Maestría Oficial Universitaria

Dirección en Comunicación Corporativa

Nº de RVOE: 20210881

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Título reconocido en USA

TECH es miembro de:

International Communication Association

tech universidad

tech universidad

Nº de RVOE: 20210881

Maestría Oficial Universitaria
Dirección en Comunicación Corporativa

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

Fecha acuerdo RVOE: **07/05/2021**

Acceso web: **www.techtitute.com/mx/escuela-de-negocios/maestria-universitaria/maestria-universitaria-direccion-comunicacion-corporativa**

Índice

01 Presentación del programa — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 8

03 Plan de estudios — pág. 12

04 Convalidación de asignaturas — pág. 22

05 Objetivos docentes — pág. 28

06 Salidas profesionales — pág. 34

07 Idiomas gratuitos — pág. 38

08 Metodología de estudio — pág. 42

09 Titulación — pág. 52

10 Reconocimiento en USA — pág. 56

11 Homologación del título — pág. 60

12 Requisitos de acceso — pág. 64

13 Proceso de admisión — pág. 68

01

Presentación del programa

En un entorno altamente competitivo y globalizado, la reputación corporativa se ha convertido en uno de los activos más valiosos para cualquier organización. En este sentido, la Dirección en Comunicación Corporativa desempeña un papel crucial en la construcción y mantenimiento de esta reputación, influyendo en la percepción pública y la confianza de los *stakeholders*. Ante esto, los profesionales necesitan manejar las estrategias más innovadoras para fortalecer su conexión con sus públicos y asegurar la sostenibilidad en el mercado de las organizaciones. En este contexto, TECH presenta una pionera titulación universitaria enfocada en el campo de la Dirección en Comunicación Corporativa. En adición, se imparte en un cómodo formato 100% online. Además, este título universitario está considerado equivalente en EE. UU. por un Master of Science.

Este es el momento, te estábamos esperando

Forma parte de este programa 100% online y oficial de TECH y obtén una equivalencia académica reconocida en EE. UU."

Las organizaciones se enfrentan cada vez mayores desafíos en la gestión de crisis, donde la rapidez y la claridad en la comunicación son elementos cruciales para mitigar daños. Según un nuevo estudio de la Asociación Internacional de Relaciones Públicas, el 80% de las empresas considera que la comunicación rápida y estratégica es la clave para superar crisis reputacionales. Por eso, los profesionales deben implementar técnicas de comunicación avanzada ante posibles situaciones de crisis, con el objetivo de ayudar a las empresas a mantener la confianza de sus consumidores.

Con el objetivo de facilitarles esta labor, TECH ha creado una exclusiva Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa. Diseñada por referencias en este ámbito, el itinerario académico profundizará en cuestiones como la auditoría de reputación institucional, formulación de la estrategia creativa o uso de técnicas psicométricas. Al mismo tiempo, el temario ahondará en diferentes técnicas de mercadotecnia profesional para captar la atención de la audiencia. En sintonía con esto, los materiales didácticos ofrecerán al alumnado diversas estrategias para optimizar su relación con los clientes e impulsar su fidelización a largo plazo. De este modo, los egresados desarrollarán habilidades para diseñar, implementar y evaluar estrategias de comunicación alineadas con los objetivos de la organización, que permitan mejorar su posicionamiento, reputación y relaciones con los públicos internos y externos.

Cabe destacar que, para afianzar estos contenidos, TECH ofrece un entorno educativo 100% online, adaptado a las necesidades de los profesionales ocupados que buscan avanzar en sus carreras. Igualmente, emplea la metodología *Relearning*, basada en la repetición de conceptos clave para fijar conocimientos y facilitar el aprendizaje. Por eso, la combinación de flexibilidad y un enfoque pedagógico robusto, lo hace altamente accesible. Además, los alumnos encontrarán en el Campus Virtual un amplio abanico de recursos multimedia como casos de estudio, resúmenes interactivos o vídeos explicativos.

Serás capaz de gestionar la reputación de las compañías a través de prácticas comunicativas transparentes y coherentes"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Te damos +

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH"

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.

Google Partner
PREMIER 2023

NBA
Universidad online oficial de la **NBA**

4.9/5
★★★★★
★ global score

99%
Garantía de máxima empleabilidad

Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.

La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.

03

Plan de estudios

Para esta Maestría Oficial Universitaria, TECH ha elaborado un plan de estudios siguiendo las recomendaciones de un excelente cuadro docente. En este sentido, el alumno no solo mejorará sus habilidades para crear y transmitir un mensaje acorde a los objetivos de la empresa, también desarrollará sus capacidades directivas para comunicar con éxito los planes y estrategias que beneficiaran a su equipo. Gracias a esto, el profesional se encontrará listo para hacerle frente a cualquier reto laboral en un sector altamente competitivo.

Un temario completo y bien desarrollado

Estarás altamente cualificado para identificar, prever y gestionar crisis de comunicación"

Además de los contenidos disruptivos del plan de estudios, el programa se basa en una metodología 100% online, que facilita el aprendizaje flexible y asincrónico de los egresados. Esto se completará mediante actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos *in focus*, videos de apoyo, clases magistrales y presentaciones multimedia, para hacer sencillo lo más complejo y establecer una dinámica de trabajo que permita al estudiante la correcta adquisición de competencias.

"Disfrutarás de un aprendizaje ameno mediante los formatos didácticos que te ofrece esta titulación, tales como el vídeo explicativo o el resumen interactivo"

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría Oficial Universitaria se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.

En esta Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 10 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 20 meses de estudio.

Asignatura 1	Dirección de las organizaciones
Asignatura 2	Habilidades directivas
Asignatura 3	Ética y Responsabilidad Social Corporativa
Asignatura 4	Comunicación corporativa, estrategia de marca y reputación
Asignatura 5	Planificación estratégica en Comunicación Corporativa
Asignatura 6	Aspectos directivos de la Comunicación Corporativa
Asignatura 7	Comunicación en sectores especializados
Asignatura 8	Mercadotecnia y Comunicación
Asignatura 9	Administración de la relación con el cliente
Asignatura 10	Estrategia de comunicación en el entorno digital

Los contenidos académicos de este programa abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. Dirección de las organizaciones

1.1. Dirección estratégica
- 1.1.1. Diseño organizacional
- 1.1.2. Posición estratégica de la empresa
- 1.1.3. Estrategia competitiva y estrategia corporativa

1.2. Finanzas corporativas
- 1.2.1. Política financiera y crecimiento
- 1.2.2. Métodos de valoración de empresas
- 1.2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero
- 1.2.4. Finanzas para el gerente global de comunicaciones

1.3. Liderazgo estratégico para la economía de los intangibles
- 1.3.1. Estrategias de alineamiento cultural
- 1.3.2. Liderazgo corporativo y diferenciador
- 1.3.3. Agente de cambio y transformación

1.4. Coyuntura económica
- 1.4.1. Fundamentos de la economía global
- 1.4.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
- 1.4.3. Emprendimiento y nuevos mercados

1.5. Innovación y transformación digital
- 1.5.1. Dirección e innovación estratégica
- 1.5.2. Pensamiento creativo y pensamiento de diseño
- 1.5.3. Innovación abierta
- 1.5.4. Economía de acciones

1.6. Contexto internacional
- 1.6.1. Geopolítica
- 1.6.2. Mercado de divisas y tipos de cambio
- 1.6.3. Cobertura con contratos de intercambio
- 1.6.4. Inversiones en el extranjero y financiación de exportaciones

Asignatura 2. Habilidades directivas

2.1. Oratoria y formación de portavoces
- 2.1.1. Comunicación interpersonal
- 2.1.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 2.1.3. Barreras para la comunicación

2.2. Comunicación y liderazgo
- 2.2.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 2.2.2. Motivación, empoderamiento y delegación
- 2.2.3. Capacidades y habilidades del líder 2.0

2.3. Marca personal
- 2.3.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 2.3.2. Leyes de la marca personal
- 2.3.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

2.4. Gestión de equipos
- 2.4.1. Equipos de trabajo y dirección de reuniones
- 2.4.2. Gestión de procesos de cambio
- 2.4.3. Gestión de equipos multiculturales
- 2.4.4. Entrenamiento ejecutivo (coaching)

2.5. Negociación y resolución de conflictos
- 2.5.1. Gestión del conflicto, negociación y mediación
- 2.5.2. Conflictos interpersonales
- 2.5.3. Negociación intercultural

2.6. Inteligencia emocional
- 2.6.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 2.6.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 2.6.3. Autoestima y lenguaje emocional

2.7. Capital relacional: trabajo colaborativo
- 2.7.1. Gestión del capital humano
- 2.7.2. Análisis del rendimiento
- 2.7.3. Gestión de la igualdad y diversidad
- 2.7.4. Innovación en la gestión de personas

2.8. Gestión del tiempo
- 2.8.1. Planificación, organización y control
- 2.8.2. Metodología de la gestión del tiempo
- 2.8.3. Planes de acción
- 2.8.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

Asignatura 3. Ética y Responsabilidad Social Corporativa

3.1. La función directiva y la Responsabilidad Social Corporativa
- 3.1.1. Visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa
- 3.1.2. El cuadro de mando integral
- 3.1.3. Sistemas y modelos para la implantación de la Responsabilidad Social Corporativa
- 3.1.4. Organización de la Responsabilidad Social Corporativa. Roles y responsabilidades

3.2. Responsabilidad Corporativa
- 3.2.1. La creación de valor en una economía de intangibles
- 3.2.2. Responsabilidad social corporativa: compromiso empresarial
- 3.2.3. Impacto social, ambiental y económico

3.3. Finanzas e inversión responsables
- 3.3.1. Sostenibilidad y la responsabilidad del director financiero
- 3.3.2. Transparencia en la información
- 3.3.3. Financiación e inversión responsable
- 3.3.4. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa

3.4. Empresa y medioambiente
- 3.4.1. Desarrollo sostenible
- 3.4.2. Desarrollo legislativo en la responsabilidad medioambiental
- 3.4.3. Respuesta de las empresas ante la problemática ambiental
- 3.4.4. Residuos y emisiones

3.5. Envase y medioambiente
- 3.5.1. El envase como estrategia empresarial de diferenciación
- 3.5.2. Animación y comunicación en el punto de venta
- 3.5.3. Diseño de envases y tendencias del futuro

3.6. Sistemas y herramientas de gestión responsable
- 3.6.1. Sistemas de gestión de la responsabilidad social
- 3.6.2. Integración de sistemas
- 3.6.3. Sistemas de gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud laboral
- 3.6.4. Auditorías

3.7. Ética empresarial
- 3.7.1. Comportamiento ético en la empresa
- 3.7.2. Deontología y códigos éticos
- 3.7.3. Fraudes y conflictos de interés

3.8. Multinacionales y derechos humanos
- 3.8.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales
- 3.8.2. Multinacionales frente al derecho internacional
- 3.8.3. Instrumentos jurídicos específicos

3.9. Entorno legal y gobierno corporativo
- 3.9.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 3.9.2. Propiedad intelectual e industrial
- 3.9.3. Derecho internacional del trabajo

Asignatura 4. Comunicación corporativa, estrategia de marca y reputación

4.1. Identidad corporativa y visión estratégica
- 4.1.1. Identidad y redefinición de valores empresariales
- 4.1.2. Cultura empresarial corporativa
- 4.1.3. Retos del departamento de comunicación
- 4.1.4. Imagen y proyección pública

4.2. Estrategia de marca corporativa
- 4.2.1. Imagen pública y las partes interesadas
- 4.2.2. Estrategia y gestión de marca corporativa
- 4.2.3. Estrategia de comunicación corporativa alineada con la identidad de marca

4.3. Teoría de la reputación
- 4.3.1. La reputación como paradigma de la buena empresa
- 4.3.2. El concepto de reputación corporativa
- 4.3.3. La reputación interna
- 4.3.4. La influencia de la internacionalización en la reputación corporativa

4.4. Evaluación de la reputación
- 4.4.1. La auditoría de reputación corporativa
- 4.4.2. Monitor de reputación de empresas cotizadas
- 4.4.3. Índice reputacional de buen gobierno
- 4.4.4. Análisis de la reputación sectorial

4.5. Gestión de la reputación
- 4.5.1. La gestión de la reputación corporativa
- 4.5.2. El enfoque reputacional de la marca
- 4.5.3. La gestión reputacional del liderazgo

4.6. Gestión de los riesgos reputacionales y la crisis
- 4.6.1. Escuchar y gestionar percepciones
- 4.6.2. Procedimientos, manual de crisis y planes de contingencia
- 4.6.3. Formación de portavoces en situaciones de emergencia

4.7. Sostenibilidad ética
- 4.7.1. Estrategia y criterios sostenibles
- 4.7.2. Campañas de comunicación con criterios de sostenibilidad
- 4.7.3. Posicionamiento e imagen de marca sostenible

4.8. Métricas y analíticas de marca y reputación
- 4.8.1. Introducción a las métricas de la marca corporativa
- 4.8.2. Índices de medición interna y externa
- 4.8.3. Herramientas de gestión de la marca

Asignatura 5. Planificación estratégica en Comunicación Corporativa

5.1. Planificador estratégico
- 5.1.1. Planificador estratégico: orígenes y funciones
- 5.1.2. El planificador estratégico en empresas de publicidad, asesorías estratégicas y empresas de comunicación
- 5.1.3. Gestión de las partes interesadas

5.2. Modelos y escuelas para la planificación
- 5.2.1. Modelos para la gestión de intangibles
- 5.2.2. Intangibles y plan estratégico
- 5.2.3. Evaluación de intangibles
- 5.2.4. Reputación e intangibles

5.3. Investigación cualitativa en planificación estratégica
- 5.3.1. Detección de ideas
- 5.3.2. Grupo de enfoque para la planificación estratégica
- 5.3.3. Planificación de entrevistas estratégicas

5.4. Investigación cuantitativa en planificación estratégica
- 5.4.1. Analizar datos y extraer conclusiones
- 5.4.2. Uso de técnicas psicométricas
- 5.4.3. Retos de la investigación aplicada a la comunicación empresarial

5.5. Formulación de la estrategia creativa
- 5.5.1. Explorar alternativas estratégicas
- 5.5.2. Respuesta al proyecto creativo (contrabriefing) o proyecto creativo (*briefing*)
- 5.5.3. Marca y posicionamiento

5.6. Utilidad estratégica de los diferentes medios
- 5.6.1. Campañas 360º
- 5.6.2. Lanzamiento de nuevos productos
- 5.6.3. Tendencias sociales
- 5.6.4. Evaluación de la efectividad

5.7. Tendencias en la comunicación empresarial
- 5.7.1. Generación y distribución de contenidos corporativos
- 5.7.2. Comunicación empresarial en la web
- 5.7.3. Implementación de métricas en el proceso de comunicación

5.8. Patrocinio y mecenazgo
- 5.8.1. Estrategias de actuación en patrocinio, mecenazgo y publicidad social
- 5.8.2. Oportunidades de comunicación y retornos tangibles e intangibles
- 5.8.3. Acciones de hospitalidad y colaboración

Asignatura 6. Aspectos directivos de la Comunicación Corporativa

6.1. La comunicación en las organizaciones
- 6.1.1. Las organizaciones, las personas y la sociedad
- 6.1.2. Evolución histórica del comportamiento organizativo
- 6.1.3. Comunicación bidireccional
- 6.1.4. Barreras de la comunicación

6.2. Estructura, gestión y retos de la dirección de comunicación
- 6.2.1. Estructura departamental de las direcciones de comunicación
- 6.2.2. Tendencias actuales en modelos de gestión
- 6.2.3. Integración de los intangibles
- 6.2.4. Retos del departamento de comunicación

6.3. Plan de comunicación integral
- 6.3.1. Auditoria y diagnóstico
- 6.3.2. Elaboración del plan de comunicación
- 6.3.3. Medida de los resultados: los indicadores clave de rendimiento (KPI) y el retorno de la inversión (ROI)

6.4. Efectos de los medios de comunicación
- 6.4.1. Eficacia de la comunicación comercial y publicitaria
- 6.4.2. Teorías sobre los efectos de los medios
- 6.4.3. Modelos sociales y de cocreación

6.5. Gabinetes de prensa y relaciones con los medios de comunicación
- 6.5.1. Identificación de oportunidades y necesidades informativas
- 6.5.2. Gestión de reportajes y entrevistas a portavoces
- 6.5.3. Sala de prensa virtual y comunicación electrónica
- 6.5.4. Compra de espacios publicitarios

6.6. Relaciones públicas
- 6.6.1. Estrategia y práctica de las relaciones públicas
- 6.6.2. Normas de protocolo y ceremonial
- 6.6.3. Organización de actos y gestión creativa

6.7. Grupos de presión
- 6.7.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones
- 6.7.2. Relaciones institucionales y empresariales
- 6.7.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión

6.8. Comunicación interna
- 6.8.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con recursos humanos
- 6.8.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
- 6.8.3. El plan de comunicación interna

6.9. Marca y nomenclatura
- 6.9.1. Gestión de marcas y coordinación en el lanzamiento de nuevos productos
- 6.9.2. Reposicionamiento de marcas

6.10. Previsión de audiencias y fuentes de datos
- 6.10.1. Unidades de medida y perfiles de audiencia
- 6.10.2. Afinidad, compartir, puntos de calificación brutos (GRP)
- 6.10.3. Proveedores actuales del mercado publicitario

Asignatura 7. Comunicación en sectores especializados

7.1. Comunicación financiera
- 7.1.1. El valor de los intangibles
- 7.1.2. Comunicación financiera en empresas cotizadas
- 7.1.3. Los emisores de la comunicación financiera
- 7.1.4. Público objetivo en las operaciones financieras

7.2. Comunicación política y electoral
- 7.2.1. La imagen en campañas políticas y electorales
- 7.2.2. Publicidad política
- 7.2.3. Plan de comunicación política y electoral
- 7.2.4. Auditorías de comunicación electoral

7.3. Comunicación y salud
- 7.3.1. Periodismo e información de salud
- 7.3.2. Comunicación interpersonal y grupal aplicada a la salud
- 7.3.3. Comunicación de riesgos y gestión comunicativa de las crisis de salud

7.4. Cultura digital y museografía hipermedia
- 7.4.1. Producción y difusión del arte en la era digital
- 7.4.2. Los espacios culturales como paradigma de convergencias hipermedia y transmedia
- 7.4.3. Participación constructiva en la cultura digital

7.5. Comunicación de vanguardia de las organizaciones públicas
- 7.5.1. La comunicación en el sector público
- 7.5.2. Estrategia y creación en la comunicación de las organizaciones públicas
- 7.5.3. Bienes intangibles en el sector público
- 7.5.4. Política informativa de las organizaciones públicas

7.6. Comunicación en las organizaciones sin ánimo de lucro
- 7.6.1. Entidad no lucrativa (enl) y relación con organismos del estado
- 7.6.2. Reputación corporativa de las entidades no lucrativas
- 7.6.3. Diagnóstico, evaluación y desarrollo de planes de comunicación para este tipo de entidades
- 7.6.4. Diferentes figuras y medios de comunicación

Asignatura 8. Mercadotecnia y Comunicación

8.1. Colocación del producto y contenido de marca
- 8.1.1. Formas singulares de comunicación y emplazamiento de marcas
- 8.1.2. Conceptos, productos y servicios en soportes amigables

8.2. Planificación y contratación de medios digitales
- 8.2.1. Ofertas en tiempo real
- 8.2.2. Planificación de campañas digitales integradas
- 8.2.3. Cuadro de mando de control de inversión publicitaria

8.3. Mercadotecnia promocional
- 8.3.1. Promociones al consumidor
- 8.3.2. Fuerza de ventas, canal, punto de venta y promociones especiales
- 8.3.3. Éxito y rentabilidad de las acciones promocionales

8.4. Planificación, ejecución y medición de campañas de mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)
- 8.4.1. Mercadotecnia de buscadores
- 8.4.2. Conversión de tráfico a tráfico cualificado
- 8.4.3. Gestión de proyectos de mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)

8.5. Métricas y análisis de resultados en campañas de publicidad digital
- 8.5.1. Servidores de anuncios
- 8.5.2. Métricas tradicionales y los puntos de calificación brutos (GRP) digitales
- 8.5.3. Redes cruzadas e interacciones

8.6. Publicidad en pantalla, medios de comunicación ricos y publicidad viral
- 8.6.1. Medios, formatos y soportes
- 8.6.2. El embudo de conversión
- 8.6.3. Técnicas de boca a boca (WOM) y zumbido de mercadotecnia

8.7. Mercadotecnia móvil, geolocalización e internet TV
- 8.7.1. Nuevas aplicaciones de mercadotecnia móvil
- 8.7.2. Geolocalización
- 8.7.3. Aplicaciones que integran webs, geoetiquetado y móvil

8.8. Eficacia publicitaria
- 8.8.1. Técnicas de investigación y rastreo de campañas
- 8.8.2. Análisis de cobertura y frecuencia efectiva
- 8.8.3. Notoriedad y modelos de distribución temporal de la presión publicitaria

Asignatura 9. Administración de la relación con el cliente

9.1. Administración de la relación con el cliente y mercadotecnia relacional
- 9.1.1. Filosofía empresarial u orientación estratégica
- 9.1.2. Identificación y diferenciación del cliente
- 9.1.3. La empresa y sus interesados
- 9.1.4. Cliente

9.2. Bases de datos de mercadotecnia y gestión de relaciones con clientes
- 9.2.1. Aplicaciones en la base de datos de mercadotecnia
- 9.2.2. Leyes y regulación
- 9.2.3. Fuentes de información, almacenamiento y procesamiento

9.3. Psicología y comportamiento del consumidor
- 9.3.1. El estudio del comportamiento del consumidor
- 9.3.2. Factores internos y externos del consumidor
- 9.3.3. Proceso de decisión del consumidor
- 9.3.4. Consumerismo, sociedad, mercadotecnia y ética

9.4. Mercadotecnia centrada en el consumidor
- 9.4.1. Segmentación
- 9.4.2. Análisis de la rentabilidad
- 9.4.3. Estrategias para fidelizar al cliente

9.5. Técnicas en administración de la relación con el cliente
- 9.5.1. Mercadotecnia directa
- 9.5.2. Integración multicanal
- 9.5.3. Mercadotecnia viral

9.6. Ventajas y peligros de implementar la administración de la relación con el cliente
- 9.6.1. Gestión de relaciones con el cliente (CRM), ventas y costes
- 9.6.2. Satisfacción y lealtad del cliente
- 9.6.3. Implementación tecnológica
- 9.6.4. Errores estratégicos y de gestión

Asignatura 10. Estrategia de comunicación en el entorno digital

10.1. Web 2.0 o web social
- 10.1.1. La organización en la era de la conversación
- 10.1.2. La web 2.0 Son las personas
- 10.1.3. Entorno digital y nuevos formatos de comunicación

10.2. Comunicación y reputación digital
- 10.2.1. Informe de reputación en línea
- 10.2.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
- 10.2.3. Marca y redes 2.0

10.3. Diseño y planificación de un plan de reputación en línea
- 10.3.1. Panorama de las principales social media
- 10.3.2. Plan de reputación de la marca
- 10.3.3. Métricas generales, retorno de la inversión (ROI) y social gestión de relaciones con el cliente (R)
- 10.3.4. Crisis en línea y posicionamiento en buscadores (SEO) reputacional

10.4. Plataformas generalistas, profesionales y herramientas de microblogging
- 10.4.1. Facebook
- 10.4.2. LinkedIn
- 10.4.3. Google +
- 10.4.4. Twitter

10.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
- 10.5.1. YouTube
- 10.5.2. Instagram
- 10.5.3. Flickr
- 10.5.4. Vimeo
- 10.5.5. Pinterest

10.6. Estrategia de contenidos y narración
- 10.6.1. Blogging corporativo
- 10.6.2. Estrategia de marketing de contenidos
- 10.6.3. Creación de un plan de contenidos
- 10.6.4. Estrategia de curación de contenidos

10.7. Estrategias en redes sociales
- 10.7.1. Las relaciones públicas corporativas y social media
- 10.7.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
- 10.7.3. Análisis y evaluación de resultados

10.8. Administración comunitaria
- 10.8.1. Funciones, tareas y responsabilidades de la administración comunitaria
- 10.8.2. Gerente de redes sociales
- 10.8.3. Estratega de redes sociales

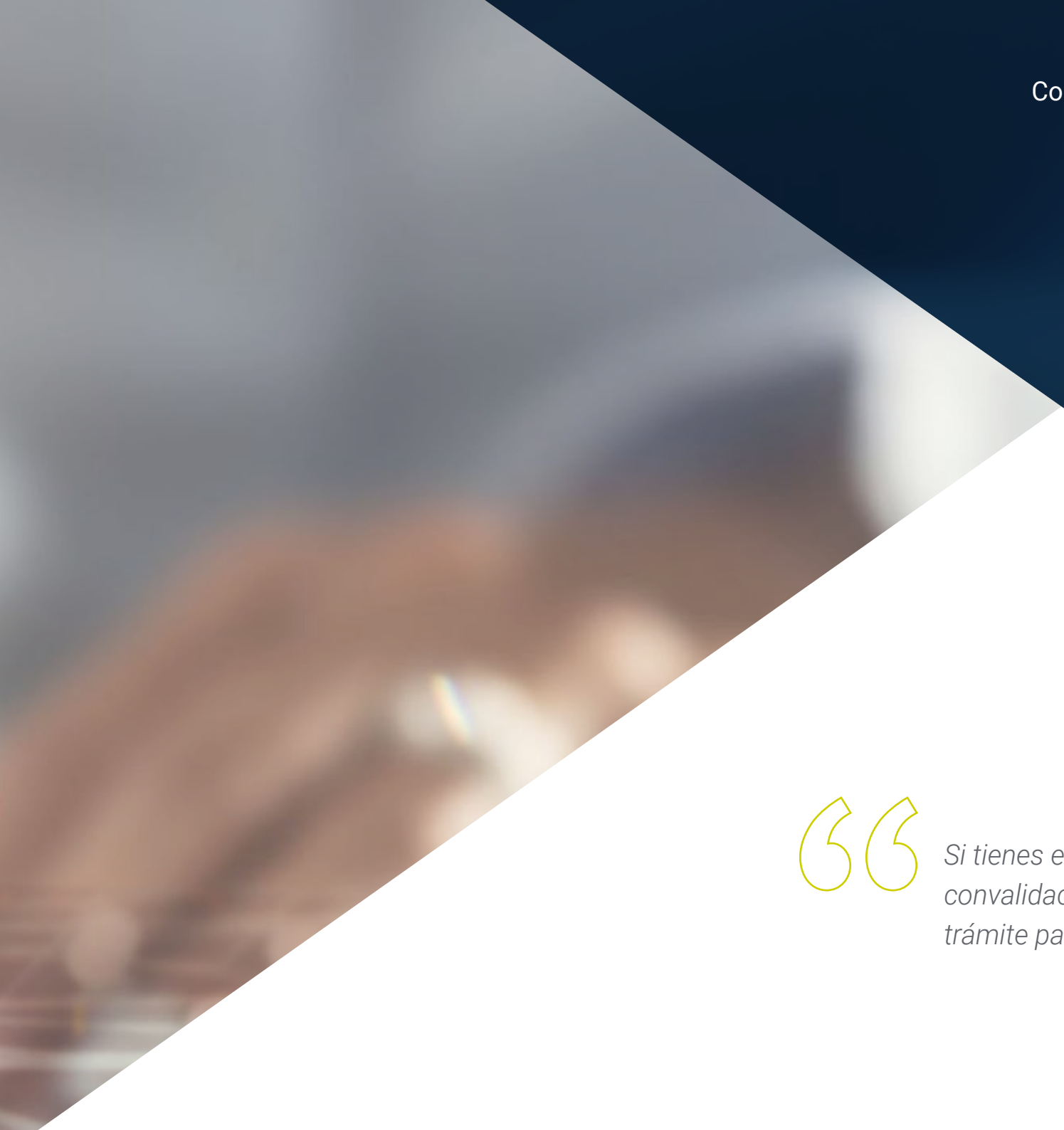
10.9. Plan de redes sociales
- 10.9.1. Diseño de un plan de social media
- 10.9.2. Calendario, presupuesto, expectativas y seguimiento
- 10.9.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

10.10. Herramientas de monitorización en línea
- 10.10.1. Herramientas de gestión y aplicaciones de escritorio
- 10.10.2. Herramientas de monitorización y estudio

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo"

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Maestría Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:

"Matricúlate en la Maestría Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita"

¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Maestría Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda "EQ" en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.

¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.

¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Maestría Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.

¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente

¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.

¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso

01

Preparar documentación

El candidato deberá recopilar toda la documentación requerida y pagar el importe correspondiente en concepto de estudio de convalidaciones.

Duración:
48 horas

02

Enviar solicitud

Una vez realizado el pago, remitirá junto a la solicitud de Estudio de Convalidaciones la documentación requerida en el apartado anterior a la dirección de correo *convalidaciones@techtitute.com*.

Duración:
20 min

03

Resolución opinión técnica

La Comisión Académica, realizará la validación y autenticación documental (podrá solicitar más documentación al alumno en caso de ser necesario.) y procederá a realizar el análisis de los estudios aportados para emitir la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas, que contendrá la equiparación entre las materias cursadas con las equivalentes del programa seleccionado, de acuerdo al nivel y a los contenidos de las asignaturas que más se aproximen a lo cursado por el alumno.

Duración:
48 horas

04

Respuesta solicitud

En un periodo no mayor a 48 horas, a partir de la recepción de los documentos, la Comisión Académica informará al candidato del resultado de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas mediante correo electrónico respondiendo a la solicitud realizada.

Duración:
20 min

05

Matriculación

Cuando el interesado reciba la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas, la revisará para evaluar su conveniencia y podrá proceder a la matriculación del programa si es su interés.

Duración:

20 min

06

Carga de la opinión técnica en campus

Una vez matriculado, deberá cargar en el campus virtual el documento de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas firmado. El importe abonado del estudio de convalidaciones se le deducirá de la matrícula y por tanto será gratuito para el alumno.

Duración:

20 min

07

Consolidación del expediente

En cuanto el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quede firmado y subido al campus virtual, el departamento de Servicios Escolares registrará en el sistema de TECH las asignaturas indicadas de acuerdo con la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas, y colocará en el expediente del alumno la leyenda de "EQ", en cada asignatura reconocida, por lo que el alumno ya no tendrá que cursarlas de nuevo. Además, retirará las limitaciones temporales de todas las asignaturas del programa, por lo que podrá cursarlo en modalidad intensiva. El alumno tendrá siempre acceso a los contenidos en el campus en todo momento.

Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

TECH ha diseñado esta Maestría Oficial Universitaria para ayudar a los alumnos a impulsar sus carreras en Dirección en Comunicación Corporativa, por tanto, cuenta con el temario más completo y la metodología educativa más efectiva del mercado. Así, tras finalizar el programa, el alumno estará preparado para afrontar todos los retos que tiene este tipo de puesto dentro de una empresa. Tratándose así, de una oportunidad única para hacer crecer las carreras de los comunicadores hacia la dirección de un equipo de trabajo.

Fomentarás una comunicación interna eficaz que mejore la cohesión y el compromiso de los empleados, promoviendo una cultura organizacional sólida"

Objetivos generales

- Desarrollar estrategias para la gestión de la marca y la reputación corporativas como recursos estratégicos de diferenciación, legitimidad y excelencia empresarial
- Describir el rol estratégico de la comunicación integrada y consistente con todos los *stakeholders*
- Fortalecer las habilidades, competencias y capacidad de liderazgo de los futuros gestores de intangibles
- Establecer técnicas para la construcción de la marca personal y profesional
- Implementar métricas rigurosas que evidencian el retorno de la gestión estratégica de los intangibles con indicadores no financieros consolidados y con impacto directo en el negocio
- Planificar y ejecutar planes de comunicación integral
- Establecer estrategias de comunicación complejas para lograr un vínculo con todos los públicos
- Desarrollar habilidades y competencias para gestionar eficazmente el departamento de comunicación de cualquier organización en todas sus vertientes
- Describir los elementos esenciales de la gestión de la comunicación corporativa
- Explorar las peculiaridades de la comunicación en sectores determinados
- Conocer el contexto internacional en el que se mueve la empresa
- Adquirir las habilidades directivas necesarias para llevar una correcta comunicación corporativa
- Ser capaz de gestionar equipos y resolver conflictos laborales

Objetivos específicos

Asignatura 1. Dirección de las organizaciones

- Conocer la estructura y los modelos organizativos empresariales, así como la integración de recursos internos y externos corporativos que tiene una organización
- Valorar la importancia de la innovación y de la creatividad digital en la transformación empresarial y en su apertura a nuevos mercados

Asignatura 2. Habilidades directivas

- Reconocer las técnicas comunicativas y los estilos de oratoria con los que desarrollará las habilidades de líder de una organización, así como las destrezas necesarias para gestionar los equipos de trabajo y potenciar las habilidades intrapersonales y emocionales
- Facilitar las relaciones sociales en una organización, fomentando la diversidad y la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral

Asignatura 3. Ética y Responsabilidad Social Corporativa

- Comprender la transcendencia de la responsabilidad social corporativa en la proyección externa de una organización, así como el impacto social, ambiental y económico que conlleva la implantación de una estrategia de responsabilidad social corporativa
- Implementar estrategias de responsabilidad social corporativa y distribuyendo responsabilidades entre los miembros de una organización y así adentrarse en los códigos éticos que deben regir las prácticas empresariales de una organización

Asignatura 4. Comunicación corporativa, estrategia de marca y reputación

- Emplear las técnicas necesarias para desarrollar y gestionar las estrategias de una marca corporativa, así como las herramientas para medir la gestión interna y externa de una marca corporativa
- Realizar un posicionamiento ético y sostenible y así definir adecuadamente la misión, visión y valores corporativos empresariales

Asignatura 5. Planificación estratégica en Comunicación Corporativa

- Valorar la labor y las competencias que desempeña la figura del planificador estratégico, así como la investigación cualitativa y sus herramientas como factores clave en la planificación estratégica corporativa
- Aplicar estrategias creativas de patrocinio, mecenazgo, publicidad y colaboración para adentrarse en la realización de campañas y lanzamiento de productos a través de diferentes medios como estrategia efectiva, teniendo en cuenta las nuevas tendencias en la comunicación empresarial digital

Asignatura 6. Aspectos directivos de la Comunicación Corporativa

- Identificar los diferentes canales y aspectos directivos de la comunicación corporativa, sabrá cómo gestionar y desarrollar modelos comunicativos en los departamentos directivo
- Gestionar y desarrollar las relaciones institucionales con los grupos de presión y medir a la audiencia y al mercado publicitario, a través de la adquisición de técnicas y habilidades para desarrollar un plan de comunicación corporativa integral y gestionar de forma creativa estrategias protocolarias

Asignatura 7. Comunicación en sectores especializados

- Evaluar planes de comunicación para organizaciones sin ánimo de lucro, así como las estrategias comunicativas y las políticas informativas de las organizaciones públicas
- Gestionar la información y la crisis de salud desde el punto de vista comunicativo para adentrarse en los aspectos de la comunicación corporativa del sector financiero y aproximarse a la cultura digital como herramientas de participación, hipermedia y transmedia

Asignatura 8. Mercadotecnia y Comunicación

- Planificar campañas en medios digitales y controlar la inversión publicitaria, a través de la comprensión de las estrategias promocionales y de venta con las que rentabilizar los objetivos de la organización y los conceptos y soportes de emplazamiento de marcas
- Aproximarse a las nuevas tendencias en mercadotecnia móvil, aplicaciones web y geolocalización

Asignatura 9. Administración de la relación con el cliente

- Analizar los aspectos centrales para las ventas tales como el comportamiento del consumidor aplicando técnicas y habilidades psicológicas para conocer estratégicamente a los clientes
- Ser capaz de determinar o adecuar las estrategias de mercadotecnia susceptibles a implementarse

Asignatura 10. Estrategia de comunicación en el entorno digital

- Diseñar e implementar un plan de reputación digital de la marca corporativa, a través del conocimiento y comprensión de las características de las plataformas sociales, profesionales y de vídeo e imagen para aprovechar las oportunidades que ofrecen a las empresas
- Crear estrategias de mercadotecnia de contenidos y de social media en el entorno digital y aprender a gestionar una situación de crisis

"Utilizarás canales digitales, redes sociales y herramientas de análisis para gestionar la comunicación en entornos digitales"

06

Salidas profesionales

A través de esta Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa, los egresados ampliarán sus competencias profesionales, alcanzando los conocimientos más avanzados para implementar estrategias de comunicación efectivas en sus organizaciones. De esta forma, al completar este itinerario académico, el profesional será capaz de comprender en profundidad los roles de los diferentes públicos y *stakeholders*, promoviendo un entorno de comunicación sólido, coherente y adaptado a las necesidades de la era digital y globalizada.

Upgrading...

Supervisarás las estrategias de Comunicación en las empresas, garantizado que la imagen y los valores corporativos se transmitan de manera coherente"

Perfil del egresado

El perfil de egreso de la Maestría Dirección en Comunicación Corporativa es el de un profesional con altas habilidades para dirigir un equipo o empresa internacional. En este sentido, al finalizar el programa, el profesional será capaz de aplicar los criterios de calidad a todos los procesos para establecer la identidad de una marca. De esta forma, se convertirá en un directivo solvente, competitivo y con gran capacidad de adaptación.

Brindarás asesoramiento personalizado a las entidades sobre el desarrollo de estrategias de Comunicación que potencien su posicionamiento.

- **Capacidad de comunicación eficaz:** Los profesionales desarrollan habilidades para comunicar mensajes corporativos de manera clara y persuasiva, adaptando el lenguaje y el estilo comunicativo a distintos públicos, tanto internos como externos, y asegurando la coherencia de los valores y la imagen de la organización
- **Gestión del tiempo y organización de proyectos:** Una competencia crucial es la habilidad para gestionar proyectos de comunicación de manera eficaz, lo que incluye la planificación de campañas, la organización de actividades de comunicación y el cumplimiento de plazos en contextos exigentes
- **Pensamiento crítico y resolución de Problemas:** Los egresados serán capaces de aplicar el pensamiento crítico para evaluar situaciones comunicativas complejas, identificar problemas de reputación o percepción y generar soluciones creativas y estratégicas en tiempo real
- **Adaptabilidad y gestión de crisis:** Los especialistas obtienen la habilidad de adaptarse rápidamente a cambios en el entorno comunicativo y a manejar situaciones de crisis, liderando respuestas rápidas y efectivas que protejan y fortalezcan la reputación de la organización

Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Director de Comunicación Corporativa:** Este profesional se encarga de planificar, implementar y supervisar las estrategias de comunicación interna y externa de una organización, asegurando que la imagen y los valores corporativos se transmitan de manera coherente y eficaz.
   Responsabilidades: Liderar campañas de comunicación, gestionar la relación con los medios, coordinar la comunicación en situaciones de crisis, y promover una comunicación interna que fortalezca el compromiso y la cohesión del equipo.
2. **Consultor en comunicación estratégica:** Asesora a empresas y organizaciones en el desarrollo de estrategias de comunicación que potencien su posicionamiento, mejoren su reputación y fortalezcan su relación con los *stakeholders*.
   Responsabilidades: Analizar las necesidades comunicativas de la organización, desarrollar y ejecutar planes de comunicación personalizados, y medir el impacto de las estrategias en la percepción de la marca.
3. **Responsable de Comunicación Interna:** Gestiona la comunicación dentro de la organización, promoviendo un flujo de información efectivo que fomente el compromiso y la alineación de los empleados con los objetivos corporativos.
   Responsabilidades: Diseñar e implementar estrategias de comunicación interna, organizar actividades y campañas que fortalezcan la cultura organizacional, y actuar como enlace entre la dirección y el personal para mejorar el clima laboral.
4. **Gestor de Relaciones Públicas y Reputación:** Se enfoca en la construcción y el mantenimiento de una imagen pública positiva de la organización, gestionando las relaciones con medios, socios estratégicos y otros públicos clave.
   Responsabilidades: Desarrollar y mantener relaciones con los medios y otros *stakeholders*, gestionar la presencia en eventos y conferencias, y supervisar la percepción pública de la organización, tomando medidas proactivas para proteger su reputación.
5. **Responsable de Comunicación Digital y Redes Sociales:** este profesional se encarga de gestionar la presencia online de la organización, utilizando canales digitales y redes sociales para conectar con el público de manera efectiva y fortalecer la imagen de marca.
   Responsabilidades: Planificar y ejecutar estrategias de comunicación digital, supervisar y analizar el impacto en redes sociales, crear contenidos alineados con la identidad de la marca, y responder a la interacción con la audiencia online de forma coherente y oportuna.

"Marca la diferencia con el resto de profesionales gracias a este programa de TECH Universidad y consigue tus objetivos de forma inmediata"

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Maestría Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

Acredita tu competencia lingüística

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría Oficial Universitaria de forma ilimitada y gratuita"

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

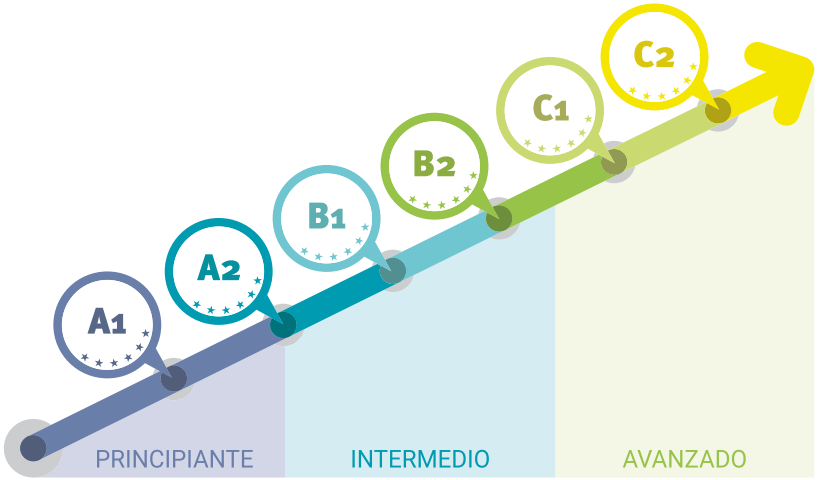
El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Maestría Oficial Universitaria"

TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la Maestría Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la Maestría Oficial Universitaria

"48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2"



08

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 intensivo 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.

Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.

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 según el índice global score, 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.

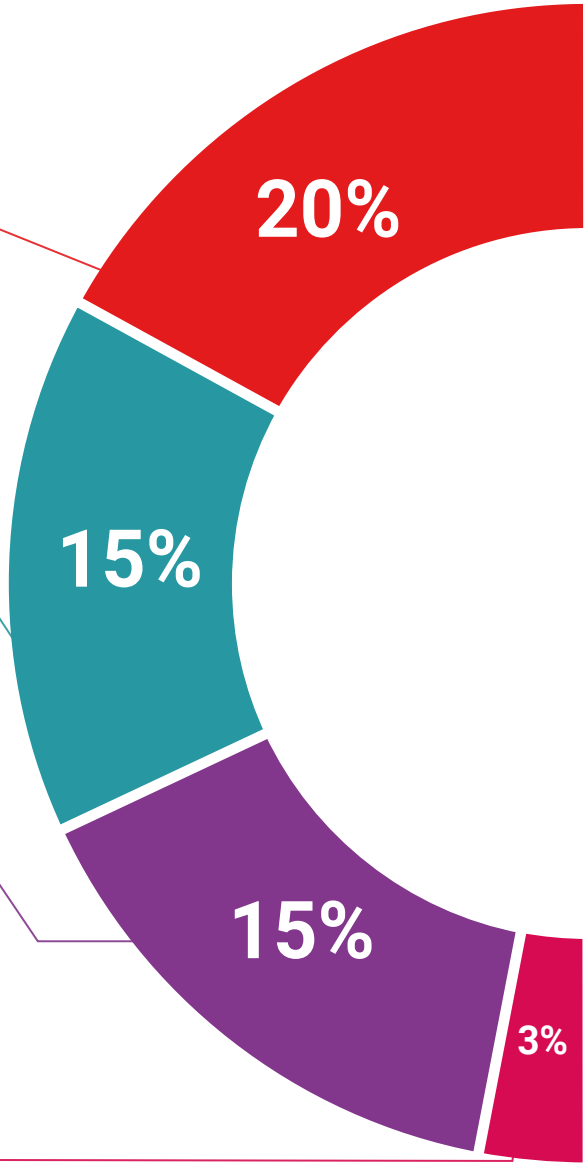
Resúmenes interactivos

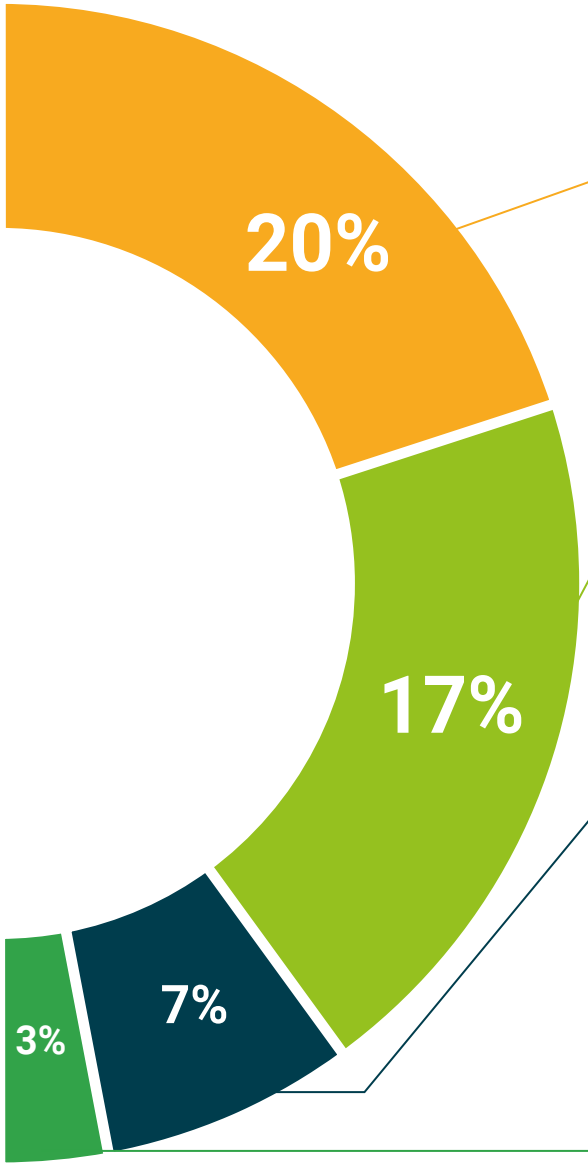
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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.

09

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.

Obtén un título oficial con validez internacional y da un paso adelante en tu carrera profesional"

La **Maestría en Dirección en Comunicación Corporativa** es un programa con reconocimiento oficial. El plan de estudios se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE **20210881**, de fecha **07/05/2021**, modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Además de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria, con el que poder alcanzar una posición bien remunerada y de responsabilidad, servirá para acceder al nivel académico de doctorado y progresar en la carrera universitaria. Con TECH el egresado eleva su estatus académico, personal y profesional.

Este programa tiene reconocimiento en los Estados Unidos de América, gracias a la evaluación positiva de la National Association of Credential Evaluation Services de USA (*NACES*), como equivalente al **Master of Science in Corporate Comunication** earned by distance education.

TECH Universidad ofrece esta Maestría Oficial Universitaria con reconocimiento oficial RVOE de Educación Superior, cuyo título emitirá la Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación (DGAIR) de la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Se puede acceder al documento oficial de RVOE expedido por la Secretaría de Educación Pública (SEP), que acredita el reconocimiento oficial internacional de este programa.

Para solicitar más información puede dirigirse a su asesor académico o directamente al departamento de atención al alumno, a través de este correo electrónico: *informacion@techtitute.com*

RVOE EDUCACIÓN SUPERIOR

Ver documento RVOE

TECH es miembro de la **International Communication Association (ICA)**, la cual se enfoca en mejorar los procesos de investigación académicos de las ciencias de la comunicación. Gracias a los profesionales que integran la ICA y los beneficios que esta brinda a sus miembros, el alumno puede acceder a una gran variedad de material educativo y recursos didácticos enfocados al desarrollo profesional del alumno, esto permite al estudiante formar parte de la red de profesionales y empresas dedicadas a la excelencia en la industria.

TECH es miembro de: International Communication Association

Título: **Maestría en Dirección en Comunicación Corporativa**

Título equivalente en USA: **Master of Science in Corporate Comunication**

Nº de RVOE: **20210881**

Fecha acuerdo RVOE: **07/05/2021**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

"Supera con éxito este programa y recibe tu título de Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa con el que podrás desarrollar tu carrera académica"

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

Clave Única de Registro de Población

Folio Digital
https://www.siged.sep.gob.mx/titulos/utenticacion/

Estados Unidos Mexicanos
Secretaría de Educación Pública
Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación
Constancia de Autenticación del Título Electrónico

Datos del profesionista

Nombre(s) | Primer Apellido | Segundo Apellido

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Nombre del perfil o carrera | Clave del perfil o carrera

Datos de la institución

TECH MÉXICO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

Nombre

20210881

Número del Acuerdo de Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)

Lugar y fecha de expedición

CIUDAD DE MÉXICO

Entidad | Fecha

Responsables de la institución

RECTOR. GERARDO DANIEL OROZCO MARTÍNEZ

Firma electrónica de la autoridad educativa

Nombre:

Cargo: DIRECTORA DE REGISTROS ESCOLARES, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN

No. Certificado: 00001000000510871752

Sello Digital: XXXX

10

Reconocimiento en USA

En **TECH Universidad**, te ofrecemos más que una educación de excelencia, este es un **título con reconocimiento en los Estados Unidos de América (USA)**.

Nuestros programas han sido evaluados por Josef Silny & Associates, Inc., agencia miembro de la **National Association of Credential Evaluation Services de USA** (*NACES*), la principal organización de validación de credenciales académicas en USA.

Obtén un título con reconocimiento en USA y expande tu futuro internacional"

Estudia este programa y obtendrás:

- **Equivalencia en USA:** este título será considerado equivalente a un Master of Science en los Estados Unidos de América, lo que te permitirá ampliar tus oportunidades educativas y profesionales. Esto significa que tu formación será reconocida bajo los estándares académicos norteamericanos, brindándote acceso a oportunidades profesionales sin necesidad de revalidaciones.
- **Ventaja competitiva en el mercado laboral:** empresas globales valoran profesionales con credenciales que cumplen con estándares internacionales. Contar con un título reconocido en USA te brinda mayor confianza ante los empleadores, facilitando la inserción en compañías multinacionales, instituciones académicas y organizaciones con operaciones en varios países.
- **Puertas abiertas para estudios de posgrado en USA:** si deseas continuar con una segunda licenciatura, una maestría o un doctorado en una universidad de USA, este reconocimiento facilita tu admisión. Gracias a la equivalencia de tu título, podrás postularte a universidades en USA sin necesidad de cursar estudios adicionales de validación académica.
- **Certificación respaldada por una agencia reconocida:** Josef Silny & Associates, Inc. es una institución acreditada en USA, que es miembro de la National Association of Credential Evaluation Services de USA (NACES), la organización más prestigiosa en la validación de credenciales internacionales. Su evaluación otorga confianza y validez a tu formación académica ante universidades y empleadores en USA.
- **Mejorar tus ingresos económicos:** tener un título con equivalencia en USA no solo amplía tus oportunidades de empleo, sino que también puede traducirse en mejores salarios. Según estudios de mercado, los profesionales con títulos reconocidos internacionalmente tienen mayor facilidad para acceder a puestos **mejor remunerados** en empresas globales y multinacionales.

- **Postularte a las Fuerzas Armadas de USA:** si eres residente en EE.UU. (Green Card Holder) y deseas unirte a las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos de América, este título universitario cumple con los requisitos **educativos mínimos** exigidos, sin necesidad de estudios adicionales. Esto te permitirá avanzar en el proceso de selección y optar a una carrera militar con mayores beneficios y posibilidades de ascenso.
- **Realizar trámites migratorios o certificación laboral:** si planeas solicitar una visa de trabajo, una certificación profesional o iniciar un trámite migratorio en USA, tener un título con equivalencia oficial puede facilitar el proceso. Muchas categorías de visa y programas de residencia requieren demostrar formación académica reconocida, y este reconocimiento te da una base sólida para cumplir con dichos requisitos.

Tras la evaluación realizada por la agencia de acreditación miembro de la **National Association of Credential Evaluation Services de USA** (*NACES*), este programa obtendrá una equivalencia por el:

Master of Science in Corporate Comunication

Tramita tu equivalencia

Una vez obtengas el título, podrás tramitar tu equivalencia a través de TECH sin necesidad de ir a Estados Unidos y sin moverte de tu casa.

TECH realizará todas las gestiones necesarias para la obtención del informe de equivalencia de grado académico que reconoce, en los Estados Unidos de América, los estudios realizados en TECH Universidad.

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional"

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: *homologacion@techtitute.com*.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Maestría en cualquier país.

El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.

"El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título"

12

Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ente la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por el contexto normativo vigente.

Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales"

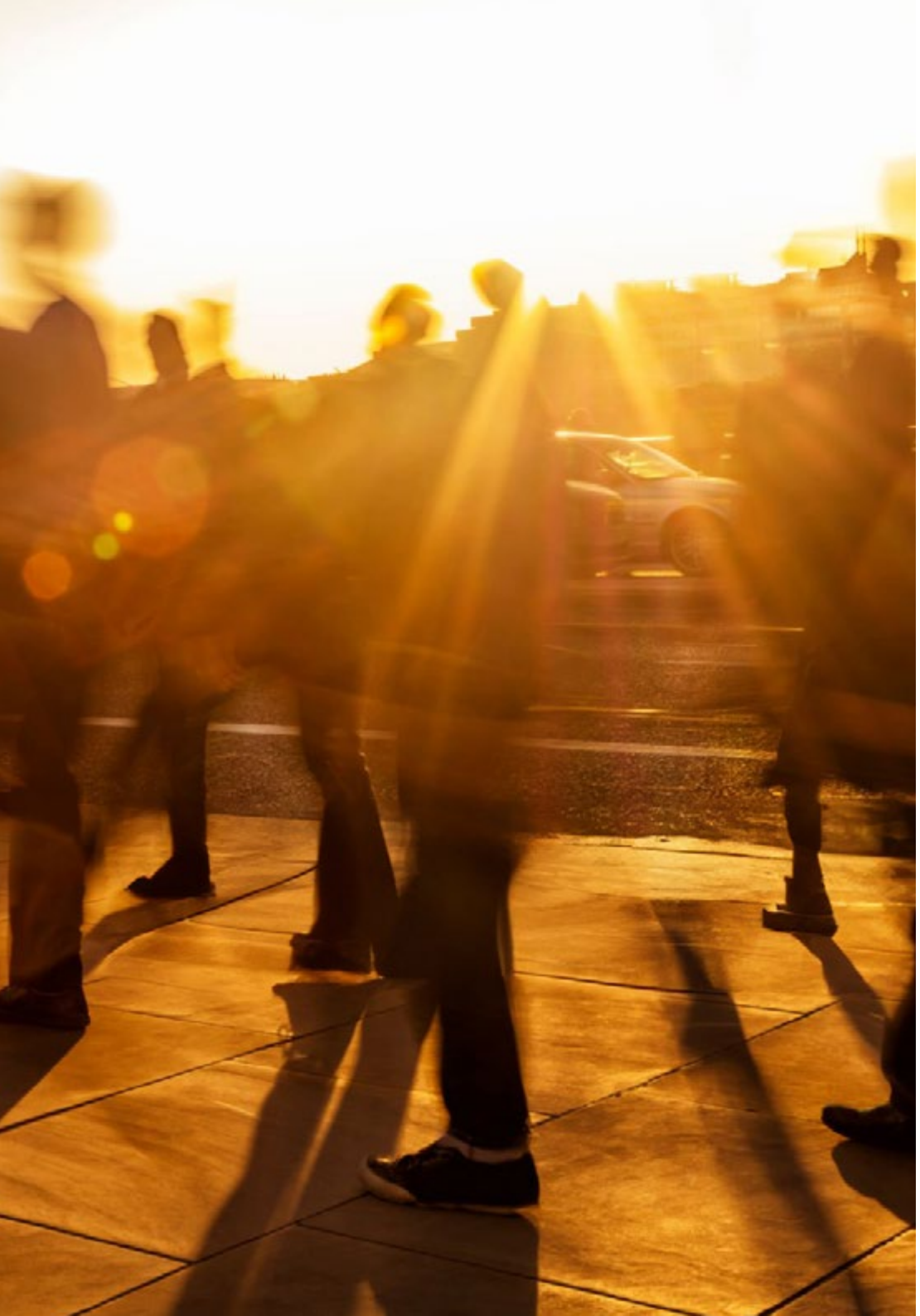
La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección en Comunicación Corporativa** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener el grado de Maestría.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH Universidad en la dirección de correo electrónico: *requisitosdeacceso@techtitute.com*.

Cumple con los requisitos de acceso y consigue ahora tu plaza en esta Maestría Oficial Universitaria.



Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera"

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.

TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Maestría Oficial Universitaria más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales"

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Sólo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (documento de identificación oficial, pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: *procesodeadmision@techtitute.com*.

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Maestría Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.

tech universidad

Nº de RVOE: 20210881

Maestría Oficial Universitaria
Dirección en Comunicación Corporativa

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

Fecha acuerdo RVOE: **07/05/2021**

Maestría Oficial Universitaria

Dirección en Comunicación Corporativa

Nº de RVOE: 20210881

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Título reconocido en USA

TECH es miembro de:

International Communication Association

tech universidad