

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 Universidad Privada Peruano Alemana**
- » 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.techtute.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

pág. 24

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 32

08

Dirección del curso

pág. 36

09

Impacto para tu carrera

pág. 42

10

Beneficios para tu empresa

pág. 46

11

Titulación

pág. 50

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 Universidad Privada Peruano Alemana



“

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 Universidad Privada Peruano Alemana



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 Universidad Privada Peruano Alemana.

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 claves 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 375 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.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide 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

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

Módulo 2. Planificación estratégica en comunicación corporativa

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

Módulo 3. Aspectos directivos de la comunicación corporativa

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

<p>3.5. Gabinetes de prensa y relaciones con los medios de comunicación</p> <p>3.5.1. Identificación de oportunidades y necesidades informativas</p> <p>3.5.2. Gestión de reportajes y entrevistas a portavoces</p> <p>3.5.3. <i>Press-room</i> virtual y e-comunicación</p> <p>3.5.4. Compra de espacios publicitarios</p>	<p>3.6. Relaciones públicas</p> <p>3.6.1. Estrategia y práctica de las RRPP</p> <p>3.6.2. Normas de protocolo y ceremonial</p> <p>3.6.3. Organización de actos y gestión creativa</p>	<p>3.7. Lobbies y grupos de presión</p> <p>3.7.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones</p> <p>3.7.2. Relaciones institucionales y <i>lobbying</i></p> <p>3.7.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión</p>	<p>3.8. Comunicación interna</p> <p>3.8.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RRHH.</p> <p>3.8.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna</p> <p>3.8.3. El plan de comunicación interna</p>
<p>3.9. Branding & Naming</p> <p>3.9.1. Gestión de marcas y coordinación en el lanzamiento de nuevos productos</p> <p>3.9.2. Reposicionamiento de marcas</p>	<p>3.10. Previsión de audiencias y fuentes de datos</p> <p>3.10.1. Unidades de medida y perfiles de audiencia</p> <p>3.10.2. Afinidad, <i>Share</i>, <i>Ratingy GrP's</i></p> <p>3.10.3. Proveedores actuales del mercado publicitario</p>		

Módulo 4. Ética y responsabilidad social corporativa

<p>4.1. La función directiva y la RSC</p> <p>4.1.1. Visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa</p> <p>4.1.2. El Cuadro de Mando Integral</p> <p>4.1.3. Sistemas y modelos para la implantación de la RSC</p> <p>4.1.4. Organización de la RSC. Roles y responsabilidades</p>	<p>4.2. Corporate responsibility</p> <p>4.2.1. La creación de valor en una economía de intangibles</p> <p>4.2.2. RSC: Compromiso empresarial</p> <p>4.2.3. Impacto social, ambiental y económico</p>	<p>4.3. Finanzas e inversión responsables</p> <p>4.3.1. Sostenibilidad y la responsabilidad del Director financiero</p> <p>4.3.2. Transparencia en la información</p> <p>4.3.3. Financiación e inversión Responsable</p> <p>4.3.4. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa</p>	<p>4.4. Empresa y medioambiente</p> <p>4.4.1. Desarrollo sostenible</p> <p>4.4.2. Desarrollo legislativo en la responsabilidad medio ambiental</p> <p>4.4.3. Respuesta de las empresas ante la problemática ambiental</p> <p>4.4.4. Residuos y emisiones</p>
<p>4.5. Packaging y medioambiente</p> <p>4.5.1. <i>Packaging</i> como estrategia empresarial de diferenciación</p> <p>4.5.2. Animación y comunicación en el punto de venta</p> <p>4.5.3. <i>Packaging</i> design y tendencias del futuro</p>	<p>4.6. Sistemas y herramientas de gestión responsable</p> <p>4.6.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social</p> <p>4.6.2. Integración de sistemas</p> <p>4.6.3. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral</p> <p>4.6.4. Auditorías</p>	<p>4.7. Ética empresarial</p> <p>4.7.1. Comportamiento ético en la empresa</p> <p>4.7.2. Deontología y códigos éticos</p> <p>4.7.3. Fraudes y conflictos de interés</p>	<p>4.8. Multinacionales y derechos humanos</p> <p>4.8.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales</p> <p>4.8.2. Multinacionales frente al Derecho internacional</p> <p>4.8.3. Instrumentos jurídicos específicos</p>
<p>4.9. Entorno legal y corporate governance</p> <p>4.9.1. Normas Internacionales de Importación y Exportación</p> <p>4.9.2. Propiedad Intelectual e Industrial</p> <p>4.9.3. Derecho Internacional del Trabajo</p>			

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH Business School empleamos el Método del Caso de Harvard

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”



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de la Escuela de Negocios de TECH Universidad Privada Peruano Alemana te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, TECH utiliza los *case studies* de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

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

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

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

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

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





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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

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



07

Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario en 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”

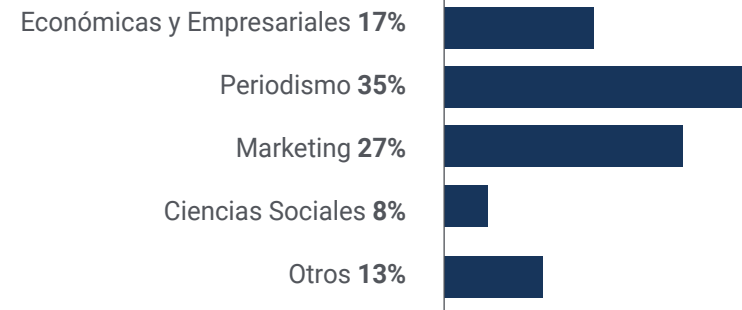
Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia



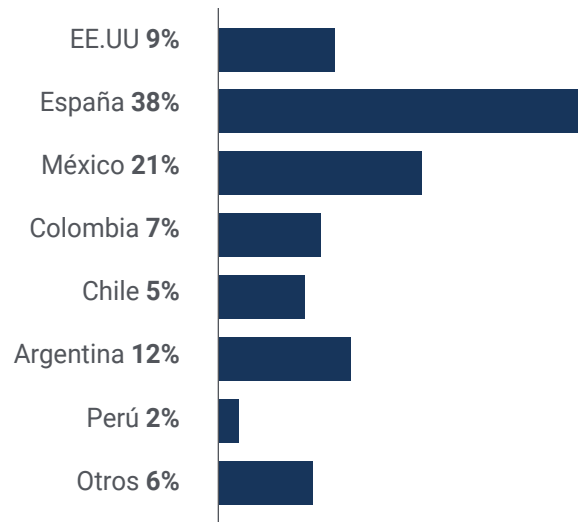
Formación



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”

Director Invitado Internacional

El Doctor Eric Nyquist es un destacado profesional en el ámbito **deportivo internacional**, que ha construido una carrera impresionante, destacando por su **liderazgo estratégico** y su capacidad para impulsar el cambio y la **innovación en organizaciones deportivas** de primer nivel.

De hecho, ha desempeñado roles de alto cargo, como el de **Director de Comunicaciones e Impacto en NASCAR**, con sede en **Florida, Estados Unidos**. Con muchos años de experiencia a sus espaldas en esta entidad, el Doctor Nyquist también ha ocupado varios puestos de liderazgo, incluyendo **Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico** y **Director General de Asuntos Comerciales**, gestionando más de una docena de disciplinas que van desde el **desarrollo estratégico** hasta el **Marketing de entretenimiento**.

Asimismo, Nyquist ha dejado una marca significativa en las **franquicias deportivas** más importantes de Chicago. Como **Vicepresidente Ejecutivo** de las franquicias de los **Chicago Bulls** y los **Chicago White Sox** ha demostrado su capacidad para impulsar el **éxito empresarial y estratégico** en el mundo del **deporte profesional**.

Finalmente, cabe destacar que inició su carrera en el **ámbito deportivo** mientras trabajaba en Nueva York como **analista estratégico principal** para Roger Goodell en la **Liga Nacional de Fútbol (NFL)** y, anteriormente, como **Pasante Jurídico** en la **Federación de Fútbol de Estados Unidos**.



Dr. Nyquist, Eric

- Director de Comunicaciones e Impacto en NASCAR, Florida, Estados Unidos
- Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico en NASCAR
- Vicepresidente de Planificación Estratégica en NASCAR
- Director General de Asuntos Comerciales en NASCAR
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago White Sox
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago Bulls
- Gerente de Planificación Empresarial en la Liga Nacional de Fútbol (NFL)
- Asuntos Comerciales/Pasante Jurídico en la Federación de Fútbol de Estados Unidos
- Doctor en Derecho por la Universidad de Chicago
- Máster en Administración de Empresas-MBA por la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago
- Licenciado en Economía Internacional por Carleton College



Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

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

Objectives

Strategy

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.

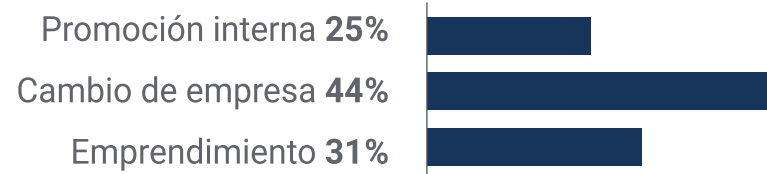
La promoción interna es una de las mejores opciones para mejorar laboralmente, así que no lo dudes más y capacítate para el éxito en tu empresa.

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 Universidad Privada Peruano Alemana.



“

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

El programa del **Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Universidad Privada Peruano Alemana.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad Privada Peruano Alemana garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

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

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad Privada Peruano Alemana realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario

Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Privada Peruano Alemana
- » Acreditación: 15 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Comunicación Corporativa,
Estrategia de Marca y Reputación