Experto Universitario

Comunicación y Branding en Industrias Creativas



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Comunicación y Branding en Industrias Creativas

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**
Acceso web: www.techtitute.com/videojuegos/experto-universitario/experto-comunicacion-branding-industrias-creativas

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Dirección de curso
pág. 12

04
Estructura y contenido
pág. 16

05
Metodología
pág. 22

06
Titulación
pág. 30

01

Presentación

Crear un nombre llamativo es muy difícil y más aún si hablamos de videojuegos, donde son miles los títulos que salen cada año sobre todas las temáticas imaginables. El equipo de comunicación y branding de la industria del videojuego tiene un papel relevante en la creación del mismo, pues son los responsables de canalizar toda la creatividad de los diseñadores y transmitírsela al público objetivo de una forma fidedigna y atractiva, captando su atención con potentes nombres y logos. La presente titulación de TECH incide en esta importancia dotando al alumno de todas las herramientas necesarias para superar con éxito las asignaciones de comunicación y branding más importantes.





Los nombres de los videojuegos más míticos son recordados durante décadas. Tu tendrás la capacidad de generar ese impacto gracias a los conocimientos de este Experto Universitario”

En el sector creativo, concretamente en el de los videojuegos, la parte del branding y comunicación de un producto es una de las más fundamentales de todas. Los juegos con más garra y potencial tienen nombres atractivos para todos los públicos, como Fortnite o Minecraft.

La intención de la presente titulación de TECH es la dotar a sus alumnos de las metodologías y herramientas de comunicación más potentes y actuales, a fin de que puedan desarrollar todo su potencial en una industria tan creativa como lo es la de los videojuegos.

Así, de forma intensiva, se repasa durante la enseñanza el concepto de branding y sus principales estrategias, definiendo todos los pasos que hay que dar para unificar todas las ideas y conceptos del videojuego en un título potente y atractivo. La comunicación es una parte intrínseca de este proceso de conectar con el público, por lo que también se abordarán las técnicas estratégicas y planificación medida para comprender la mejor manera de generar un impacto positivo en la audiencia.

Esta completa titulación de TECH cuenta además con la ventaja de ser impartida de forma completamente online, por lo que el alumno puede descargarse la totalidad del material didáctico desde cualquier dispositivo con acceso a internet. Así, no hay horarios fijos ni clases que limiten las propias responsabilidades personales o profesionales del alumno.

Este **Experto Universitario en Comunicación y Branding en Industrias Creativas** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas de la capacitación son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en dirección y gestión de empresas creativas
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en comunicación y branding en empresas creativas
- 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

Tus campañas de presentación de videojuegos serán recordadas gracias al estudio minucioso del público que vas a aprender en este Experto Universitario”

Age of Empires, Pokémon, God of War, entre otros. Son todos nombres grabados en la memoria de jugadores de todo el mundo. ¿Serás tú el siguiente en añadir uno a esa lista?"

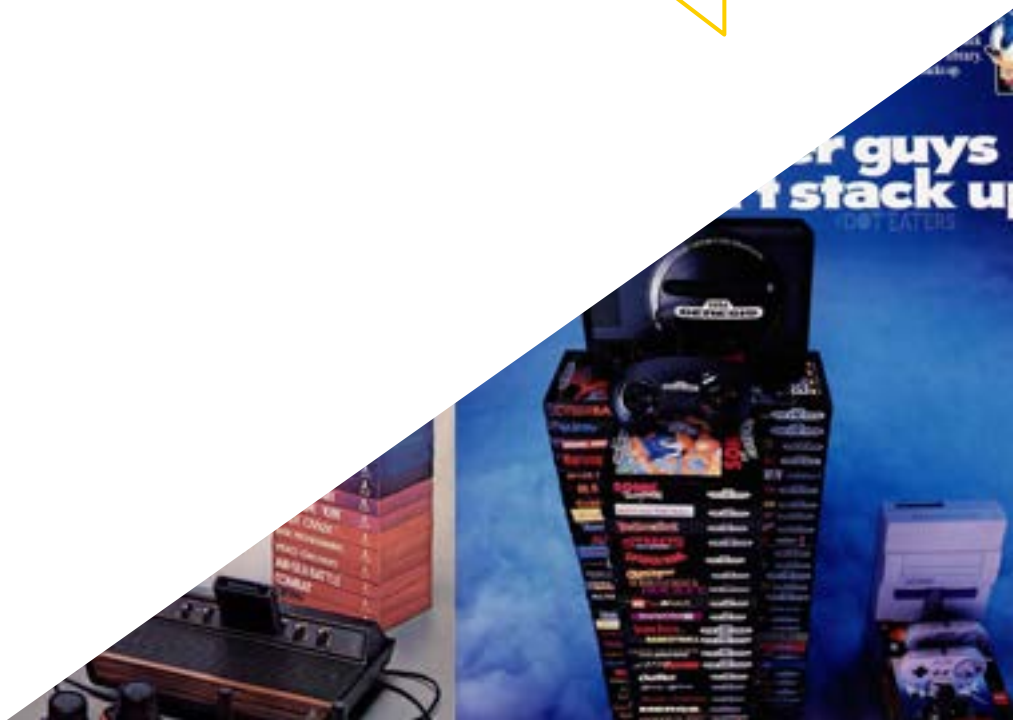
Con una correcta comunicación y una buena campaña de marketing tienes garantizado el éxito de cualquier título en el que trabajes.

TECH te da la mayor comodidad y flexibilidad posible para que adaptes el contenido didáctico a tu propio ritmo y no a la inversa.

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional 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.



02

Objetivos

Este Experto Universitario en Comunicación y Branding en Industrias Creativas tiene como objetivo proporcionar a sus estudiantes un cúmulo de herramientas y metodologías con las que abordar, de forma práctica, campañas de presentación de videojuegos, así como aceptar el reto de darle una imagen de marca completa al título en desarrollo. Para ello, se asegura de cumplir una serie de objetivos prefijados que el personal docente debe tener en cuenta a la hora de elaborar todo el material didáctico disponible.



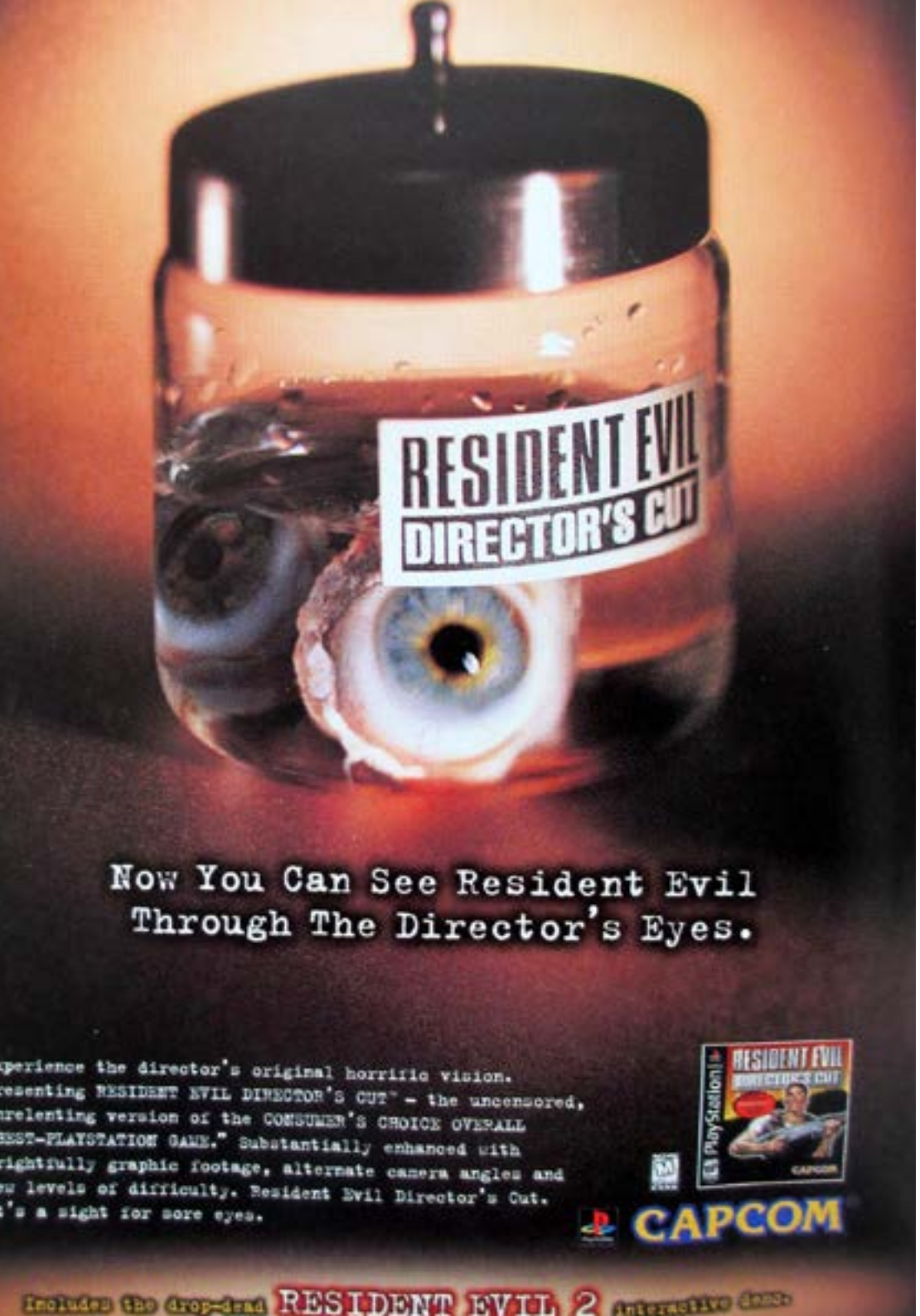


TECH se asegura de que sus enseñanzas son de la máxima calidad y rigor posible, por lo que tienes asegurado, estudiando esta titulación, convertirte en un auténtico experto en comunicación de videojuegos"

Objetivos generales

- Ofrecer conocimientos útiles para la especialización de los estudiantes, procurándoles competencias para el desarrollo y aplicación de ideas originales en su quehacer personal y profesional
- Entender cómo la creatividad y la innovación se han convertido en los motores de la economía
- Resolver problemas en entornos novedosos y en contextos interdisciplinares sobre el ámbito de la gestión de la creatividad
- Integrar los conocimientos propios adquiridos con los correspondientes a otras personas, formulando juicios y razonamientos fundados sobre la base de la información disponible en cada caso
- Saber gestionar el proceso de creación y puesta en práctica de ideas novedosas sobre un tema determinado
- Adquirir conocimientos específicos para la gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas
- Poseer herramientas para analizar las realidades económicas, sociales y culturales en las que se desarrolla y transforman las industrias creativas hoy en día
- Adquirir las competencias necesarias para desarrollar y evolucionar su perfil profesional tanto en entornos empresariales como de emprendimiento
- Obtener conocimientos para llevar a cabo una gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas
- Organizar y planificar tareas con aprovechamiento de los recursos disponibles para afrontarlas en espacios temporales precisos
- Utilizar nuevas tecnologías de información y comunicación como instrumentos de formación e intercambio de experiencias en el ámbito de estudio
- Desarrollar habilidades comunicativas, tanto escritas como orales, así como de realización de presentaciones profesionales eficaces en la práctica cotidiana
- Adquirir habilidades de investigación de mercado, visión estratégica, metodologías digitales y de cocreación

Con tu destreza y creatividad para generar buenas ideas, sólo necesitas saber cómo transformarlas en activos de valor para las campañas de comunicación dentro de la industria del videojuego”



Objetivos específicos

Módulo 1. Nuevas industrias Creativas

- Adentrarse en el conocimiento de las nuevas industrias creativas
- Conocer en profundidad el peso de las industrias creativas a nivel económico
- Profundizar en las artes visuales y escénicas
- Obtener un conocimiento profundo sobre el patrimonio histórico, natural y cultural

Módulo 2. Creative Branding: comunicación y gestión de marcas creativas

- Entender el proceso de creación y evolución de una marca
- Conocer cómo se debe realizar la identidad gráfica de la marca
- Conocer las principales técnicas y herramientas de la comunicación
- Ser capaz de realizar el *briefing* de la compañía

Módulo 3. Nuevas estrategias de Marketing digital

- Aplicar herramientas de Marketing digital, teniendo en cuenta la audiencia a la que llegarán los mensajes
- Realizar analíticas web que den información a la empresa para saber dirigir su estrategia publicitaria
- Utilizar las redes sociales como herramientas de Marketing y publicidad
- Aplicar herramientas de *inbound* Marketing

03

Dirección del curso

TECH se asegura de que sus titulaciones tengan la máxima calidad posible gracias a la pericia profesional y el gran nivel de competencias de su personal docente. Por ello, para el presente Experto Universitario en Comunicación y Branding en Industrias Creativas se ha reunido a un claustro con amplia experiencia al frente de diversas empresas del ámbito de la creatividad. Así, el alumno tiene garantizado el acceso a un material didáctico de rigor y buen sello profesional.

Los mejores profesionales de la industria creativa son los que te van a dar las claves para que llegues a alcanzar tu máximo potencial en el sector de los videojuegos”

Dirección



Dra. Velar, Marga

- Gerente de Marketing Corporativo en SGN Group (Nueva York)
- Dirección en Forefashion Lab
- Profesora en el Centro Universitario Villanueva, en ISEM Fashion Business School y en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra
- Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- Licenciada en Comunicación Audiovisual con diploma en Comunicación y Gestión de Moda por el Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense
- MBA Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School

Profesores

Dña. Arroyo Villoria, Cristina

- Socia y directora de proyectos y emprendimiento en factoría de industrias creativa
- Planificación estratégica, desarrollo de negocio y estrategia de comunicación y comercialización
- Licenciatura en Ciencias del Trabajo por la Universidad de Valladolid
- Máster en Dirección y Gestión de RR.HH. por la Escuela de Negocios de San Pablo CEU
- Máster en Tecnología Educativa por Bureau Veritas Business School



Nuestro equipo docente, experto en MBA en Dirección de Empresas Creativas, te ayudará a lograr el éxito en tu profesión"

04

Estructura y contenido

Este Experto Universitario en Comunicación y Branding en Industrias Creativas de TECH contiene 3 módulos de enseñanza completa. En ellos, se repasa primero el surgimiento de nuevas industrias creativas y la repercusión cultural de las mismas, luego el branding creativo y cómo sacarle partido a la construcción y creación de las marcas, y por último las nuevas estrategias tecnológicas de marketing digital para saber realizar buenas campañas de comunicación en el contexto moderno de esta década.





La gran calidad de esta capacitación marcará un antes y un después en tu carrera profesional”

Módulo 1. Nuevas industrias creativas

1.1. Nuevas industrias creativas
- 1.1.1. De la industria cultural a la industria creativa
- 1.1.2. Las industrias creativas actuales
- 1.1.3. Actividades y sectores que componen las industrias creativas

1.2. Peso económico de las industrias creativas en la actualidad
- 1.2.1. Contribución
- 1.2.2. Impulsores de crecimiento y de cambio
- 1.2.3. Panorama laboral en las industrias creativas

1.3. Nuevo contexto global de las industrias creativas
- 1.3.1. Radiografía de las Industrias creativas en el mundo
- 1.3.2. Fuentes de financiación de las industrias creativas en cada país
- 1.3.3. Casos prácticos: modelos de gestión y políticas públicas

1.4. El patrimonio natural y cultural
- 1.4.1. Patrimonio histórico y cultural
- 1.4.2. Productos derivados y servicios de museos, sitios arqueológicos, históricos y paisajes culturales
- 1.4.3. Patrimonio cultural intangible

1.5. Artes visuales
- 1.5.1. Artes plásticas
- 1.5.2. Fotografía
- 1.5.3. Artesanía

1.6. Artes escénicas
- 1.6.1. Teatro y danza
- 1.6.2. Música y festivales
- 1.6.3. Ferias y circo

1.7. Medios audiovisuales
- 1.7.1. Películas, TV y contenido audiovisual
- 1.7.2. Radio, podcasts y contenido auditivo
- 1.7.3. Videojuegos

1.8. Publicaciones actuales
- 1.8.1. Literatura, ensayo y poesía
- 1.8.2. Editoriales
- 1.8.3. Prensa

1.9. Servicios creativos
- 1.9.1. Diseño y moda
- 1.9.2. Arquitectura y paisajismo
- 1.9.3. Publicidad

1.10. Conexiones de la economía creativa o economía naranja
- 1.10.1. Modelo cascada – círculos concéntricos
- 1.10.2. *Spillovers* creativos, de producción y de conocimiento
- 1.10.3. Cultura al servicio de la economía creativa

Módulo 2. Creative Branding: comunicación y gestión de marcas creativas

2.1. *Brands and branding*
- 2.1.1. Las marcas
- 2.1.2. Evolución del *branding*
- 2.1.3. Posicionamiento, personalidad de marca, notoriedad

2.2. Construcción de la marca
- 2.2.1. Marketing mix
- 2.2.2. Arquitectura de marca
- 2.2.3. Identidad de marca

2.3. Expresión de la marca
- 2.3.1. Identidad gráfica
- 2.3.2. Expresión visual
- 2.3.3. Otros elementos que reflejan la marca

2.4. Comunicación
- 2.4.1. Enfoques
- 2.4.2. *Brand touchpoints*
- 2.4.3. Técnicas y herramientas de comunicación

2.5. *Brand content*
- 2.5.1. De marcas a plataformas de entretenimiento
- 2.5.2. El auge del contenido de marca
- 2.5.3. Conectar con la audiencia a través de relatos únicos

2.6. *Visual Storytelling*
- 2.6.1. El análisis de la marca
- 2.6.2. Conceptos publicitarios creativos
- 2.6.3. La venta creativa

2.7. *Customer experience*
- 2.7.1. *Customer experience* (CX)
- 2.7.2. *Customer journey*
- 2.7.3. Alineación de la marca y CX

2.8. Planificación estratégica
- 2.8.1. Objetivos
- 2.8.2. Identificación de públicos e *insights*
- 2.8.3. Diseño de la estrategia

2.9. *Performance*
- 2.9.1. El *briefing*
- 2.9.2. Tácticas
- 2.9.3. Plan de producción

2.10. Evaluación
- 2.10.1. ¿Qué evaluar?
- 2.10.2. ¿Cómo evaluar? (herramientas de medición)
- 2.10.3. Informes de resultados

Módulo 3. Nuevas estrategias de Marketing Digital

3.1. Tecnología y audiencias
- 3.1.1. La estrategia digital y diferencias entre el tipo de usuario
- 3.1.2. El público objetivo, factores excluyentes y generaciones
- 3.1.3. El *Ideal Costumer Profile* (ICP) y la *buyer* persona

3.2. Analítica digital para el diagnóstico
- 3.2.1. Analítica previa a la estrategia digital
- 3.2.2. Momento 0
- 3.2.3. KPI y métrica, tipologías, clasificación según metodologías

3.3. *E-entertainment*: el impacto del e- commerce en la industria del entretenimiento
- 3.3.1. E-commerce, tipologías y plataformas.
- 3.3.2. La importancia del diseño web: UX y UI
- 3.3.3. Optimización del espacio online: Necesidades mínimas

3.4. *Social media* e *influencer Marketing*
- 3.4.1. Impacto y evolución del Marketing en redes
- 3.4.2. La persuasión, claves del contenido y de acciones virales
- 3.4.3. Planificar campañas de *social marketing* e *influencer Marketing*

3.5. *Mobile Marketing*
- 3.5.1. Usuario *Mobile*
- 3.5.2. Web *Mobile* y *apss*
- 3.5.3. Acciones *mobile Marketing*

3.6. Publicidad en entornos online
- 3.6.1. La publicidad en RRSS y objetivos de los Social Ads
- 3.6.2. El embudo de conversión o *purchase funnel*: categorías
- 3.6.3. Plataformas de *Social Ads*

3.7. La metodología *Inbound Marketing*
- 3.7.1. *Social Selling*, pilares fundamentales y estrategia
- 3.7.2. La plataforma de CRM en una estrategia digital
- 3.7.3. El *Inbound Marketing* o Marketing de atracción: acciones y SEO

3.8. Automatización del Marketing
- 3.8.1. Email Marketing y tipología de emails
- 3.8.2. La automatización del Email Marketing, aplicaciones, plataformas y ventajas
- 3.8.3. La aparición del *Bot & Chatbot Marketing*: tipología y plataformas

3.9. Herramientas de gestión de datos
- 3.9.1. CRM en la estrategia digital, tipologías y aplicaciones, plataformas y tendencias
- 3.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics y Business Intelligence*
- 3.9.3. *Big Data*, la Inteligencia Artificial y el *Data Science*

3.10. La medición de la rentabilidad
- 3.10.1. ROI: la definición del retorno de la inversión y ROI vs. ROAS
- 3.10.2. Optimización del ROI
- 3.10.3. Métricas clave





Serás el mejor líder posible para las empresas de videojuegos que decidas dirigir”

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 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 te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo de 4 años, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

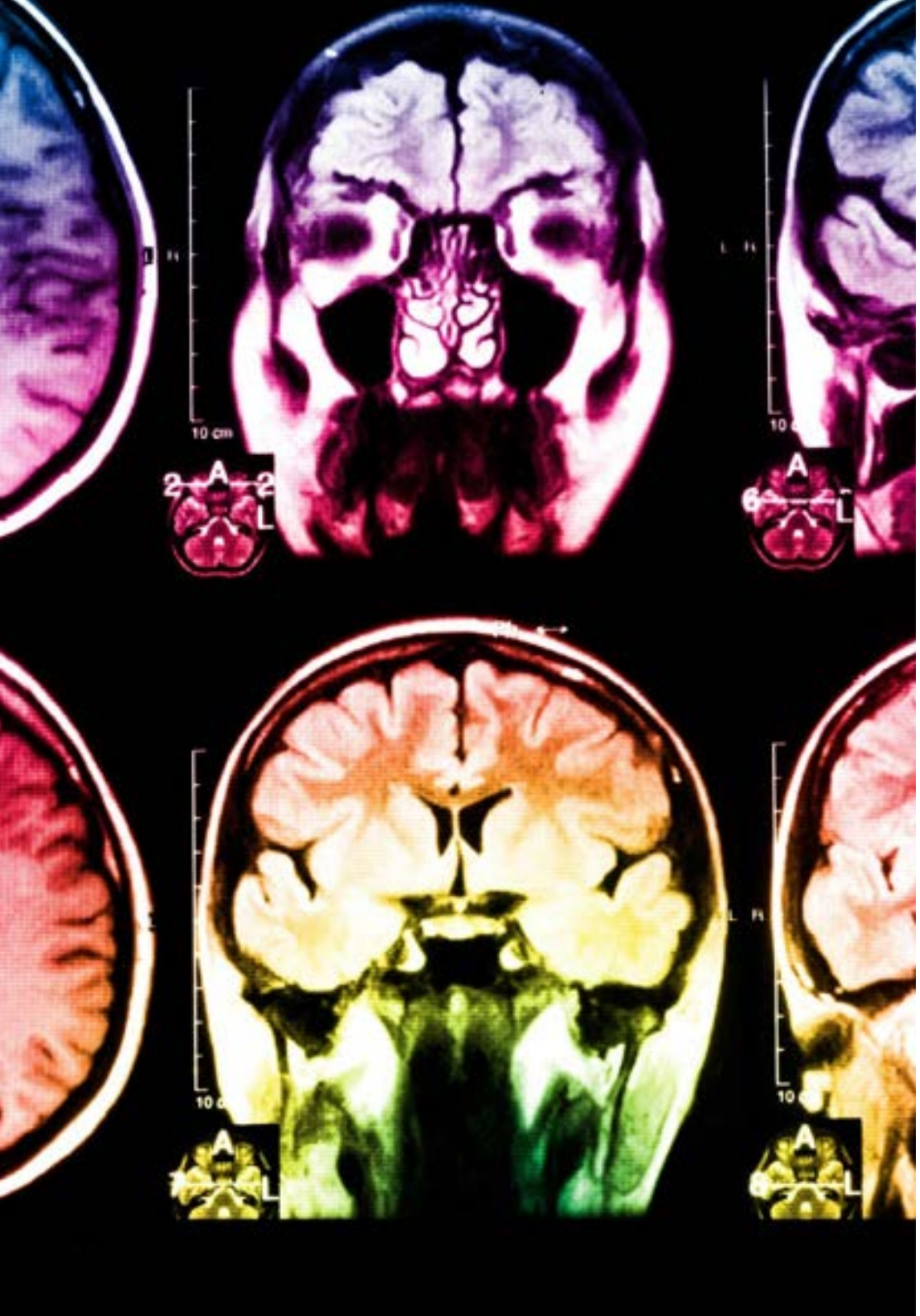
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

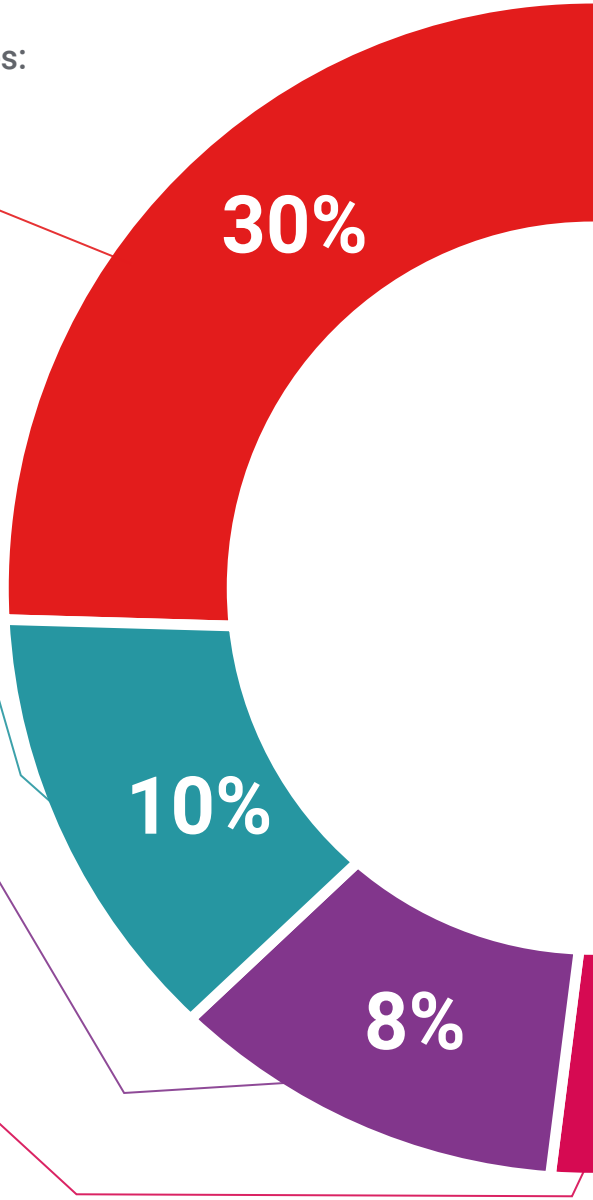
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

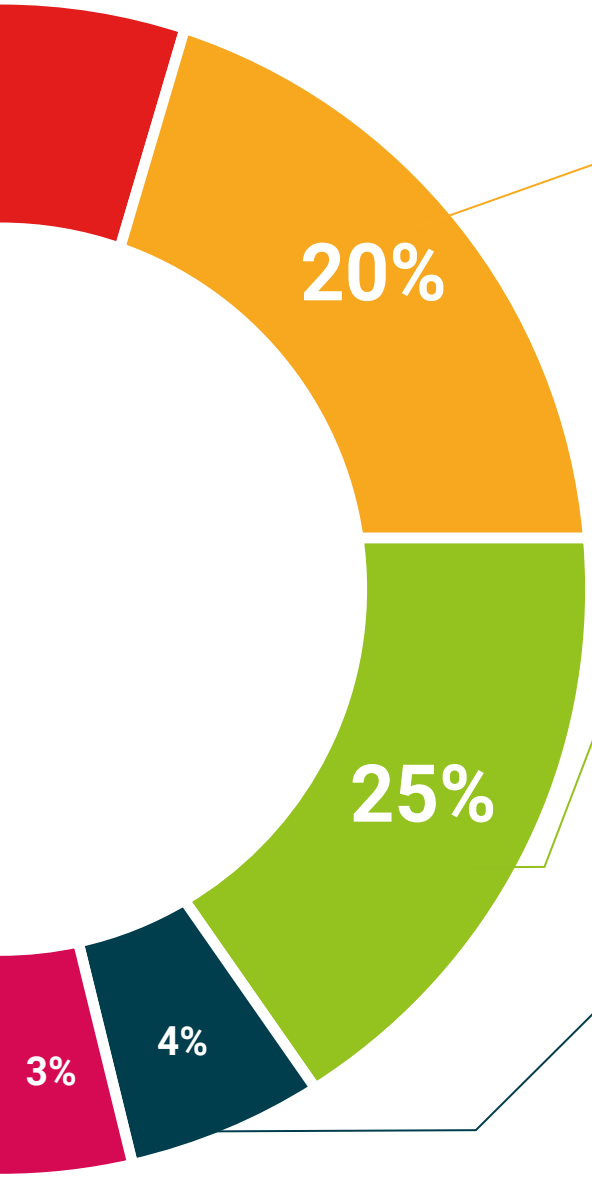
Prácticas de habilidades y competencias

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

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

06

Titulación

El Experto Universitario en Comunicación y Branding en Industrias Creativas 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 Comunicación y Branding en Industrias Creativas** 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 Comunicación y Branding en Industrias Creativas**

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

Comunicación y Branding en Industrias Creativas

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
Comunicación y Branding en Industrias Creativas

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario

Comunicación y Branding en Industrias Creativas



tech universidad tecnológica