

Experto Universitario Inbound Marketing para Marca Personal



Experto Universitario Inbound Marketing para Marca Personal

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 24 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las ciencias sociales, administrativas y empresariales

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-inbound-marketing-marca-personal

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. 20

06

Metodología

pág. 26

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 34

08

Dirección del curso

pág. 38

09

Impacto para tu carrera

pág. 42

10

Beneficios para tu empresa

pág. 46

11

Titulación

pág. 50

01 Bienvenida

En la era digital actual, la presencia online es fundamental para cualquier compañía que desee alcanzar sus objetivos comerciales. Es aquí donde el Inbound Marketing se convierte en una herramienta imprescindible. Esta estrategia se centra en atraer a la audiencia de forma no intrusiva y crear relaciones a largo plazo mediante la creación de contenido relevante y valioso. Por eso, el Inbound Marketing para Marca Personal no solo aumenta la visibilidad online, sino que también ayuda a ganar la confianza y fidelidad de los clientes potenciales. Esta titulación universitaria de TECH está diseñada para profundizar en las técnicas y habilidades necesarias para aplicar esta estrategia en el día a día de las empresas. Gracias a la metodología pedagógica Relearning y los recursos académicos flexibles, este programa 100% online se adapta a las necesidades de cada estudiante para lograr resultados efectivos.



Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal.
TECH Global University



“

Este programa exclusivo de TECH es una propuesta única para profundizar en el Inbound Marketing aplicado a la Marca Personal”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Global University



Innovación

La universidad ofrece 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 aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse 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 los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH 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 ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico”

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las 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 abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá 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 aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su 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

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

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

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus 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

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará 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

Este programa universitario tiene como objetivo dotar a los estudiantes de las técnicas y habilidades necesarias para aplicar el Inbound Marketing de manera efectiva en la creación de la marca personal de una compañía. Así, los estudiantes adquirirán conocimientos sobre la producción de contenido de valor, estrategias de optimización de motores de búsqueda, uso de redes sociales, email marketing y otras técnicas. De esta manera, una vez finalicen el Experto Universitario, podrán aplicar estas habilidades en su compañía para aumentar la visibilidad online y establecer relaciones duraderas con la audiencia.



“

Dominarás la creación de relaciones duraderas con la audiencia a través de contenido relevante y valioso gracias a este Experto Universitario”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.
Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal capacitará al alumno para:

01

Fundamentar el uso de Instagram, Facebook, Twitter y Tiktok para la marca personal

02

Identificar buenas prácticas en dichas plataformas sociales para aumentar el engagement y la visibilidad de la marca personal

03

Desarrollar una estrategia efectiva para optimizar el perfil de LinkedIn buscando crear un perfil sólido, creíble y que sobresalga por encima del promedio

04

Identificar los tipos de contenido que tienen mayor impacto en la audiencia de LinkedIn como base para crear contenido valioso y relevante para fortalecer la reputación profesional



05

Utilizar herramientas de producción creativa como Canva

06

Elegir la herramienta de e-mail marketing más adecuada para cada profesional

07

Analizar la presencia de la marca personal en diferentes medios y plataformas

08

Revisar y evaluar los KPIs para la mejora de la estrategia de marca personal



05

Estructura y contenido

Este Experto Universitario ofrece una instrucción completa centrada en las técnicas de *branding* personal, abarcando desde los aspectos estratégicos hasta la medición de resultados. Diseñado con una metodología pedagógica pionera, como es el *Relearning*, la titulación universitaria se imparte en formato 100% online, lo que permite una gran flexibilidad para los estudiantes. De esta manera, podrán adquirir los conocimientos de manera autónoma y personalizada, con el apoyo constante de expertos en la materia. Esto les permitirá aplicar de forma inmediata las técnicas de branding personal más punteras en su propia marca o en la de sus clientes.



“

Durante 6 meses tendrás acceso a un temario de alto nivel que cuenta con la información más actualizada del sector”

Plan de estudios

El Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal de TECH Global University es una titulación intensiva que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Comunicación Corporativa y el Marketing Digital.

El contenido del Experto Universitario en Social Media Branding 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 600 horas de capacitación, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Experto Universitario trata en profundidad el Social Media Branding, las estrategias de visibilidad y *engagement*, el Personal Branding en LinkedIn, las herramientas más pioneras de Inbound y Email Marketing y la aplicación de KPI's, entre otros temas. De esta manera, está diseñado para capacitar a profesionales que entiendan el Inbound Marketing desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para ti, enfocado a tu mejora profesional y que te prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende tus necesidades y las de tu empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que te 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

Social media Branding. Estrategia de visibilidad y *engagement* en Instagram, Twitter, Facebook y TikTok

Módulo 2

Personal branding en LinkedIn. Estrategias de visibilidad y *engagement* en LinkedIn

Módulo 3

Estrategias, técnicas y herramientas de inbound e e-mail marketing para la construcción y generación de contenidos de marca personal

Módulo 4

KPIs Impacto de la marca personal: métricas para la medición de resultados y casos de éxito multisector



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le 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. Social Media Branding. Estrategia de visibilidad y *engagement* en Instagram, Twitter, Facebook y TikTok

<p>1.1. Social Media Branding: Relevancia para la marca personal</p> <p>1.1.1. Rol de la marca personal en las redes sociales</p> <p>1.1.2. Plataformas online de gestión: Altavoz de la marca personal</p> <p>1.1.3. Los pilares de una buena estrategia de marca personal en el digital</p>	<p>1.2. Planteamiento estratégico como base del Social Media Branding</p> <p>1.2.1. El papel de la investigación y la escucha activa para la estrategia de marca personal</p> <p>1.2.2. Análisis de la competencia en redes sociales</p> <p>1.2.3. Identificación del público objetivo para la estrategia de marca personal</p>	<p>1.3. Social media Branding</p> <p>1.3.1. Desarrollo de un plan de socia media para la marca personal</p> <p>1.3.2. Identificación de los objetivos de la marca personal en redes sociales</p> <p>1.3.3. KPIs para analizar resultados</p>	<p>1.4. Estrategias de engagement y visibilidad para la marca personal</p> <p>1.4.1. Ecosistema online: definición de la presencia digital y selección de las plataformas</p> <p>1.4.2. Factores que impulsan el <i>engagement</i> en redes sociales</p> <p>1.4.3. Visibilidad en redes sociales y buenas prácticas</p>
<p>1.5. Creación de una presencia digital coherente</p> <p>1.5.1 Creación de una imagen de marca coherente en redes sociales: identidad visual, anclajes verbales y guías de estilo en redes sociales</p> <p>1.5.2. El mensaje de marca y papel del contenido para el éxito de la estrategia</p> <p>1.5.3. La diferenciación de la marca personal en el digital</p>	<p>1.6. Estrategia de contenido: creación de una estrategia de contenido para las redes sociales que refleje la identidad de la marca y conecte con la audiencia</p> <p>1.6.1. Proceso de creación de contenido para diferentes plataformas de redes sociales</p> <p>1.6.2. La importancia del <i>storytelling</i> en la marca personal en redes sociales</p> <p>1.6.3. Creación de un calendario de publicaciones para mantener una presencia constante y coherente en línea</p>	<p>1.7. Uso de Instagram para la marca personal</p> <p>1.7.1. Por qué estar en Instagram: informes y audiencias</p> <p>1.7.2. Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Instagram</p> <p>1.7.3. Buenas prácticas para aumentar engagement y visibilidad</p> <p>1.7.4. KPIs Medición y análisis de los resultados en Instagram</p>	<p>1.8. Uso de Facebook para la marca personal</p> <p>1.8.1. Por qué estar en Facebook. Informes y audiencias</p> <p>1.8.2. Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Facebook</p> <p>1.8.3. Buenas prácticas para aumentar <i>engagement</i> y visibilidad</p> <p>1.8.4. KPIs Medición. Análisis de los resultados en Facebook</p>
<p>1.9. Uso de Twitter para la Marca Personal</p> <p>1.9.1. Por qué estar en Twitter: informes y audiencias</p> <p>1.9.2. Buenas prácticas para aumentar engagement y visibilidad</p> <p>1.9.2. KPIs Medición y análisis de los resultados en Twitter</p>	<p>1.10. Uso de Tiktok para la marca personal</p> <p>1.10.1. Por qué estar en Tiktok: informes y audiencias</p> <p>1.10.2. Buenas prácticas para aumentar <i>engagement</i> y visibilidad</p> <p>1.10.3. KPIs Medición y análisis de los resultados en Tiktok</p>		

Módulo 2. Personal Branding en LinkedIn. Estrategias de Visibilidad y *engagement* para la Construcción de una Marca Personal en LinkedIn

2.1. Fortalecimiento del Perfil de Usuario en LinkedIn

- 2.1.1. Análisis de un perfil de usuario de LinkedIn
- 2.1.2. Clarificación de los objetivos de uso de LinkedIn
- 2.1.3. Identificación de áreas de mejora en el perfil de LinkedIn

2.2. Construcción de la Audiencia de seguidores en LinkedIn

- 2.2.1. Definición de la audiencia en LinkedIn
- 2.2.2. Adaptación del mensaje a la audiencia en LinkedIn
- 2.2.3. Construcción de una audiencia a partir de publicaciones en LinkedIn

2.3. Comunidad de referencia en LinkedIn

- 2.3.1. Búsqueda de líderes de contenido en LinkedIn
- 2.3.2. Identificación de otros miembros de la comunidad en LinkedIn
- 2.3.3. Interacción y colaboración con otros miembros de la comunidad en LinkedIn

2.4. Conexión con usuarios activos en LinkedIn

- 2.4.1. Importancia de encontrar usuarios activos en LinkedIn
- 2.4.2. Redacción de una invitación para conectar en LinkedIn
- 2.4.3. Interacción de relaciones con nuevos contactos en LinkedIn

2.5. Desarrollo de una estrategia sólida de contenido a través de pilares temáticos

- 2.5.1. Identificación y posicionamiento de los pilares temáticos
- 2.5.2. Identificación de los pilares temáticos en la estrategia
- 2.5.3. Desarrollo y mantenimiento de los pilares temáticos en el tiempo

2.6. Vinculación de los pilares temáticos con la historia personal. La importancia de emocionar

- 2.6.1. Identificación de historias relacionadas con los pilares temáticos que construyan credibilidad y potencial viral
- 2.6.2. Cómo contar historias efectivas en LinkedIn
- 2.6.3. Cómo conectar historias personales con mensajes clave en LinkedIn
- 2.6.4. Creación de una historia personal de transformación para un primer post en LinkedIn

2.7. Generación de contenido de impacto en LinkedIn. Importancia de inspirar y enseñar

- 2.7.1. Uso de datos técnicos o científicos relacionados con los pilares temáticos para crear contenido educativo
- 2.7.2. Benchmarking: casos de estudio de creadores de contenido viral en LinkedIn que usan estas técnicas
- 2.7.3. Traslado del análisis a la práctica

2.8. Preparación de Posts para LinkedIn

- 2.8.1. Selección del contenido y formato con mayor potencial para los posts en LinkedIn
- 2.8.2. Creación de variedad de formatos y estilos para los posts en LinkedIn
- 2.8.3. Publicación y seguimiento de los primeros posts en LinkedIn

2.9. El crecimiento de tu cuenta de LinkedIn: seguidores y *engagement*

- 2.9.1. Importancia del Monitoreo de los seguidores en LinkedIn
- 2.9.2. Monitorización del crecimiento de los seguidores en LinkedIn
- 2.9.3. Utilización de los datos de los seguidores en LinkedIn

2.10. Evaluación y ajuste de la estrategia editorial

- 2.10.1. Identificación de tendencias y patrones en el comportamiento de la audiencia
- 2.10.2. Refuerzo de las fortalezas y debilidades para mejorar la estrategia editorial
- 2.10.3. Herramientas digitales para un uso avanzado de LinkedIn
- 2.10.4. Uso óptimo de LinkedIn como instrumento para fortalecer la marca personal digital

Módulo 3. Estrategias, técnicas y herramientas de *Inbound* e email Marketing para la construcción y generación de contenidos de marca persona

3.1. Estrategias de *Inbound* Marketing aplicado a la marca personal

- 3.1.1. Metodología *Inbound*. Objetivos
- 3.1.2. Estrategia de atracción
- 3.1.3. Estrategia de interacción
- 3.1.4. Estrategia de deleite

3.2. Creación de contenido

- 3.2.1. Identificación de los pilares temáticos del contenido a desarrollar
- 3.2.2. Contenido educativo versus contenido no educativo
- 3.2.3. Las 20 ideas de contenido que ayudan al crecimiento de la marca personal
- 3.2.4. Ejemplos Inspiradores de contenidos de marca personal

3.3. Herramientas para curar contenido y favorecer la creatividad.

- 3.3.1. *Feedly*
- 3.3.2. Alertas de Google
- 3.3.3. Buzzsumo
- 3.3.4. Otras herramientas

3.4. Planificación y productividad para la creación de contenido

- 3.4.1. Diseño de un calendario editorial
- 3.4.2. Creación de contenidos en función de los objetivos de negocio
- 3.4.5. Herramientas para la planificación interna: Google Drive, Notion, Asana, Trello

3.5. Diseño visual y herramientas para la creación de contenido digital visual

- 3.5.1. Uso correcto de la paleta de color, logo y branding
- 3.5.2. La fotografía de marca personal
- 3.5.3. Canva: Taller práctico avanzado

3.6. Embudo de venta para marca personal

- 3.6.1. Utilidad del embudo de ventas para la marca personal
- 3.6.2. Función de un embudo. Fases
- 3.6.3. Relación entre tipos de contenidos y ratio de conversión

3.7. Conversión de seguidores a leads

- 3.7.1. Lead: importancia para la construcción de un negocio de marca personal
- 3.7.2. Orientación del perfil de LinkedIn para maximizar la captación de leads
- 3.7.3. Orientación del perfil de Instagram para maximizar la captación de leads
- 3.7.4. Optimización de la web personal para captar leads

3.8. Diseño de una estrategia de email marketing

- 3.8.1. Importancia de una estrategia de email marketing
- 3.8.2. Herramientas de email marketing gratuitas para crear relación con los suscriptores
- 3.8.3. Presencia en la mente del buyer persona: la newsletter

3.9. Marketing Automation para marca personal

- 3.9.1. El incentivo para entrar en la comunidad
- 3.9.2. La importancia de la primera secuencia de bienvenida
- 3.9.3. Ejemplo de secuencia de bienvenida que ayude a generar ventas

3.10. El podcast: nuevo canal clave en la estrategia de *Inbound* Marketing

- 3.10.1. Creación de un podcast. Pasos a seguir
- 3.10.2. Formatos y tipos de contenidos
- 3.10.3. Difusión y visibilidad del podcast

Módulo 4. KPIs Impacto de la marca personal: Métricas para la medición de resultados y casos de éxito multisector.

<p>4.1. Los KPIs de marca personal: Aplicación</p> <p>4.1.1. Definición e importancia del establecimiento de KPIs</p> <p>4.1.2. Tipos de KPIs e indicadores clave para la medición del éxito de la marca personal</p> <p>4.1.3. El papel de la visión y del posicionamiento de marca personal en los KPIs</p>	<p>4.2. Selección de KPIs adecuados para medir el éxito de tu marca personal</p> <p>4.2.1. Variables para seleccionar KPIs relevantes en la estrategia de marca personal</p> <p>4.2.2. Identificación de los objetivos de la marca personal: Definición de los objetivos de la marca personal para establecer KPIs adecuados</p> <p>4.2.3. Priorización de KPIs en función de los objetivos y metas establecidos</p>	<p>4.3. Tipos de KPIs tangibles para marca personal</p> <p>4.3.1. Análisis de los KPIs de alcance</p> <p>4.3.2. Análisis de los KPIs de interacción</p> <p>4.3.3. Análisis de los KPIs de conversión</p>	<p>4.4. Tipos de KPIs “intangibles” para marca personal</p> <p>4.4.1. Análisis de los KPIs de reputación</p> <p>4.4.2. Análisis de los KPIs de influencia</p> <p>4.4.3. Análisis de los KPIs de credibilidad</p>
<p>4.5. Marca personal en influencia</p> <p>4.5.1. La figura del influencer. Tipologías de influencers</p> <p>4.5.2. Aproximación al marketing de influencers</p> <p>4.5.3. Beneficios, elección y KPIs</p>	<p>4.6. Interpretación de los KPIs: monitorización, medición y optimización</p> <p>4.6.1. Monitorización: implementación de un sistema de seguimiento y medición de los KPIs para la marca personal</p> <p>4.6.2. Medición: Interpretación de datos</p> <p>4.6.3. Optimización: aspectos a valorar para ajustar la estrategia en función de los KPIs</p> <p>4.6.4. Recomendaciones finales</p>	<p>4.7. Análisis de caso: marca personal en emprendedores y profesionales independientes</p> <p>4.7.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.7.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.7.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p>	<p>4.8. Análisis de caso: marca personal en Influencers</p> <p>4.8.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.8.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.8.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p>
<p>4.9. Análisis de caso: marca personal en deportistas</p> <p>4.9.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.9.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.9.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p>	<p>4.10. Análisis de caso: marca personal en profesionales que trabajan por cuenta ajena</p> <p>4.10.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.10.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</p> <p>4.10.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas</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***.





“

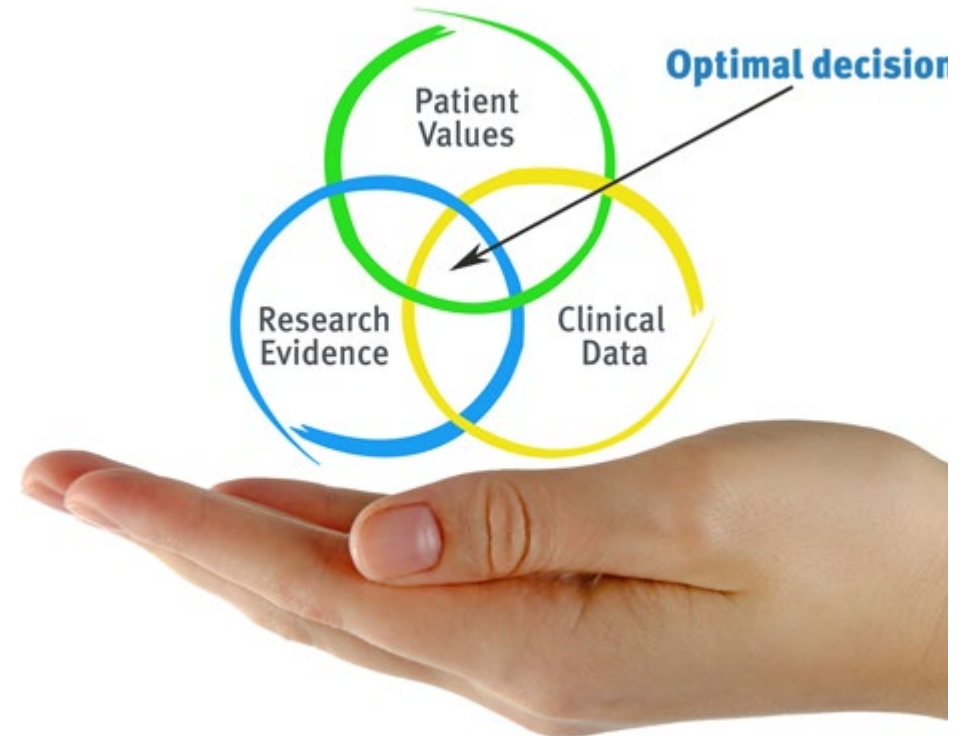
Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.



Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



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

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *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 emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

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

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

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

Relearning Methodology

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

Potenciamos el Estudio de Caso 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 casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

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



Testing & Retesting

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



07

Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de las Ciencias Sociales, Administrativas y Empresariales, Marketing y Comunicación Corporativa.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el Experto Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo del Marketing Digital.





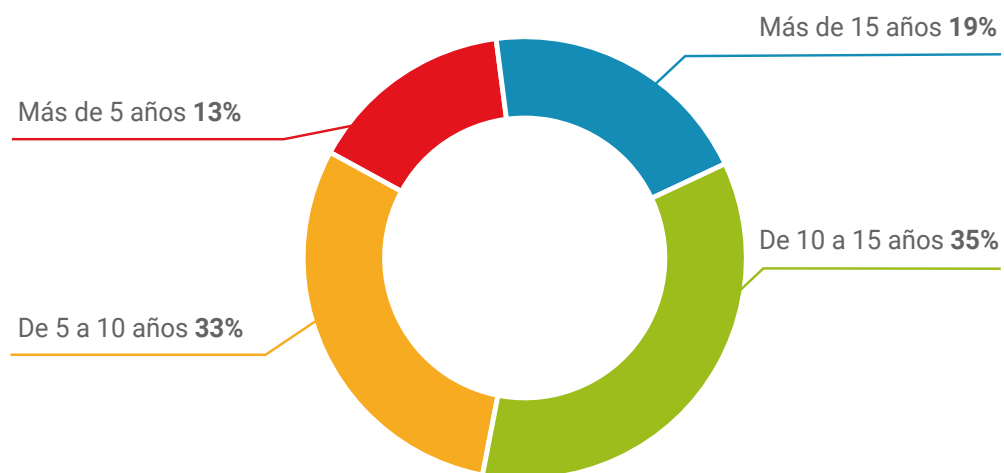
“

Si deseas expandir tus competencias en el mundo del Marketing Digital y la Marca Personal, este programa es para ti”

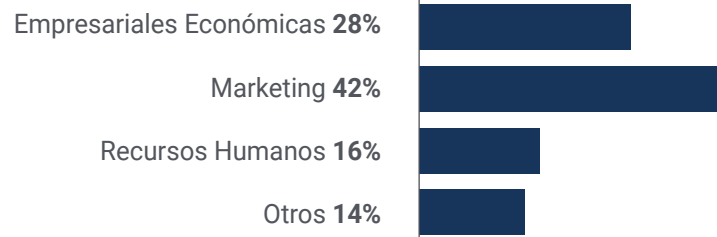
Edad media

Entre **35** y **45** años

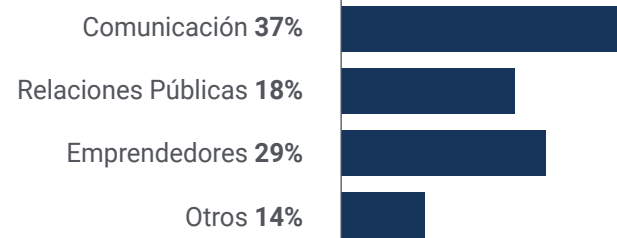
Años de experiencia



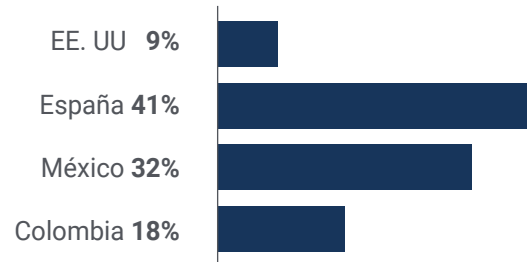
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Carla Pérez Ramos

Gestora de Contenidos

“Antes de hacer el Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal, tenía muchas dudas sobre cómo promocionar la marca personal de mi compañía y crear contenido de valor para mi audiencia. Gracias a la capacitación que recibí en este programa, ahora puedo aplicar técnicas efectivas y establecer relaciones duraderas con mis clientes.”

09

Dirección del curso

El equipo docente de esta titulación está compuesto por expertos en Marketing Digital con amplia experiencia en el uso de técnicas de *Inbound Marketing* para promover y posicionar marcas personales. Todos poseen una capacitación académica sólida y una amplia experiencia en el ámbito empresarial y educativo, lo que les permite compartir su conocimiento y experiencia práctica con los alumnos. De esta manera, los estudiantes podrán aprender de profesionales experimentados y obtener una visión completa del *Inbound Marketing* para marca personal.



“

El equipo docente de este Experto Universitario cuenta con los profesionales más experimentados en el ámbito empresarial y educativo”

Dirección



Dña. Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Directora de Marketing y Estrategia Digital en Torres y Carrera
- ♦ Directora de Servicios al Cliente y Chief Marketing Officer en Roi Scroll
- ♦ Head of Social Media y PR Digital en Havas
- ♦ Consultora Senior de Comunicación y Social Media en Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Publicidad y RRPP- Noa Nogueira
- ♦ Docente en Universidad Europea Miguel de Cervantes
- ♦ Docente en Escuela Internacional de Marketing
- ♦ Docente en Escola Superior de Relaciones Públicas de Barcelona
- ♦ Docente en IEBS
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Doble Premio Extraordinario Fin de Carrera de la Xunta de Galicia y la Universidad de Vigo
- ♦ Posgrado en Search y Social Media Marketing por la Universitat de Barcelona

Profesores

Dra. López Rodríguez, Carla

- ♦ Consultora internacional y formadora de marca personal
- ♦ Visual Comercial, responsable de la presentación de producto en Inditex en Austria
- ♦ Docente en la Universidad de Vigo
- ♦ Docente en Universidad Unir
- ♦ Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Alicante
- ♦ Licenciada en Comunicación audiovisual por la Universidad Vigo
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad de Vigo con Mención internacional y Cum Laude
- ♦ Máster en Gestión estratégica e innovación en comunicación por la Universidad de Málaga

Dña. Luque Diaz, Daniela

- ♦ Consultora Marca personal en LinkedIn
- ♦ Coordinadora de estrategia de Marketing en KIND APP en Suecia
- ♦ Coordinadora de programas de artes en el Departamento de artes y Humanidades en New York University
- ♦ Gestión de la estrategia de marketing para la colección de accesorios de moda de la marca AITA
- ♦ Directora de proyecto / Marketing & Eventos en Top Gear Promotions en Dubai
- ♦ Coordinadora de operaciones de Eurofragance en Dubai
- ♦ Directora de Desarrolla de Negocios del Grupo Intercom en Barcelona
- ♦ Licenciatura en producción de Cine & TV en la Universidad Nacional de Colombia
- ♦ Máster en Emprendimiento & Innovación por la Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship Lund University
- ♦ Máster en Relaciones Públicas & Protocolo por el ESERP Business School
- ♦ Máster en Retail Management por la Universidad Autónoma de Barcelona

Dra. García Veiga, Mariam

- ♦ CEO RockNRebel
- ♦ Personal docente investigador de la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración Pública por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Doctorado en Procesos Políticos Contemporáneos por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en marketing y comunicación política por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en Técnicas Estadísticas Avanzadas por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster in International Business/Trade/Commerce por la Universidad Intercontinental de la Empresa
- ♦ Máster en Analítica web por Kschool

Dña. Ramos González, Delia

- ♦ Diseñadora de Producto en Acurable SLU
- ♦ Supervisora de Cuentas en Agencia Publicidad La Caseta
- ♦ Creativa Publicitaria en la Cámara de Comercio de Sevilla
- ♦ Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla
- ♦ Grado Superior en Diseño Gráfico y Tecnologías Multimedia por la Escuela de Diseño y Comunicación CEADE Leonardo

09

Impacto para tu carrera

Cursar el Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal puede tener un gran impacto en la carrera de los profesionales especializados en este sector. Esto se explica porque el programa universitario brinda a los estudiantes una capacitación completa y actualizada en técnicas de Marketing Digital para la construcción y gestión de una marca personal efectiva. Además, este programa les permitirá aplicar los conocimientos adquiridos en su propia marca o en la de sus clientes, lo que puede abrirles nuevas oportunidades laborales y mejorar su perfil profesional en un mercado cada vez más competitivo y digitalizado.





“

Elige TECH y abre nuevas oportunidades laborales en el sector del Marketing Digital”

¿Preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional espera.

El Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito del Marketing Digital. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

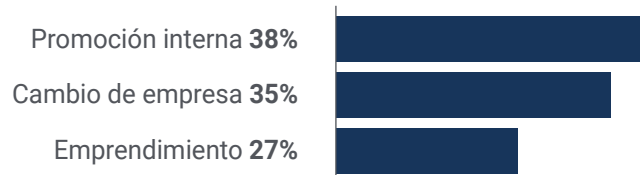
Si buscas llevar tu carrera profesional al máximo nivel, esta titulación universitaria es para ti.

Conviértete en un agente de cambio y líder en la industria digital con este Experto Universitario 100% online de TECH.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **23%**



10

Beneficios para tu empresa

Contar con un especialista que haya cursado el Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal puede brindar grandes beneficios a las empresas. Estos profesionales tienen las habilidades y conocimientos necesarios para crear y gestionar marcas personales efectivas, lo que puede aumentar la visibilidad y credibilidad de la compañía en el entorno online. Además, estos profesionales pueden ayudar a la organización a establecer relaciones más fuertes y duraderas con su audiencia, lo que mejora la fidelización y el retorno de inversión en las estrategias de Marketing Digital.



“

Domina las herramientas más efectivas para generar contenido que llame la atención de las audiencias y accede a nuevos puestos profesionales en grandes compañías”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará 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 profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será 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

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o desarrollo de negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este programa universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal 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 este programa y
recibe tu titulación universitaria sin
desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Inbound Marketing para Marca Personal** 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 Inbound Marketing para Marca Personal**

ECTS: **24**

N.º Horas Oficiales: **600 h.**





Experto Universitario Inbound Marketing para Marca Personal

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **24 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario Inbound Marketing para Marca Personal