

Máster Profesional

MBA en Dirección de Publicidad y Relaciones Públicas





Máster Profesional

MBA en Dirección de Publicidad Relaciones Públicas

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/comercio-marketing/master-profesional/master-profesional-mba-direccion-publicidad-relaciones-publicas

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

pág. 10

05

Plan de formación

pág. 14

06

Metodología

pág. 18

07

Titulación

pág. 22

01

Presentación

La publicidad y las relaciones públicas son un área álgida de toda organización, el personal encargado de su dirección debe contar con habilidades, cualidades y conocimientos especializados, que le permitan desenvolverse con eficacia y responsabilidad. Ya que dentro de sus funciones está la de construir buenas relaciones con diferentes tipos de públicos, presentar la imagen de la empresa o institución donde se desempeñe, asegurando líneas comunicacionales abiertas, claras, honestas y enfocadas al éxito. Es, por tanto, uno de los perfiles más importantes dentro del organigrama y la selección del personal ideal está enfocado en su nivel de experiencia y capacitación profesional. En consecuencia, poseer esta titulación es un plus que ampliará tus oportunidades dentro del sector. Podrás alcanzarla 100% online en 12 meses, con la comodidad de poder combinar tu agenda actual con el compromiso académico.

“

TECH te acerca a la excelencia, con un programa de alto nivel académico 100% online y con la metodología más vanguardista”





Los retos a los que se enfrentan las empresas en la actualidad, van impulsando la necesidad de contar con profesionales altamente capacitados. Especialmente en las áreas que impulsan la promoción de los servicios, la marca y productos como las de comercio y marketing. En este caso, el Máster Profesional MBA en Dirección de Publicidad y Relaciones Públicas te ofrece un contenido actualizado y con todo lo que necesitas para desenvolverte con eficacia dentro de la industria 4.0.

Para ser capaz de identificar problemas y predecir las tendencias que puedan tener un impacto en las empresas, debes ahondar en los nuevos modelos de liderazgo y métodos comunicacionales que impactan en la actual era digital. Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de promoción, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales.

Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación. Conocer las herramientas significativas y apropiadas para ello, es parte de lo que dentro del itinerario académico profundizarás, entre otros aspectos. Lo harás de modo 100% online y con el respaldo de una plataforma segura, cómoda e intuitiva que te ofrece la posibilidad de conexión desde cualquier dispositivo las 24 horas del día.

“

Una profesión repleta de oportunidades, marcada por la evolución actual y el dinamismo de los medios sociales. Capacítate para abrir tu abanico de posibilidades”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”



Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

La carrera de comunicación y publicidad va muy ligada a la de relaciones públicas, es una de las que más salidas profesionales ofrece en la actualidad de la era transmedia, donde repuntan el marketing digital y la publicidad online. A pesar, que desde siempre ha estado vinculada a la publicidad tradicional, los medios de comunicación y las relaciones públicas en general, eventos y establecer nuevos contactos en beneficio de la marca o empresa, la evolución del mercado expande las posibilidades y las salidas profesionales han crecido a la par.

“

La organización, comunicación y el liderazgo serán parte de tus valores como especialista en dirección de publicidad y relaciones públicas y gracias a esta titulación tu perfil se posicionará mucho más”



Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ◆ Técnico en Relaciones Públicas
- ◆ Técnico en Publicidad
- ◆ Organizador de eventos de marketing y comunicación
- ◆ Auxiliar de medios en empresas de publicidad
- ◆ Técnico en estudios de mercado y opinión pública
- ◆ Agente de encuestas y censos
- ◆ Auxiliar de información
- ◆ Diseñador de espacios comerciales
- ◆ Codificador de datos para investigaciones de mercados



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Al finalizar este Máster Profesional contarás con nuevas competencias para desenvolverte con eficacia dentro de cualquier organización, medio o institución que requiera la dirección de publicidad y relaciones públicas dentro de su organigrama, para así ampliar los canales de comunicación interno y externo y precisar las mejoras y beneficios que esta labor implica.

01

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

02

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

03

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

04

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





05

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

06

Reconocer 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

07

Reconocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas

08

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

09

Reconocer 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

10

Saber reflexionar con solidez teórica y rigor empírico sobre los procesos mediante los cuales el profesional de la publicidad y de las relaciones públicas ayuda a construir y expresar la opinión pública

11

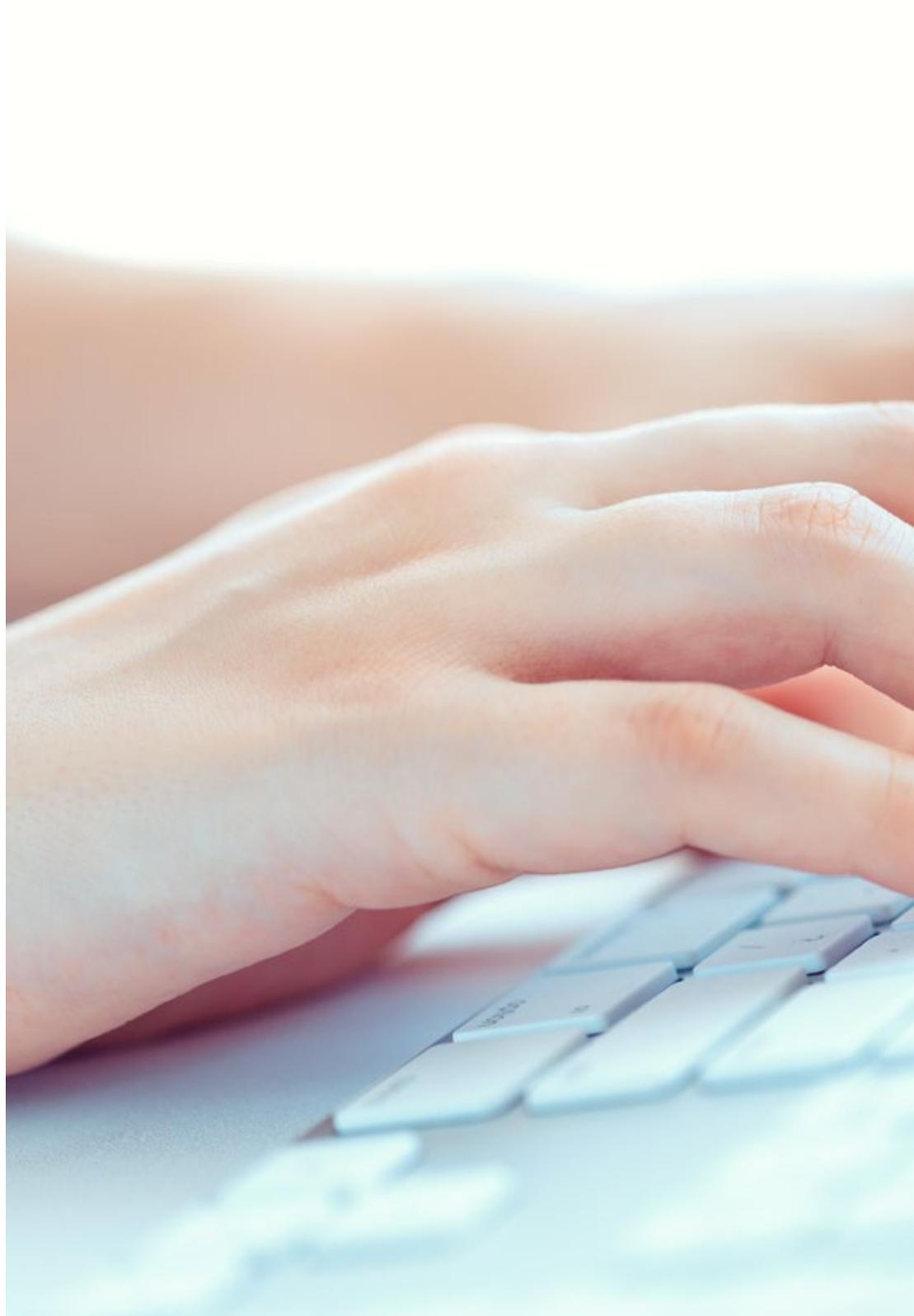
Identificar las múltiples expresiones, fenómenos y procesos de la opinión pública

12

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

13

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



14

Utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos

15

Tener la capacidad de análisis, tratamiento, interpretación, elaboración y estructuración de la comunicación digital

16

Ser capaz de aplicar las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones

17

Saber organizar eventos en el ámbito privado y en el ámbito público, siguiendo las directrices del protocolo

18

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

05

Plan de formación

Con la finalidad de que armes un potente bagaje profesional, TECH ha desarrollado una carga lectiva de la mano de un equipo de expertos en el tema de estudios, que contiene las más actualizadas evidencias y herramientas, para ejercer la dirección de publicidad y relaciones públicas en diversos contextos. Serán 10 módulos de aprendizaje en un máximo de 12 meses, impartidas completamente online, desde la plataforma más moderna y un campus virtual intuitivo y dinámico. Donde encontrarás un completísimo material teórico-práctico desplegado en diversos recursos multimedia: videos, resúmenes, lecturas, clases magistrales, foros de discusión, entre otros.

“

Aprende de modo completamente en línea y desde el lugar que tú decidas, porque TECH te ofrece todo lo que necesitas para especializarte”



Modulo 1. Teoría de la publicidad

- 1.1. Fundamentos de la publicidad
- 1.2. Historia de la publicidad
- 1.3. La publicidad y sus protagonistas I: El anunciante
- 1.4. La publicidad y sus protagonistas II: Las agencias de publicidad
- 1.5. La publicidad y sus protagonistas III: El receptor publicitario
- 1.6. El proceso de creación publicitaria I: del anunciante a los medios
- 1.7. El proceso de creación publicitaria II: creatividad y publicidad
- 1.8. El proceso de creación publicitaria III: ideación y desarrollo del manifiesto publicitario
- 1.9. Planificación de medios publicitarios
- 1.10. Publicidad, sociedad y cultura

Módulo 2. Fundamentos de las relaciones públicas

- 2.1. Marco teórico de las relaciones públicas
- 2.2. Evolución histórica
- 2.3. La comunicación externa
- 2.4. La comunicación interna
- 2.5. Relaciones públicas y opinión pública
- 2.6. Relaciones públicas internacionales
- 2.7. Relaciones públicas y crisis
- 2.8. Etapas de las crisis
- 2.9. Preparación de un plan de crisis
- 2.10. Las tecnologías de la comunicación en las crisis

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

- 3.1. La actividad anunciadora anterior a la imprenta
- 3.2. De la imprenta a la revolución industrial
- 3.3. Las revoluciones
- 3.4. Nacimiento de la publicidad
- 3.5. Consolidación de la actividad publicitaria
- 3.6. La publicidad entre dos guerras
- 3.7. El desarrollo de la técnica publicitaria
- 3.8. La publicidad electrónica
- 3.9. La publicidad actual
- 3.10. Historia de las relaciones públicas

Módulo 4. Empresa publicitaria y de las relaciones públicas

- 4.1. Estructura de las agencias de publicidad y/o relaciones públicas
- 4.2. Gestión económica de la agencia
- 4.3. Relaciones económicas en la empresa publicitaria
- 4.4. La cuenta de explotación de la agencia de publicidad
- 4.5. Vínculo entre la publicidad y las relaciones públicas
- 4.6. Sistemas de retribución
- 4.7. Relaciones con los *stakeholders* externos
- 4.8. Estrategias de crecimiento organizacional
- 4.9. Organigrama interno de una agencia de publicidad
- 4.10. Gestión de equipos

Módulo 5. Introducción a la psicología de la comunicación

- 5.1. Historia de la psicología
- 5.2. Psicología social
- 5.3. Cognición social
- 5.4. Psicología de la personalidad
- 5.5. Las emociones
- 5.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
- 5.7. El emisor
- 5.8. El mensaje
- 5.9. El receptor
- 5.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación

Módulo 6. Opinión pública

- 6.1. El concepto de Opinión Pública
- 6.2. Marco teórico de la opinión pública
- 6.3. Psicología social y opinión pública
- 6.4. Modelos de influencia mediática
- 6.5. Opinión pública y comunicación política
- 6.6. Opinión pública y elecciones
- 6.7. Gobierno y opinión pública
- 6.8. La intermediación política de la prensa
- 6.9. Esfera pública y modelos emergentes de democracia
- 6.10. Métodos y técnicas de investigación de la opinión pública

Módulo 7. Lenguaje publicitario

- 7.1. Pensar y redactar: definición
- 7.2. Redacción publicitaria y creatividad
- 7.3. El principio de coherencia y conceptualización de campaña
- 7.4. Publicidad y retórica
- 7.5. Fundamentos y características de la redacción publicitaria
- 7.6. Estrategias de la argumentación
- 7.7. Estilos y eslogan en la redacción publicitaria
- 7.8. Principios de la redacción publicitaria aplicada y el binomio *reason why+usp*
- 7.9. Redacción publicitaria en medios convencionales y no convencionales
- 7.10. Criterios para la evaluación de un texto publicitario y otros casos de redacción

Módulo 8. Fundamentos de la comunicación en el entorno digital

- 8.1. Web 2.0 o web social
- 8.2. Comunicación y reputación digital
- 8.3. Diseño y planificación de un plan de reputación en línea
- 8.4. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
- 8.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
- 8.6. Estrategia de contenidos y *storytelling*
- 8.7. Estrategias en social media
- 8.8. Administración comunitaria
- 8.9. Plan de redes sociales
- 8.10. Herramientas de monitorización en línea



Módulo 9. Identidad corporativa

- 9.1. La importancia de la imagen en las empresas
- 9.2. Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa
- 9.3. Auditoría y estrategia de imagen
- 9.4. Cultura corporativa
- 9.5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa
- 9.6. La identidad visual corporativa y el *namings*
- 9.7. Imagen y posicionamiento de marcas
- 9.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis
- 9.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa
- 9.10. La distribución y la imagen del punto de venta

Módulo 10. Creatividad en comunicación

- 10.1. Crear es pensar
- 10.2. Naturaleza del proceso creativo
- 10.3. La invención
- 10.4. Retórica y comunicación persuasiva
- 10.5. Comportamiento y personalidad creativa
- 10.6. Aptitudes y capacidades creativas
- 10.7. Las fases del proceso creativo
- 10.8. La solución de problemas
- 10.9. Los métodos del pensamiento creador
- 10.10. Creatividad y comunicación publicitaria

06

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

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

Nuestra institución 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 del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

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.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? 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 del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



07

Titulación

El Máster Profesional MBA en Dirección de Publicidad y Relaciones Públicas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

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

Título: **Máster Profesional MBA en Dirección de Publicidad y Relaciones Públicas**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



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

tech formación profesional

Máster Profesional
MBA en Dirección
de Publicidad
Relaciones Públicas

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Máster Profesional

MBA en Dirección de Publicidad y Relaciones Públicas

