

Experto Universitario

Comunicación Corporativa,
Estrategia de Marca y Reputación





Experto Universitario Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion-corporativa-estrategia-marca-reputacion

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 32

05

Metodología

pág. 38

06

Titulación

pág. 46

01

Presentación

La construcción y consolidación de la imagen de una marca y su reputación es un paso fundamental en la estrategia de negocio de una empresa. Si esto no se lleva a cabo de la forma correcta, la organización corre el riesgo de ser mal percibida por su audiencia y no conseguir sus objetivos comerciales. Conscientes de esto, los profesionales de TECH han diseñado esta titulación con el objetivo de capacitar a los profesionales del periodismo en todos los aspectos relativos a la construcción de la reputación de marca. La misma será la principal baza del egresado a la hora de insertarse en un mercado laboral cada vez más demandante de periodistas y comunicadores capaces de dar solución a los retos de un sector en auge.



REPUTATION



“

Con este Experto Universitario serás capaz de construir una estrategia de marca exitosa y te convertirás en un profesional de la comunicación corporativa de éxito”

La comunicación sirve para dirigir un mensaje determinado a través de canales como las redes sociales, los medios de comunicación de masas o los círculos de influencia, cuestiones de importancia capital en el marco de la estrategia de marca de cualquier compañía. Hoy la reputación de una marca lo es todo, más incluso que el producto o servicio que venden. Los gabinetes de comunicación se enfrentan hoy al reto de convencer a audiencias cada vez más informadas y críticas con la información que se les presenta. Lograr sortear los sesgos y estereotipos del receptor, en este caso, del internauta, es una de las mayores dificultades a las que se enfrenta un especialista en este sector.

La crisis sanitaria ha venido a transformar aún más profundamente un panorama económico que de por sí ya estaba siendo objeto de abruptos cambios. Dicha situación ha contribuido a una proliferación de negocios *online* o *e-Commerce*. Por ello, el profesional de este sector deberá poseer una capacidad de elegir los mensajes y los canales tan excelente como la de un pintor al mojar su pincel en la paleta, y esto es precisamente lo que persiguen las 375 horas de este programa académico. Durante este título académico se analizará la comunicación como un ámbito de estudio y aplicación. Para ello, TECH cuenta con profesionales que albergan una gran carrera profesional al frente de empresas de diversos sectores, así como periodistas especializados. Así mismo, también se contará con los profesionales académicos de mayor especialización en el área de la comunicación corporativa, la estrategia de marca y la reputación de la misma.

Un plan pensado para el estudiante, enfocado a su mejora profesional y que le prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación. Un programa que entiende las necesidades del alumnado y que le impulsa a conseguir sus objetivos con un contenido innovador basado en las últimas tendencias. Apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que cuenta con la participación especial de un Director Invitado Internacional, quien impartirá un grupo de *Masterclasses*.

Además, al cursarse en un formato 100% online, permite al estudiante dirigir completamente sus horas de estudio, sin necesidad de desplazarse a ningún centro educativo.

Este **Experto en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- » El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación Corporativa
- » Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- » Las novedades sobre la comunicación corporativa
- » Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- » Su especial hincapié en metodologías innovadoras en el Periodismo, la Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación
- » El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas en periodismo y comunicación digital
- » Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- » La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Tendrás a tu disposición un conjunto de Masterclasses impartidas por un prestigioso Director Invitado Internacional con el objetivo de ahondar en las últimas tendencias del sector”

“

TECH pone a tu disposición la mejor experiencia académica del mercado en estrategia de marca y comunicación corporativa. Tú solo tienes que poner las ganas de estudiar”

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo y la comunicación, que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo de la Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación.

Conviértete en un excelente periodista y aprende a trabajar en los gabinetes de comunicación de empresas de todos los sectores con total acierto.

La profesión periodística se ha diversificado considerablemente en los últimos años. Hoy, una de las salidas profesionales con más apertura laboral se encuentra en el área de la Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación.



02

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades y ayudar a desarrollar nuevas competencias y habilidades en el ámbito de la comunicación que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional como periodista y comunicador. Tras el programa, el estudiante será capaz de diseñar y poner en práctica acciones específicas, ya sea como parte del gabinete de prensa de una empresa, o como periodista especializado. De esta manera, se posicionará como profesional de éxito, alcanzando grandes competencias y capacitándose para dirigir proyectos de diversa magnitud.





“

Si tu objetivo es desarrollarte como periodista y comunicador en las empresas, generando estrategias y planes de reputación exitosos, este programa es ideal para ti”



Objetivos generales

- » Tener una visión integral y profesional del entorno de la comunicación identificando las particularidades del sector, así como su impacto y repercusión en el conjunto del tejido empresarial
- » Adquirir conocimientos básicos y avanzados para que seas capaz de generar nuevos ecosistemas de comunicación
- » Potenciar tus habilidades de gestión, análisis, creatividad y liderazgo como principales competencias de la comunicación corporativa
- » Desarrollar en el estudiante una excelente capacidad de redacción y comunicación oral y escrita, verbal y no verbal
- » Obtener la responsabilidad ética necesaria para el desempeño de la profesión
- » Desarrollo del pensamiento crítico
- » Identificar oportunidades y ser capaz de evolucionar a través de la mirada al propio trabajo
- » Mejorar la agilidad en la toma de decisiones gracias a la observación, el análisis, la interpretación y la acción en relación a criterios profesionales mediante la elaboración de informes críticos
- » Entender y reproducir el proceso de la comunicación de modo efectivo adaptándolo a cada canal, perfil de empresa y público objetivo



Desarrolla tus habilidades para convertirte en un comunicador versátil que esté a la vanguardia en las últimas tendencias”





Objetivos específicos

Módulo 1. Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación

- » Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial
- » Planificar y ejecutar planes de comunicación integral

Módulo 2. Planificación estratégica en comunicación corporativa

- » Elaborar textos a partir de las convenciones estructurales y lingüísticas de cada tipología textual
- » Elaborar estrategias comunicativas para planificación, identificando el objetivo principal de cada proyecto

Módulo 3. Aspectos directivos de la comunicación corporativa

- » Implementar modelos de gestión que permitan optimizar los procesos de comunicación interna
- » Identificar los principales roles y gestores que hacen parte de la directiva de la empresa

Módulo 4. Ética y responsabilidad social corporativa

- » Trazar una hoja de ruta en materia de sostenibilidad, transparencia y economía social que permita adecuarse al marco deontológico global del sector en cuestión
- » Identificar la responsabilidad social de la entidad y compartirla mediante canales internos de comunicación

03

Dirección del curso

Los docentes son reconocidos profesionales con una amplia experiencia en el ámbito de la comunicación corporativa y la gestión de marcas. De hecho, su conocimiento abarca desde el diseño e implementación de estrategias de comunicación interna y externa, hasta la creación de planes integrales de *branding* y gestión de la reputación empresarial. Estos expertos poseen una profunda comprensión teórica de los principios fundamentales y una sólida trayectoria en su aplicación práctica, siendo perfectos para preparar a los egresados al contribuir eficazmente al éxito y la reputación de las organizaciones en las que se desempeñen.



“

El compromiso de los docentes radicaré en brindarte una capacitación integral y actualizada, permitiéndote enfrentar los desafíos de la comunicación corporativa en el contexto empresarial contemporáneo”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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



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

Dirección



Dra. González Fernández, Sara

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



04

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales en Periodismo, Marketing, y Comunicación que, conscientes de la relevancia en la actualidad de la capacitación en este ámbito como medio para poder profundizar en el área de conocimiento, han diseñado un completísimo temario pensado especialmente para capacitar a los profesionales de las ciencias de la información sobre las singularidades y características del mundo de la comunicación y las habilidades directivas. Así, tras finalizar la capacitación, el alumno estará mucho más preparado para ejercer su trabajo en este ámbito de una forma más autónoma y competente.



“

Contamos con el programa de aprendizaje más completo y actualizado del mercado, lo que te permitirá adentrarte en un apasionante mundo con todas las garantías de éxito”

Módulo 1. Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación

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



- 1.8.1. Introducción a las métricas de la marca corporativa
- 1.8.2. Índices de medición interna y externa
- 1.8.3. Herramientas de gestión de la marca
- 1.8.4. Rankings y valoración de marcas

Módulo 2. Planificación estratégica en comunicación corporativa

- 2.1. *Strategic Planner*
 - 2.1.1. Planificador estratégico: orígenes y funciones
 - 2.1.2. El *Strategic Planner* en empresas de publicidad, asesorías estratégicas y empresas de comunicación
 - 2.1.3. Gestión de los *Stakeholders*
- 2.2. Modelos y escuelas para la planificación
 - 2.2.1. Modelos para la gestión de intangibles
 - 2.2.2. Intangibles y plan estratégico
 - 2.2.3. Evaluación de intangibles
 - 2.2.4. Reputación e intangibles
- 2.3. Investigación cualitativa en planificación estratégica
 - 2.3.1. Detección de *Insights*
 - 2.3.2. *Focus Group* para la planificación estratégica
 - 2.3.3. Planificación de entrevistas estratégicas
- 2.4. Investigación cuantitativa en planificación estratégica
 - 2.4.1. Analizar datos y extraer conclusiones
 - 2.4.2. Uso de técnicas psicométricas
 - 2.4.3. Retos de la investigación aplicada a la comunicación empresarial
- 2.5. Formulación de la estrategia creativa
 - 2.5.1. Explorar alternativas estratégicas
 - 2.5.2. *Contra Briefing* o *Briefing* creativo
 - 2.5.3. *Branding* y *Positioning*
- 2.6. Utilidad estratégica de los diferentes medios
 - 2.6.1. Campañas 360°
 - 2.6.2. Lanzamiento de nuevos productos
 - 2.6.3. Tendencias sociales
 - 2.6.4. Evaluación de la efectividad
- 2.7. Tendencias en la comunicación empresarial

- 2.7.1. Generación y distribución de contenidos corporativos
- 2.7.2. Comunicación empresarial en la Web 2.0
- 2.7.3. Implementación de métricas en el proceso de comunicación
- 2.8. Patrocinio y mecenazgo
 - 2.8.1. Estrategias de actuación en patrocinio, mecenazgo y publicidad social
 - 2.8.2. Oportunidades de comunicación y retornos tangibles e intangibles
 - 2.8.3. Acciones de hospitalidad y colaboración

Módulo 3. Aspectos directivos de la comunicación corporativa

- 3.1. La comunicación en las organizaciones
 - 3.1.1. Las organizaciones, las personas y la sociedad
 - 3.1.2. Evolución histórica del comportamiento organizativo
 - 3.1.3. Comunicación bidireccional
 - 3.1.4. Barreras de la comunicación
- 3.2. Estructura, gestión y retos de la dirección de comunicación
 - 3.2.1. Estructura departamental de las direcciones de comunicación
 - 3.2.2. Tendencias actuales en modelos de gestión
 - 3.2.3. Integración de los intangibles
 - 3.2.4. Retos del departamento de comunicación
- 3.3. Plan de comunicación integral
 - 3.3.1. Auditoria y diagnóstico
 - 3.3.2. Elaboración del plan de comunicación
 - 3.3.3. Medida de los resultados: los KPI y el ROI
- 3.4. Efectos de los medios de comunicación
 - 3.4.1. Eficacia de la comunicación comercial y publicitaria
 - 3.4.2. Teorías sobre los efectos de los medios
 - 3.4.3. Modelos sociales y de cocreación
- 3.5. Gabinetes de prensa y relaciones con los medios de comunicación
 - 3.5.1. Identificación de oportunidades y necesidades informativas
 - 3.5.2. Gestión de reportajes y entrevistas a portavoces
 - 3.5.3. *Press Room* virtual y E-comunicación
 - 3.5.4. Compra de espacios publicitarios
- 3.6. Relaciones públicas

- 3.6.1. Estrategia y práctica de las RR.PP
- 3.6.2. Normas de protocolo y ceremonial
- 3.6.3. Organización de actos y gestión creativa
- 3.7. Lobbies y grupos de presión
 - 3.7.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones
 - 3.7.2. Relaciones institucionales y *Lobbying*
 - 3.7.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión
- 3.8. Comunicación interna
 - 3.8.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RR.HH
 - 3.8.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
 - 3.8.3. El plan de comunicación interna
- 3.9. *Branding & Naming*
 - 3.9.1. Gestión de marcas y coordinación en el lanzamiento de nuevos productos
 - 3.9.2. Reposicionamiento de marcas
- 3.10. Previsión de audiencias y fuentes de datos
 - 3.10.1. Unidades de medida y perfiles de audiencia
 - 3.10.2. Afinidad, *Share*, *Satingy* GrP's
 - 3.10.3. Proveedores actuales del mercado publicitario

Módulo 4. Ética y responsabilidad social corporativa

- 4.1. La función directiva y la RSC
 - 4.1.1. Visión estratégica de la responsabilidad social corporativa
 - 4.1.2. El cuadro de mando integral
 - 4.1.3. Sistemas y modelos para la implantación de la RSC
 - 4.1.4. Organización de la RSC. Roles y responsabilidades
- 4.2. *Corporate Responsibility*
 - 4.2.1. La creación de valor en una economía de intangibles
 - 4.2.2. RSC: compromiso empresarial
 - 4.2.3. Impacto social, ambiental y económico
- 4.3. Finanzas e inversión responsables



- 4.3.1. Sostenibilidad y la responsabilidad del director financiero
- 4.3.2. Transparencia en la información
- 4.3.3. Financiación e inversión responsable
- 4.3.4. Economía social, cooperativismo y responsabilidad social corporativa
- 4.4. Empresa y medioambiente
 - 4.4.1. Desarrollo sostenible
 - 4.4.2. Desarrollo legislativo en la responsabilidad medio ambiental
 - 4.4.3. Respuesta de las empresas ante la problemática ambiental
 - 4.4.4. Residuos y emisiones

“

*Una experiencia de aprendizaje
única, clave y decisiva para
impulsar tu desarrollo profesional”*

05

Metodología

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

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



“

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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

“

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



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

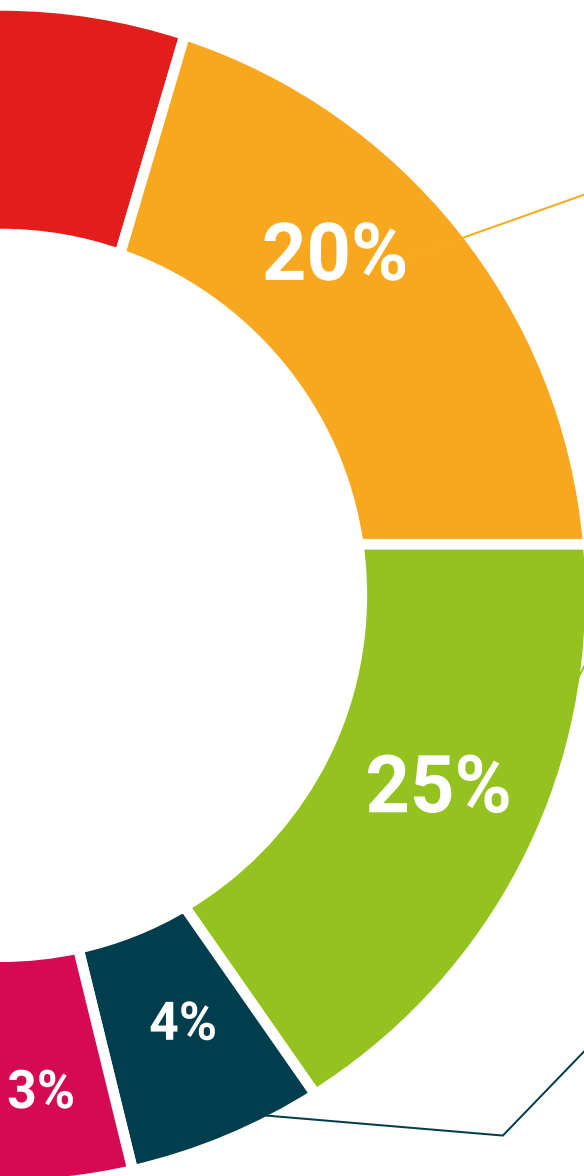
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

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



06

Titulación

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



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Comunicación Corporativa, Estrategia de Marca y Reputación** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

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

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



*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.



Experto Universitario
Comunicación Corporativa,
Estrategia de Marca
y Reputación

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Comunicación Corporativa,
Estrategia de Marca y Reputación

