

Experto Universitario

Comunicación y Marketing





Experto Universitario Comunicación y Marketing

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Privada Peruano Alemana**
- » Acreditación: **15 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion-marketing

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

El programa en Comunicación y Marketing es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la comunicación en marketing. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, éste es tu sitio.



“

La figura del directivo recto, inflexible y autoritario ha quedado obsoleta. Ha surgido un nuevo perfil, mucho más acorde con las nuevas tendencias y que destaca por tener conocimientos tecnológicos, practicar la escucha activa con sus trabajadores y ser autocrítico con su trabajo”

La publicidad es una de las posibilidades que tiene la empresa para comunicarse con el mercado y apoyar así sus objetivos de marketing. Es comunicación al servicio del marketing. En realidad cualquier organización, para poder crecer o mantenerse, necesita que su oferta tenga aceptación en el mercado, entendido en su sentido más amplio. El departamento de marketing se ocupa de diseñar productos y servicios que atiendan las necesidades de determinados grupos de personas, de producirlos, de conseguir que sean aceptados y lograr que los destinatarios estén satisfechos, tanto como para que se muestren dispuestos a seguir adquiriendo bienes, votando un determinado programa o creyendo en lo que representamos.

Una de las actividades que se pueden realizar para que el producto se conozca es la publicidad. La empresa hará publicidad cuando necesite comunicar quién es y cuál es su oferta a un grupo de personas suficientemente numeroso sobre el que la empresa tiene interés, bien porque pueden comprar su producto, consumirlo, recomendarlo o, simplemente, hablar de él.

Hoy, cualquier organización debe saber que la base de su negocio es la relación con sus clientes, de modo que ha de cuidarla proporcionándoles productos y servicios en la cantidad, calidad y tiempo que ellos necesitan. Hacer marketing significa saber que sólo se pueden obtener beneficios –no sólo económicos- si se satisfacen las necesidades.

Con esta capacitación obtendrás todas las claves para comprender al consumidor, innovar en el producto, idear estrategias y creativities y planificar los medios y canales de las acciones de marketing y comunicación. Aparte, algunos de estos contenidos serán abordados en una serie de Masterclasses organizadas por un prestigioso Director Invitado Internacional.

El Experto Universitario en comunicación y marketing te ofrece una capacitación integrada, exigente y práctica para descubrir también nuevos caminos profesionales y entender oportunidades de negocio online cada vez más dinámicas. Si eres profesional dentro del ámbito de la comunicación y el marketing ésta es tu mejor opción para convertirte en un experto capaz de gestionar y rentabilizar cualquier proyecto.

Este **Experto Universitario en Comunicación y Marketing** contiene el programa educativo 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, concebidos de manera esquemática y eminentemente práctica, 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
- ♦ 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



Este programa te ofrece la oportunidad única de aprender en Masterclasses de la mano de un experto internacional reconocido por su excelente desempeño en este ámbito”

“

TECH pone a tu disposición el mejor programa académico del mercado en Comunicación y Marketing. 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 a los profesionales disfrutar de 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 los alumnos deberán tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se les planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contarán con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos con gran experiencia.

Conviértete en un excelente periodista y aprende 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.



02

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.





“

Tener experiencia internacional, compromiso ético y visión de negocio son algunas de las características más demandadas en los directivos de la era digital”



Objetivos generales

- ♦ Describir cómo integrar Internet en la estrategia de comunicación de marketing de la organización
- ♦ Describir el papel de la venta personal dentro de la comunicación de marketing, sobre la base de la gestión de relaciones y la integración de los esfuerzos de comunicación
- ♦ Diseñar y poner en práctica los procedimientos de comunicación externa de los que dispone la empresa: publicidad, relaciones públicas, patrocinio, marketing directo e interactivo, promoción y venta personal.
- ♦ Enumerar los procesos de comunicación en Internet y sus diferencias con respecto a los que tienen lugar mediante otros medios.
- ♦ Explicar la importancia de la marca como activo estratégico y su gestión en entornos convencionales y digitales
- ♦ Analizar y valorar la importancia de las habilidades directivas para el desarrollo personal y profesional
- ♦ Desarrollar proyectos óptimos de comunicación de marketing



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





Objetivos específicos

Módulo 1 Habilidades directivas

- ♦ Aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación corporativa
- ♦ Implementar métricas rigurosas que evidencien el retorno de la gestión estratégica de los intangibles con indicadores no financieros consolidados y con impacto directo en el negocio
- ♦ Identificar las audiencias del medio de comunicación. Gestionar eficazmente el departamento de comunicación de cualquier organización en todas sus vertientes

Módulo 2 Marketing y comunicación

- ♦ Gestionar la reputación de su empresa
- ♦ Emplear las redes sociales y el e-mobile como apoyo y revolución comercial y utilizar dichas herramientas para la consecución de objetivos publicitarios y de relaciones públicas

Módulo 3 Customer relationship management

- ♦ Desarrollar estrategias para la gestión de la marca y la reputación corporativas como recursos estratégicos de diferenciación, legitimidad y excelencia empresarial

Módulo 4 Estrategia de comunicación en el entorno digital

- ♦ Ser capaz de diseñar un Plan de Social Media exitoso basándose en un calendario y un presupuesto
- ♦ Conocer las principales herramientas digitales para la creación de estrategias

03

Dirección del curso

El equipo docente de este Experto Universitario está compuesto por profesionales experimentados y altamente cualificados en los campos de la comunicación y el Marketing. De hecho, su amplio conocimiento abarca, desde las estrategias de comunicación integradas, hasta las técnicas de Marketing más avanzadas. Estos mentores combinan su experiencia práctica con una sólida base teórica, proporcionando a los egresados una comprensión integral de cómo la comunicación y el Marketing se entrelazan en el entorno empresarial actual. Así, su enfoque educativo se centrará en desarrollar las habilidades necesarias para diseñar y ejecutar campañas de Marketing efectivas, que generen impacto y valor.



“

Los docentes están comprometidos en mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías en ambos campos, asegurando que adquieras conocimientos actualizados y relevantes para tener éxito en la industria”

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

El Experto Universitario en Comunicación y Marketing es un programa a tu medida que se imparte en formato 100 % online para que elijas el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 9 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para tu éxito en la gestión de la comunicación en el entorno digital.



“

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. Habilidades directivas

- 1.1. Oratoria y formación de portavoces
 - 1.1.1. Comunicación interpersonal
 - 1.1.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 1.1.3. Barreras para la comunicación
- 1.2. Comunicación y liderazgo
 - 1.2.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 1.2.2. Motivación
 - 1.2.3. Capacidades y habilidades del líder 2.0
- 1.3. *Branding* personal
 - 1.3.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 1.3.2. Leyes del *branding* personal
 - 1.3.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 1.4. Gestión de equipos
 - 1.4.1. Equipos de trabajo y dirección de reuniones
 - 1.4.2. Gestión de procesos de cambio
 - 1.4.3. Gestión de equipos multiculturales
 - 1.4.4. *Coaching*
- 1.5. Negociación y resolución de conflictos
 - 1.5.1. Técnicas de negociación efectiva
 - 1.5.2. Conflictos interpersonales
 - 1.5.3. Negociación intercultural
- 1.6. Inteligencia emocional
 - 1.6.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 1.6.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 1.6.3. Autoestima y lenguaje emocional
- 1.7. Capital relacional: *coworking*
 - 1.7.1. Gestión del capital humano
 - 1.7.2. Análisis del rendimiento
 - 1.7.3. Gestión de la igualdad y diversidad
 - 1.7.4. Innovación en la gestión de personas

- 1.8. Gestión del tiempo
 - 1.8.1. Planificación, organización y control
 - 1.8.2. Metodología de la gestión del tiempo
 - 1.8.3. Planes de acción
 - 1.8.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

Módulo 2. Marketing y comunicación

- 2.1. *Product placement* y *branded content*
 - 2.1.1. Formas singulares de comunicación y emplazamiento de marcas
 - 2.1.2. Conceptos, productos y servicios en soportes amigables
- 2.2. Planificación y contratación de medios digitales
 - 2.2.1. *Real time bidding*
 - 2.2.2. *Planificación de campañas digitales integradas*
 - 2.2.3. *Cuadro de mando de control de inversión publicitaria*
- 2.3. Marketing promocional
 - 2.3.1. Promociones al consumidor
 - 2.3.2. Fuerza de ventas, canal, punto de venta y promociones especiales
 - 2.3.3. Éxito y rentabilidad de las acciones promocionales
- 2.4. Planificación, ejecución y medición de campañas SEM
 - 2.4.1. Marketing de buscadores
 - 2.4.2. Conversión de tráfico a tráfico cualificado
 - 2.4.3. Gestión de proyectos SEM
- 2.5. Métricas y análisis de resultados en campañas de publicidad digital
 - 2.5.1. Adservers
 - 2.5.2. Métricas tradicionales y GrP's digitales
 - 2.5.3. *Crossmedia* e interacciones
- 2.6. *Display advertising*, *rich media* y publicidad viral
 - 2.6.1. Medios, formatos y soportes
 - 2.6.2. El embudo de conversión
 - 2.6.3. Buzz marketing y WOM



- 2.7. Mobile marketing, geolocalización e internet TV
 - 2.7.1. Nuevas aplicaciones del *mobile marketing*
 - 2.7.2. Geolocalización
 - 2.7.3. Aplicaciones que integran webs, *geotaging* y móvil
- 2.8. Eficacia publicitaria
 - 2.8.1. Técnicas de investigación y tracking de campañas
 - 2.8.2. Análisis de cobertura y frecuencia efectiva
 - 2.8.3. Notoriedad y modelos de distribución temporal de la presión publicitaria

Módulo 3. *Customer relationship management*

- 3.1. CRM y marketing relacional
 - 3.1.1. Filosofía empresarial u orientación estratégica
 - 3.1.2. Identificación y diferenciación del cliente
 - 3.1.3. La empresa y sus *stakeholders*
 - 3.1.4. *Clienting*
- 3.2. *Database marketing* y *customer relationship management*
 - 3.2.1. Aplicaciones del *database marketing*
 - 3.2.2. *Leyes y regulación*
 - 3.2.3. *Fuentes de información, almacenamiento y procesamiento*
- 3.3. Psicología y comportamiento del consumidor
 - 3.3.1. El estudio del comportamiento del consumidor
 - 3.3.2. Factores internos y externos del consumidor
 - 3.3.3. Proceso de decisión del consumidor
 - 3.3.4. Consumerismo, sociedad, marketing y ética
- 3.4. *Marketing consumer centric*
 - 3.4.1. Segmentación
 - 3.4.2. Análisis de la rentabilidad
 - 3.4.3. Estrategias para fidelizar al cliente
- 3.5. Técnicas de CRM *management*
 - 3.5.1. Marketing directo
 - 3.5.2. Integración multicanal
 - 3.5.3. Marketing viral

- 3.6. Ventajas y peligros de implementar CRM
 - 3.6.1. CRM, ventas y costes
 - 3.6.2. Satisfacción y lealtad del cliente
 - 3.6.3. Implementación tecnológica
 - 3.6.4. Errores estratégicos y de gestión

Módulo 4. Estrategia de comunicación en el entorno digital

- 4.1. Web 2.0 o web social
 - 4.1.1. La organización en la era de la conversación
 - 4.1.2. La web 2.0 son las personas
 - 4.1.3. Entorno digital y nuevos formatos de comunicación
- 4.2. Comunicación y reputación digital
 - 4.2.1. Informe de reputación online
 - 4.2.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
 - 4.2.3. *Branding* y *networking* 2.0
- 4.3. Diseño y planificación de un plan de reputación online
 - 4.3.1. Panorama de las principales *social media* de España
 - 4.3.2. Plan de reputación de la marca
 - 4.3.3. Métricas generales, ROI y social CRM
 - 4.3.4. Crisis online y SEO reputacional
- 4.4. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
 - 4.4.1. Facebook
 - 4.4.2. LinkedIn
 - 4.4.3. Twitter
- 4.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
 - 4.5.1. YouTube
 - 4.5.2. Instagram
 - 4.5.3. Flickr
 - 4.5.4. Vimeo
 - 4.5.5. Pinterest





- 4.6. Estrategia de contenidos y *storytelling*
 - 4.6.1. *Blogging* corporativo
 - 4.6.2. Estrategia de marketing de contenidos
 - 4.6.3. Creación de un plan de contenidos
 - 4.6.4. Estrategia de curación de contenidos
- 4.7. Estrategias en *social media*
 - 4.7.1. Las relaciones públicas corporativas y *social media*
 - 4.7.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
 - 4.7.3. Análisis y evaluación de resultados
- 4.8. *Community management*
 - 4.8.1. Funciones, tareas y responsabilidades del *community manager*
 - 4.8.2. *Social media manager*
 - 4.8.3. *Social media strategist*
- 4.9. *Social media plan*
 - 4.9.1. Diseño de un *plan de social media*
 - 4.9.2. *Calendario, presupuesto, expectativas y seguimiento*
 - 4.9.3. *Protocolo de contingencia en caso de crisis*
- 4.10. Herramientas de monitorización online
 - 4.10.1. Herramientas de gestión y aplicaciones de escritorio
 - 4.10.2. Herramientas de monitorización y estudio

“

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

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.



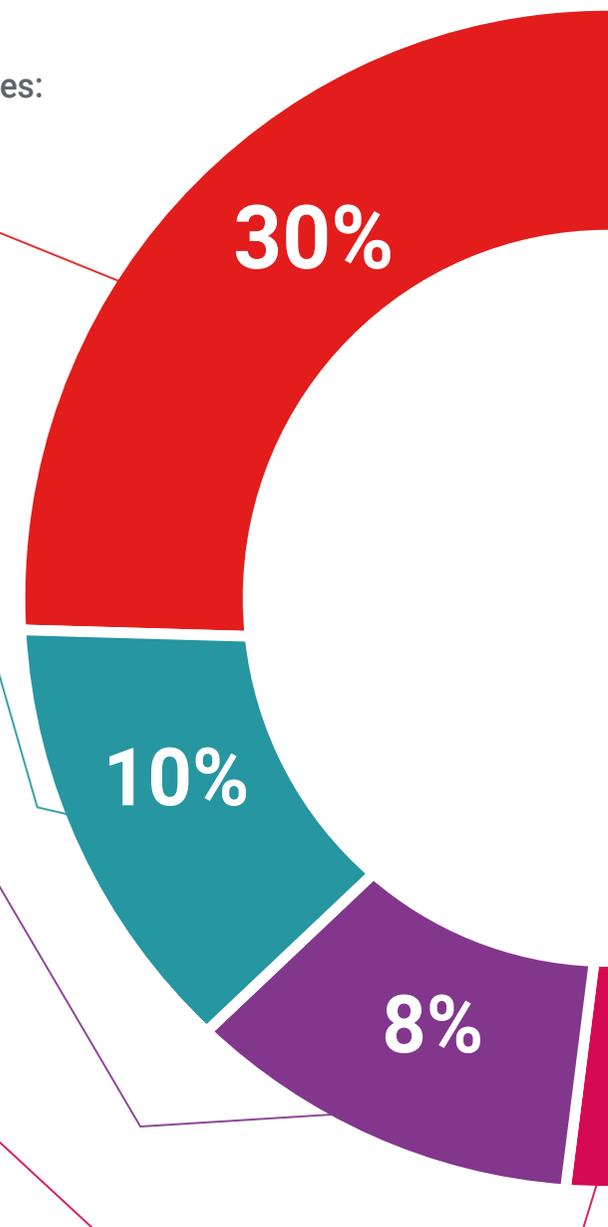
Prácticas de habilidades y competencias

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 y Marketing 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 Privada Peruano Alemana.



The image features three black graduation caps (mortarboards) against a blue sky with light clouds. The caps are positioned diagonally across the frame. The background is split into a white lower-left section and a red upper-right section. The quote is located in the white section.

“

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

El programa del **Experto Universitario en Comunicación y Marketing** 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 Privada Peruano Alemana.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad Privada Peruano Alemana 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 Anatomía y Fisiología en Yoga Terapéutico**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **15 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 Privada Peruano Alemana realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario Comunicación y Marketing

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

Experto Universitario

Comunicación y Marketing

