

Experto Universitario

Comunicación Corporativa,
Estrategia de Marca
y Reputación





Experto Universitario Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 15 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: titulados superiores y profesionales con experiencia demostrable en áreas relacionadas con la comunicación y las relaciones institucionales o empresariales

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-comunicacion-corporativa-estrategia-marca-reputacion

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 de estudio

pág. 24

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 34

08

Dirección del curso

pág. 38

09

Impacto para tu carrera

pág. 58

10

Beneficios para tu empresa

pág. 62

11

Titulación

pág. 66

01 Bienvenida

La Comunicación Corporativa, la Estrategia de Marca y la Reputación son pilares fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de cualquier organización. A través de una comunicación clara y coherente, una estrategia de marca bien definida y una reputación positiva, las empresas pueden cultivar la confianza, fomentar la lealtad del cliente y enfrentar desafíos con mayor resiliencia. Además, estas prácticas fomentan la transparencia y la responsabilidad, generando un entorno propicio para el crecimiento y la innovación constante. Por ello, esta titulación 100% online de TECH pretende instruir a profesionales de diversos ámbitos empresariales en la comunicación corporativa y la construcción de imagen de marca, una especialidad necesaria para quien acceda a puestos de responsabilidad dentro de cualquier empresa. Para ello pone al alcance de sus egresados un exhaustivo conjunto de *Masterclasses*, impartidas por un especialista de prestigio internacional y la metodología didáctica más disruptiva.



Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación
TECH Global University



“

Con las Masterclasses de este programa de TECH, impartidas por un verdadero referente internacional de mundo de los negocios, pondrás al día tus competencias directivas con máxima precisión”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocios 100% Online del mundo. Somos una escuela de negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional, de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

*Somos una universidad a la vanguardia tecnológica
y ponemos todos nuestros recursos a tu alcance
para que logres el éxito empresarial”*

En TECH Global University



Innovación

Te ofrecemos 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 te aportará las claves para desarrollarte 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 nuestros programas el novedoso sistema de multivideo interactivo



Máxima exigencia

Nuestro criterio de admisión no es económico. No necesitas realizar una gran inversión para estudiar con nosotros. Eso sí, para titularte en TECH pondremos al límite tu inteligencia y tu capacidad para resolver problemas. Nuestro listón académico está muy alto

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países de habla hispana, de tal manera que podrás crear una gran red de contactos útil para tu futuro.

38.000

directivos capacitados cada año

23

nacionalidades distintas



Empowerment

Crece de la mano de las mejores empresas y profesionales de gran prestigio e influencia. Hemos desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de Europa y América.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Nuestro programa es una propuesta única para sacar a la luz tu talento en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrás dar a conocer tus inquietudes y tu visión de negocio.

Enseña al mundo tu talento tras realizar este programa.



Contexto Multicultural

Comparte con nosotros una experiencia única. Estudiarás en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrás conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapte a tu idea de negocio.

Nuestros alumnos provienen de más de 35 nacionalidades.



En TECH buscamos la excelencia y, para ello, contamos con una serie de características que nos hacen únicos:



Aprende con los mejores

Nuestro equipo docente 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 ofrecerte una especialización de calidad que te permita avanzar en tu carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School



Análisis

Exploramos tu lado crítico, tu capacidad de cuestionarte las cosas, tu competencia en resolución de problemas, tus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

Ponemos a tu alcance la mejor metodología de aprendizaje online. Combinamos el método Relearning (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los "case studies" de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

Somos los más grandes. TECH tiene un portfolio de más de 7.000 posgrados universitarios en español. Y en la nueva economía, volumen + tecnología = precio disruptivo. De esta manera, nos aseguramos de que estudiar no te resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar tus 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 te abre las puertas a un futuro prometedor. Aprenderás 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 te aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas destacamos las siguientes:

01

Darás un impulso definitivo a tu carrera

Te brindamos la oportunidad de tomar las riendas de tu futuro y desarrollar todo tu potencial. Con la realización de nuestro programa adquirirás las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en tu 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

Desarrollarás una visión estratégica y global de la empresa

Te ofrecemos una profunda visión de la dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la organización.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Te afianzarás en la alta gestión empresarial

Te abrimos las puertas a un panorama profesional a tu altura como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumirás nuevas responsabilidades

Te mostramos las últimas tendencias, avances y estrategias para llevar a cabo tu labor profesional en un entorno cambiante.

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

05

Tendrás acceso a una potente red de contactos

Te relacionamos con personas como tú. Con tus mismas inquietudes y ganas de crecer. Comparte socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollarás tu proyecto de empresa de forma rigurosa

Obtendrás una profunda visión estratégica que te ayudará a desarrollar tu propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

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

07

Mejorarás tus soft skills y habilidades directivas

Te ayudamos a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en tus 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

Formarás parte de una comunidad exclusiva

Te brindamos la oportunidad de formar 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 Global University.

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

04 Objetivos

El profesional encontrará en esta capacitación una oportunidad única para adquirir conocimientos clave del ámbito empresarial, pudiendo ser una cara más visible al público, dentro de la propia empresa. Esto le llevará, por tanto, a optar a puestos de mayor responsabilidad o postular a ascensos de interés demostrando sus capacidades profesionales gracias a un conjunto de competencias que le distinguirán frente a otros candidatos.



“

*Domina la comunicación empresarial
para darle un plus de profesionalidad
a tu currículum de competencias”*

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.

Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación te capacitará para:

01

Diseñar estrategias de comunicación eficientes para organizaciones que se desenvuelven en ámbitos de gran competitividad económica y diversidad cultural

04

Implementar planes, acciones y producción de piezas específicas, de comunicación en todas y cada una de las variantes en las que esta se da, a nivel externo e interno en la organización

02

Ejercer influencia en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización

05

Explicar las interrelaciones estratégicas y de retroalimentación constantes que existen entre las distintas formas de comunicación corporativa

03

Gestionar de forma adecuada la imagen, publicidad e identidad corporativa

06

Elegir los canales y medios de comunicación adecuados, en concordancia con la marca y el posicionamiento empresarial



07

Auditar la imagen y la reputación de la compañía aplicando diferentes modelos metodológicos

08

Analizar la opinión pública como fuente de información para el posicionamiento de marca

09

Realizar los ajustes estratégicos necesarios para corregir los problemas derivados de la identidad deseada, proyectada y percibida

05

Estructura y contenido

Este Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación se imparte de forma completamente online, por lo que es el alumno el que adapta el material didáctico a sus propios horarios y disponibilidad. Durante los 6 meses que dura la enseñanza, se asentarán las bases más importantes del profesional para adoptar puestos como el de responsable de comunicación e imagen corporativa.



“

Una capacitación completa de alto interés para el profesional, que le permitirá competir entre los mejores del sector”

Plan de estudios

El Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos comunicativos de todo tipo referentes al ámbito empresarial. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 450 horas de estudio, el alumno estudiará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le permitirá adquirir las habilidades necesarias para desarrollarse con éxito en su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para que los directivos entiendan mejor la importancia de la comunicación corporativa desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado especialmente para los alumnos, enfocado a su mejora profesional y que los prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la gestión de marcas y comunicación empresarial. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Se trata de un programa que se realiza en 6 meses y se distribuye en 4 módulos:

- Módulo 1** Comunicación corporativa, estrategia de marca y reputación
- Módulo 2** Planificación estratégica en comunicación corporativa
- Módulo 3** Aspectos directivos de la comunicación corporativa
- Módulo 4** Ética y responsabilidad social corporativa



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad a sus alumnos de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la capacitación, podrán acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que les permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Comunicación corporativa, estrategia de marca y reputación

1.1. Identidad corporativa y visión estratégica 1.1.1. Identidad y redefinición de valores empresariales 1.1.2. Cultura empresarial corporativa 1.1.3. Retos del departamento de comunicación 1.1.4. Imagen y proyección pública	1.2. Estrategia de marca corporativa 1.2.1. Imagen pública y <i>stakeholders</i> 1.2.2. Estrategia y gestión de <i>Branding</i> corporativo 1.2.3. Estrategia de comunicación corporativa alineada con la identidad de marca	1.3. Teoría de la reputación 1.3.1. La reputación como paradigma de la buena empresa 1.3.2. El concepto de reputación corporativa 1.3.3. La reputación interna 1.3.4. La influencia de la internacionalización en la reputación corporativa	1.4. Evaluación de la reputación 1.4.1. La auditoría de reputación corporativa 1.4.2. <i>Listed companies reputation monitor</i> 1.4.3. Índice Reputacional de Buen Gobierno 1.4.4. Análisis de la reputación sectorial
1.5. Gestión de la reputación 1.5.1. La gestión de la reputación corporativa 1.5.2. El enfoque reputacional de la marca 1.5.3. La gestión reputacional del liderazgo	1.6. Gestión de los riesgos reputacionales y la crisis 1.6.1. Escuchar y gestionar percepciones 1.6.2. Procedimientos, manual de crisis y planes de contingencia 1.6.3. Formación de portavoces en situaciones de emergencia	1.7. Sostenibilidad ética 1.7.1. Estrategia y criterios sostenibles 1.7.2. Campañas de comunicación con criterios de sostenibilidad 1.7.3. Posicionamiento e imagen de marca sostenible	1.8. Métricas y analíticas de marca y reputación 1.8.1. Introducción a las métricas de la marca corporativa 1.8.2. Índices de medición interna y externa 1.8.3. Herramientas de gestión de la marca 1.8.4. <i>Rankings</i> y valoración de marcas

Módulo 2. Planificación estratégica en comunicación corporativa

2.1. Strategic planner 2.1.1. Planificador estratégico: orígenes y funciones 2.1.2. El <i>strategic planner</i> en empresas de publicidad, asesorías estratégicas y empresas de comunicación 2.1.3. Gestión de los <i>stakeholders</i>	2.2. Modelos y escuelas para la planificación 2.2.1. Modelos para la gestión de intangibles 2.2.2. Intangibles y plan estratégico 2.2.3. Evaluación de intangibles 2.2.4. Reputación e intangibles	2.3. Investigación cualitativa en planificación estratégica 2.3.1. Detección de <i>insights</i> 2.3.2. <i>Focus group</i> para la planificación estratégica 2.3.3. Planificación de entrevistas estratégicas	2.4. Investigación cuantitativa en planificación estratégica 2.4.1. Analizar datos y extraer conclusiones 2.4.2. Uso de técnicas psicométricas 2.4.3. Retos de la investigación aplicada a la comunicación empresarial
2.5. Formulación de la estrategia creativa 2.5.1. Explorar alternativas estratégicas 2.5.2. <i>Contrabriefing</i> o <i>briefing</i> creativo 2.5.3. <i>Branding</i> y <i>Positioning</i>	2.6. Utilidad estratégica de los diferentes medios 2.6.1. Campañas 360° 2.6.2. Lanzamiento de nuevos productos 2.6.3. Tendencias sociales 2.6.4. Evaluación de la efectividad	2.7. Tendencias en la comunicación empresarial 2.7.1. Generación y distribución de contenidos corporativos 2.7.2. Comunicación empresarial en la web 2.0 2.7.3. Implementación de métricas en el proceso de comunicación	2.8. Patrocinio y mecenazgo 2.8.1. Estrategias de actuación en patrocinio, mecenazgo y publicidad social 2.8.2. Oportunidades de comunicación y retornos tangibles e intangibles 2.8.3. Acciones de hospitalidad y colaboración

Módulo 3. Aspectos directivos de la comunicación corporativa

3.1. La comunicación en las organizaciones 3.1.1. Las organizaciones, las personas y la sociedad 3.1.2. Evolución histórica del comportamiento organizativo 3.1.3. Comunicación bidireccional 3.1.4. Barreras de la comunicación	3.2. Estructura, gestión y retos de la dirección de comunicación 3.2.1. Estructura departamental de las direcciones de comunicación 3.2.2. Tendencias actuales en modelos de gestión 3.2.3. Integración de los intangibles 3.2.4. Retos del departamento de comunicación	3.3. Plan de comunicación integral 3.3.1. Auditoría y diagnóstico 3.3.2. Elaboración del plan de comunicación 3.3.3. Medida de los resultados: los KPI y el ROI	3.4. Efectos de los medios de comunicación 3.4.1. Eficacia de la comunicación comercial y publicitaria 3.4.2. Teorías sobre los efectos de los medios 3.4.3. Modelos sociales y de co-creación
---	---	---	--

3.5. Gabinetes de prensa y relaciones con los medios de comunicación

- 3.5.1. Identificación de oportunidades y necesidades informativas
- 3.5.2. Gestión de reportajes y entrevistas a portavoces
- 3.5.3. *Press-room* virtual y e-comunicación
- 3.5.4. Compra de espacios publicitarios

3.6. Relaciones públicas

- 3.6.1. Estrategia y práctica de las RR. PP.
- 3.6.2. Normas de protocolo y ceremonial
- 3.6.3. Organización de actos y gestión creativa

3.7. Lobbies y grupos de presión

- 3.7.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones
- 3.7.2. Relaciones institucionales y *lobbying*
- 3.7.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión

3.8. Comunicación interna

- 3.8.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RR. HH.
- 3.8.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
- 3.8.3. El plan de comunicación interna

3.9. Branding & naming

- 3.9.1. Gestión de marcas y coordinación en el lanzamiento de nuevos productos
- 3.9.2. Reposicionamiento de marcas

3.10. Previsión de audiencias y fuentes de datos

- 3.10.1. Unidades de medida y perfiles de audiencia
- 3.10.2. Afinidad, *share*, ratingy GrP's
- 3.10.3. Proveedores actuales del mercado publicitario

Módulo 4. Ética y responsabilidad social corporativa

4.1. La función directiva y la RSC

- 4.1.1. Visión estratégica de la responsabilidad social corporativa
- 4.1.2. El cuadro de mando integral
- 4.1.3. Sistemas y modelos para la implantación de la RSC
- 4.1.4. Organización de la RSC. Roles y responsabilidades

4.2. Corporate responsibility

- 4.2.1. La creación de valor en una economía de intangibles
- 4.2.2. RSC: compromiso empresarial
- 4.2.3. Impacto social, ambiental y económico

4.3. Finanzas e inversión responsables

- 4.3.1. Sostenibilidad y la responsabilidad del director financiero
- 4.3.2. Transparencia en la información
- 4.3.3. Financiación e inversión responsable
- 4.3.4. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa

4.4. Empresa y medioambiente

- 4.4.1. Desarrollo sostenible
- 4.4.2. Desarrollo legislativo en la responsabilidad medio ambiental
- 4.4.3. Respuesta de las empresas ante la problemática ambiental
- 4.4.4. Residuos y emisiones

4.5. Packaging y medioambiente

- 4.5.1. *Packaging* como estrategia empresarial de diferenciación
- 4.5.2. Animación y comunicación en el punto de venta
- 4.5.3. *Packaging* design y tendencias del futuro

4.6. Sistemas y herramientas de gestión responsable

- 4.6.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
- 4.6.2. Integración de sistemas
- 4.6.3. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
- 4.6.4. Auditorías

4.7. Ética empresarial

- 4.7.1. Comportamiento ético en la empresa
- 4.7.2. Deontología y códigos éticos
- 4.7.3. Fraudes y conflictos de interés

4.8. Multinacionales y derechos humanos

- 4.8.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales
- 4.8.2. Multinacionales frente al Derecho internacional
- 4.8.3. Instrumentos jurídicos específicos

4.9. Entorno legal y corporate governance

- 4.9.1. Normas Internacionales de Importación y Exportación
- 4.9.2. Propiedad Intelectual e Industrial
- 4.9.3. Derecho Internacional del Trabajo

06

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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.



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.



Resúmenes interactivos

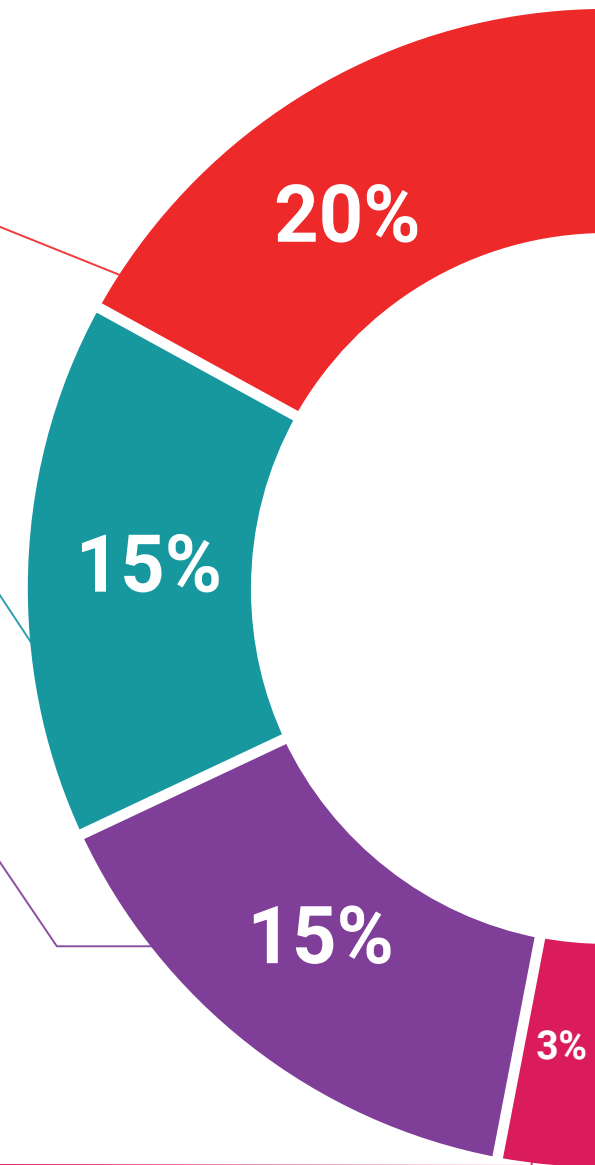
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



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.



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.



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.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



07

Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación es un programa dirigido a profesionales relacionados con la comunicación, que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de gestionar la información y la comunicación en las empresas y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa, lo que, sin lugar a dudas, es un plus para cualquiera que desee desarrollarse en un entorno internacional.





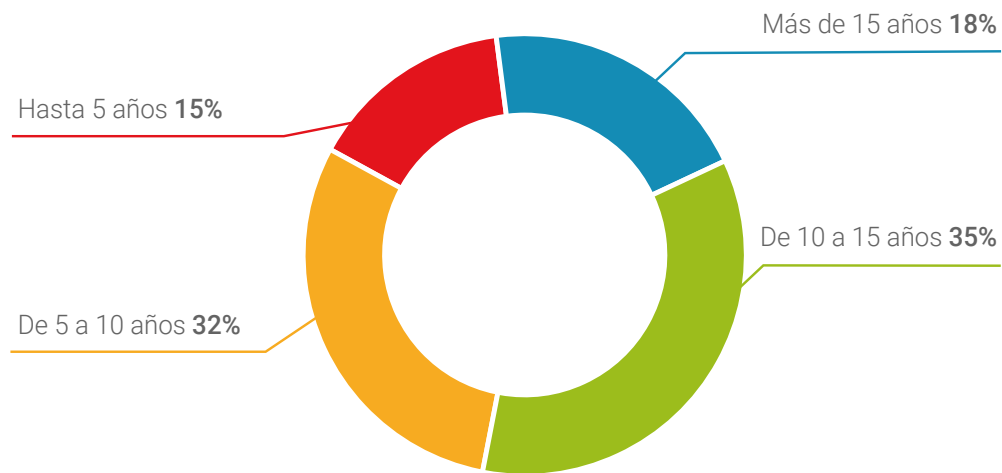
“

Si tienes experiencia en el área de comunicación y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa”

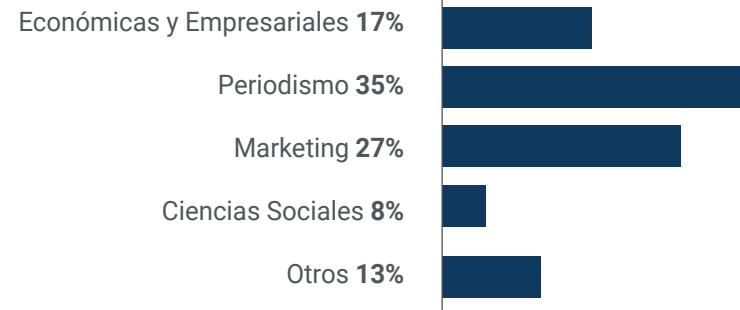
Edad media

Entre **35** y **45** años

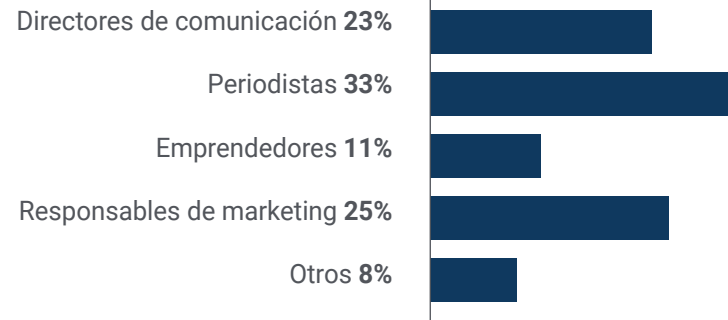
Años de experiencia



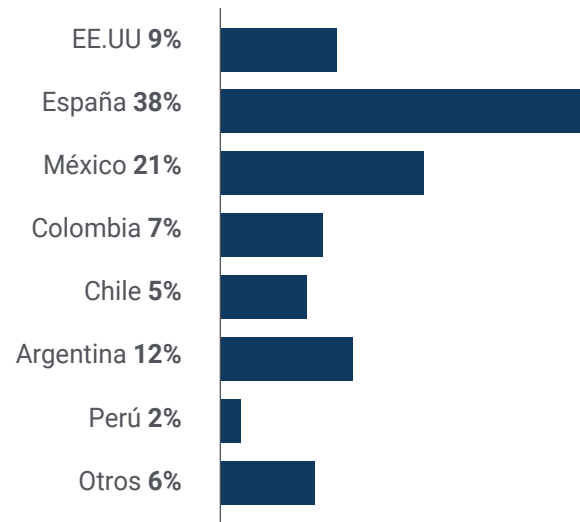
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



José Huertas

Director de comunicación

"Gracias a este Experto Universitario pude entender mejor cómo gestionar la comunicación de la empresa donde trabajaba, destacando rápidamente ante mis superiores, que no dudaron en darme un puesto de mayor responsabilidad al poco tiempo de finalizar la enseñanza"

08

Dirección del curso

Los profesores de este Experto Universitario son reconocidos expertos en el ámbito de la comunicación estratégica y la gestión de la reputación corporativa. Su experiencia abarca desde el desarrollo de estrategias de marca, hasta la implementación de programas de comunicación interna y externa. Así, estos mentores poseen un profundo conocimiento teórico en el campo y una gran experiencia práctica en empresas líderes en diversos sectores, así que son los mejores en relación a la preparación a los egresados para enfrentar los desafíos del mundo laboral con éxito y confianza.





“

Nuestro cuadro docente está comprometido con proporcionarte las herramientas necesarias para entender y gestionar eficazmente la comunicación corporativa en un entorno empresarial competitivo”

Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación** y **estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista **Fortune 50**, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento** en **Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de amplificar la marca de empleador y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



Dña. Dove, Jennifer

- Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal, Nueva York, Estados Unidos
- Responsable de Selección de Personal Comcast
- Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- Ejecutiva de Cuentas en BNC
- Ejecutiva de Cuentas en Vault
- Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

“

TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global”

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En Microsoft ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar** una “**descarbonización rentable**” y **revisar** un panorama fragmentado de **datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD

“

¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional”

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un experimentado profesional en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing, análisis de medios, medición y atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton, Airbus y Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes** y **trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia”

Director Invitado Internacional

Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el entorno de la Moda. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre otras.

Los resultados de este directivo de **alto perfil internacional** han estado vinculados a su probada capacidad para **synetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación a ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado** y una **auténtica pasión** por los productos.

Como **Director Global de Marca y Merchandising** en **Giorgio Armani**, ha supervisado disímiles **estrategias de Marketing** para ropas y accesorios. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el **ámbito minorista** y las **necesidades y el comportamiento del consumidor**. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como **jefe de equipo** en los **departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas**.

Por otro lado, en empresas como **Calvin Klein** o el **Gruppo Coin**, ha emprendido proyectos para impulsar la **estructura, el desarrollo y la comercialización de diferentes colecciones**. A su vez, ha sido encargado de crear **calendarios eficaces** para las **campañas de compra y venta**. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los **términos, costes, procesos y plazos de entrega** de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos de la Moda y el Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo de diferentes marcas** y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?”

Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al análisis de **Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare para **insights** de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios Másteres y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhague
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhague

“

¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje”

Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna Yammer**. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos y Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



Dña. Thole-Muir, Wendy

- ♦ Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- ♦ Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- ♦ Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- ♦ Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- ♦ Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- ♦ Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

Dirección



Dra. González Fernández, Sara

- ♦ Especialista en Comunicación Institucional y Corporativa en varias empresas
- ♦ Redactora Audiovisual en Castilla la Mancha Media
- ♦ Redactora en Centro Territorial de TVE Andalucía
- ♦ Redactora en Radio Nacional de España
- ♦ Redactora en Diario JAÉN
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla
- ♦ Máster en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual por la Universidad de Sevilla
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- ♦ Miembro de Asociación de la Prensa de Sevilla, Federación de Asociaciones de Periodistas de España



Elements of Complete Plan

- Executive Summary
- Company Summary
- Products and Services
- Market Analysis
- Management
- Financial Plan
- Appendix



Key to Success

Product and Services

Obj

Strat

09

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal por parte del alumno. Así, el objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de crecer profesionalmente en el ámbito de la comunicación corporativa. Por ese motivo, se garantiza el acceso al material didáctico y herramientas más avanzadas del sector a través de la metodología más novedosa del mercado.





“

TECH te da las mejores herramientas y metodología comunicativa del mercado para que destagues rápidamente en tu trabajo”

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación es un programa intensivo que prepara al alumno para liderar equipos de trabajo relacionados con la estrategia comunicativa de la empresa, mejorando la calidad de los resultados finales. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional, ayudándole a alcanzar el éxito en su carrera laboral.

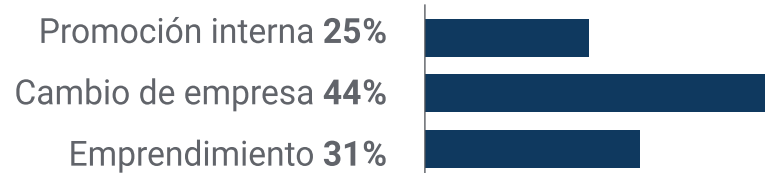
La promoción interna es una de las mejores opciones para mejorar laboralmente, así que no lo dudes más y capacítate para el éxito en tu empresa.

Logra un cambio positivo en tu carrera gracias a la realización de este programa de especialización.

Momento del cambio profesional de nuestros alumnos



Tipo de cambio



Mejora salarial

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



10

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial, mediante la especialización de líderes de alto nivel. Participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

TECH te permitirá conocer las principales herramientas para manejarte con soltura en tu profesión”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Aportarás 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 directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Serás 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

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

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a los alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.



11

Titulación

El Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ([boletín oficial](#)). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **15 ECTS**





Experto Universitario Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **15 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Comunicación Corporativa,
Estrategia de Marca
y Reputación