Experto Universitario

Planificación de Medios Publicitarios



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Planificación de Medios Publicitarios

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Acceso web: techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-planificacion-medios-publicitarios

Índice

01 Presentación — *pág. 4*

02 Objetivos — *pág. 8*

03 Estructura y contenido — *pág. 12*

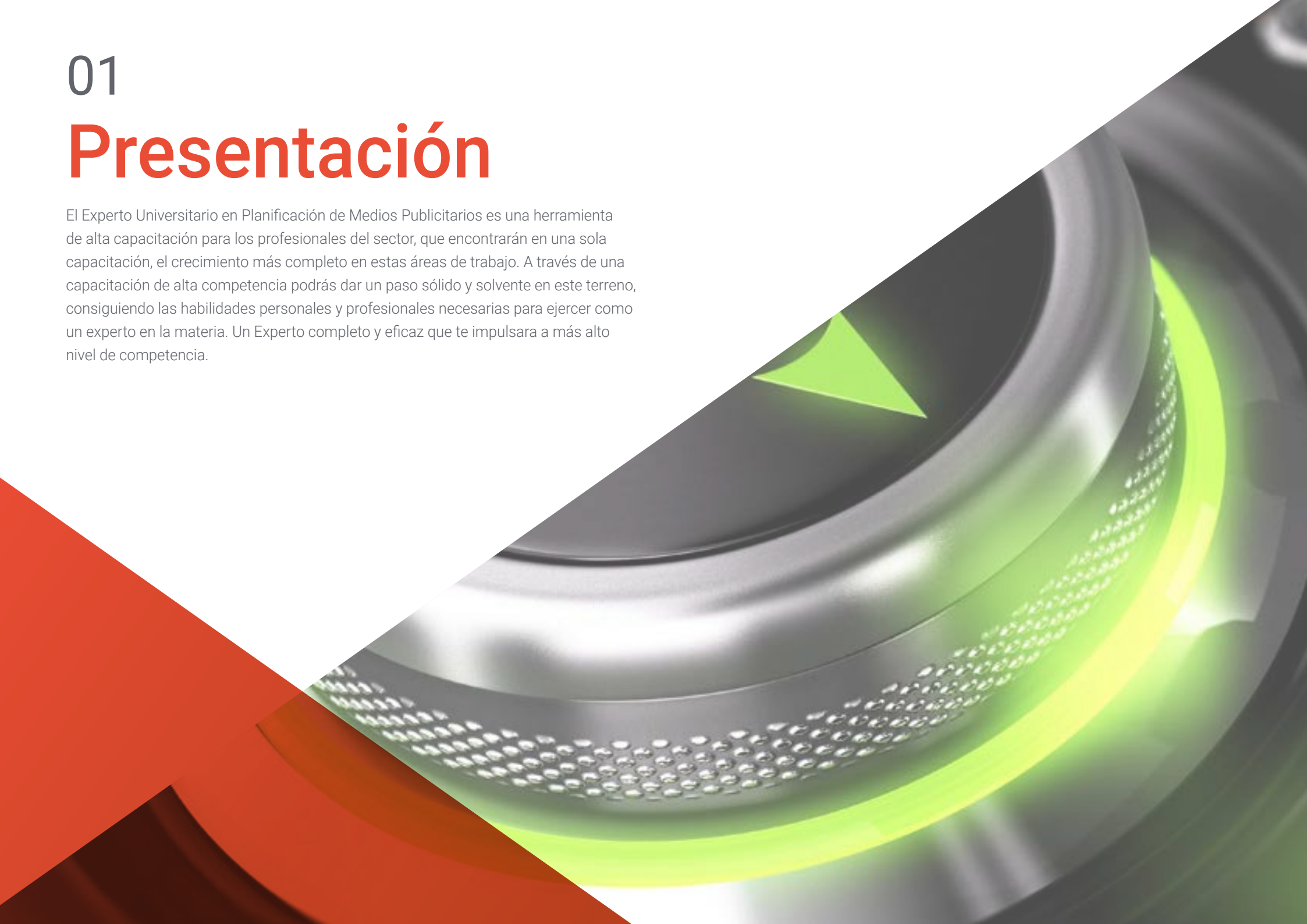
04 Metodología — *pág. 18*

05 Titulación — *pág. 26*

01

Presentación

El Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios es una herramienta de alta capacitación para los profesionales del sector, que encontrarán en una sola capacitación, el crecimiento más completo en estas áreas de trabajo. A través de una capacitación 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 Planificación de Medios Publicitarios con este completísimo Experto online”

La imagen corporativa es uno de los factores que se consideran fundamentales dentro de las organizaciones, y que no siempre se cuida como se merece. La imagen corporativa es actualmente uno de los elementos más importantes que las compañías tienen a su disposición para hacer comprender a sus públicos quiénes son, a qué se dedican y en qué se diferencian de la competencia.

Por otra parte, hoy en día Internet es el canal de comunicación más potente que existe y se debe valorar la importancia del uso cada vez más extendido en dicha red de las llamadas "herramientas sociales" ya que ofrecen a las empresas y a los usuarios nuevas vías de comunicación, de venta, de participación e intercambio de conocimiento. Gracias a las redes sociales, y de una manera rápida, multidireccional y cercana, las empresas que venden productos o servicios pueden promocionarlos, así como analizar cómo son vistas por los usuarios y atender a las demandas, preguntas y peticiones que tengan respecto a dicha empresa.

En el ámbito de la Redes Sociales y Community Management ofrece al estudiante un acercamiento a las redes sociales como revolución en la manera que tienen las organizaciones de relacionarse y aprenderá el verdadero potencial de los medios sociales para las empresas, cómo crear un plan estratégico y el funcionamiento de las plataformas y herramientas más importantes en la actualidad. Además, a través de esta asignatura el alumno adquirirá los conocimientos pertinentes a la reputación online, los blogs y la figura del Community Manager como responsable de generar la máxima reputación de nuestra compañía.

Un compendio de conocimientos ncesarios para una adecuada Planificación de Medios Publicitarios en una capacitación que ofrece al estudiante una visión muy detallada sobre la planificación de medios publicitarios.

Mediante la experiencia, conseguirás aprender cómo se desarrollan los conocimientos necesarios para avanzar en esta área de trabajo. Este aprendizaje, que necesita obligatoriamente de la experiencia, consigue en esta capacitación, conciliar teleaprendizaje y enseñanza práctica ofreciéndote una opción única para dar a tu cv el impulso que buscas.

Este **Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios** 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 capacitación de alta eficacia capacitiva 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 la experiencia de profesionales en activo, expertos en Planificación de Medios Publicitarios Digital y Gestión de Crisis.

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 capacitiva 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 capacitación.

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 capacitación.

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.



02

Objetivos

Nuestro objetivo es capacitar 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 capacitación de alta intensidad y precisión.





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

Objetivo general

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

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





Objetivos especificos

- Conocer los fundamentos de la publicidad y los agentes que participan en proceso de creación publicitaria.
- Reconocer e identificar los perfiles profesionales del publicitario así como las principales funciones y requisitos que debe cumplir para su desarrollo profesional.
- Gestionar la comunicación institucional en toda circunstancia incluso en episodios de crisis en la que el mensaje este alineado con los intereses de los diferentes stakeholders.
- Gestionar la comunicación de cualquier evento relacionado con la comunicación corporativa.
- Crear la imagen corporativa de cualquier entidad a partir de cualquiera de sus atributos.
- Capacitar al alumno para comprender la importancia de Internet en la labor de búsqueda y gestión de la información en el campo de la publicidad y las relaciones públicas, en su aplicación a supuestos concretos.
- Tener la capacidad de análisis, tratamiento, interpretación, elaboración y estructuración de la comunicación digital.
- Capacitar al alumno para analizar y optimizar la utilización de nuevas vías y estrategias comunicativas de los medios digitales por parte del profesional de la publicidad y las relaciones públicas.
- Entender la importancia de las redes sociales y el e-mobile como apoyo y revolución comercial y utilizar dichas herramientas para la consecución de objetivos publicitarios y de relaciones públicas.
- Saber aplicar las variables de análisis de la planificación de medios publicitarios.
- Realizar un plan de medios para una agencia de publicidad o una central de medios.
- Saber gestionar la compra de medios y soportes publicitarios.

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"

Modulo 1. La Identidad Corporativa

1.1. La importancia de la imagen en las empresas
- 1.1.1. Introducción
- 1.1.2. ¿Qué es la imagen corporativa?
- 1.1.3. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
- 1.1.4. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
- 1.1.5. Situaciones de cambio de la imagen corporativas¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?

1.2. Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa
- 1.2.1. Introducción
- 1.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
- 1.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
- 1.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
- 1.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas

1.3. Auditoría y estrategia de imagen
- 1.3.1. Qué es la auditoría de imagen
- 1.3.2. Pautas
- 1.3.3. Metodología de la auditoría
- 1.3.4. Planificación estratégica

1.4. Cultua corporativa
- 1.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
- 1.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
- 1.4.3. Funciones de la cultura corporativa
- 1.4.4. Tipos de cultura corporativa

1.5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa
- 1.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa
- 1.5.2. Directrices para integrar la RSC en las empresas
- 1.5.3. La comunicación de la RSC
- 1.5.4. Reputación corporativa



1.6. La identidad visual corporativa y el Naming
- 1.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa 6.2 Elementos básicos
- 1.6.2. Principios básicos
- 1.6.3. Elaboración del manual
- 1.6.4. El naming

1.7. Imagen y posicionamiento de marcas
- 1.7.1. Los orígenes de las marcas
- 1.7.2. ¿Qué es una marca?
- 1.7.3. La necesidad de contruir una marca
- 1.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
- 1.7.5. El valor de las marcas

1.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis
- 1.8.1. Plan estratégico de comunicación
- 1.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
- 1.8.3. Casos

1.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa
- 1.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
- 1.9.2. El marketing promocional
- 1.9.3. Características
- 1.9.4. Peligros
- 1.9.5. Tipos y técnicas promocionales

1.10. La distribución y la imagen del punto de venta.
- 1.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial en España
- 1.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
- 1.10.3. A través de su nombre y logotipo

Módulo 2. Rrss Y Community Management

2.1. Introducción y tipología de redes sociales.
- 2.1.1. Los medios sociales frente a los medios tradicionales.
- 2.1.2. ¿Qué es una red social?
- 2.1.3. Evolución de las redes sociales en internet.
- 2.1.4. Las redes sociales en la actualidad.
- 2.1.5. Características de las redes sociales en internet.
- 2.1.6. Tipología de redes sociales.

2.2. Funciones del Community Manager.
- 2.2.1. La figura del Community Manager y su función en la empresa.
- 2.2.2. Guía del Comunnity Manager.
- 2.2.3. El perfil del Community Manager.

2.3. Las redes sociales dentro de la estructura de la empresa.
- 2.3.1. La importancia de las redes sociales en la empresa.
- 2.3.2. Los distintos perfiles que trabajan las redes sociales.
- 2.3.3. ¿Cómo elegir la mejor estructura para la gestión de las redes sociales?
- 2.3.4. La atención al cliente en las redes sociales.
- 2.3.5. Relación del equipo de social media con otros departamentos en la empresa.

2.4. Introducción al marketing digital.
- 2.4.1. Internet: el marketing se hace infinito.
- 2.4.2. Objetivos del marketing en Internet.
- 2.4.3. Conceptos claves en Internet.
- 2.4.4. Marketing operativo en la red.
- 2.4.5. Posicionamiento en buscadores.
- 2.4.6. Las redes sociales.
- 2.4.7. Community Manager.

4.8. El e-commerce.

2.5. Plan estratégico de redes sociales y social media plan.
- 2.5.1. La importancia de contar con un plan de redes sociales alineado con el plan estratégico de la empresa.
- 2.5.2. El análisis previo.
- 2.5.3. Objetivos.
- 2.5.4. Estrategia.
- 2.5.5. Acciones.
- 2.5.6. Presupuesto.
- 2.5.7. Calendario.
- 2.5.8. Plan de contingencia.

2.6. La reputación online.

2.7. Principales redes sociales I.
- 2.7.1. Facebook: incrementar la presencia de nuestra marca.
  - 2.7.1.1. Introducción: ¿qué es Facebook y cómo nos puede ayudar?
  - 2.7.1.2. Principales elementos en el ámbito profesional.
  - 2.7.1.3. Promoción de contenidos.
  - 2.7.1.4. Analítica..
- 2.7.2. Twitter: 140 caracteres para lograr los objetivos.
  - 2.7.2.1. Introducción: ¿qué es Twitter y cómo nos puede ayudar? 2.2. Principales elementos.
  - 2.7.2.2. Promoción de contenidos.
  - 2.7.2.3. Analítica.
- 2.7.3. LinkedIn. La red social profesional por excelencia.
  - 2.7.3.1. Introducción: ¿qué es LinkedIn y cómo nos puede ayudar? 3.2. Principales elementos.
  - 2.7.3.2. Promoción de contenidos.

2.8. Principales redes sociales II.
- 2.8.1. YouTube: el segundo buscador más importante de internet.
- 2.8.2. Principales elementos.
- 2.8.3. La publicidad.
- 2.8.4. YouTube Analytics.
- 2.8.5. Casos de éxito.
- 2.8.6. Instagram y Pinterest. El poder de la imagen.
- 2.8.7. Instagram.
- 2.8.8. Casos de éxito.
- 2.8.9. Pinterest.

2.9. Blogs y la marca personal
- 2.9.1. Definición
- 2.9.2. Tipologías

2.10. Herramientas para el community manager.
- 2.10.1. Monitorización y programación. Hootsuite.
- 2.10.2. Herramientas específicas para cada red social.
- 2.10.3. Herramientas para la escucha activa.
- 2.10.4. Herramientas acortadoras de URL.
- 2.10.5. Herramientas para la generación de contenido.

Módulo 3. Planificación De Medios Publicitarios

3.1. Érase una vez la estrategia
- 3.1.1. Historia de la estrategia

3.2. El pensamiento estratégico
- 3.2.1. ¿Qué es un plan estratégico?

3.3. Comunicación estratégica vs clases de estrategias
- 3.3.1. Rasgos de la comunicación estratégica
- 3.3.2. Estrategias de comunicación
- 3.3.3. Clases de estrategias

3.4. Ejecución del proceso de planificación publicitaria
- 3.4.1. Historia de la planificación publicitaria
- 3.4.2. ¿Qué hace un planner?
- 3.4.3. El Planner en el proceso de trabajo de la agencia
- 3.4.4. Dirección y planificación de cuentas

3.5. Modelo general del desarrollo de trabajo
- 3.5.1. Orden del anunciante
- 3.5.2. Proceso estratégico
- 3.5.3. Consultoría estratégica

3.6. Medios convencionales
- 3.6.1. Transición a entornos sociales
- 3.6.2. Medios híbridos
- 3.6.3. Internet
- 3.6.4. Caso Orbyt

3.7. Planificación en Medios Digitales
- 3.7.1. Momento de la decisión de compra
- 3.7.2. Posicionamiento web
- 3.7.3. Formatos
- 3.7.4. Estrategias de marcas
- 3.7.5. Medición
- 3.7.6. E-commerce y social commerce

3.8. Plan estratégico en 7 pasos

3.9. Futuro de la planificación

3.10. Caso Ford Focus

Una experiencia de capacitación 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.

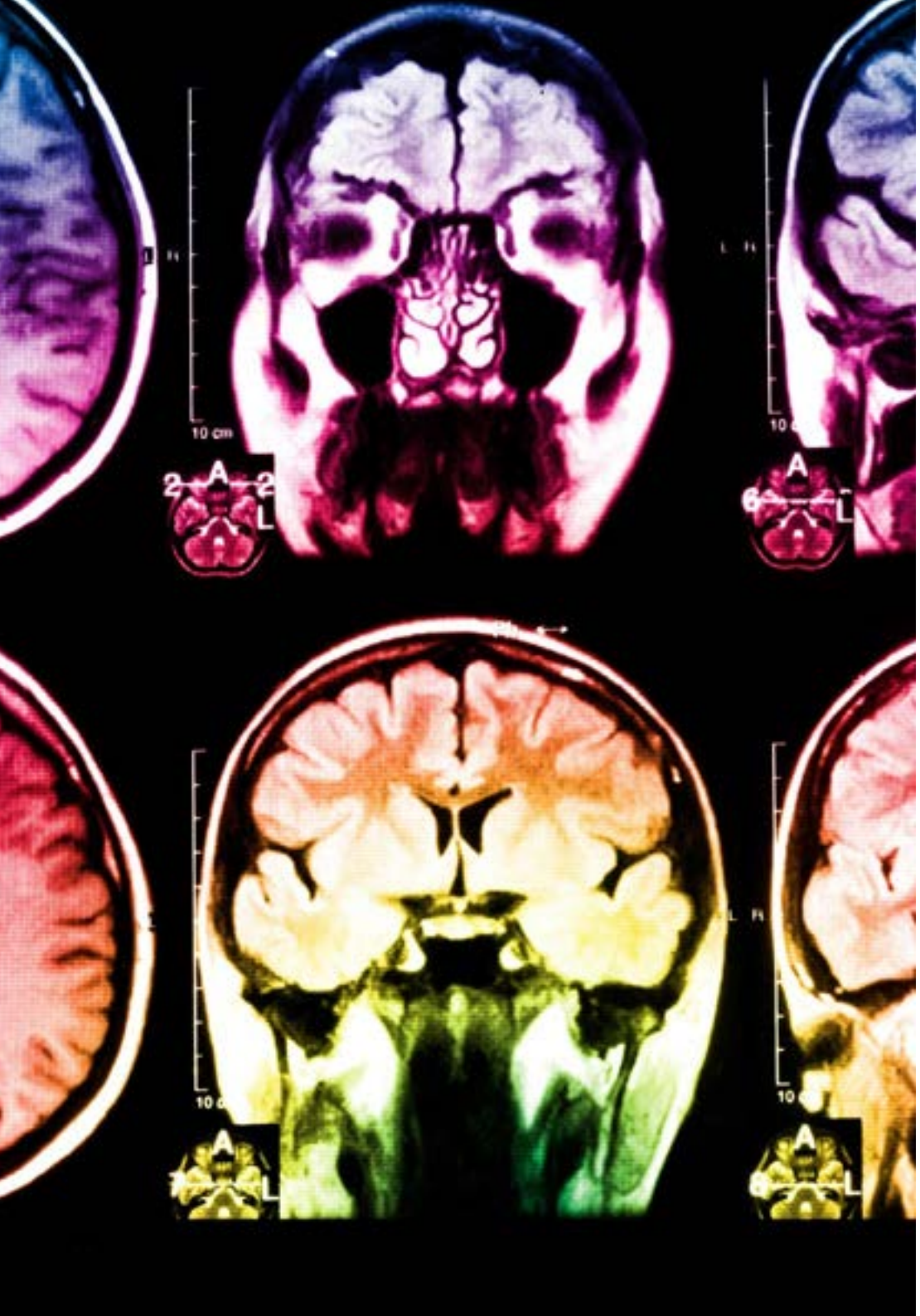
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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.

En este programa 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.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

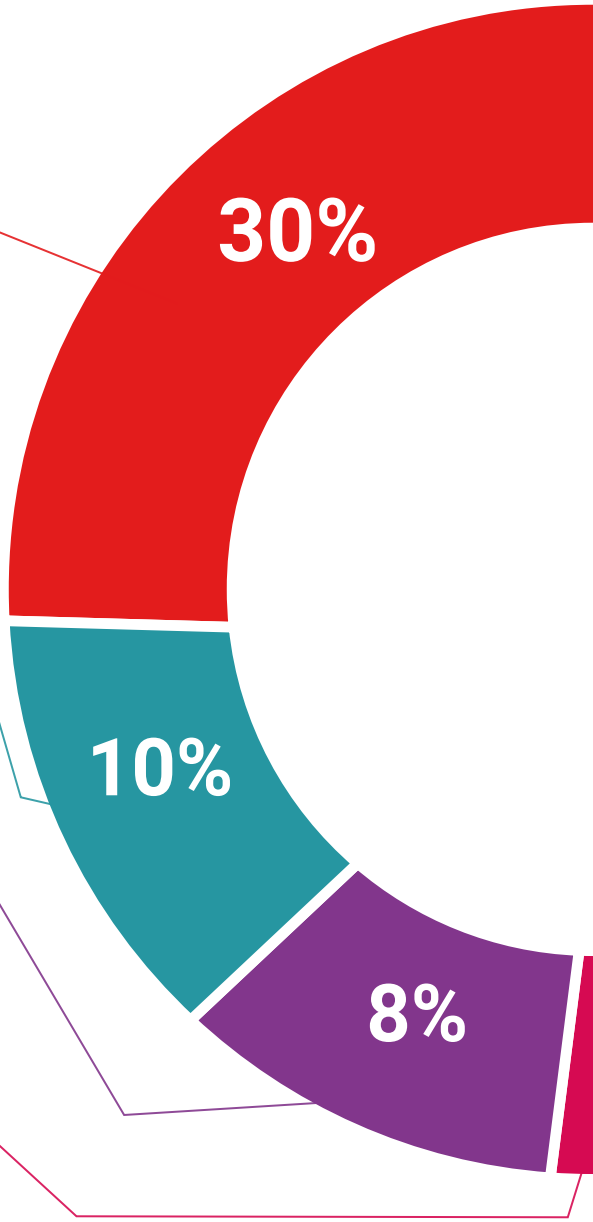
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

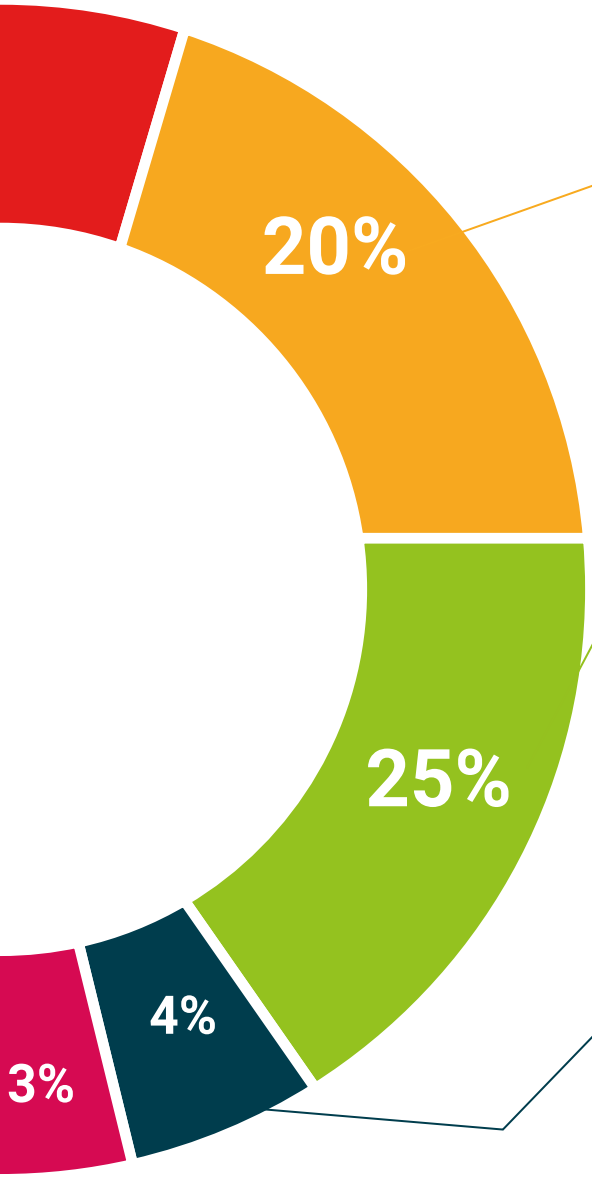
Prácticas de habilidades y competencias

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

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales..., en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

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

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

05

Titulación

A través de una experiencia de aprendizaje diferente y estimulante, podrás conseguir las competencias necesarias para dar un gran paso en tu capacitación. 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 Planificación de Medios Publicitarios: un valor añadido de alta cualificación para cualquier profesional de esta área"

Este **Experto Universitario en Planificación de Medios Publicitarios** 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 Planificación de Medios Publicitarios**

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

Planificación de Medios Publicitarios

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.

salud

personas

enseñanza

comunidad

innovación

conocimiento

instituciones



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Planificación de Medios Publicitarios

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario

Planificación de Medios Publicitarios



tech universidad tecnológica