

Maestría Oficial Universitaria Construcción de Marca Personal

Nº de RVOE: 20240725

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad



Nº de RVOE: 20240725

Maestría Oficial Universitaria Construcción de Marca Personal

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **12/04/2024**

Acceso web: www.techtitute.com/mx/escuela-de-negocios/maestria-universitaria/maestria-universitaria-contruccion-marca-personal

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. 24

05

Objetivos docentes

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 36

07

Idiomas gratuitos

pág. 40

08

Metodología de estudio

pág. 44

09

Cuadro docente

pág. 54

10

Titulación

pág. 60

11

Homologación del título

pág. 64

12

Requisitos de acceso

pág. 68

13

Proceso de admisión

pág. 72

01

Presentación del programa

La Gestión de Proyectos se enfrenta a desafíos complejos, pues las organizaciones deben abordar tareas con un nivel de incertidumbre considerable. A esto se suman que los expertos además deben adaptarse a plazos y presupuestos estrictos. Frente a esta situación, las Metodologías Predictivas emergen como una técnica clave para planificar de forma exhaustiva todas las etapas de las iniciativas. Entre sus principales ventajas, destaca que estas técnicas facilitan una gestión precisa del tiempo, los costos y los riesgos. No obstante, para disfrutar de tales beneficios, los expertos necesitan adquirir competencias avanzadas para asegurar el cumplimiento de estándares como la calidad. Con esta idea en mente, TECH lanza una pionera titulación universitaria 100% online focalizada en este ámbito.

Este es el momento, te estábamos esperando





“

Gracias a esta Maestría Oficial Universitaria basada en el Relearning, dominarás las estrategias de Construcción de Marca Personal más innovadoras para diferenciarte en el mercado”

En un entorno laboral cada vez más globalizado, la reputación profesional se ha convertido en una de las estrategias más eficaces para destacar en un mercado competitivo. Según un informe elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el 45% de los especialistas que trabajan en sectores creativos o digitales atribuyen su éxito a un posicionamiento personal sólido. Frente a esta situación, los individuos necesitan disponer de las técnicas más sofisticadas para crear identidades holísticas que capten el interés por parte de las compañías, consumidores y *stakeholders*.

Por este motivo, TECH lanza una pionera Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal. A lo largo del itinerario académico, los egresados desarrollarán habilidades estratégicas para crear y gestionar una Marca Personal sólida, adaptada a las tendencias actuales y las exigencias del mercado. Bajo un enfoque práctico, los materiales didácticos otorgarán a los expertos las técnicas más sofisticadas para mejorar su visibilidad y establecer relaciones de confianza tanto con el público objetivo como con grupos de interés. En sintonía con esto, el temario ahondará en el uso profesional de plataformas digitales como Twitter, Instagram o TikTok. De esta forma, los alumnos obtendrán competencias para diseñar un sello de identidad personal coherente, único y diferenciador.





“

Adquirirás habilidades de comunicación avanzadas que te permitirán transmitir mensajes claros y coherentes que resalten tus capacidades profesionales”

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».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

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.

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.

Profesorado
TOP
Internacional

La metodología
más eficaz

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 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.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

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 currículum 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

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.



Universidad
online oficial
de la **NBA**



La universidad mejor valorada por sus alumnos

La web de valoraciones Trustpilot ha posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos. Este portal de reseñas, el más fiable y prestigioso porque verifica y valida la autenticidad de cada opinión publicada, ha concedido a TECH su calificación más alta, 4,9 sobre 5, atendiendo a más de 1.000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



03

Plan de estudios

El temario de esta titulación universitaria en Creación de Marca Personal ofrece una especialización integral, diseñada para proporcionar a los expertos las herramientas necesarias para construir y gestionar una reputación sólida. En este sentido, el itinerario académico abordará técnicas efectivas para el autodiagnóstico, la planificación estratégica y la implementación de una identidad propia en el entorno digital. De este modo, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para diferenciarse y destacar en el entorno profesional significativamente.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*



“

Ahondarás en las estrategias más modernas para adaptarte a cambios tecnológicos y tendencias del mercado, manteniendo una Marca Personal relevante”

Este programa universitario aúna contenidos vanguardistas con una metodología 100% online, ofreciendo flexibilidad y aprendizaje asincrónico al alumnado. A través de actividades prácticas, ejercicios interactivos y recursos complementarios (como videos en detalle, clases magistrales o lecturas especializadas), los alumnos disfrutarán de una experiencia académica dinámica a la par que amena. De este modo, los especialistas adquirirán habilidades estratégicas que aplicarán en sus contextos profesionales reales para maximizar su desarrollo profesional

“

Estudia desde la comodidad de tu hogar y actualiza tus conocimientos en gestión de Marca Personal de forma online con TECH. ¡Inscríbete ya!”

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	Marca Personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa
Asignatura 2	Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal
Asignatura 3	Planificación de Marca Personal
Asignatura 4	Estrategia de Marca Personal
Asignatura 5	Estrategia de comunicación
Asignatura 6	Marca en redes sociales
Asignatura 7	Marca Personal en LinkedIn
Asignatura 8	Construcción y gestión de las redes de contactos
Asignatura 9	Estrategias, técnicas y herramientas de mercadotecnia
Asignatura 10	Impacto de la Marca Personal

Así, los contenidos académicos de estas asignaturas abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. Marca Personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

- 1.1 Marca Personal
 - 1.1.1 Marca Personal. Aspectos clave
 - 1.1.2 Beneficios de gestionar una Marca Personal
 - 1.1.3 Marca Personal en el mercado
- 1.2 Recorrido de la Marca Personal
 - 1.2.1 Fase de autoconocimiento
 - 1.2.2 Fase de propósito
 - 1.2.3 Fase de posicionamiento y visibilidad
 - 1.2.4 Fase de resultado: claves para ser la opción elegida
- 1.3 Identidad digital y netiqueta
 - 1.3.1 La identidad digital
 - 1.3.2 La netiqueta y su impacto en la Marca Personal
 - 1.3.3 Aplicación de la Netiqueta en las diferentes plataformas
- 1.4 Posicionamiento en la red
 - 1.4.1 Cómo conocer, controlar y gestionar la reputación online
 - 1.4.2 La importancia de la Marca Personal en la era digital
 - 1.4.3 Búsqueda de palabras claves para la Marca Personal
- 1.5 Habilidades clave para la construcción de la Marca Personal
 - 1.5.1 Comunicación efectiva
 - 1.5.2 Liderazgo y gestión de equipos
 - 1.5.3 Pensamiento crítico y resolución de problemas
- 1.6 Reputación corporativa de la Marca Personal
 - 1.6.1 Reputación corporativa sólida
 - 1.6.2 La gestión de la reputación online
 - 1.6.3 Reputación corporativa y ética
- 1.7 Monetización de la Marca Personal
 - 1.7.1 Investigación del nicho de mercado
 - 1.7.2 Modelo de negocio y diversificación de fuentes de ingresos
 - 1.7.3 Elaboración de propuestas y condiciones

- 1.8 Innovación en la Marca Personal
 - 1.8.1 Identificación de nuevas oportunidades y tendencias
 - 1.8.2 Experimentación con nuevas formas y enfoques
 - 1.8.3 *Design thinking* aplicado a la Marca Personal
- 1.9 Prevención y gestión de crisis offline y online para marcas personales
 - 1.9.1 Fortalecimiento de la Marca Personal para la prevención de crisis
 - 1.9.2 Manejo de crisis de reputación offline y online
 - 1.9.3 Implementación de medidas después de la crisis
- 1.10 Mantenimiento y actualización de la Marca Personal
 - 1.10.1 El plan de mejora continua
 - 1.10.2 Mapa de competencias
 - 1.10.3 Revisión del plan de acción

Asignatura 2. Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal

- 2.1 Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal
 - 2.1.1 Autoevaluación y autoconocimiento para la construcción de Marca Personal
 - 2.1.2 El Autoconocimiento: paso uno en la gestión de la Marca Personal
 - 2.1.3 Aspectos claves durante el proceso de personal *branding*
- 2.2 Reputación en el mercado. Una mirada hacia el exterior
 - 2.2.1 Importancia de las percepciones y la reputación de una Marca
 - 2.2.2 Conexión entre los que los demás perciben y los valores de la Marca Personal
 - 2.2.3 Recopilación de los datos que perciben en el mercado como Marca Personal
- 2.3 DAFO Personal aplicado a la Marca Personal
 - 2.3.1 DAFO aplicado a la Marca Personal
 - 2.3.2 Estrategia de desarrollo del DAFO personal
 - 2.3.3 Cómo potenciar y rentabilizar las fortalezas



- 2.4 Auditoría, buenas prácticas y *benchmarking*
 - 2.4.1 Identificación de las marcas personales referentes en el sector
 - 2.4.2 Identificación de los factores que conducen al éxito
 - 2.4.3 Objetivo de posicionamiento a alcanzar como Marca Personal
- 2.5 El Propósito: la estrella polar que guía la Marca Personal
 - 2.5.1 El propósito de vida
 - 2.5.2 Identificación del propósito: preguntas poderosas
 - 2.5.3 Ikigai y otras herramientas clarificadoras
 - 2.5.4 Coherencia e Identidad. Conexión entre Marca Personal y propósito de vida
- 2.6 Los Objetivos en la Marca Personal
 - 2.6.1 Estrategia de Identificación de objetivo número uno para la Marca Personal
 - 2.6.2 Determinación de objetivos SMART
 - 2.6.3 Reflexión sobre visibilidad o ventas
- 2.7 Reflexión sobre público objetivo y propuesta de valor
 - 2.7.1 Público objetivo: identificación de la empresa interesada en tus fortalezas
 - 2.7.2 Determinación de la propuesta de valor
 - 2.7.3 Estrategia para desarrollar la propuesta de valor
- 2.8 Impacto del autoconocimiento en el desarrollo de la Marca Personal
 - 2.8.1 Estudio de caso: Proceso de identificación de los valores de marca
 - 2.8.2 Estudio de caso: Utilidad para incidir en la diferenciación como Marca Personal
 - 2.8.3 Estudio de caso: El impacto en el público objetivo
- 2.9 Modelo de Negocio
 - 2.9.1 Estudio de la viabilidad de monetización de una Marca Personal
 - 2.9.2 Identificación de los actores principales y otros aspectos relevantes
 - 2.9.3 Puesta en marcha de un negocio de Marca Personal

- 2.10 *Personal Branding Model Canvas* en la práctica
 - 2.10.1 Presentación del *Personal Branding Model Canvas*
 - 2.10.2 Uso de la Herramienta
 - 2.10.3 Ejemplos

Asignatura 3. Planificación de Marca Personal

- 3.1 Los tres pilares del posicionamiento de marca: “conócete, desarróllate, muéstrate”
 - 3.1.1 La metodología del iceberg de la Marca Personal
 - 3.1.2 El orden: la clave del éxito
 - 3.1.3 Cambio y dinamismo. La necesidad de reevaluarse
- 3.2 Cómo convertir el DAFO personal en un plan estratégico
 - 3.2.1 Cómo convertir debilidades en fortalezas
 - 3.2.2 Cómo convertir amenazas en oportunidades
 - 3.2.3 Cómo convertir fortalezas en oportunidades
- 3.3 Núcleo de Marca I. Propósito: Identificación. Utilidad. Ejemplos
 - 3.3.1 Si tienes un para qué resolverás el cómo y el qué
 - 3.3.2 Metodologías para identificar el propósito
 - 3.3.3 Ejemplos inspiradores de propósito
- 3.4 Núcleo de Marca II. Visión. Ejemplos
 - 3.4.1 Visión a Corto, medio y largo plazo. Fijación de objetivos
 - 3.4.2 Por qué vale la pena ser ambicioso en la visión
 - 3.4.3 Ejemplos inspiradores de visión y su utilidad en Marca Personal
- 3.5 Núcleo de Marca III. Valores: Identificación, Gestión y Proyección. Ejemplos
 - 3.5.1 Herramientas para identificar Valores
 - 3.5.2 Gestión de Valores y Proyección a través de imágenes o testimonios
 - 3.5.3 Ejemplos de proyección y utilización de valores
- 3.6 Posicionamiento de Marca I. Audiencia, Segmentos de clientes
 - 3.6.1 Perfiles demográficos para identificar audiencias
 - 3.6.2 Perfiles psicológicos. Miedos e ilusiones
 - 3.6.3 Empatía: Comprensión de las objeciones de las personas para trabajar contigo
- 3.7 Posicionamiento de Marca II. Mercado
 - 3.7.1 Comprensión del contexto de mercado de la audiencia
 - 3.7.2 Investigación para Medir el mercado potencial
 - 3.7.3 Desarrollo de mapas de posicionamiento

- 3.8 Posicionamiento de Marca III. Objetivos
 - 3.8.1 Objetivo por campo de referencia
 - 3.8.2 Objetivo por especialidad
 - 3.8.3 Objetivo por área geográfica
- 3.9 Posicionamiento de Marca IV. Propuesta de valor. Relevancia y Diferencia. Ejemplos
 - 3.9.1 Lienzo de Propuesta de valor personal. El cliente
 - 3.9.2 Lienzo de Propuesta de valor personal. La diferencia relevante
 - 3.9.3 Ejemplos inspiradores de propuestas de valor personal
- 3.10 Posicionamiento de Marca V. Tu modelo de negocio
 - 3.10.1 El lienzo de Tu modelo de negocio de Osterwalder, Pigneur, Clark
 - 3.10.2 Elementos clave: Clientes, valor aportado, canales y roles
 - 3.10.3 Actividades, recursos, socios clave y modelo económico

Asignatura 4. Estrategia de Marca Personal

- 4.1 Marca Personal I. Arquetipos de Marca Personal. Ejemplos
 - 4.1.1 Los 12 arquetipos de Jung. Ejemplos
 - 4.1.2 Los 16 arquetipos del test 16 *Personalities*
 - 4.1.3 La mezcla arquetípica. Impulso y miedo en la gestión de arquetipos
- 4.2 Marca Personal II. Personalidad
 - 4.2.1 Voz de la Marca, Descriptores del tono de voz
 - 4.2.2 Proyección del tono de voz
 - 4.2.3 Ejemplos de uso del tono de voz
- 4.3 Marca Personal III. Nombre y lema
 - 4.3.1 Utilización de mapas mentales para llegar al lema
 - 4.3.2 Utilización de lluvia de ideas para llegar al lema
 - 4.3.3 Los cinco formatos de un eslogan memorable
- 4.4 Identidad verbal y no verbal
 - 4.4.1 Identidad verbal. Estilo escrito y estilo oral
 - 4.4.2 Identidad no verbal: Lo que define nuestra propuesta
 - 4.4.3 Ejemplos inspiradores de identidad verbal y no verbal
- 4.5 Identidad visual, imagen y coherencia con el mensaje
 - 4.5.1 Identidad visual neutra: Pasar desapercibido con la “no imagen”
 - 4.5.2 Identidad visual marcada, pros y contras
 - 4.5.3 Ejemplos de identidad visual

- 4.6 *Elevator Pitch*. Ejemplos
 - 4.6.1 El método Tony Reiss: Wow, How, Now
 - 4.6.2 Presentación personal, pitch de venta, pitch de captación de inversores
 - 4.6.3 Adaptación a la vida real. Ejemplos
- 4.7 Oratoria, claves de un discurso natural e inspirador
 - 4.7.1 El esqueleto del discurso y el solucionador
 - 4.7.2 El bueno, el malo, el viaje, el desenlace
 - 4.7.3 Qué tienen en común los mejores relatos
- 4.8 Del dato al relato: Los 5 tipos de *storytelling* personal
 - 4.8.1 Relato de presentación y relato introspectivo
 - 4.8.2 Relato de propuesta de valor
 - 4.8.3 Relato de valores y relato para romper barreras
- 4.9 Aprendiendo de los mejores: los mejores relatos personales
 - 4.9.1 Relato empresarial
 - 4.9.2 Relato político o enfocado a una elección
 - 4.9.3 Relato adaptado a cualquier situación
- 4.10 Marca personal con herramienta Canvas
 - 4.10.1 Competidores: audiencia, posicionamiento, comunicación
 - 4.10.2 Sector: habilidades, profesión, motivos para crear, identidad
 - 4.10.3 Inversiones y resultados
- 5.3 Lienzo de Comunicación III. El plan de contenidos: Creación
 - 5.3.1 Elección de las fuentes, modelos de suscripción
 - 5.3.2 Establecimiento de categorías y subcategorías
 - 5.3.3 800 palabras inspiradas en experiencias y competencias
- 5.4 Lienzo de Comunicación IV. El plan de contenidos: Curación
 - 5.4.1 Formatos de curación y programación de contenidos
 - 5.4.2 La hora de la verdad: publicar, comentar, interactuar, conectar
 - 5.4.3 Controlar, iterar, probar
- 5.5 Lienzo de comunicación V. Prescriptores
 - 5.5.1 Clientes satisfechos, el mejor prescriptor
 - 5.5.2 Family & Friends: compañeros de estudios, colegas de trabajo
 - 5.5.3 Líderes sectoriales, colegios profesionales, asociaciones
- 5.6 Lienzo de comunicación VI. Inversión en marketing personal, monetización
 - 5.6.1 Inversión: tiempo, suscripciones, legal, *branding*, *paid media*, costes variables
 - 5.6.2 Monetización: venta de producto, de tiempo (consultoría, formación, mentoría)
 - 5.6.3 Monetización pasiva: suscripciones, licencias, cursos online, *ebooks*, ventas por afiliación
- 5.7 Estrategias de *copywriting*: Del concepto al texto
 - 5.7.1 Beneficios versus características
 - 5.7.2 Prueba social y efecto Bandwagon
 - 5.7.3 Títulos, mensajes, metáforas, verbos y ritmo
- 5.8 Estrategias de inteligencia artificial aplicadas a contenidos, *copywriting* e imagen
 - 5.8.1 La IA no sule, complementa. Estrategia de uso de la IA
 - 5.8.2 *Prompts* para ampliar contenidos
 - 5.8.3 *Prompts* para *copywriting* y uso de imágenes
 - 5.9 Claves para la prevención y gestión de crisis
 - 5.9.1 Monitorización de la presencia online
 - 5.9.2 Creación de los protocolos del plan de acción
 - 5.9.3 Abordaje de la crisis: rapidez, transparencia y honestidad

Asignatura 5. Estrategia de comunicación

- 5.1 Lienzo de comunicación personal I. Audiencia, mensaje y medio
 - 5.1.1 Audiencia: Antecedentes, datos demográficos, obstáculos, objeciones comunes
 - 5.1.2 Mensaje: Propuesta de valor, Pitch, bio RRSS, about me, LinkedIn, relato personal
 - 5.1.3 Medio: masivos, redes profesionales, personales o híbridas, redes verticales
- 5.2 Lienzo de Comunicación II. Ingredientes y formatos para una biografía digital
 - 5.2.1 Elección del nombre de Marca Personal con base a su exclusividad y fuerza
 - 5.2.2 Reformulación de una propuesta de valor en un título breve
 - 5.2.3 Definición de la ocupación, experiencia, competencias duras y competencias blandas

- 5.10 Reputación directiva
 - 5.10.1 Integridad y ética: Valores pilares de reputación, sostenibilidad y RSC
 - 5.10.2 Comunicación eficaz: Asertividad, empatía, reconocimiento de errores, celebración de logros
 - 5.10.3 Diagnóstico y medición de la reputación directiva

Asignatura 6. Marca en redes sociales

- 6.1 Marca de redes sociales. Relevancia para la Marca Personal
 - 6.1.1 Rol de la Marca Personal en las redes sociales
 - 6.1.2 Plataformas online de gestión: Altavoz de la Marca Personal
 - 6.1.3 Los pilares de una buena estrategia de Marca Personal en el digital
- 6.2 Planteamiento estratégico como base de la Marca de redes sociales
 - 6.2.1 El papel de la investigación y la escucha activa para la estrategia de Marca Personal
 - 6.2.2 Análisis de la competencia en redes sociales
 - 6.2.3 Identificación del público objetivo para la estrategia de Marca Personal
- 6.3 Social Media Branding
 - 6.3.1 Desarrollo de un plan de socia media para la Marca Personal
 - 6.3.2 Identificación de los objetivos de la Marca Personal en redes sociales
 - 6.3.3 Indicadores clave de rendimiento para analizar resultados
- 6.4 Estrategias de compromiso y visibilidad para la marca personal
 - 6.4.1 Ecosistema en línea: definición de la presencia digital y selección de las plataformas
 - 6.4.2 Factores que impulsan el compromiso en redes sociales
 - 6.4.3 Visibilidad en redes sociales y buenas prácticas
- 6.5 Creación de una presencia digital coherente
 - 6.5.1 Creación de una imagen de marca coherente en redes sociales: identidad visual, anclajes verbales y guías de estilo en redes sociales
 - 6.5.2 El mensaje de marca y papel del contenido para el éxito de la estrategia
 - 6.5.3 La diferenciación de la Marca Personal en el digital
- 6.6 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
 - 6.6.1 Proceso de creación de contenido para diferentes plataformas de redes sociales
 - 6.6.2 La importancia de la narración en la Marca Personal en redes sociales
 - 6.6.3 Creación de un calendario de publicaciones para mantener una presencia constante y coherente en línea
- 6.7 Uso de Instagram para la Marca Personal
 - 6.7.1 Por qué estar en Instagram: informes y audiencias
 - 6.7.2 Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Instagram
 - 6.7.3 Buenas prácticas para aumentar el compromiso y visibilidad
 - 6.7.4 Indicadores clave de rendimiento, medición y análisis de los resultados en Instagram
- 6.8 Uso de Facebook para la Marca Personal
 - 6.8.1 Por qué estar en Facebook. Informes y audiencias
 - 6.8.2 Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Facebook
 - 6.8.3 Buenas prácticas para aumentar el compromiso y visibilidad
 - 6.8.4 Indicadores clave de rendimiento, medición. Análisis de los resultados en Facebook
- 6.9 Uso de Twitter para la Marca Personal
 - 6.9.1 Por qué estar en Twitter: informes y audiencias
 - 6.9.2 Buenas prácticas para aumentar el compromiso t y visibilidad
 - 6.9.3 Indicadores clave de rendimiento, medición y análisis de los resultados en Twitter
- 6.10 Uso de Tiktok para la Marca Personal
 - 6.10.1 Por qué estar en Tiktok: informes y audiencias
 - 6.10.2 Buenas prácticas para aumentar el compromiso y visibilidad
 - 6.10.3 Indicadores clave de rendimiento, medición y análisis de los resultados en Tiktok

Asignatura 7. Marca Personal en LinkedIn

- 7.1 Fortalecimiento del perfil de usuario en LinkedIn
 - 7.1.1 Análisis de un perfil de usuario de LinkedIn
 - 7.1.2 Clarificación de los objetivos de uso de LinkedIn
 - 7.1.3 Identificación de áreas de mejora en el perfil de LinkedIn
- 7.2 Construcción de la audiencia de seguidores en LinkedIn
 - 7.2.1 Definición de la audiencia en LinkedIn
 - 7.2.2 Adaptación del mensaje a la audiencia en LinkedIn
 - 7.2.3 Construcción de una audiencia a partir de publicaciones en LinkedIn
- 7.3 Comunidad de referencia en LinkedIn
 - 7.3.1 Búsqueda de líderes de contenido en LinkedIn
 - 7.3.2 Identificación de otros miembros de la comunidad en LinkedIn
 - 7.3.3 Interacción y colaboración con otros miembros de la comunidad en LinkedIn
- 7.4 Conexión con usuarios activos en LinkedIn
 - 7.4.1 Importancia de encontrar usuarios activos en LinkedIn
 - 7.4.2 Redacción de una invitación para conectar en LinkedIn
 - 7.4.3 Interacción de relaciones con nuevos contactos en LinkedIn
- 7.5 Desarrollo de una estrategia sólida de contenido a través de pilares temáticos
 - 7.5.1 Identificación y posicionamiento de los pilares temáticos
 - 7.5.2 Identificación de los pilares temáticos en la estrategia
 - 7.5.3 Desarrollo y mantenimiento de los pilares temáticos en el tiempo
- 7.6 Vinculación de los pilares temáticos con la historia personal. La importancia de emocionar
 - 7.6.1 Identificación de historias relacionadas con los pilares temáticos que construyan credibilidad y potencial viral
 - 7.6.2 Cómo contar historias efectivas en LinkedIn
 - 7.6.3 Cómo conectar historias personales con mensajes clave en LinkedIn
 - 7.6.4 Creación de una historia personal de transformación para un primer post en LinkedIn

- 7.7 Generación de contenido de impacto en LinkedIn. Importancia de inspirar y enseñar
 - 7.7.1 Uso de datos técnicos o científicos relacionados con los pilares temáticos para crear contenido educativo
 - 7.7.2 Benchmarking: casos de estudio de creadores de contenido viral en LinkedIn que usan estas técnicas
 - 7.7.3 Traslado del análisis a la práctica
- 7.8 Preparación de Posts para LinkedIn
 - 7.8.1 Selección del contenido y formato con mayor potencial para los posts en LinkedIn
 - 7.8.2 Creación de variedad de formatos y estilos para los posts en LinkedIn
 - 7.8.3 Publicación y seguimiento de los primeros posts en LinkedIn
- 7.9 El crecimiento de tu cuenta de LinkedIn: seguidores y engagement
 - 7.9.1 Importancia del Monitoreo de los seguidores en LinkedIn
 - 7.9.2 Monitorización del crecimiento de los seguidores en LinkedIn
 - 7.9.3 Utilización de los datos de los seguidores en LinkedIn
- 7.10 Evaluación y ajuste de la estrategia editorial
 - 7.10.1 Identificación de tendencias y patrones en el comportamiento de la audiencia
 - 7.10.2 Refuerzo de las fortalezas y debilidades para mejorar la estrategia editorial
 - 7.10.3 Herramientas digitales para un uso avanzado de LinkedIn
 - 7.10.4 Uso óptimo de LinkedIn como instrumento para fortalecer la Marca Personal digital

Asignatura 8. Construcción y gestión de las redes de contactos

- 8.1 Redes de negocio. Fundamentos y relevancia
 - 8.1.1 Tipos de redes de negocio
 - 8.1.2 Creación de una red de apoyo y colaboración
 - 8.1.3 Realización de un plan de redes de negocio
- 8.2 Construcción de la red de contactos para fortalecer la Marca Personal
 - 8.2.1 Identificación de *skateholders* clave
 - 8.2.2 Selección de líderes de opinión
 - 8.2.3 Cómo ampliar y aprovechar la red de contactos

- 8.3 Eventos como estrategia de *Networking*
 - 8.3.1 El poder de los eventos de *Networking* online y offline
 - 8.3.2 Tipología de eventos de *Networking*
 - 8.3.3 La organización de un evento como estrategia para mejorar tu Marca Personal
- 8.4 Relaciones Públicas y Marca Personal
 - 8.4.1 Importancia de las Relaciones Públicas
 - 8.4.2 Tipos de estrategias de Relaciones Públicas
 - 8.4.3 Uso de las RRPP para aumentar visibilidad y autoridad
- 8.5 Estrategias de comunicación efectivas para el *Networking*
 - 8.5.1 Técnicas de comunicación efectiva en acciones o eventos presenciales
 - 8.5.2 Técnicas de comunicación efectiva en la utilización del correo electrónico
 - 8.5.3 Técnicas de comunicación efectiva en la utilización de las redes sociales
- 8.6 *Networking* offline efectivo para fortalecer la Marca Personal
 - 8.6.1 *Networking* en comunidades, conferencias, seminarios y eventos empresariales
 - 8.6.2 *Networking* en grupos de interés locales
 - 8.6.3 Mantenimiento de contacto para buscar oportunidades de colaboración
- 8.7 *Networking* online efectivo para fortalecer la Marca Personal
 - 8.7.1 Herramientas y plataformas digitales para el *Networking*
 - 8.7.2 Participación en eventos de *Networking* online
 - 8.7.3 Mantenimiento de las relaciones de *Networking* online
- 8.8 Otras acciones de RRPP útiles para hacer crecer la Marca Personal
 - 8.8.1 Relaciones con los medios de comunicación
 - 8.8.2 Relación con personas influyentes
 - 8.8.3 Publicación de un libro como estrategia de Relaciones Públicas
 - 8.8.4 Creación de un contenido multimedia como estrategia de Relaciones Públicas
- 8.9 Gestión de crisis en el *Networking* y Relaciones Públicas
 - 8.9.1 La importancia de la ética y la responsabilidad en la gestión de crisis
 - 8.9.2 Diseño de una estrategia de comunicación de crisis
 - 8.9.3 *Networking* efectivo para la gestión de crisis en las Relaciones Públicas

- 8.10 Medición del éxito de una estrategia de Relaciones Públicas
 - 8.10.1 Monitorización de las redes sociales
 - 8.10.2 Evaluación cualitativa y cuantitativa de los eventos
 - 8.10.3 Visibilidad en medios de comunicación

Asignatura 9. Estrategias, técnicas y herramientas de mercadotecnia

- 9.1 Estrategias de mercadotecnia de atracción aplicadas a la Marca Personal
 - 9.1.1 Metodología de atracción. Objetivos
 - 9.1.2 Estrategia de atracción
 - 9.1.3 Estrategia de interacción
 - 9.1.4 Estrategia de deleite
- 9.2 Creación de contenido
 - 9.2.1 Identificación de los pilares temáticos del contenido a desarrollar
 - 9.2.2 Contenido educativo versus contenido no educativo
 - 9.2.3 Las 20 ideas de contenido que ayudan al crecimiento de la Marca Personal
 - 9.2.4 Ejemplos Inspiradores de contenidos de Marca Personal
- 9.3 Herramientas para curar contenido y favorecer la creatividad
 - 9.3.1 *Feedly*
 - 9.3.2 Alertas de Google
 - 9.3.3 Buzzsumo
 - 9.3.4 Otras herramientas
- 9.4 Planificación y productividad para la creación de contenido
 - 9.4.1 Diseño de un calendario editorial
 - 9.4.2 Creación de contenidos en función de los objetivos de negocio
 - 9.4.3 Herramientas para la planificación interna: Google Drive, Notion, Asana, Trello
- 9.5 Diseño visual y herramientas para la creación de contenido digital visual
 - 9.5.1 Uso correcto de la paleta de color, logo y *branding*
 - 9.5.2 La fotografía de Marca Personal
 - 9.5.3 Canva: Taller práctico avanzado
- 9.6 Embudo de venta para Marca Personal
 - 9.6.1 Utilidad del embudo de ventas para la Marca Personal
 - 9.6.2 Función de un embudo. Fases
 - 9.6.3 Relación entre tipos de contenidos y ratio de conversión

- 9.7 Conversión de seguidores a leads
 - 9.7.1 Lead: importancia para la construcción de un negocio de Marca Personal
 - 9.7.2 Orientación del perfil de LinkedIn para maximizar la captación de leads
 - 9.7.3 Orientación del perfil de Instagram para maximizar la captación de leads
 - 9.7.4 Optimización de la web personal para captar leads
- 9.8 Diseño de una estrategia de email marketing
 - 9.8.1 Importancia de una estrategia de email marketing
 - 9.8.2 Herramientas de email marketing gratuitas para crear relación con los suscriptores
 - 9.8.3 Presencia en la mente del *buyer* persona: la *newsletter*
- 9.9 *Marketing Automation* para Marca Personal
 - 9.9.1 El incentivo para entrar en la comunidad
 - 9.9.2 La importancia de la primera secuencia de bienvenida
 - 9.9.3 Ejemplo de secuencia de bienvenida que ayude a generar ventas
- 9.10 El *podcast*: nuevo canal clave en la estrategia de *Inbound Marketing*
 - 9.10.1 Creación de un *podcast*. Pasos a seguir
 - 9.10.2 Formatos y tipos de contenidos
 - 9.10.3 Difusión y visibilidad del *podcast*
- 10.4 Tipos de KPIs "intangibles" para Marca Personal
 - 10.4.1 Análisis de los KPIs de reputación
 - 10.4.2 Análisis de los KPIs de influencia
 - 10.4.3 Análisis de los KPIs de credibilidad
- 10.5 Marca Personal en influencia
 - 10.5.1 La figura del influencer. Tipologías de *influencers*
 - 10.5.2 Aproximación al Marketing de *influencers*
 - 10.5.3 Beneficios, elección y KPIs
- 10.6 Interpretación de los KPIs: monitorización, medición y optimización
 - 10.6.1 Monitorización: implementación de un sistema de seguimiento y medición de los KPIs para la Marca Personal
 - 10.6.2 Medición: Interpretación de datos
 - 10.6.3 Optimización: aspectos a valorar para ajustar la estrategia en función de los KPIs
 - 10.6.4 Recomendaciones finales
- 10.7 Análisis de caso: Marca Personal en emprendedores y profesionales independientes
 - 10.7.1 Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.7.2 Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.7.3 Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
- 10.8 Análisis de caso: Marca Personal en Influencers
 - 10.8.1 Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.8.2 Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.8.3 Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
- 10.9 Análisis de caso: Marca Personal en deportistas
 - 10.9.1 Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.9.2 Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.9.3 Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
- 10.10 Análisis de caso: Marca Personal en profesionales que trabajan por cuenta ajena
 - 10.10.1 Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.10.2 Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.10.3 Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas

Asignatura 10. Impacto de la Marca Personal

- 10.1 Los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) de marca personal: Aplicación
 - 10.1.1 Definición e importancia del establecimiento de KPIs
 - 10.1.2 Tipos de KPIs e indicadores clave para la medición del éxito de la Marca Personal
 - 10.1.3 El papel de la visión y del posicionamiento de Marca Personal en los KPIs
- 10.2 Selección de KPIs adecuados para medir el éxito de tu Marca Personal
 - 10.2.1 Variables para seleccionar KPIs relevantes en la estrategia de Marca Personal
 - 10.2.2 Identificación de los objetivos de la Marca Personal: Definición de los objetivos de la Marca Personal para establecer KPIs adecuados
 - 10.2.3 Priorización de KPIs en función de los objetivos y metas establecidos
- 10.3 Tipos de KPIs tangibles para Marca Personal
 - 10.3.1 Análisis de los KPIs de alcance
 - 10.3.2 Análisis de los KPIs de interacción
 - 10.3.3 Análisis de los KPIs de conversión

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





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

05

Objetivos docentes

Por medio de esta titulación universitaria, los especialistas dispondrán de las herramientas necesarias tanto para construir como gestionar una Marca Personal exitosa. En sintonía con esto, los alumnos desarrollarán competencias clave en la creación de propuestas de valor, la definición de modelos de negocio y el manejo de la identidad digital. De esta forma, los profesionales serán capaces de diseñar, implementar y gestionar estrategias efectivas de identidad propia en entornos digitales y profesionales.

*Living
SUCCESS*



“

Manejarás herramientas modernas de análisis de datos y métricas para evaluar el impacto de tu presencia digital en las redes sociales”



Objetivos generales

- ♦ Identificar y definir los principales elementos para desarrollar y gestionar eficazmente una marca personal
- ♦ Descubrir los elementos que te ayudarán a trabajar la identidad de la marca personal y a conseguir coherencia
- ♦ Trabajar a fondo los elementos estratégicos que formarán la base de los mensajes y relato personal
- ♦ Desarrollar el mensaje en sus distintas formas, racionales y emocionales
- ♦ Conceptualizar una estrategia de contenidos afín a la marca personal
- ♦ Examinar las posibilidades que ofrecen las principales plataformas sociales para el diseño de estrategias efectivas de la marca personal
- ♦ Identificar los pasos para el desarrollo de un plan estratégico de marca personal en social media, estableciendo objetivos y KPIs para medir los resultados
- ♦ Analizar y definir los principales elementos que conforman un perfil de LinkedIn optimizado, compilando estrategias efectivas para fortalecer la presencia digital en esta plataforma
- ♦ Determinar cómo abordar y mejorar el proceso de creación de contenido
- ♦ Analizar casos de éxito en marcas personales de diferentes sectores





Objetivos específicos

Asignatura 1. Marca Personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

- ♦ Identificar los principales elementos para desarrollar y gestionar eficazmente una marca personal
- ♦ Determinar los elementos que componen la identidad digital
- ♦ Establecer las estrategias para mantener una reputación corporativa positiva
- ♦ Saber gestionar una crisis de reputación, para finalmente establecer la importancia de la marca personal y su impacto en el éxito profesional

Asignatura 2. Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal

- ♦ Identificar los atributos principales que forman parte de una marca personal
- ♦ Determinar la situación de partida de la marca personal individual y su huella digital, las fortalezas y el valor en el mercado
- ♦ Dominar la recogida de información de los círculos personales de cada individuo para identificar actores y marcas personales referentes en un sector
- ♦ Realizar el proceso de reflexión para la gestión estratégica de la propia marca

Asignatura 3. Planificación de Marca Personal

- ♦ Identificar la audiencia, el mercado y los objetivos como eje de modelo de negocio personal
- ♦ Elaborar planes de creación de marca personal y su gestión

Asignatura 4. Estrategia de Marca Personal

- ♦ Desarrollar los elementos personales y de personalidad en sus distintas formas, racionales y emocionales
- ♦ Dominar la construcción de arquetipos de marca personal bajo diferentes metodologías

Asignatura 5. Estrategia de comunicación

- ♦ Definir la mejor fórmula estratégica para conectar con la audiencia
- ♦ Establecer contenidos de valor y alto impacto
- ♦ Manejar tácticas de inteligencia artificial útiles para crear y diseñar contenidos
- ♦ Implementar un plan anual de dinamización en base a las mejores competencias

Asignatura 6. Marca en redes sociales

- ♦ Identificar las posibilidades que ofrecen las principales plataformas sociales para el diseño de estrategias efectivas de la marca personal
- ♦ Determinar los pilares de una buena estrategia en el mundo digital
- ♦ Reconocer la importancia de la marca personal en redes sociales, así como las mejores prácticas para su implementación
- ♦ Dominar el posicionamiento de la marca personal en el ámbito de los ecosistemas digitales

Asignatura 7. Marca Personal en LinkedIn

- ♦ Dominar los principales elementos que conforman un perfil de LinkedIn optimizado
- ♦ Utilizar estrategias efectivas para fortalecer la presencia digital en LinkedIn
- ♦ Desarrollar habilidades para crear contenido relevante y atractivo para la audiencia
- ♦ Demostrar el impacto de dicho contenido en el crecimiento de la comunidad y en la construcción de la marca personal

Asignatura 8. Construcción y gestión de las redes de contactos

- ♦ Utilizar las relaciones públicas para aumentar la visibilidad de la marca personal
- ♦ Desarrollar las habilidades de comunicación efectiva para mejorar las redes de contacto
- ♦ Implementar acciones estratégicas en línea y fuera de línea para la ampliación de la red de contactos
- ♦ Establecer métricas para la medición del éxito de las estrategias





Asignatura 9. Estrategias, técnicas y herramientas de mercadotecnia

- ♦ Examinar las mejores herramientas para generar nuevas ideas de contenido
- ♦ Obteniendo habilidades digitales especializadas para cualquier marca personal
- ♦ Utilizar la mercadotecnia por correo electrónico
- ♦ Definir una estrategia de mercadotecnia de atracción para captar clientes potenciales y conseguir el objetivo de negocio

Asignatura 10. Impacto de la Marca Personal

- ♦ Analizar los Indicadores Clave de rendimiento, estableciendo objetivos y metas específicas para mejorar el impacto y la eficacia de la marca personal
- ♦ Establecer los indicadores adecuados para medir el éxito de la marca personal en función de diferentes variables

“

Dispondrás de una comprensión integral relativa a cómo las Metodologías Predictivas pueden mejorar cada fase del ciclo de Proyectos”

06

Salidas profesionales

Con este programa universitario, los egresados podrán acceder a diversas salidas profesionales de primer nivel. De hecho, los expertos estarán altamente preparados para desempeñarse como asesores de marca personal, consultores estratégicos o directores de Marketing en empresas que valoren la gestión de la identidad digital. Además, los alumnos podrán trabajar como expertos en Comunicación y Liderazgo de equipos. En esta misma línea, podrán también emprender sus propios negocios y ofrecer servicios de asesoramiento integral a las compañías. Al mismo tiempo, los especialistas obtendrán habilidades avanzadas que les permitirán destacar en mercados competitivos.

Upgrading...



“

Liderarás la creación de estrategias de Marca Personal para las compañías, ayudándolas a mejorar su visibilidad y reputación en la sociedad”

Perfil del egresado

El perfil del egresado de esta Maestría Oficial Universitaria es el de un profesional con altas habilidades para construir estrategias completas de diseño de la Marca Personal. Así, el alumnado estará capacitado para sobresalir entre otros candidatos al momento de aplicar a ofertas de empleo. Asimismo, los expertos ampliarán significativamente sus perspectivas laborales al estar capacitados para asumir roles estratégicos de mayor responsabilidad en cualquier empresa y en una amplia gama de sectores.

Serás capaz de gestionar Proyectos multidisciplinarios en las empresas más prestigiosas, aplicando sistemas de predicción para mejorar la toma de decisiones basadas en datos.

- ♦ **Gestión de la Identidad Digital:** Los egresados desarrollan habilidades para gestionar y posicionar su Marca Personal de manera eficaz en plataformas digitales, adaptándose tanto a las tendencias como herramientas tecnológicas más modernas
- ♦ **Comunicación Estratégica:** Se capacitan en la creación de mensajes claros y persuasivos que potencien la propuesta de valor de su identidad propia, utilizando los canales adecuados para cada público objetivo
- ♦ **Liderazgo Personal:** Obtienen la capacidad para liderar su propia marca, estableciendo objetivos y gestionando su crecimiento profesional de manera autónoma
- ♦ **Creatividad y Diferenciación:** Aprenden a diseñar estrategias innovadoras para destacar en un mercado competitivo, diferenciándose de otros profesionales



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

- 1. Experto en Estrategias de Marca Corporativa:** En el ámbito empresarial, se encarga de liderar la creación de estrategias de Marca Personal para la alta dirección, alineando la imagen profesional con los valores de la empresa.
Responsabilidades: Coordinar la construcción de la identidad corporativa y personal de los directivos y equipos de alto rendimiento; mejorando tanto su visibilidad como reputación.
- 2. Especialista en Marca Personal:** Su labor consiste diseñar, gestionar y evaluar estrategias de identidad propia tanto para individuos como para empresas.
Responsabilidades: Desarrollar una propuesta de valor única, definir objetivos y crear una identidad coherente a través de plataformas digitales, adaptada a los intereses del público objetivo.
- 3. Consultor de Marca Personal:** Especialista que asesora a individuos o empresas en la creación y posicionamiento de su identidad personal, destacando sus valores y atributos en mercados competitivos.
Responsabilidades: Realizar auditorías de marca, diseñar planes de desarrollo, establecer estrategias de comunicación y optimizar la presencia online de sus clientes.
- 4. Gestor de Marca Personal Digital:** Su trabajo se centra en gestionar la presencia digital de su marca, optimizando su visibilidad en redes sociales, blogs y otros medios digitales.
Responsabilidades: Diseñar e implementar estrategias digitales para personalidades públicas o empresas, incrementar el engagement y aumentar su reconocimiento global.
- 5. Investigador en Marca Personal:** Se dedica a investigar y analizar las tendencias de marca personal en diferentes industrias, enfocándose en nuevas metodologías y estrategias.
Responsabilidades: Desarrollar investigaciones sobre el impacto de la marca personal en la carrera profesional y la competitividad del mercado, proponiendo innovaciones en la estrategia.

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.



Dirigirás proyectos de investigación exclusivos sobre materias como técnicas de Marketing aplicadas al branding personal”

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”

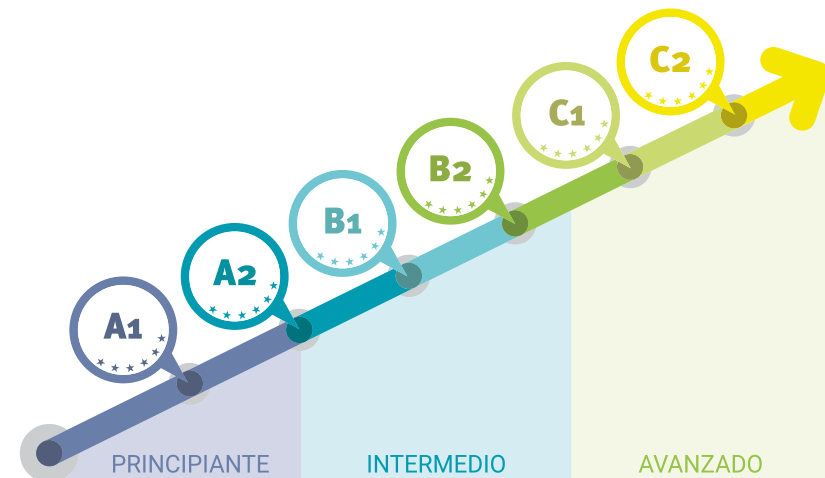




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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 en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

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

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



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



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

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



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

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



09

Cuadro docente

TECH ha reunido a un grupo selecto de docentes expertos en el ámbito de la Marca Personal y Marketing, que destacan por su dilatada experiencia en dicho campo. De este modo, los alumnos tendrán acceso a un temario actualizado y práctico, diseñado por profesionales que enriquecen la teoría con enfoques prácticos. Estos profesionales guiarán a los egresados durante el transcurso de todo el programa, resolviendo dudas y asegurando una enseñanza de calidad, adaptada a las demandas del entorno laboral actual.



“

El cuerpo docente de esta titulación universitaria destaca por su amplia trayectoria de investigación y aplicación profesional en Construcción de Marca Personal”

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
- ♦ 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

D. Recolons Argenter, Guillem

- ♦ Brand Director en Omnia Marketing
- ♦ Consultor y socio en Integra Personal Branding
- ♦ Director y socio en Soymimarca
- ♦ Director y Consultor comunicación personal en *Lateral Consulting*
- ♦ Director General en Altraforma
- ♦ Subdirección y dirección nuevo negocio en Saatchi & Saatchi Advertising
- ♦ Docente Profesor de Personal Branding Político en la Univesritat Ramon Llul
- ♦ Docente de Personal Branding en la Universitat Pompeu Fabra
- ♦ Máster en Marketing ESMA
- ♦ Publicista por el Colegio del Marketing y Comunicación de Cataluña
- ♦ Graduado en Humanidades UOC por la Universitat Oberta de Catalunya

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

Dña. Luque Díaz, 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

Dña. García Sanz, Nagore

- Consultora de comunicación
- Responsable de comunicación en departamento de Juventud de la Diputación Foral de Gipuzkoa
- Responsable de comunicación del lanzamiento Escuela de Negocios Kühne
- Licenciada Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco
- Máster en Marketing Digital y Community Management por Escuela Marketing and Web
- Experto en Servicio de Información y atención ciudadana por la Universidad de Salamanca
- Webmaster. Diseño gráfico, programación web y marketing digital por la Escuela de Diseño Área
- Gestión de Documentos y Administración de Archivos por Eusko Ikaskuntza & Fundación Asmoz
- Experto en Economía, Gestión y Tecnología de la Innovación Pública por la Facultad de Económicas, Empresariales y Turismo de la Universidad de Alcalá



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

“

Todos los docentes de este programa acumulan una amplia experiencia, ofreciéndote una perspectiva innovadora sobre los principales avances en este campo de estudios”

10

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal 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 de Maestría en
Construcción de Marca Personal y da un
paso adelante en tu carrera profesional”*

El plan de estudios de esta Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20240725, de fecha 12/04/2024, en modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Al documento oficial de RVOE expedido por el SEP se puede acceder desde el siguiente enlace:



[Ver documento RVOE](#)



Supera con éxito este programa y recibe tu titulación oficial para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como las Construcción de Marca Personal

Este título permitirá al alumno desempeñar las funciones profesionales al más alto nivel y su reconocimiento académico asegura que la formación cumple con los estándares de calidad y exigencia académica establecidos en México y a nivel internacional, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria con el que podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad como profesional, este programa **permitirá al alumno el acceso a los estudios de nivel de Doctorado** con el que progresar en la carrera académica.



Título: **Maestría en Construcción de Marca Personal**

No. de RVOE: **20240725**

Fecha de vigencia RVOE: **12/04/2024**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

		
Estados Unidos Mexicanos Secretaría de Educación Pública Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación Constancia de Autenticación del Título Electrónico		
Clave Única de Registro de Población		
		
Folio Digital https://www.siged.sep.gov.mx/titulos/autenticacion/		
Datos del profesionista		
Nombre(s)	Primer Apellido	Segundo Apellido
MAESTRÍA EN _____		
Nombre del perfil o carrera		Clave del perfil o carrera
Datos de la institución		
TECH MÉXICO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA		
Nombre		
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:	DIRECTORA DE REGISTROS ESCOLARES, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN	
Cargo:	DIRECTORA DE REGISTROS ESCOLARES, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN	
No. Certificado:	00001000000510871752	
Sello Digital:	XX	
Fecha de Autenticación:	XX	
<p>La presente constancia de autenticación se expide como un registro fiel del trámite de autenticación a que se refiere el Artículo 14 de la Ley General de Educación Superior. La impresión de la constancia de autenticación acompañada del formato electrónico con extensión XML, que pertenece al título profesional, diploma o grado académico electrónico que generan las Instituciones, en papel bond, o color o blanco y negro, es válida y debe ser aceptada para realizar todo trámite inherente al mismo, en todo el territorio nacional.</p> <p>La presente constancia de autenticación ha sido firmada mediante el uso de la firma electrónica, amparada por un certificado vigente a la fecha de su emisión y es válido de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1, fracciones IV, V, XIII y XIV; 3, fracciones I y II; 7; 8; 9; 13; 14; 16 y 25 de la Ley de Firma Electrónica Avanzada; 7 y 12 del Reglamento de la Ley de Firma Electrónica Avanzada.</p> <p>La integridad y autoría del presente documento se podrá comprobar a través de la página electrónica de la Secretaría de Educación Pública por medio de la siguiente liga: https://www.siged.sep.gov.mx/titulos/autenticacion/, con el folio digital señalado en la parte superior de este documento. De igual manera, se podrá verificar el documento electrónico por medio del código QR.</p>		

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal**, 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 Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal** 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 Construcción de Marca Personal** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante 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 Construcción de Marca Personal** 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 Maestría 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: procesodeadmission@techtute.com

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



Nº de RVOE: 20240725

**Maestría Oficial
Universitaria
Construcción de
Marca Personal**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **12/04/2024**

Maestría Oficial Universitaria Construcción de Marca Personal

Nº de RVOE: 20240725

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech
universidad