

Experto Universitario Branded Content





Experto Universitario

Branded Content

Modalidad: Online

Duración: 6 meses

Titulación: TECH Universidad Tecnológica

Horas lectivas: 450 h.

Acceso web: www.techitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-branded-content

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

01

Presentación

Las marcas han tenido que avanzar en su manera de darse a conocer y han aparcado la publicidad tradicional para apostar por contenidos multimedia, en los que el espectador tiene mucho que aportar. Por ello, cada vez son más las que utilizan herramientas de Marketing como el Branded Content para crear una imagen positiva, que contacte con el público y que genere beneficios a corto y largo plazo. Con este programa, los profesionales del sector tendrán la oportunidad de acceder a un contenido exclusivo y de absoluta novedad que les aportará la capacitación necesaria para convertirse en verdaderos especialistas en la materia, pudiendo acceder a los equipos de publicidad más reconocidos.





“

*Las empresas buscan profesionales como tú,
capaces de adaptarse a los nuevos tiempos y
crear contenidos relevantes para el público”*

Los consumidores del siglo XXI tienen muy claro lo que quieren y lo que no en cuanto a publicidad. Atrás han quedado esas promociones invasivas que no hacían sino causar un rechazo en la audiencia. Los usuarios quieren disfrutar de la publicidad, pero desde otro punto de vista. No solo como meros espectadores, sino como clientes reales que necesitan que sus opiniones sean escuchadas y atendidas. Por ello, los publicistas y creadores de contenidos apuestan por contar historias que vayan más allá de mostrar un producto. Ahora es necesario crear una imagen de marca, mostrar los valores de la compañía, crear emociones, etc. En definitiva, contactar con el público y fidelizarlo.

En este proceso, muchas agencias de comunicación y publicidad apuestan por la aplicación de técnicas de Marketing para desarrollar sus mensajes, de tal manera que se puedan ofrecer al espectador comunicaciones más personalizadas y adaptadas a sus necesidades. Con este Experto Universitario en Branded Content de TECH Universidad Tecnológica, el alumno tendrá acceso a un contenido especializado sobre la materia, elaborado por un cuadro docente con amplia experiencia en el sector, y que le permitirá desarrollar las habilidades que demandan las principales empresas de la actualidad.

Un temario que abarca desde los principios de la comunicación hasta la creación y gestión de comunidades virtual, pero que, como no podía ser de otra manera, pone el foco en las principales estrategias de Branded Content. Además de por su calidad, este programa destaca por ofertarse en un formato 100% online, por lo que el alumno tendrá la posibilidad de gestionar él mismo su tiempo de estudio, teniendo libre acceso a todos los contenidos y recursos académicos durante los 6 meses que dura la titulación.

Este **Experto Universitario en Branded Content** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información teórica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Las novedades sobre el Branded Content
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Branded Content
- ♦ El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Conviértete en un creador de contenidos exitoso y destaca en un mercado laboral altamente competitivo

“

Con un público cada vez mejor informado es preciso crear historias publicitarias atractivas que lo atrapen y generen experiencias inolvidables”

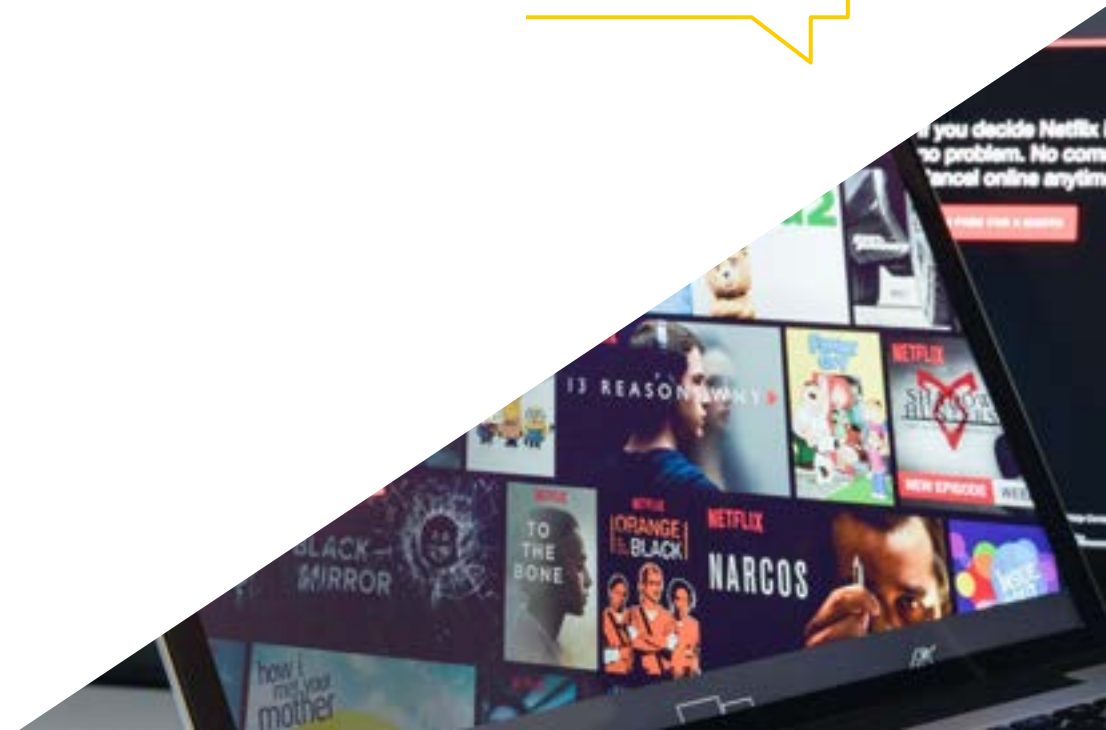
Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Comunicación, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Un programa 100% online con el que desarrollarás las habilidades para convertirte en un creador de contenidos de éxito.

Las principales marcas querrán que formes parte de sus plantillas para que contactes con su audiencia y le generes sensaciones positivas.



02 Objetivos

El principal objetivo de este Experto Universitario en Branded Content de TECH Universidad Tecnológica es ofrecer a los profesionales del periodismo y la comunicación las herramientas necesarias para que sean capaces de crear esos contenidos multimedia que generen impacto en el público, incitándolo hacia el consumo de un determinado producto o servicio. De esta manera, al finalizar la titulación, el estudiante habrá adquirido la capacitación necesaria para acceder a puestos creativos o directivos en las principales agencias de publicidad del momento.





“

Muestra los valores de tu marca a través de contenidos multimedia más personalizados”



Objetivos generales

- ♦ Manejar y conocer conceptualmente el ámbito del *Transmedia Storytelling* y entender su relevancia en distintos ámbitos profesionales (publicidad, Marketing, periodismo, entretenimiento)
- ♦ Adquirir los fundamentos de la creación transmedia, desde la narrativa hasta la producción, la dinamización en comunidades sociales y la monetización económica



Aplica las principales herramientas de Branded Content y contacta con tu audiencia de manera eficaz”





Objetivos específicos

Módulo 1. El nuevo paradigma de comunicación

- ♦ Situar el conjunto del temario en un panorama sociológico y mediático cambiante, donde la tecnología y la fragmentación de la oferta audiovisual abren enormes oportunidades de negocio y de desarrollo profesional

Módulo 2. Creación y gestión de comunidades digitales

- ♦ Profundizar en la metodología para creación y dinamización de una comunidad digital transmedia, incluyendo la estimulación de contenidos generados por el propio usuario

Módulo 3. Branded Content: las marcas como *publishers*

- ♦ Profundizar en el contenido de marca dentro del *mix* de comunicación, en un contexto de sobresaturación publicitaria
- ♦ Realizar un profundo análisis de las diferencias entre publicidad y Branded Content y el ámbito de este último (creación, formatos, medición)

03

Dirección del curso

Los docentes de este Curso Universitario de TECH Universidad Tecnológica son profesionales con amplia experiencia en Branded Content y el mercado de la comunicación multimedia en general. Profesores que están al día sobre las nuevas tendencias de la narrativa transmedia y que entienden la importancia de la actualización de los conocimientos para acceder a un mercado absolutamente competitivo. Por ello, han decidido unificar criterios para ofrecer el mejor programa del panorama académico actual en este campo.



“

*Los máximos especialistas en Branded Content
te enseñarán las claves para especializarte en
este campo”*

Dirección



Dr. Regueira, Javier

- ♦ VP y cofundador de la Asociación Española de Branded Content
- ♦ Director General de la Agencia Especializada en Branded Content ZOND (perteneciente a MIO Group)
- ♦ Profesor en Universidad Pontificia Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- ♦ Exejecutivo de Marketing en BDF Nivea e Imperial Tobacco
- ♦ Autor, blogger y TEDx Speaker
- ♦ Doctor en Branded Content
- ♦ Graduado en CC.EE. Europeas ICADE E4
- ♦ Máster en Marketing



Profesores

Dr. Suárez, Adrián

- ♦ Profesor de Proyectos Multimedia, Imagen Corporativa y Usabilidad en UNIR
- ♦ Profesor EBF Business School, Cesuga y IEBS
- ♦ Amplia experiencia como content manager en el sector de videojuegos y en redacción de contenidos web
- ♦ Doctor en Comunicación Digital, Narrativa y Videojuegos
- ♦ Grado Arquitectura
- ♦ Máster en Dirección Marketing y Comunicación

Dña. Ugidos, Susana

- ♦ Amplia experiencia profesional en estrategia de contenidos
- ♦ Licenciada en Gestión Comercial y Marketing
- ♦ Posgrados en Desarrollo Directivo, Branded Content y Transmedia, y Marketing Digital y Design Thinking

Dra. Montoya Rubio, Alba

- ♦ Experta en Redes y Comunicación, A'Punt (Corporación Valenciana de Medios de Comunicación)
- ♦ Profesora Colaboradora UOC
- ♦ Doctorado en Música y Cine, Universidad de Barcelona
- ♦ Licenciatura de Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona
- ♦ Máster en Música como Arte Interdisciplinario, Universidad de Barcelona

Estructura y contenido

La comunicación comercial requiere de una serie de requisitos para ser realmente efectiva. Un lenguaje persuasivo, una imagen impactante o enfocarse en la marca son solo algunas de las cuestiones que deben tenerse en cuenta a la hora de crear una campaña publicitaria. Pero, además, este preciso aplicar las técnicas de Branded Content que favorezcan la difusión y la aceptación del público. Este temario está orientado a favorecer el aprendizaje de los periodistas y comunicadores en este campo, a través de un completísimo temario que se distribuye en 3 módulos.





“

Diseña historias que creen valor para tu marca gracias a los conocimientos específicos que te proporciona este programa”

Módulo 1. El nuevo paradigma de comunicación

- 1.1. La transformación de los medios y la fragmentación de audiencias
 - 1.1.1. El nuevo rol de los medios
 - 1.1.2. El ciudadano ante la revolución digital
 - 1.1.3. Consumo e infoxicación
- 1.2. La convergencia de medios
 - 1.2.1. Convergencia tecnológica
 - 1.2.2. Convergencia sociocultural
 - 1.2.3. Convergencia corporativa
- 1.3. Internet 2.0: del monólogo al diálogo
 - 1.3.1. El proceso de fragmentación
 - 1.3.2. El efecto de la tecnología
 - 1.3.3. El cuestionamiento de los medios tradicionales
- 1.4. *Long Tail*
 - 1.4.1. Modelos de negocio *Long Tail*
 - 1.4.2. Elementos de un modelo *Long Tail*
- 1.5. El nuevo prosumer
 - 1.5.1. La tercera ola
 - 1.5.2. Espectadores vs. *E-fluencers*
- 1.6. Internet 2.0
 - 1.6.1. Datos de penetración y uso
 - 1.6.2. Del monólogo al diálogo
 - 1.6.3. El internet de las cosas
- 1.7. La cultura participativa
 - 1.7.1. Características
 - 1.7.2. Internet y opinión pública
 - 1.7.3. La cocreación
- 1.8. La atención efímera
 - 1.8.1. Multimedialidad
 - 1.8.2. *Multitasking*
 - 1.8.3. El colapso de la atención





1.9. *Hardware*: de la *black box* al hogar hiperconectado

- 1.9.1. La caja negra
- 1.9.2. Nuevos dispositivos
- 1.9.3. Derribando la brecha digital

1.10. Hacia una nueva televisión

- 1.10.1. Premisas de la nueva TV
- 1.10.2. Autoprogramación
- 1.10.3. La televisión social

Módulo 2. Creación y gestión de comunidades digitales

2.1. Una comunidad virtual y dónde podemos crearlas

- 2.1.1. Tipos de usuario
- 2.1.2. Espacios donde crear comunidades virtuales
- 2.1.3. Particularidades de dichos espacios

2.2. Gestión de comunidades en Facebook e Instagram

- 2.2.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.2.2. Posibilidades y límites

2.3. Gestión de comunidades en Twitter

- 2.3.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.3.2. Posibilidades y límites

2.4. Gestión de comunidades en YouTube

- 2.4.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.4.2. Posibilidades y límites

2.5. Gestión de comunidades en Twitch

- 2.5.1. Herramientas de creación y gestión de comunidades
- 2.5.2. Posibilidades y límites

2.6. Gestión de futuras comunidades en espacios emergentes. Sus claves

- 2.6.1. Claves a tener en cuenta del análisis de las redes comentadas
- 2.6.2. ¿Qué pasos seguir cuando nazcan nuevas redes sociales?
- 2.6.3. Discursos y diálogos

- 2.7. ¿Cómo provocar la generación de contenidos por usuarios?
 - 2.7.1. El Prosumer tras el COVID
 - 2.7.2. Concursos, sorteos y campañas
 - 2.7.3. Conexión con redes sociales y transmedia
- 2.8. Planificación y medición de contenidos I
 - 2.8.1. Tipos de contenidos y redacción
 - 2.8.2. Estructuración de contenidos
- 2.9. Planificación y medición de contenidos II
 - 2.9.1. Medición de las acciones en redes sociales
 - 2.9.2. Impacto en Google
 - 2.9.3. Toma de decisiones
- 2.10. Elaboración de contenidos en blogs y su movimiento por redes
 - 2.10.1. La importancia del blog hoy
 - 2.10.2. Técnicas de movimiento de contenido por redes
 - 2.10.3. Resolución de crisis

Módulo 3. Branded Content: las marcas como Publishers

- 3.1. El modelo publicitario tradicional: *Push*
 - 3.1.1. Aspectos claves de las estrategias de comunicación *Push*
 - 3.1.2. Orígenes y evolución
 - 3.1.3. El futuro de las estrategias *Push*
- 3.2. El nuevo modelo *Pull*
 - 3.2.1. Aspectos claves de las estrategias de comunicación *Pull*
 - 3.2.2. Orígenes y contexto actual
 - 3.2.3. Claves de éxito
- 3.3. Branded Content
 - 3.3.1. ¿Branded content, Marketing de contenidos y *Native Advertising*?
 - 3.3.2. ¿Cómo identificar un Branded Content?





- 3.4. Las marcas como *publishers*: implicaciones
 - 3.4.1. La nueva cadena de valor
 - 3.4.2. Implicaciones
 - 3.4.3. Modelos
- 3.5. El Branded Content y su rol en el mix de comunicación
 - 3.5.1. Contexto actual
 - 3.5.2. Branded content y propósito de marca
 - 3.5.3. Casos inspiradores
- 3.6. La convivencia de contenidos y publicidad
 - 3.6.1. Diferencias
 - 3.6.2. Aportación al *Brand Equity*
 - 3.6.3. Ejemplos de convivencia
- 3.7. Branded content: formatos y géneros
 - 3.7.1. Géneros
 - 3.7.2. Otros enfoques, otros géneros
 - 3.7.3. Formatos
- 3.8. Metodología de creación de Branded Content
 - 3.8.1. Estrategia
 - 3.8.2. Ideación
 - 3.8.3. Producción
- 3.9. La importancia de la promoción en contenidos de marca
 - 3.9.1. Metodología
 - 3.9.2. Fases
 - 3.9.3. Formatos
- 3.10. Medición de la eficacia del Branded Content
 - 3.10.1. ¿Cómo medir un proyecto de BC?
 - 3.10.2. Medición cualitativa y cuantitativa
 - 3.10.3. Métricas y KPI's

05

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”

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”



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 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 tomaran decisiones y emitieran 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 aún 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 se aprende 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, 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.



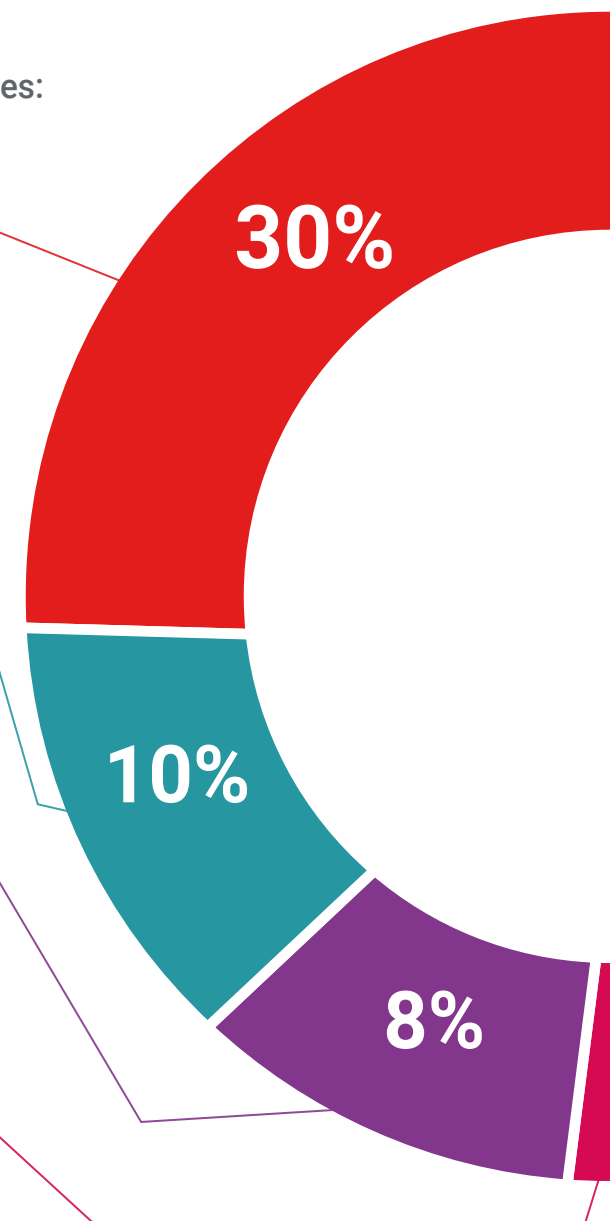
Prácticas de habilidades y competencias

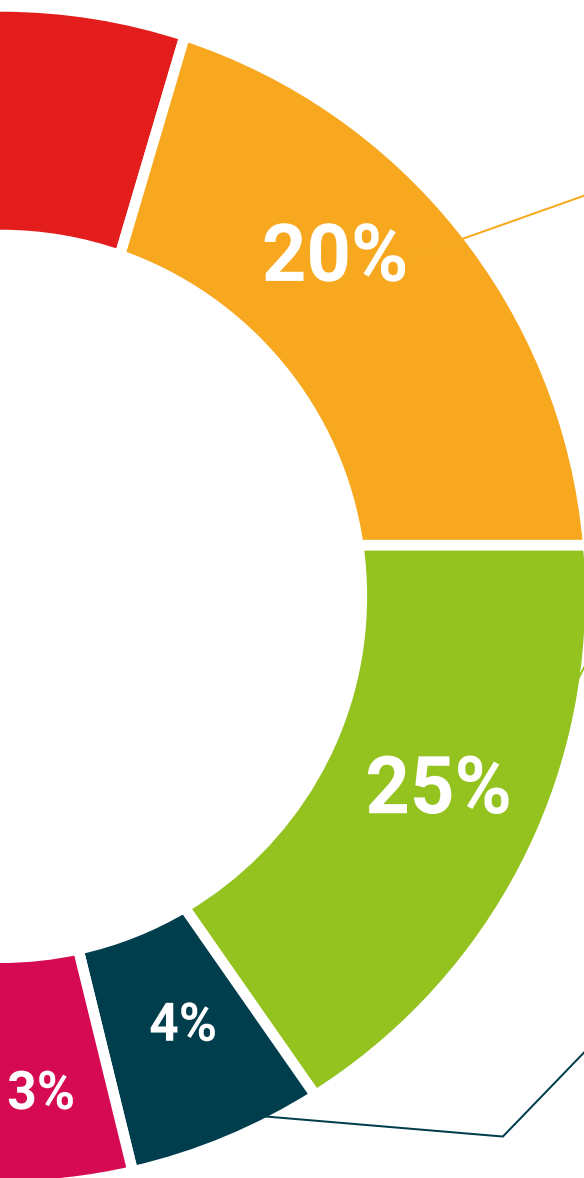
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



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.



06

Titulación

El Experto Universitario en Branded Content 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 una titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Branded Content** 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 Branded Content**

Nº Horas Oficiales: **450**



*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.

futuro
salud confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idiomas



Experto Universitario

Branded Content

Modalidad: Online

Duración: 6 meses

Titulación: TECH Universidad Tecnológica

Horas lectivas: 450 h.

Experto Universitario Branded Content

