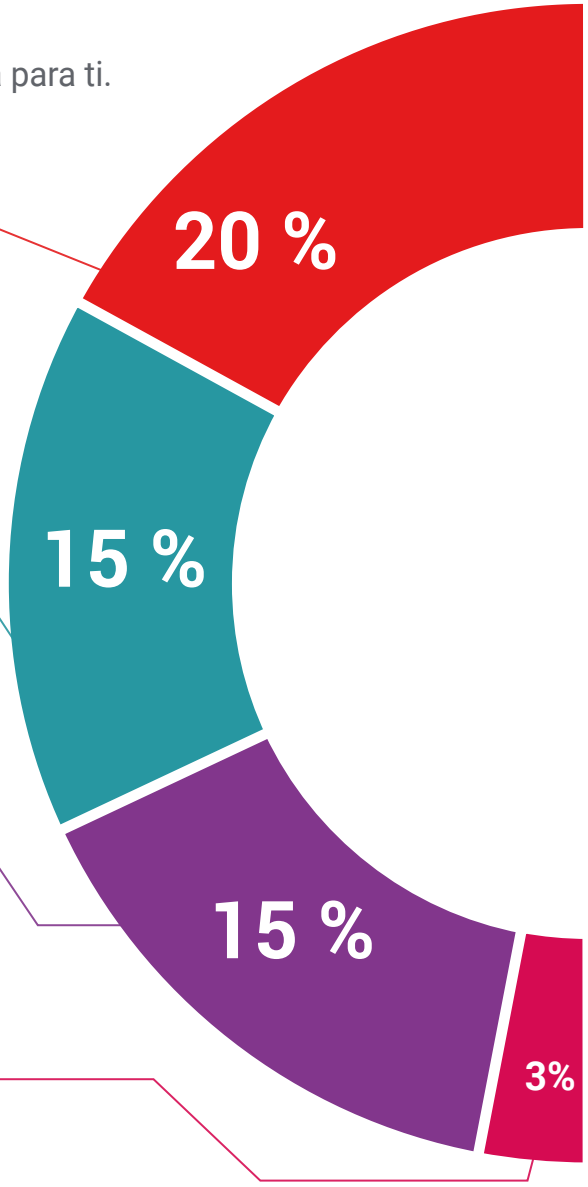
Resúmenes interactivos

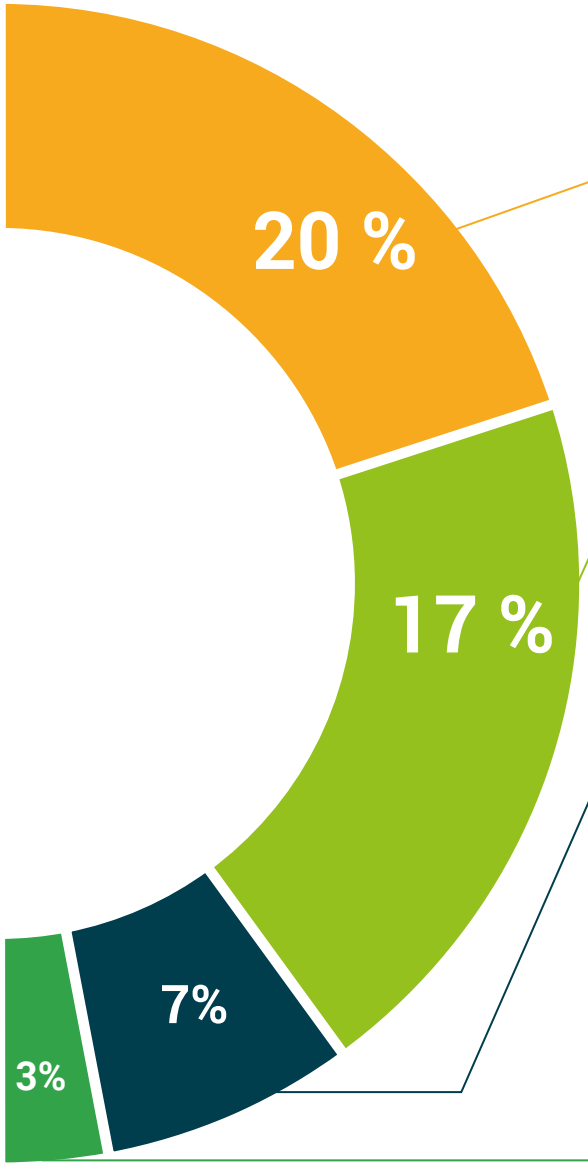
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este sistema exclusivo de formación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como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

Lecturas complementarias

La participación en este curso te dará acceso a una biblioteca virtual en la que podrás complementar y mantener actualizada tu formación mediante los últimos artículos en el tema, documentos de consenso, guías internacionales...

Un recurso inestimable que podrás utilizar incluso cuando termines tu período de formación con nosotros.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene necesariamente, que ser contextual. Por eso, te presentaremos los desarrollos de casos reales en los que el experto te guiará a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo de este programa mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos: para que compruebes cómo vas consiguiendo tus metas.

Learning From an Expert

La observación de un experto realizando una tarea es la manera más efectiva de aprendizaje. Es el denominado ***Learning From an Expert:*** una manera contrastada de afianzar el conocimiento y el recuerdo de lo aprendido. Por ello, en nuestros cursos incluímos este tipo de aprendizaje a través de clases magistrales.

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles

Guías rápidas de actuación

Te ofrecemos los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudarte a progresar en tu aprendizaje.

05

Titulación

A través de una experiencia de aprendizaje diferente y estimulante, podrás conseguir las competencias necesarias para dar un gran paso en tu formación. Una oportunidad de progresar, con el apoyo y el seguimiento de una universidad moderna y especializada, que te proyectará a otro nivel profesional.





Incluye en tu formación un título de Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas: un valor añadido de alta cualificación para cualquier profesional de esta área"

Este **Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Experto Universitario** emitido por la **TECH - Universidad Tecnológica**.

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

Título: **Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas**

Nº Horas Oficiales: **450**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Publicidad y Relaciones Públicas

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su titulo en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Publicidad y Relaciones Públicas

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario

Publicidad y Relaciones Públicas



tech universidad tecnológica