Experto Universitario

Publicidad y Relaciones Públicas



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Publicidad y Relaciones Públicas

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-publicidad-relaciones-publicas**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Estructura y contenido — pág. 20

06 Metodología — pág. 28

07 Perfil de nuestros alumnos — pág. 36

08 Impacto para tu carrera — pág. 40

09 Beneficios para tu empresa — pág. 44

10 Titulación — pág. 48

01

Bienvenida

El ámbito de las Relaciones Públicas contribuye a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización, siendo la herramienta para conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos hacia los que se dirige una marca o entidad. En este sentido, está directamente relacionado con el entorno publicitario, un panorama en el que intervienen diversos agentes comunicativos. Por ello, este programa pretende ofrecer al profesional una visión global y completa de los fundamentos del sistema publicitario, su historia y protagonistas, centrado en el proceso creativo, la planificación y el impacto de sus efectos sociales potenciales. Con ello, el alumno desarrollará una capacidad de síntesis propia de la publicidad, con especial énfasis en la comunicación a nivel global, lo que, sin duda, será fundamental para acceder a las principales agencias de publicidad nacionales e internacional, o dirigir la comunicación corporativa de una empresa privada o institución pública.



Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas.
TECH Universidad Tecnológica



Con este Experto Universitario de TECH te desenvolverás en la esfera publicitaria como un profesional experimentado y adquirirás el conocimiento para proceder a la aplicación de los procesos y vicisitudes del sistema publicitario con total éxito"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial"

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

Este programa está diseñado para que el alumno afiance sus capacidades de liderazgo en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas, desarrollando nuevas competencias y potenciando sus habilidades para un crecimiento académico y profesional en un entorno que requiere un perfil estratégico. De esta manera, tras la realización del programa, el profesional será capaz de tomar decisiones acertadas con un enfoque global, desde una perspectiva innovadora y una visión internacional, siguiendo los fundamentos de la publicidad en la actualidad.





En este Experto Universitario aprenderás a aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación publicitaria”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas** capacitará a los alumnos para:

01 Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas

02 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

03 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

04 Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva

05 Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas

06 Comprender los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas

07 Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones

08 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

09 Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas

10 Identificar los procesos y estructuras organizativas del proceso publicitario y de las relaciones públicas

11 Conocer la evolución histórica de la publicidad y las relaciones públicas

12 Saber relacionar el hecho publicitario con otras manifestaciones culturales tales como la literatura, el arte o el cine, entre otras

13 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

14 Relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas

15 Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva





16 Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación

17 Reconocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva

18 Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones

05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas comprende un completo programa estructurado en 4 módulos, cuyo contenido ha sido elaborado por expertos del sector para que el alumno se adentre en todos los conceptos de manera concisa y real, conociendo a fondo el funcionamiento del poder de la publicidad y la gestión del enfoque de la comunicación. De esta manera, el profesional dominará todos los aspectos del lenguaje publicitario y la identidad corporativa, a través de un contenido de calidad, para que su perfil desmarque en un entorno competitivo.





Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas, resaltando sus principales aplicaciones, será uno de los objetivos de este programa"

Plan de estudios

El Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara al alumno para dominar los fundamentos del sistema publicitario y la comunicación en el ámbito de las relaciones públicas.

Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones del alumno con un mayor rigor en entornos inciertos, afrontando los retos empresariales que puedan presentarse en el ámbito publicitario.

Así, a lo largo de 600 horas de preparación, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio, que posicionarán el perfil del profesional.

De esta manera, el Experto Universitario se centra en el sistema publicitario y de las relaciones públicas desde su historia y teoría hasta su gestión en empresas, agencias y organismos con un enfoque global y actualizado. Un plan de estudios diseñado para mejorar las destrezas de los profesionales y orientarles hacia este sector desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Por todo ello, este programa está pensado para el alumno, enfocado hacia su mejora profesional que le prepara para alcanzar la excelencia en un ámbito competitivo a la par que creativo, con un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que le otorgarán las competencias para llevar a desarrollarse en este entorno con éxito.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 4 módulos:

Módulo 1	Fundamentos de las relaciones públicas
Módulo 2	Teoría de la publicidad
Módulo 3	Historia de la publicidad y de las relaciones públicas
Módulo 4	Empresa publicitaria y de las relaciones públicas



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar él mismo su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

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. El origen de las relaciones públicas
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
1.3.3. Suministro de información

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. Características de las crisis
1.7.3. Tipologías de las crisis

1.8. Etapas de las crisis
1.8.1. Fase preliminar
1.8.2. Fase aguda
1.8.3. Fase crónica
1.8.4. Fase postraumática

1.9. Preparación de un plan de crisis
1.9.1. Análisis de posibles problemas
1.9.2. Planificación
1.9.3. Adecuación del personal

1.10. Las tecnologías de la comunicación en las crisis
1.10.1. Ventajas
1.10.2. Desventajas
1.10.3. Herramientas

Módulo 2. Teoría de la publicidad

2.1. Fundamentos de la publicidad
2.1.1. Introducción
2.1.2. Nociones básicas sobre la publicidad y el Marketing
2.1.3. Publicidad, relaciones públicas y propaganda
2.1.4. Dimensiones y alcance social de la publicidad contemporánea
2.1.5. La publicidad de éxito: Kfc

2.2. Historia de la publicidad
2.2.1. Introducción
2.2.2. Origen
2.2.3. La revolución industrial y la publicidad
2.2.4. El desarrollo de la industria publicitaria
2.2.5. La publicidad en el mundo internet
2.2.6. Publicidad de éxito: estudio del caso Coca-Cola

2.3. La publicidad y sus protagonistas I: el anunciante
2.3.1. Introducción
2.3.2. El funcionamiento de la industria publicitaria
2.3.3. Tipos de anunciantes
2.3.4. La publicidad en el organigrama de la empresa
2.3.5. Publicidad de éxito: estudio del caso facebook

2.4. La publicidad y sus protagonistas II: las agencias de publicidad
2.4.1. Introducción
2.4.2. La agencia de publicidad: profesionales de la comunicación publicitaria
2.4.3. La estructura organizativa de las agencias de publicidad
2.4.4. Tipos de agencias de publicidad
2.4.5. La gestión de honorarios en las agencias de publicidad
2.4.6. Publicidad de éxito: Nike

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

2.6. El proceso de creación publicitaria I: del anunciante a los medios
2.6.1. Introducción
2.6.2. Aspectos preliminares sobre el proceso de creación publicitaria
2.6.3. El *brief* de publicidad o *brief* de comunicación
2.6.4. La estrategia creativa
2.6.5. Estrategia de medios
2.6.5.1. Publicidad de éxito: Apple

2.7. El proceso de creación publicitaria II: creatividad y publicidad
2.7.1. Introducción
2.7.2. Fundamentos del trabajo creativo de los publicitarios
2.7.3. La creatividad publicitaria y su estatuto comunicativo
2.7.4. La labor creativa en publicidad
2.7.5. Publicidad de éxito: estudio del caso Real Madrid

2.8. El proceso de creación publicitaria III: ideación y desarrollo del manifiesto publicitario
2.8.1. Introducción
2.8.2. La concepción creativa y la estrategia
2.8.3. El proceso de la concepción creativa
2.8.4. Los diez caminos básicos de la creatividad según Luis Bassat: los géneros publicitarios
2.8.5. Los formatos publicitarios
2.8.6. Publicidad de éxito: McDonalds

2.9. Planificación de medios publicitarios
2.9.1. Introducción
2.9.2. Los medios y la planificación
2.9.3. Los medios publicitarios y su clasificación
2.9.4. Herramientas para la planificación de medios
2.9.5. Publicidad de éxito: Pepsi

2.10. Publicidad, sociedad y cultura
2.10.1. Introducción
2.10.2. La relación entre publicidad y sociedad
2.10.3. Publicidad y emociones
2.10.4. Publicidad, sujetos y cosas
2.10.5. Publicidad de éxito: Burger King

Módulo 3. Historia de la publicidad y de las relaciones públicas

3.1. La actividad anunciadora anterior a la imprenta
3.1.1. La publicidad en sus formas más primitivas
3.1.2. Primeras manifestaciones
3.1.3. El mundo antiguo

3.2. De la imprenta a la revolución industrial
3.2.1. Algunos aspectos que contribuyeron a la aparición de la imprenta en Europa
3.2.2. Primeras expresiones: folletos y carteles
3.2.3. Marcas y etiquetas
3.2.4. Los anuncios gritados y charlatanescos
3.2.5. La enseña y el mural comercial
3.2.6. El nacimiento de un nuevo medio
3.2.7. Comunicación y poder: el control de la persuasión

3.3. Las revoluciones
3.3.1. La publicidad y la revolución industrial
3.3.2. El largo y tortuoso camino de la libertad de prensa
3.3.3. De la propaganda a la publicidad
3.3.4. Propaganda y publicidad política: conceptos
3.3.5. Características de esta propaganda
3.3.6. La revolución industrial en el nacimiento de la publicidad comercial

3.4. Nacimiento de la publicidad
3.4.1. El origen de la publicidad comercial
3.4.2. La revolución tecnológica
3.4.3. Los sistemas de impresión
3.4.4. El papel
3.4.5. La fotografía
3.4.6. El telégrafo
3.4.7. La publicidad impresa
3.4.8. Los carteles

3.5. Consolidación de la actividad publicitaria
3.5.1. Factores económicos entre 1848-1914
3.5.2. Nuevas formas de comercialización
3.5.3. Los periódicos
3.5.4. Las revistas
3.5.5. El arte del cartel
3.5.6. Fundamentos de la publicidad moderna
3.5.7. Las agencias de publicidad americanas
3.5.8. Técnica y oficio publicitario

3.6. La publicidad entre dos guerras
3.6.1. Características del periodo 1914-1950
3.6.2. La publicidad en la primera guerra mundial
3.6.3. Consecuencias de la primera guerra mundial sobre la publicidad
3.6.4. Las acciones publicitarias en la segunda guerra mundial
3.6.5. Consecuencias de la segunda guerra mundial sobre la publicidad
3.6.6. Los medios publicitarios
3.6.7. El cartel y el diseño gráfico publicitario
3.6.8. La publicidad exterior
3.6.9. El cine
3.6.10. El cine como medio de persuasión
3.6.11. La radio
3.6.12. La radio comercial

3.7. El desarrollo de la técnica publicitaria
3.7.1. La actividad publicitaria entre 1914 y 1950
3.7.2. La organización de la publicidad
3.7.3. Agencias y estilos

3.8. La publicidad electrónica
3.8.1. T.V. La tercera dimensión de la publicidad
3.8.2. La publicidad en las décadas 50 y 60
3.8.3. La llegada de la televisión

3.9. La publicidad actual
3.9.1. Introducción
3.9.2. El contexto publicitario actual: una perspectiva tecnológica
3.9.3. Principales retos de la comunicación publicitaria actual
3.9.4. Principales oportunidades de la comunicación publicitaria actual

3.10. Historia de las relaciones públicas
3.10.1. Los orígenes
3.10.2. Bernays y sus aportaciones
3.10.3. La expansión: las RR.PP. En la segunda mitad del siglo XX

Módulo 4. Empresa publicitaria y de las relaciones públicas

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

4.2. Gestión económica de la agencia
4.2.1. Tipos de forma jurídica
4.2.2. Modelo de negocio
4.2.3. Desarrollo y control de proyectos

4.3. Relaciones económicas en la empresa publicitaria
4.3.1. Relaciones económicas con anunciantes
4.3.2. Relaciones económicas con empleados y socios
4.3.3. Empresario individual y autónomo

4.4. La cuenta de explotación de la agencia de publicidad
4.4.1. Inversión, ingresos y facturación
4.4.2. Resultados
4.4.3. Presupuesto anual

4.5. Vínculo entre la publicidad y las relaciones públicas
4.5.1. Con relación a los objetivos
4.5.2. Con relación a los destinatarios de la actividad
4.5.3. Sobre la selección de los medios y soportes

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
4.9.2. Departamento de cuentas
4.9.3. Departamento creativo
4.9.4. Departamento de medios
4.9.5. Departamento de producción

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

En este Experto Universitario aprenderás a relacionar el hecho publicitario con otras manifestaciones culturales como la literatura, el arte o el cine, creando vínculos exitosos”

06

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"

TECH Business School emplea el 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"



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, 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 empresarial más vigente.

> *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales"*

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 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 elementos didácticos diferentes en cada lección.

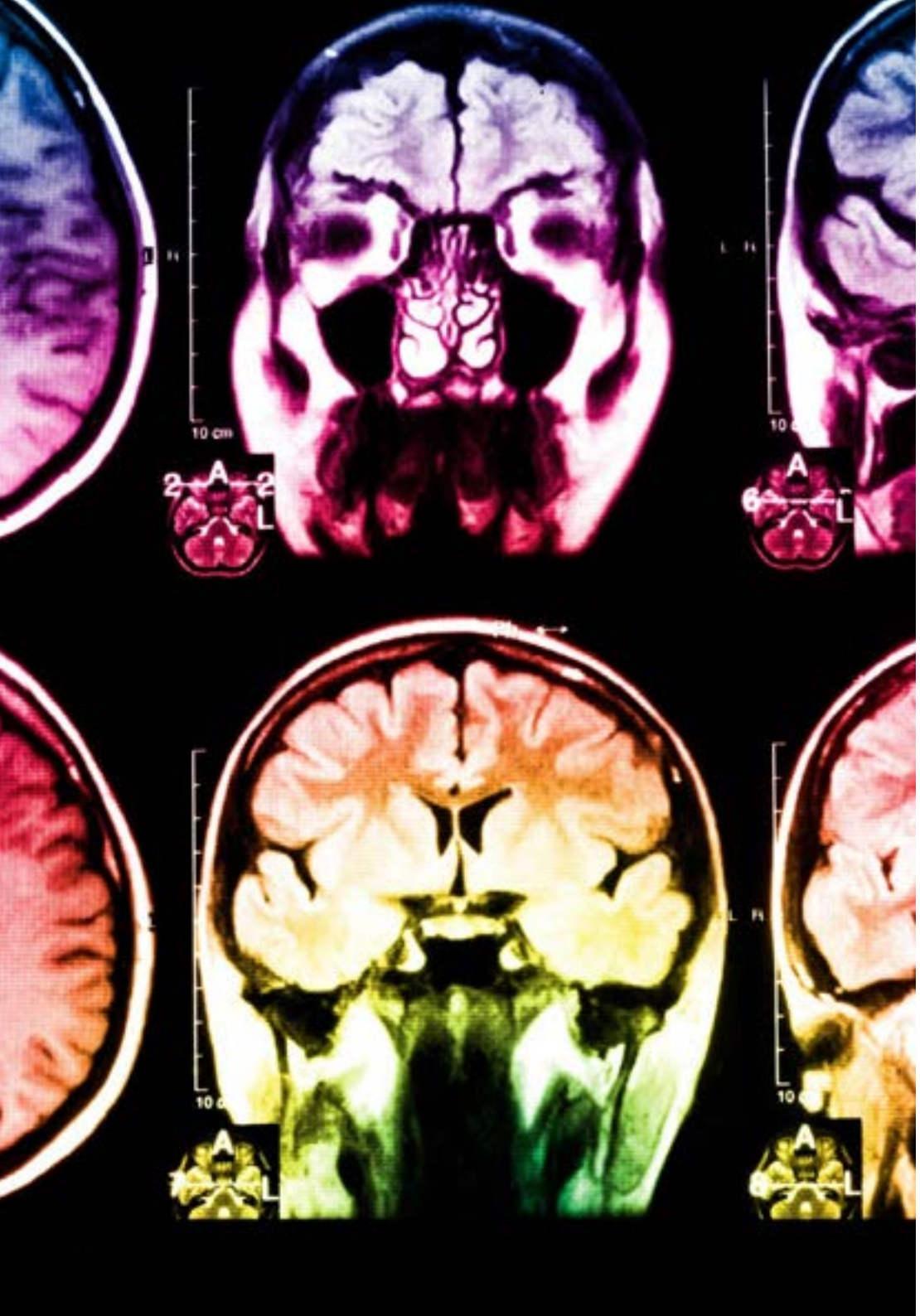
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

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 escuela de negocios 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.

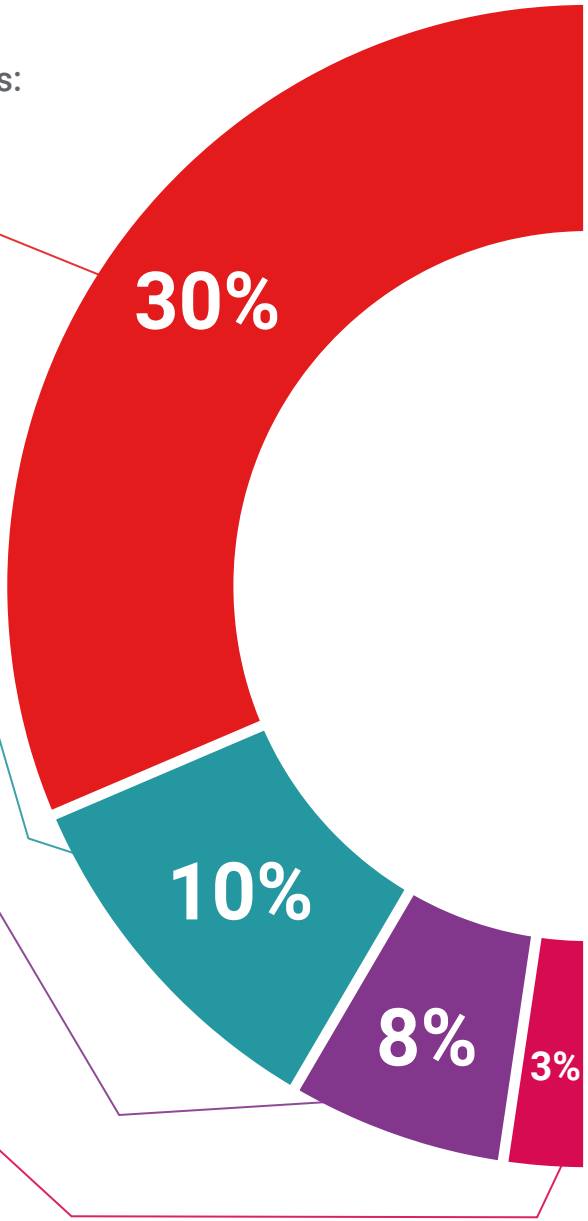
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

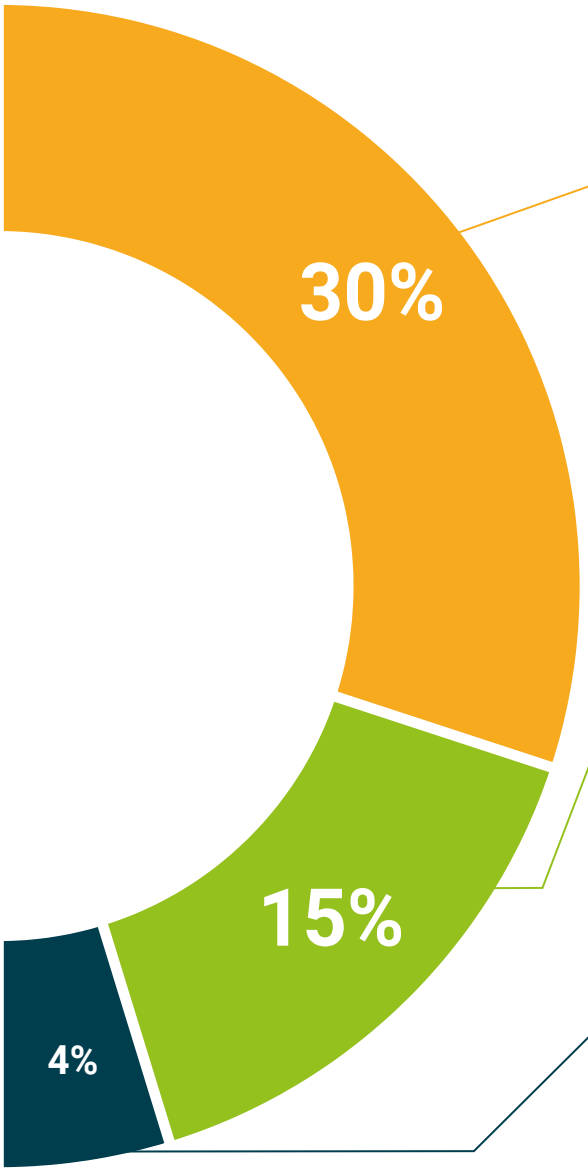
Prácticas de habilidades directivas

Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo 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 en alta dirección 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.

07

Perfil de nuestros alumnos

Este Experto Universitario está dirigido a profesionales que deseen ampliar sus conocimientos en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas, para desarrollarse laboralmente, ya sea como freelance o responsables de las principales compañías del sector, en áreas de comunicación corporativa o en organizaciones públicas. De esta manera, la calidad de los contenidos de este programa les permitirá desarrollar un perfil profesional altamente competitivo y solicitado en el mercado laboral.





Da un paso en tu recorrido académico hacia el éxito laboral, gracias a la realización de este programa"

Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia



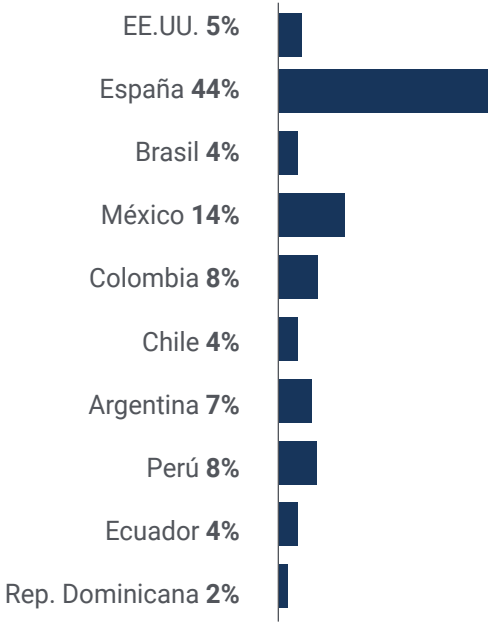
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Alejandro Lerín

Publicista

"La agencia para la que he empezado a trabajar me ofertó cursar este programa de TECH como un incentivo de formación interna y la verdad es que estoy muy contento con haberlo realizado. De entre varios aspectos, destaco que he aprendido qué técnicas implementar en la línea de estrategia publicitaria de la empresa con un enfoque mejorado"

08

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y personal por parte del alumno. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente, de manera que la inserción laboral, el ascenso del profesional o el cambio que busca en el plano laboral hacia este sector sea próspero. Un objetivo en el que TECH se vuelca y logra a través del diseño de programas competitivos, con una metodología innovadora y los mejores expertos del sector.





Aumenta tus posibilidades de éxito laboral. Lógralo a través del método TECH"

Conviértete un experto en publicidad y relaciones públicas y posiciona tu empresa como una de las más competitivas de su sector.

¿Preparado para dar el salto?
Una excelente mejora profesional está esperando

El Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas de TECH es un programa intensivo que prepara al alumno para afrontar retos y decisiones en este sector en continuo cambio, logrando un mayor conocimiento de los objetivos de su empresa o clientes. Por ello, su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional del estudiante para que consiga el éxito en esta esfera laboral.

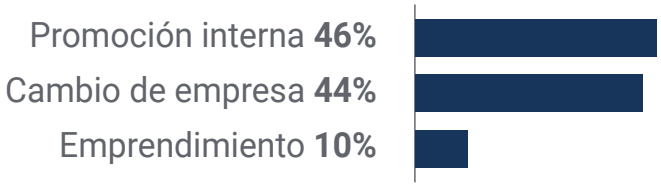
Un programa de gran interés para quienes buscan la excelencia académica y profesional.

Cursando este programa de TECH multiplicarás tus posibilidades de éxito laboral, ¡no lo dudes y matricúlate ya!.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
48.300 €	**25,55%**	**60.640 €**

09

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas es un programa destinado, principalmente, a mejorar la capacitación de los alumnos en este ámbito de actuación. Pero, además, ello proporcionará notables ventajas en las empresas en las que trabajen, ya que serán capaces de implementar estrategias más competitivas, que proporcionarán un conocimiento exhaustivo sobre los valores y objetivos de la compañía, causando una mayor atracción de su público.





Tendrás la capacitación adecuada para ofrecer a la empresa novedosas estrategias de gestión de la publicidad"

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Experto Universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

10

Titulación

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





Supera con éxito esta capacitación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas** 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 Publicidad y Relaciones Públicas**

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

Publicidad y Relaciones Públicas

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.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Publicidad y Relaciones Públicas

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**

Experto Universitario

Publicidad y Relaciones Públicas



tech universidad tecnológica