Experto Universitario
Branding



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Branding

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/experto-universitario/experto-branding**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Estructura y contenido — pág. 12

04 Metodología — pág. 20

05 Titulación — pág. 28

01

Presentación

El Branding o desarrollo de marca es una de las áreas de trabajo más demandadas en el diseño gráfico. En esta capacitación creada de manera específica para los profesionales de este sector se le llevará a conseguir la habilidad necesaria para trabajar con seguridad y solvencia. Para ello, se ofrece la oportunidad de adquirir las competencias de un profesional especializado mediante una capacitación que asegurará el crecimiento laboral sin problemas de conciliación. Una ocasión única de desarrollo y promoción.





Un recorrido educativo de alta intensidad que te capacitará para desarrollarte en Branding con la solvencia de los mejores profesionales del sector"

Este Experto Universitario en Branding se ha estructurado para ofrecer un proceso interesante, interactivo y sobre todo, muy eficaz, para capacitarse en todo lo que concierne a este sector. Para conseguirlo se ofrece un recorrido muy claro y continuo de crecimiento que, además, es compatible al 100% con otras ocupaciones.

A través de una metodología exclusiva, este Experto Universitario le llevará a conocer todas las formas de trabajo en Branding que el profesional necesita para mantenerse a la vanguardia y conocer los fenómenos cambiantes de esta forma de comunicación.

Por ello, en esta capacitación se abordarán los aspectos que un diseñador necesita conocer para planificar, desarrollar y finalizar un Branding completo. Un camino educativo que irá escalando en las competencias del alumno para ayudarle a conseguir los retos de un profesional de primera línea.

El Experto Universitario en Branding se presenta como una opción viable para un profesional que decida trabajar de manera autónoma, pero también para ser parte de cualquier organización o empresa. Una vía interesante de desarrollo profesional que se beneficiará de los conocimientos específicos que en esta capacitación ponemos ahora a su disposición.

Este **Experto Universitario en Branding** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas del programa son:

- Desarrollo de gran cantidad de casos prácticos presentados por expertos
- Contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos
- Novedades y avances de vanguardia en esta área
- Ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Metodologías innovadoras de gran eficiencia
- Lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Este programa te permitirá potenciar tus capacidades y actualizar tus conocimientos en Branding”

Todos los conocimientos necesarios para el profesional del diseño gráfico en esta área, compilados en un Experto Universitario de alta eficiencia educativa que optimizará tu esfuerzo con los mejores resultados"

Un aprendizaje práctico e intensivo que te dará todas las herramientas que necesitas para trabajar en esta área, en un Experto Universitario específico y concreto.

Una capacitación creada para permitirte implementar los conocimientos adquiridos de forma casi inmediata, en tu práctica diaria.

El desarrollo de este programa está centrado en la práctica de los aprendizajes teóricos propuestos. A través de los sistemas de enseñanza más eficaces, contrastados métodos importados de las universidades más prestigiosas del mundo, se podrá adquirir nuevos conocimientos de manera eminentemente práctica. De esta forma, el empeño es en convertir el esfuerzo en competencias reales e inmediatas.

El sistema online es otra de las fortalezas de esta propuesta de capacitación. Con una plataforma interactiva que cuenta con las ventajas de los desarrollos tecnológicos de última generación, ponemos a tu servicio las herramientas digitales más interactivas. De esta forma se ofrece una forma de aprendizaje totalmente adaptable a las necesidades, para que pueda compaginar de manera perfecta, esta capacitación con la vida personal o laboral.



02

Objetivos

El objetivo de este Experto Universitario en Branding es ofrecer a los profesionales una vía completa para adquirir conocimientos y destrezas para la práctica profesional de este sector, con la seguridad de aprender de los mejores y una forma de aprendizaje basada en la práctica que permitirá culminar la capacitación con los conocimientos necesarios para realizar el trabajo con total seguridad y competencia.





Nuestro objetivo es sencillo: ayudarte a conseguir la actualización más completa en un Experto Universitario totalmente compatible con tus obligaciones laborales y personales"

Objetivo general

- Aprender todos los aspectos de la creación de un Branding en cualquiera de los tipos de soporte en que se pueden desarrollar

Una oportunidad creada para los profesionales que buscan un programa intensivo y eficaz para dar un paso significativo en el ejercicio de su profesión"





Objetivos específicos

Módulo 1. Introducción al color

- Comprender la importancia del color en el entorno visual
- Adquirir la capacidad para observar, organizar, discriminar y gestionar el color
- Aplicar los fundamentos psicológicos y semióticos del color en el diseño
- Capturar, manipular y preparar el color para su uso en soportes físicos y virtuales
- Adquirir la capacidad de formular juicios independientes, por medio de argumentos
- Saber documentarse, analizando e interpretando las fuentes documentales y literarias con criterio propio

Módulo 2. Imagen corporativa

- Comprender los conceptos básicos que forman parte de la política de comunicación de una organización: su identidad, su cultura, cómo comunica, cuál es su imagen, su marca, su reputación y la responsabilidad social
- Entender cuáles son las áreas estratégicas que un responsable gráfico debe gestionar en el proceso comunicativo de la identidad gráfica y visual de marcas
- Conocer las herramientas y estrategias teórico-prácticas que faciliten la gestión de la comunicación corporativa e institucional en organizaciones de toda índole
- Saber seleccionar correctamente un método de organización de información y comunicación para el buen uso de una marca
- Investigar e identificar los elementos más significativos de la empresa-cliente, así como sus necesidades para la creación de estrategias y mensajes comunicativos
- Desarrollar un sistema reglado de normas gráficas básicas basado en elementos de la identidad visual/marca

Módulo 3. Creación de portafolio

- Crear narraciones audiovisuales aplicando correctamente criterios de usabilidad e interactividad
- Identificar la figura del diseñador en el panorama laboral
- Conocer técnicas, métodos, herramientas y redes para promocionar el trabajo personal
- Entender el protocolo ético que hay que seguir en el ejercicio profesional
- Poder identificar fortalezas y debilidades en uno mismo
- Saber valorar económicamente el trabajo propio

Módulo 4. Tipografía

- Conocer los principios sintácticos del lenguaje gráfico y aplicar sus reglas para describir con claridad y precisión objetos e ideas
- Conocer el origen de las letras y su importancia histórica
- Reconocer, estudiar y aplicar de forma coherente la tipografía a procesos gráficos
- Conocer y aplicar los fundamentos estéticos de la tipografía
- Saber analizar la disposición de los textos en el objeto de diseño

03

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales, conscientes de la relevancia en la actualidad de la capacitación para poder avanzar en el mercado laboral con seguridad y competitividad, y para ejercer la profesión con la excelencia que sólo permite la mejor capacitación.





Este Experto Universitario en Branding contiene el programa de aprendizaje más completo y actualizado del mercado"

Módulo 1. Introducción al color

1.1. El color, principios y propiedades
- 1.1.1. Introducción al color
- 1.1.2. Luz y color: la sinestesia cromática
- 1.1.3. Atributos del color
- 1.1.4. Pigmentos y colorantes

1.2. Los colores en el círculo cromático
- 1.2.1. El círculo cromático
- 1.2.2. Colores fríos y cálidos
- 1.2.3. Colores primarios y derivados
- 1.2.4. Las relaciones cromáticas: armonía y contraste

1.3. Psicología del color
- 1.3.1. Construcción del significado de un color
- 1.3.2. La carga emocional
- 1.3.3. El valor denotativo y connotativo
- 1.3.4. Marketing emocional. La carga del color

1.4. Teoría del color
- 1.4.1. Una teoría científica. Isaac Newton
- 1.4.2. La teoría de los colores de Goethe
- 1.4.3. Aunando en la teoría de los colores de Goethe
- 1.4.4. Psicología del color según Eva Heller

1.5. Insistiendo en la clasificación del color
- 1.5.1. El doble cono de Guillermo Ostwald
- 1.5.2. El sólido de Albert Munsell
- 1.5.3. El cubo de Alfredo Hickethier
- 1.5.4. El triángulo CIE (Comisión Internacional de l'Eclairage)

1.6. El estudio individual de los colores
- 1.6.1. Blanco y Negro
- 1.6.2. Colores neutros. La escala de grises
- 1.6.3. Monocromo, duocromo, policromo
- 1.6.4. Aspectos simbólicos y psicológicos de los colores



1.7. Modelos de color
- 1.7.1. Modelo sustractivo. Modo CMYK
- 1.7.2. Modelo aditivo. Modo RGB
- 1.7.3. Modelo HSB
- 1.7.4. Sistema Pantone. La pantonera

1.8. De la Bauhaus a Murakami
- 1.8.1. La Bauhaus y sus artistas
- 1.8.2. Teoría de la Gestalt al servicio del color
- 1.8.3. Josef Albers. La interacción del color
- 1.8.4. Murakami, las connotaciones de la ausencia de color

1.9. El color en el proyecto de diseño
- 1.9.1. El pop art. El color de las culturas
- 1.9.2. Creatividad y color
- 1.9.3. Artistas contemporáneos
- 1.9.4. Análisis de diversas ópticas y perspectivas

1.10. La gestión del color en el entorno digital
- 1.10.1. Espacios de color
- 1.10.2. Perfiles de color
- 1.10.3. Calibración de monitores
- 1.10.4. Lo que debemos tener en cuenta

Módulo 2. Imagen corporativa

2.1. La identidad
- 2.1.1. Idea de identidad
- 2.1.2. ¿Por qué se busca la identidad?
- 2.1.3. Tipos de identidad
- 2.1.4. La identidad digital

2.2. La identidad corporativa
- 2.2.1. Definición. ¿Por qué tener una identidad corporativa?
- 2.2.2. Factores que influyen en la identidad corporativa
- 2.2.3. Componentes de la identidad corporativa
- 2.2.4. Comunicación de la identidad
- 2.2.5. Identidad corporativa, branding, imagen corporativa

2.3. La imagen corporativa
- 2.3.1. Característica de la imagen corporativa
- 2.3.2. ¿Para qué sirve la imagen corporativa?
- 2.3.3. Tipos de imagen corporativa
- 2.3.4. Ejemplos

2.4. Los signos identificadores básicos
- 2.4.1. El nombre o naming
- 2.4.2. Los logotipos
- 2.4.3. Los monogramas

2.5. Factores de memorización de la identidad
- 2.5.1. La originalidad
- 2.5.2. El valor simbólico
- 2.5.3. La pregnancia
- 2.5.4. La repetición

2.6. Metodología para el proceso de creación de una marca
- 2.6.1. Estudio del sector y de la competencia
- 2.6.2. Briefing, plantilla
- 2.6.3. Definir estrategia y personalidad de marca. Los valores
- 2.6.4. Público objetivo

2.7. El cliente
- 2.7.1. Intuir como es el cliente
- 2.7.2. Tipologías de clientes
- 2.7.3. El proceso de reunión
- 2.7.4. La importancia de conocer al cliente
- 2.7.5. Establecer presupuesto

2.8. Manual de identidad corporativa
- 2.8.1. Normas de construcción y aplicación de la marca
- 2.8.2. La tipografía corporativa
- 2.8.3. Colores corporativos
- 2.8.4. Otros elementos gráficos
- 2.8.5. Ejemplos de manuales corporativos

2.9. Rediseño de identidades
- 2.9.1. Razones para optar por el rediseño de una identidad
- 2.9.2. Gestión de un cambio en la identidad corporativa
- 2.9.3. Buena praxis. Referentes visuales
- 2.9.4. Mala praxis. Referentes visuales

2.10. Proyecto de identidad de marca
- 2.10.1. Presentación y explicación del proyecto. Referentes
- 2.10.2. Brainstorming. Análisis del mercado
- 2.10.3. Público objetivo, valor de marca
- 2.10.4. Primeras ideas y bocetos. Técnicas creativas
- 2.10.3. Establecimiento del proyecto. Tipografías y colores
- 2.10.4. Entrega y corrección de proyectos

Módulo 3. Creación de portafolio

3.1. El portafolio
- 3.1.1. El portafolio como tu carta de presentación
- 3.1.2. La importancia de un buen portafolio
- 3.1.3. Orientación y motivación
- 3.1.4. Consejos prácticos

3.2. Características y elementos
- 3.2.1. El formato físico
- 3.2.2. El formato digital
- 3.2.3. El uso de mockups
- 3.2.4. Errores comunes

3.3. Plataformas digitales.
- 3.3.1. Comunidades de aprendizaje continuo
- 3.3.2. Redes Sociales: Twitter, Facebook, Instagram
- 3.3.3. Redes Profesionales: Linkedin, Infojobs
- 3.3.4. Porfolios en la nube: Behance

3.4. El diseñador en el esquema laboral
- 3.4.1. Salidas laborales de un diseñador
- 3.4.2. Las agencias de diseño
- 3.4.3. Diseño gráfico empresarial
- 3.4.4. Casos de éxito

3.5. ¿Cómo me muestro profesionalmente?
- 3.5.1. Mantenerse actualizado, en constante reciclaje
- 3.5.2. El currículum vitae y su importancia
- 3.5.3. Errores comunes en un currículum vitae
- 3.5.4. ¿Cómo crear un buen currículum vitae?

3.6. Los nuevos consumidores
- 3.6.1. La percepción del valor
- 3.6.2. Definición de tu público objetivo
- 3.6.3. Mapa de empatía
- 3.6.4. Las relaciones personales

3.7. Mi marca personal
- 3.7.1. Emprender: La búsqueda de un sentido
- 3.7.2. Convierte tu pasión en un trabajo
- 3.7.3. El ecosistema alrededor de tu actividad
- 3.7.4. El modelo Canvas

3.8. La Identidad visual
- 3.8.1. El Naming
- 3.8.2. Los valores de una marca
- 3.8.3. Los grandes temas
- 3.8.4. Moodboard. El uso de Pinterest
- 3.8.5. Análisis de factores visuales
- 3.8.6. Análisis de factores temporales

3.9. La ética y la responsabilidad
- 3.9.1. Decálogo ético para la práctica del diseño
- 3.9.2. Derechos de autor
- 3.9.3. Diseño y objeción de conciencia
- 3.9.4. El "buen" diseño

3.10. El precio de mi trabajo
- 3.10.1. ¿Necesitas dinero para vivir?
- 3.10.2. Contabilidad básica para emprendedores
- 3.10.3. Tipos de gastos
- 3.10.4. Tu precio/hora. Precio de venta al público

Módulo 4. Tipografía

4.1. Introducción a la tipografía
- 4.1.1. ¿Qué es la tipografía?
- 4.1.2. El papel de la tipografía en el diseño gráfico
- 4.1.3. Secuencia, contraste, forma y contraforma
- 4.1.4. Relación y diferencias entre tipografía, caligrafía y *lettering*

4.2. El origen múltiple de la escritura
- 4.2.1. La escritura ideográfica
- 4.2.2. El alfabeto fenicio
- 4.2.3. El alfabeto romano
- 4.2.4. La reforma carolingia
- 4.2.5. El alfabeto latino moderno

4.3. Inicios de la tipografía
- 4.3.1. La imprenta, una nueva era. Primeros tipógrafos
- 4.3.2. La revolución industrial: la litografía
- 4.3.3. El modernismo: los inicios de la tipografía comercial
- 4.3.4. Las vanguardias
- 4.3.5. Periodo de entreguerras

4.4. El papel de las escuelas de diseño en la tipografía
- 4.4.1. La Bauhaus
- 4.4.2. Herbert Bayer
- 4.4.3. Psicología de la Gestalt
- 4.4.4. La Escuela Suiza

4.5. Tipografía actual
- 4.5.1. 1960 –1970, precursores de la revuelta
- 4.5.2. Postmodernidad, deconstructivismo y tecnología
- 4.5.3. ¿Hacia dónde va la tipografía?
- 4.5.4. Tipografías que marcan tendencia

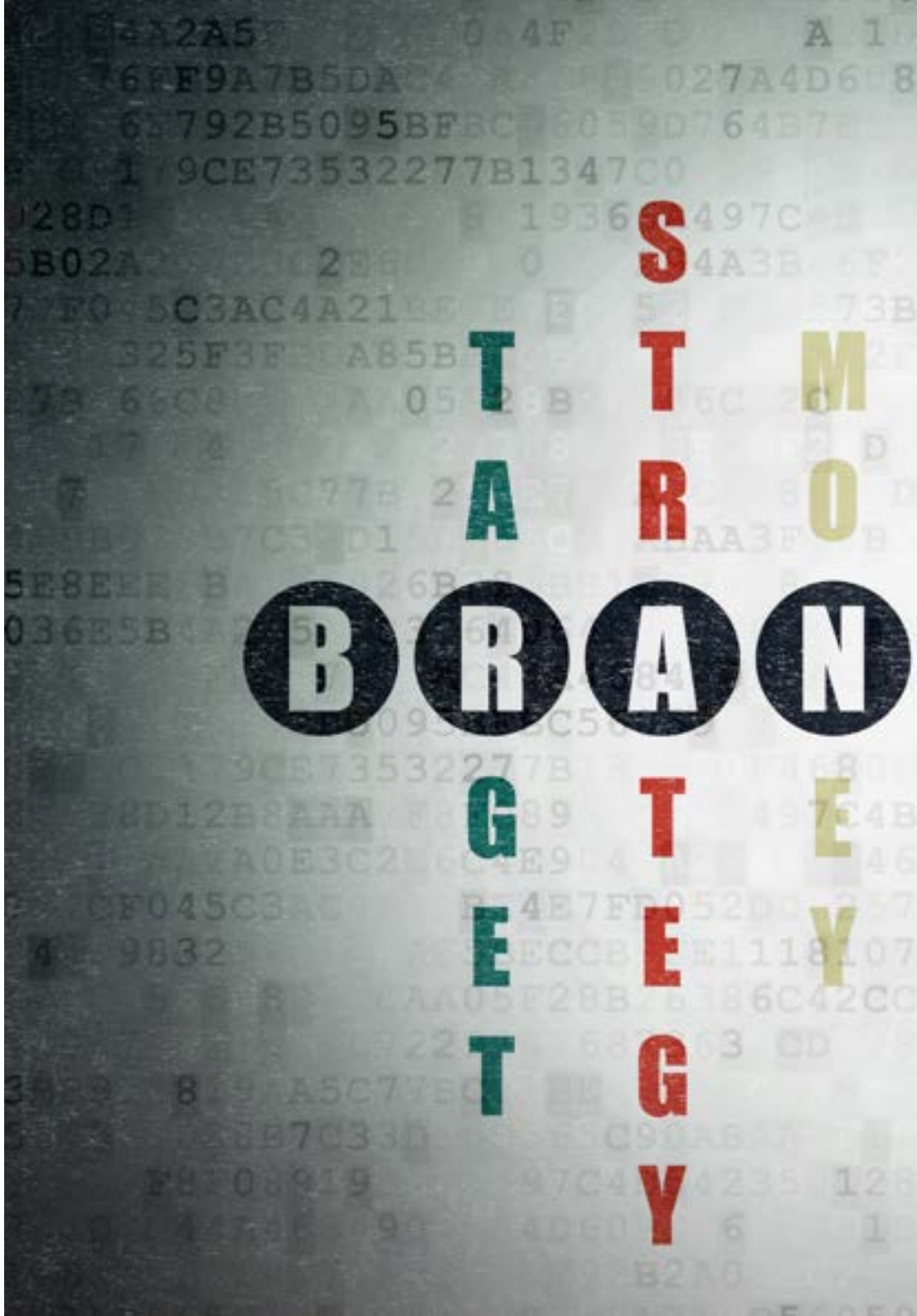
4.6. La forma tipográfica I
- 4.6.1. Anatomía de la letra
- 4.6.2. Medidas y atributos del tipo
- 4.6.3. Las familias tipográficas
- 4.6.4. Caja alta, caja baja y versalitas
- 4.6.5. Diferencia entre tipografía, fuente y familia tipográfica
- 4.6.6. Filetes, líneas y elementos geométricos

4.7. La forma tipográfica II
- 4.7.1. La combinación tipográfica
- 4.7.2. Formatos de fuentes tipográficos (PostScript-TrueType-OpenType)
- 4.7.3. Licencias tipográficas
- 4.7.4. ¿Quién debe comprar la licencia, cliente o diseñador?

4.8. La corrección tipográfica. Composición de textos
- 4.8.1. El espaciado entre letras. *Tracking* y *kerning*
- 4.8.2. El espacio entre palabras. El cuadratín
- 4.8.3. El interlineado
- 4.8.4. El cuerpo de letra
- 4.8.5. Atributos del texto

4.9. El dibujo de las letras
- 4.9.1. El proceso creativo
- 4.9.2. Materiales tradicionales y digitales
- 4.9.3. El uso de la tableta gráfica y del ipad
- 4.9.4. Tipografía digital: contornos y mapas de bits

4.10. Carteles tipográficos
- 4.10.1. La caligrafía como base para el dibujo de las letras
- 4.10.2. ¿Cómo realizar una composición tipográfica que impacte?
- 4.10.3. Referencias visuales
- 4.10.4. La fase del bocetado
- 4.10.5. Proyecto





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

04

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"

En TECH empleamos el Método del caso

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 facultades del mundo. 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 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.

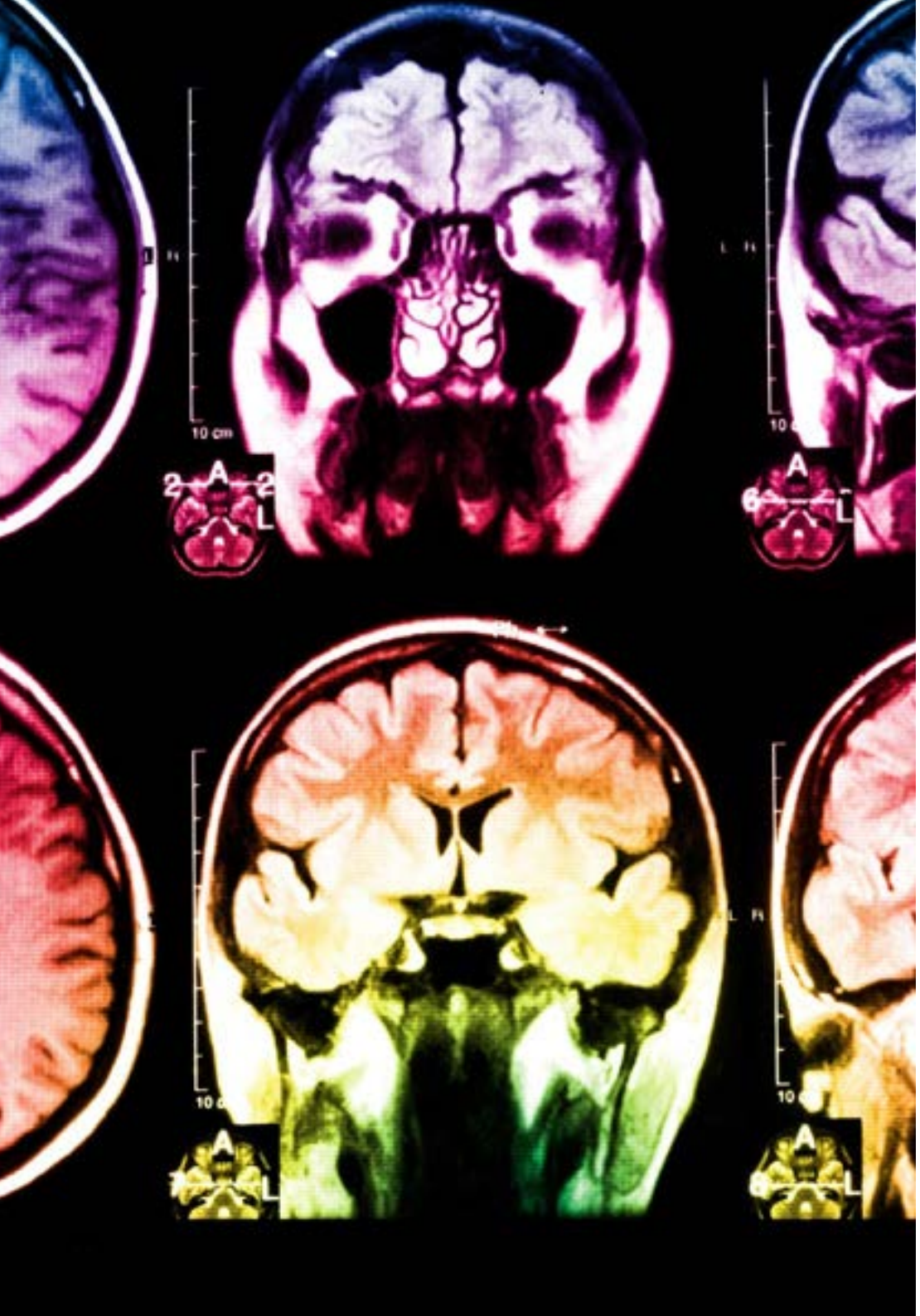
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

En TECH 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, 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, se combinan 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 capacitación, 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.

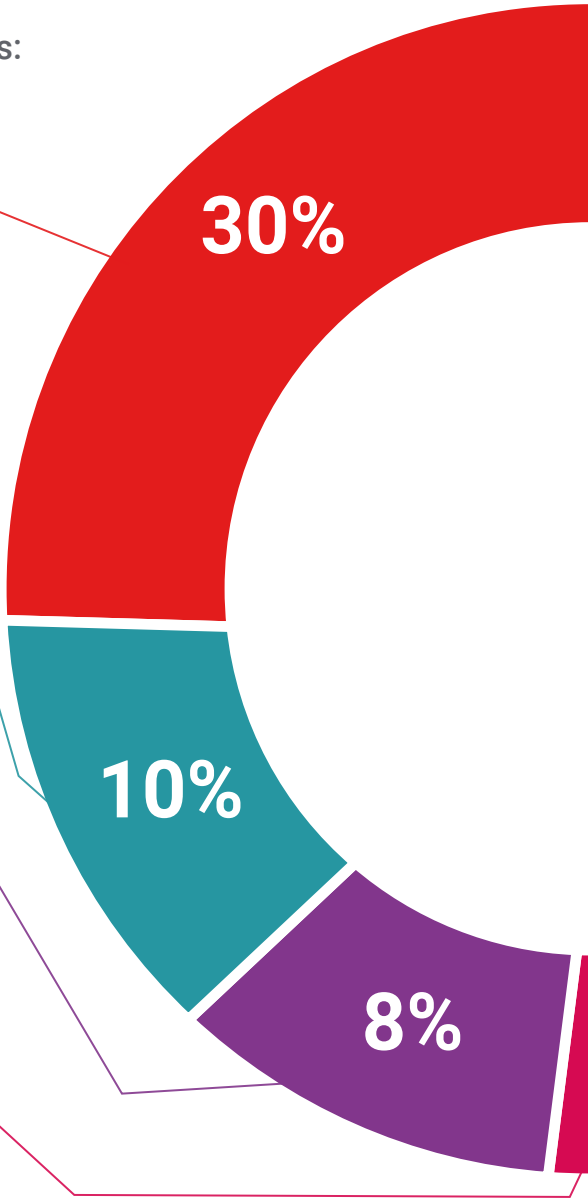
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

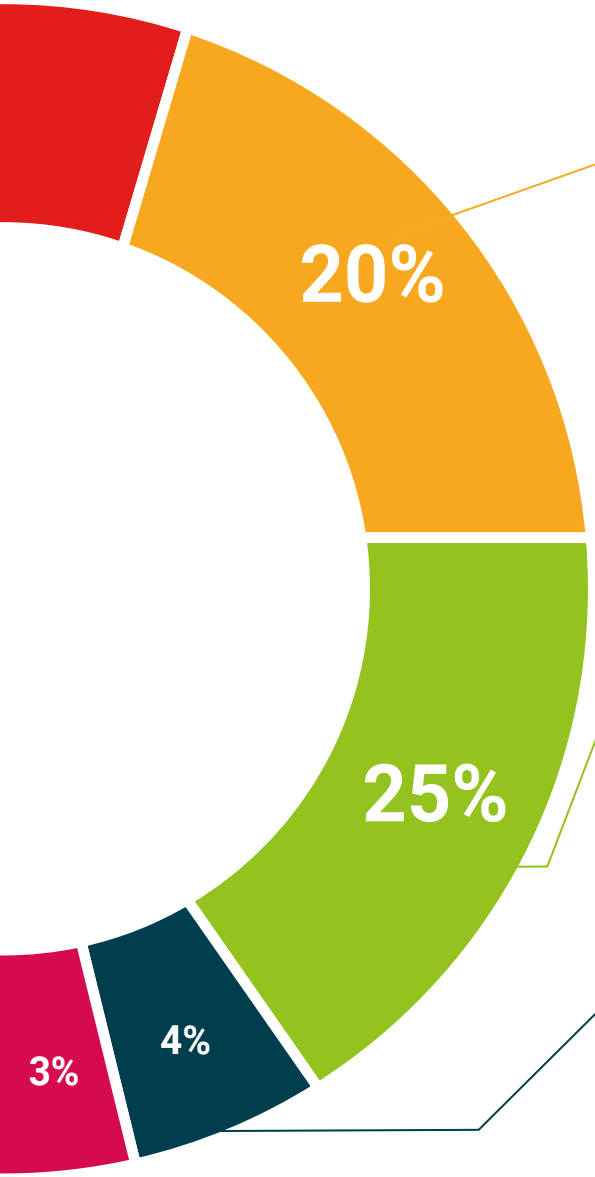
Prácticas de habilidades y competencias

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.

05

Titulación

El Experto Universitario en Branding garantiza, además de la actualización más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **Experto Universitario en Branding** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

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

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

Título: **Experto Universitario en Branding**

N.º Horas Oficiales: **600 h.**


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

Branding

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 600 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 título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario
Branding

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**

Experto Universitario
Branding



tech universidad tecnológica