Experto Universitario
Publicidad Audiovisual



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Publicidad Audiovisual

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-publicidad-audiovisual**

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. 18

06 Metodología — pág. 26

07 Perfil de nuestros alumnos — pág. 34

08 Impacto para tu carrera — pág. 38

09 Beneficios para tu empresa — pág. 42

10 Titulación — pág. 46

01

Bienvenida

En el siglo XXI, la sociedad se ha visto involucrada en el innegable crecimiento de las producciones audiovisuales, al mismo tiempo que ha sido testigo de los avances tecnológicos. Esto ha provocado que las personas sean conscientes de lo que una imagen o sonido pueden proyectar. De esta forma, la publicidad audiovisual se ha abierto un espacio importante en este nuevo mundo, garantizando un acceso directo a la comunicación de masas entre individuos y colectivos sociales. Con el desarrollo de este programa, el alumno aprenderá a analizar textos publicitarios, así como a elaborar piezas audiovisuales que cumplan con los objetivos de su empresa, convirtiéndose en un publicista de gran éxito que será demandado por las principales compañías del sector.



Experto Universitario en Publicidad Audiovisual.
TECH Universidad Tecnológica



Una oportunidad única para especializarte en publicidad audiovisual en la mayor universidad online en español”

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

El Experto Universitario en Publicidad Audiovisual reúne todos los requisitos para garantizar la excelencia académica de sus estudiantes, cumpliendo con el perfil que las empresas exigen en este tipo de puestos. De esta forma, el alumno podrá entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que esta desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas.





Domina las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual que son fundamentales en la publicidad y las relaciones públicas”

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

El **Experto Universitario en Publicidad Audiovisual** capacitará a los alumnos para:

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

02 Entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que ésta desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas

03 Identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas

04 Aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación



05 Analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación y del receptor de la publicidad



06 Dominar las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual que sirvan de fundamento para el ejercicio de la publicidad y las relaciones públicas

07 Describir la evolución general de los medios de comunicación a través de su desarrollo histórico

08 Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes y del diseño gráfico

09 Saber planificar de un modo estratégico las campañas de publicidad

10 Conocer el proceso creativo publicitario

11 Saber analizar textos publicitarios desde una perspectiva crítica e identificando los diferentes elementos de los mensajes

12 Elaborar piezas publicitarias en tiempo y forma conforme a las especificaciones de los distintos géneros publicitarios y de relaciones públicas



13 Llevar a cabo el rol profesional de redactor publicitario dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución



14 Llevar a cabo el rol profesional de director de arte dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución

15 Participar en la elaboración de publicidad audiovisual

16 Dominar las pautas básicas que rigen la publicidad audiovisual para la elaboración de productos publicitarios audiovisuales

05

Estructura y contenido

TECH tiene el compromiso de brindar una educación que satisfaga las necesidades laborales de los estudiantes y los ayude a cumplir con un perfil profesional acorde a las demandas del entorno. Por eso, se ha creado este programa de Experto Universitario en Publicidad Audiovisual, centrado en preparar al alumno para identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas. La titulación se podrá cursar 6 meses, de manera única y estimulante, siguiendo ejemplos prácticos y la guía de un cuerpo docente especialista en esta área.





Analiza textos publicitarios desde una perspectiva crítica y aprende a identificar los diferentes elementos de los mensajes"

Plan de estudios

Con este programa del Experto Universitario en Publicidad Audiovisual, se espera que el estudiante logre aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación y sepa analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación y del receptor de la publicidad. A lo largo de cada lección, se repasarán las bases para el dominio de los elementos básicos de la comunicación audiovisual. Esto se debe al decisivo papel de la imagen en el siglo XXI, que obliga a analizar la interrelación entre los elementos verbales e icónicos en el mensaje comunicativo.

Gracias a esta titulación, el estudiante adquirirá las competencias necesarias para poder distinguir y apreciar los procedimientos empleados para la construcción de materiales fílmicos, televisivos, videográficos y multimedia. Además, se trabajará en la producción audiovisual publicitaria y se repasarán los 4 agentes que intervienen directamente en las fases de contratación, ejecución y distribución del trabajo: el anunciante, la agencia, la productora audiovisual y los medios de difusión y distribución.

A lo largo de 450 horas de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante un trabajo individual. Así, podrá entender los procesos de producción y postproducción para la elaboración de piezas publicitarias que cumplan con los estándares de esta industria.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1	Introducción a la psicología de la comunicación
Módulo 2	Narrativa audiovisual
Módulo 3	Publicidad audiovisual



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH le ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Publicidad Audiovisual de manera totalmente online. Durante los 6 semanas que dura la capacitación, podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionarse usted mismo su tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Introducción a la psicología de la comunicación

1.1. Historia de la psicología
1.1.1. Introducción
1.1.2. Comenzamos con el estudio de la psicología
1.1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
1.1.4. Paradigmas y etapas en la psicología
1.1.5. La ciencia cognitiva

1.2. Psicología social
1.2.1. Introducción
1.2.2. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
1.2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda

1.3. Cognición social
1.3.1. Introducción
1.3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
1.3.3. La cognición social
1.3.4. Organizando la información
1.3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
1.3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
1.3.7. El procesamiento automático de la información

1.4. Psicología de la personalidad
1.4.1. Introducción
1.4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
1.4.3. La autoconciencia
1.4.4. La autoestima
1.4.5. El autoconocimiento
1.4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
1.4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
1.4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa

1.5. Las emociones
1.5.1. Introducción
1.5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
1.5.3. La naturaleza de las emociones
1.5.3.1. La emoción como preparación para la acción
1.5.4. Emociones y personalidad
1.5.5. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales

1.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
1.6.1. Introducción
1.6.2. Las actitudes
1.6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
1.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración
1.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
1.6.5.1. Una perspectiva histórica

1.7. El emisor
1.7.1. Introducción
1.7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
1.7.3. Características de la fuente. La credibilidad
1.7.4. Características de la fuente. El atractivo
1.7.5. Características del emisor. El poder
1.7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
1.7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria

1.8. El mensaje
1.8.1. Introducción
1.8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
1.8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
1.8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo

1.9. El receptor
1.9.1. Introducción
1.9.2. El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración
1.9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
1.9.4. Necesidad de estima y comunicación

1.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación
1.10.1. Introducción
1.10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
1.10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
1.10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
1.10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales
1.10.5.1. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

Módulo 2. Narrativa audiovisual

2.1. La narrativa audiovisual
2.1.1. Introducción
2.1.2. Conceptos fundamentales de la narrativa audiovisual
2.1.3. Una aproximación metodológica
2.1.4. Particularidades del discurso audiovisual
2.1.5. El lenguaje audiovisual
2.1.6. La imagen
2.1.7. El sonido

2.2. El discurso y las estancias enunciadoras
2.2.1. Introducción
2.2.2. Las funciones del relato
2.2.3. La construcción del texto narrativo
2.2.4. Las instancias enunciadoras
2.2.5. Tipologías de narradores
2.2.6. La focalización
2.2.7. El narratario

2.3. La historia y los ejes de la narración
2.3.1. Introducción
2.3.2. La historia
2.3.3. La acción narrativa
2.3.4. El tiempo
2.3.5. El espacio
2.3.6. El sonido

2.4. La construcción del discurso audiovisual: el guion
2.4.1. Introducción
2.4.2. El guion
2.4.3. La idea
2.4.4. Los géneros
2.4.4.1. El cine fantástico y de terror
2.4.4.2. El cine bélico
2.4.4.3. La comedia
2.4.4.4. El musical
2.4.4.5. El documental
2.4.5. Los personajes y el diálogo
2.4.6. El guion literario vs. El guion técnico

2.5. Teoría y análisis del montaje fílmico
2.5.1. Introducción
2.5.2. Definición del montaje
2.5.3. Las unidades básicas de la narrativa fílmica
2.5.4. Primeras aproximaciones teóricas
2.5.5. Tipos de montaje
2.5.6. El montaje invisible: el *raccord*. Glosario sobre el montaje

2.6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la posmodernidad
2.6.1. Introducción
2.6.2. Los orígenes del cine
2.6.3. El cine de los orígenes: la articulación espacio-temporal
2.6.4. Las vanguardias y el cine
2.6.5. El cine de Hollywood
2.6.6. El cine de arte y el ensayo
2.6.7. El cine contemporáneo

2.7. El cine informático: de los noticiarios al documental
2.7.1. Introducción
2.7.2. El cine informativo
2.7.3. Los noticiarios cinematográficos
2.7.4. El documental
2.7.5. El cine informativo de ficción
2.7.6. El valor de los informativos como fuente histórica

2.8. El discurso televisivo: información y entretenimiento
2.8.1. Introducción
2.8.2. El discurso televisivo
2.8.3. Narratología de la información audiovisual
2.8.4. Los géneros de la información audiovisual
2.8.5. El *infotainment*
2.8.6. Los programas de entretenimiento
2.8.7. El relato televisivo de ficción

2.9. El discurso publicitario audiovisual: *spot*, tráiler y videoclip
2.9.1. Introducción
2.9.2. Narrativa publicitaria en los medios audiovisuales
2.9.2.1. Spot
2.9.2.2. Tráiler
2.9.2.3. Videoclip

2.10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital
2.10.1. Introducción
2.10.2. El paradigma digital
2.10.3. Los nuevos medios del siglo XXI
2.10.4. Nuevas prácticas mediáticas
2.10.5. La condición *postmedia*

Módulo 3. Publicidad audiovisual

3.1. Introducción a la publicidad audiovisual
3.1.1. ¿Qué es la publicidad audiovisual?
3.1.2. Origen
3.1.3. Medios de publicidad audiovisual

3.2. El spot publicitario
3.2.1. ¿Qué es un spot?
3.2.2. Estructura narrativa de un spot publicitario
3.2.3. Historia del spot publicitario

3.3. Equipo técnico de una producción audiovisual I
3.3.1. Los equipos de producción y dirección
3.3.2. Funciones de los equipos de producción y dirección
3.3.3. Organigrama

3.4. Equipo técnico de una producción audiovisual II
3.4.1. Los equipos de técnicos y artísticos.
3.4.2. Funciones de los equipos de técnicos y artísticos
3.4.3. Organigrama

3.5. Preproducción I: de la idea al guion de rodaje
3.5.1. Proceso creativo en base al *briefing*
3.5.2. Guion literario: ejemplo
3.5.3. Guion técnico: ejemplo

3.6. Storyboard
3.6.1. *Storyboard* interno
3.6.2. *Storyboard* de presentación
3.6.3. *Storyboard* de rodaje

3.7. El guion técnico: los estilos de la realización
3.7.1. Lenguaje cinematográfico
3.7.2. Puesta en escena
3.7.3. Planificación técnica

3.8. Preproducción II: el plan de rodaje y el presupuesto
3.8.1. Diseño de iluminación
3.8.2. Diseño de sonido
3.8.3. Protocolo de rodaje
3.8.4. Presupuesto

3.9. La producción de un spot publicitario
3.9.1. ¿Quién interviene en la realización de un spot?
3.9.2. Orden de rodaje
3.9.3. El rodaje

3.10. Post producción de un spot publicitario
3.10.1. El montaje
3.10.2. Tipos de montaje
3.10.3. La post producción de imagen y sonido

Planifica de un modo estratégico las campañas de publicidad y conoce el proceso creativo publicitario para generar excelentes resultados”



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.

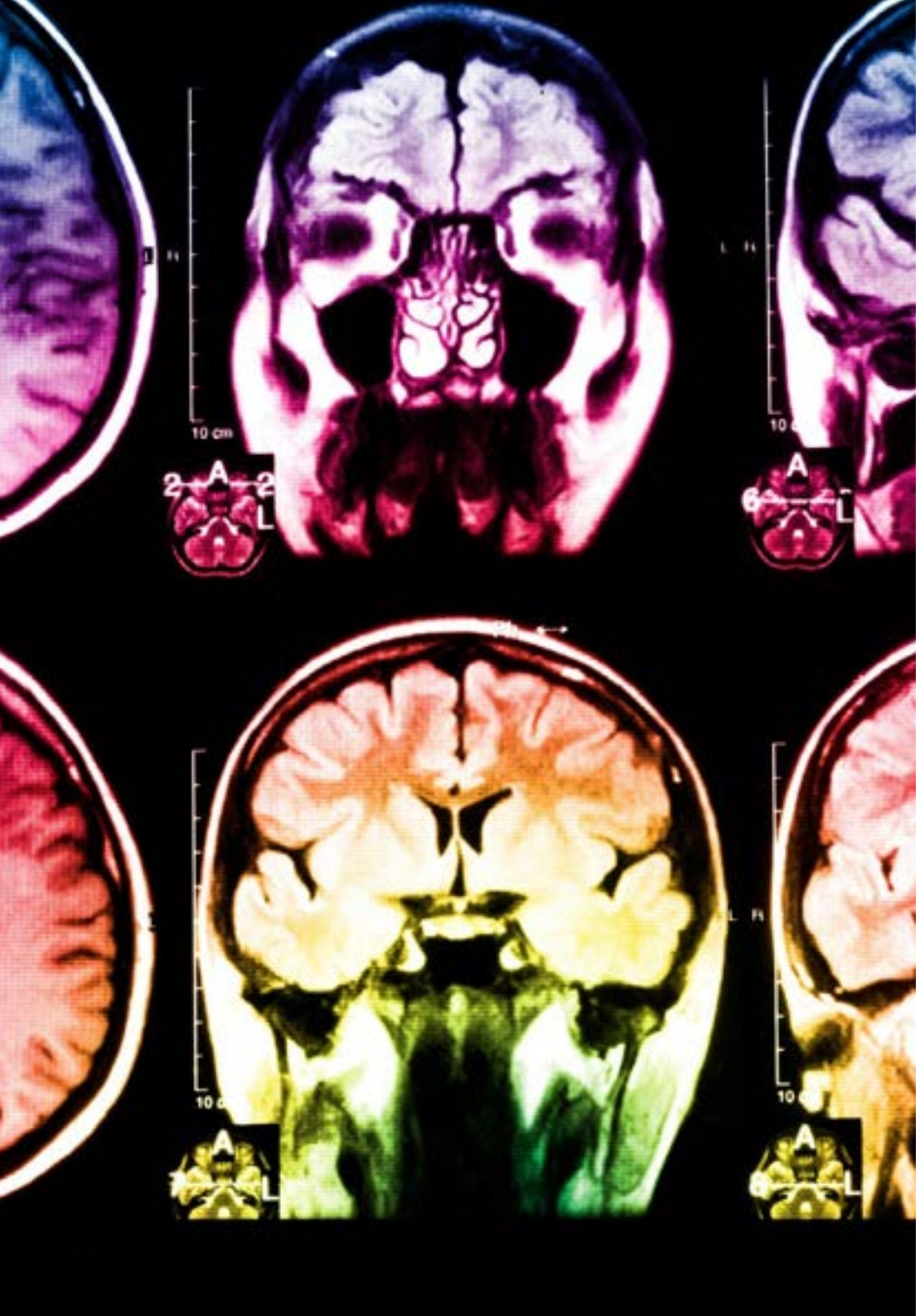
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

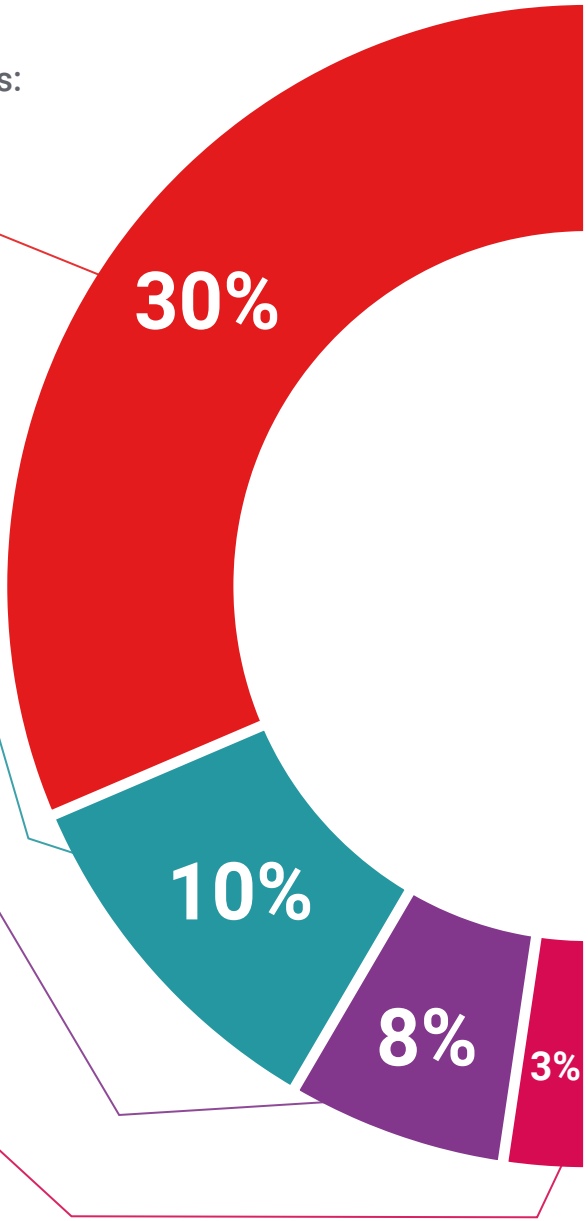
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

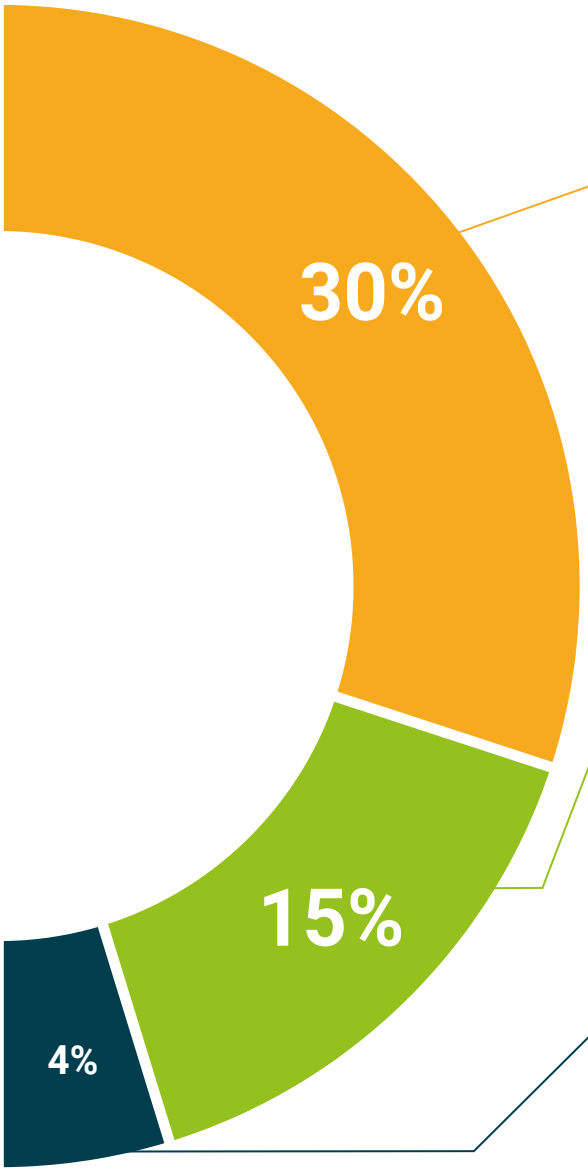
Prácticas de habilidades directivas

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

El Experto Universitario en Publicidad Audiovisual está dirigido a graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente una titulación relacionada con el diseño, publicidad, creatividad o cualquier otra rama afín a las comunicaciones y la identidad corporativa. También podrán realizar el programa los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier otro sector, cuenten con una experiencia laboral de dos años en un área relacionada.





Conviértete en un profesional de éxito y accede a la élite de la publicidad audiovisual"

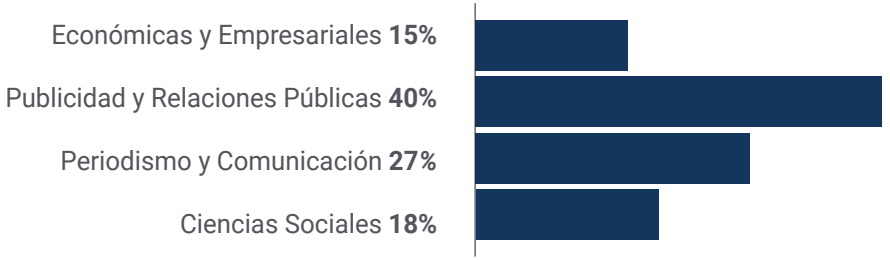
Edad media

Entre **35** y **45** años

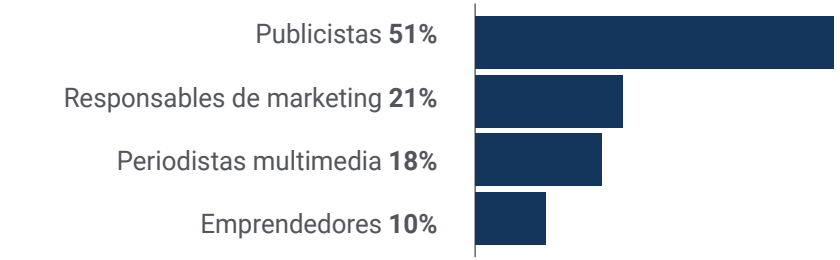
Años de experiencia



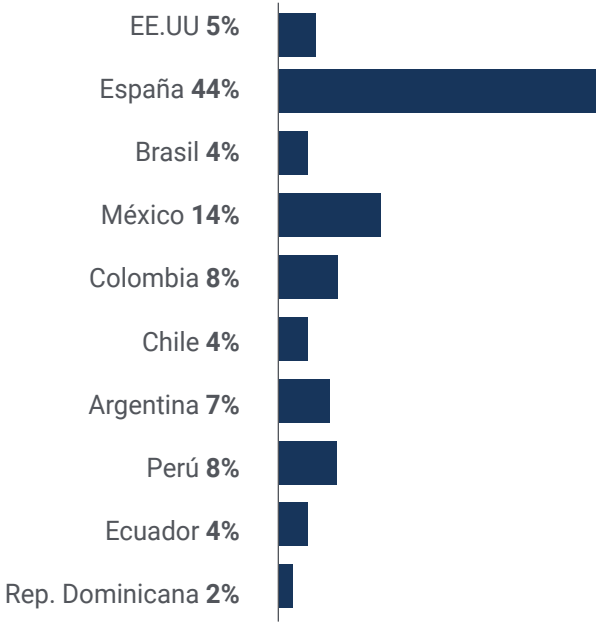
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Ángel Santiago Robles

Publicista

"Gracias a este programa, he podido mejorar mis competencias en diferentes ramas de la publicidad audiovisual, lo que me ha permitido dar un impulso a mi carrera y, ahora, formo parte de una de las mejores agencias de publicidad de mi país. Sin duda, ha sido todo un acierto realizar esta titulación"

08

Impacto para tu carrera

Este programa brinda todas las herramientas necesarias y una metodología innovadora para motivar a los estudiantes en cada lección y que sean capaces de aprender todo lo relacionado con la publicidad audiovisual. Esto garantizará una inserción laboral satisfactoria en un sector que demanda calidad y excelencia. Sin duda, al finalizar la titulación, el alumno estará capacitado para dar un impulso a su carrera hacia el éxito, logrando esos puestos directivos que desee.





Al finalizar este programa, estarás capacitado para liderar equipos de publicidad que pongan el foco en los mensajes audiovisuales”

Logra el cambio positivo que necesitas para impulsar tu carrera y profesión con el Experto Universitario en Publicidad Audiovisual.

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

El Experto Universitario en Publicidad Audiovisual de TECH es un programa intensivo que prepara a los futuros egresados para afrontar retos y decisiones empresariales en el campo de la publicidad y las relaciones públicas. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

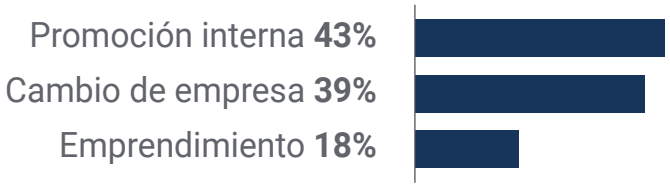
Un programa de gran calidad docente diseñado para favorecer la competitividad de los alumnos.

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

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,42%**



09

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Publicidad Audiovisual es un programa de gran calidad destinado a los profesionales que deseen dar un impulso a sus carreras para acceder a puestos de primer nivel. Pero, además, es una oportunidad única para las propias agencias de publicidad, puesto que, al tener empleados mejor capacitados, ofrecerán un mejor servicio a sus clientes, lo que, sin duda, redundará en mayores beneficios para las empresas.





Aplica la metodología científica propia de las teorías de la comunicación y comprende los procesos psicológicos que intervienen en la emisión de un mensaje"

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 Audiovisual 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 este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Publicidad Audiovisual** 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 Audiovisual**

N.º Horas Oficiales: **450 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 Audiovisual

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 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 Audiovisual

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario
Publicidad Audiovisual



tech universidad tecnológica