

# Experto Universitario

Comunicación Corporativa,  
Estrategia de Marca y Reputación





## Experto Universitario

Comunicación Corporativa,  
Estrategia de Marca  
y Reputación

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

Acceso web: [www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion-corporativa-estrategia-marca-reputacion](http://www.techtitute.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. 18*

05

Metodología

---

*pág. 24*

06

Titulación

---

*pág. 32*

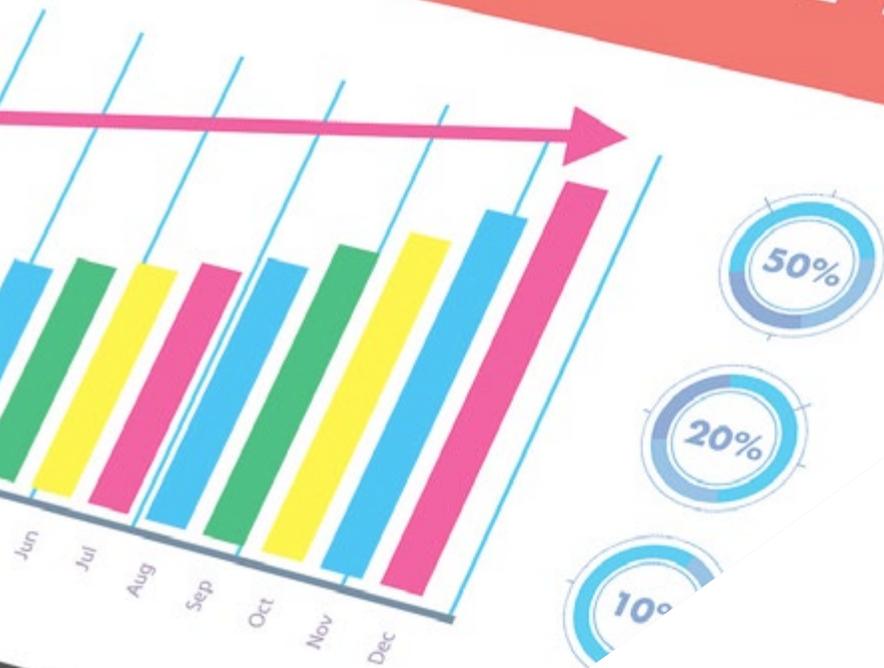
# 01

# 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”*

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## Dr. Nyquist, Eric

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

“

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

## Dirección



### **Dra. González Fernández, Sara**

- ♦ Especialista en Comunicación Institucional y Corporativa en varias empresas
- ♦ Redactora Audiovisual en Castilla la Mancha Media
- ♦ Redactora en Centro Territorial de TVE Andalucía
- ♦ Redactora en Radio Nacional de España
- ♦ Redactora en Diario JAÉN
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla
- ♦ Máster en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual por la Universidad de Sevilla
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla
- ♦ Miembro de: Asociación de la Prensa de Sevilla 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 dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Universidad Latinoamericana y del Caribe.



“

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

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

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

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

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

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **24 ECTS**



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



## Experto Universitario

Comunicación Corporativa,  
Estrategia de Marca  
y Reputación

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

# Experto Universitario

Comunicación Corporativa,  
Estrategia de Marca y Reputación

