

Experto Universitario

Marca Personal e Identidad digital

A man with glasses is shown in profile, looking at a laptop screen. He has his hand to his chin in a thoughtful pose. The background is blurred, suggesting an office or classroom setting. The image is overlaid with a white diagonal shape that contains the logo.

tech
universidad



Experto Universitario Marca Personal e Identidad digital

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

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-marca-personal-identidad-digital

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

01

Presentación

Hoy en día, la presencia en línea es fundamental para cualquier profesional o empresa que busque posicionarse y destacar en su área de trabajo. La marca personal se ha convertido en una herramienta esencial para lograr este objetivo, y es por eso que cada vez más personas buscan desarrollar una identidad digital sólida y coherente con su imagen profesional. Y esta titulación aborda precisamente esta necesidad, proporcionando a los estudiantes las herramientas y estrategias necesarias para construir, gestionar y mantener una marca personal óptima en la era digital. Se recorrerán, así, conceptos clave como la comunicación efectiva, el pensamiento crítico y la resolución de problemas. Este programa se ofrece en modalidad 100% online, lo que permite a los estudiantes la máxima flexibilidad.



“

Hazte con todas las claves para consolidar tu identidad digital a través de este Experto Universitario”

Es evidente que el mundo actual se ha vuelto cada vez más digital, y a la vez más competitivo. La batalla por posicionarse de manera preferente en la red es feroz y supone la clave del éxito en el ámbito profesional, especialmente en sectores tan sensibles y conectados a los usuarios como la Comunicación.

Por ello, el Experto Universitario en Marca Personal e Identidad Digital aborda en profundidad todo lo relacionado con la marca personal y la identidad digital, en aras de que el periodista o comunicador aumente la visibilidad de su actividad profesional. El temario del programa incluye diversos módulos, uno de los cuales se centra en el *Networking* para la construcción de marca personal. Este módulo es fundamental, ya que supone una herramienta poderosa para establecer conexiones significativas y duraderas, que pueden abrir puertas a nuevas oportunidades y colaboraciones. Del mismo modo, otro punto importante es el de Personal Branding en LinkedIn, que incluye la clarificación de los objetivos de uso de LinkedIn, la construcción de la audiencia de seguidores, la identificación de líderes de contenido y otros miembros de la comunidad.

Con solo una conexión a Internet, el estudiante se beneficiará de una modalidad 100% online, lo que permite la máxima flexibilidad para organizar sus recursos académicos según sus propias necesidades y horarios. Asimismo, la metodología pedagógica del *Relearning* promoverá una especialización eficiente gracias a una mayor rapidez para interiorizar conceptos en dinámicos recursos de estudio, como esquemas interactivos o casos prácticos.

Este **Experto Universitario en Marca Personal e Identidad Digital** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Marca Personal e Identidad Digital
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ 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



Especialízate desde casa o cualquier lugar y sienta las bases para posicionarte como un comunicador influyente”

“

Potencia habilidades clave para la construcción de la marca personal, como el liderazgo o el pensamiento crítico”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

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

Consulta dinámicos recursos educativos, tales como vídeos o esquemas interactivos, para diseñar estrategias de reputación corporativa de la marca personal.

Crea gracias a TECH poderosas redes de apoyo y colaboración que incrementen tus oportunidades profesionales.



02

Objetivos

Al inscribirse en este Experto Universitario, el estudiante adquirirá conocimientos y habilidades clave para potenciar la identidad digital y la marca personal de una empresa de manera efectiva y estratégica. El programa profundizará en el funcionamiento de las redes sociales y otras herramientas digitales para optimizar la presencia en línea y mejorar la reputación de las empresas de Comunicación en el entorno digital. De este modo, los estudiantes dominarán técnicas para crear y gestionar contenido de calidad y establecer una estrategia comunicativa coherente y eficaz, lo que les permitirá convertirse en especialistas en la gestión de la presencia en línea de una entidad.





“

Lanza tu carrera profesional a través de una identidad digital coherente y positiva. ¿A qué esperas para matricularte?”



Objetivos generales

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



Adéntrate en el funcionamiento de los medios de comunicación, los Stakeholders y los líderes de opinión”





Objetivos específicos

Módulo 1. Construcción de Marca Personal. Branding personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

- ♦ Desarrollar el diseño de una estrategia de la Identidad Digital que ayude a proyectar una imagen coherente a los valores de marca
- ♦ Identificar el recorrido de la marca personal para contar con una visión global de todas sus fases
- ♦ Comunicar una Identidad Digital coherente y positiva
- ♦ Desarrollar las habilidades y competencias necesarias para la gestión de la marca personal
- ♦ Llevar a cabo una estrategia de acciones online y offline para la monetización de la marca personal
- ♦ Establecer una estrategia para mantener una reputación corporativa positiva y saber gestionar una crisis de reputación
- ♦ Identificar la necesidad de la innovación, mantenimiento y actualización de la marca personal de manera constante y conocer las herramientas para lograrlo

Módulo 2. Personal Branding en LinkedIn. Estrategias de Visibilidad y engagement para la Construcción de una Marca Personal en LinkedIn

- ♦ Desarrollar una estrategia efectiva para optimizar el perfil de LinkedIn buscando crear un perfil sólido, creíble y que sobresalga por encima del promedio
- ♦ Identificar los tipos de contenido que tienen mayor impacto en la audiencia de LinkedIn como base para crear contenido valioso y relevante para fortalecer la reputación profesional
- ♦ Determinar una estrategia de pilares de contenido como base de un calendario editorial de publicaciones que transmitan los conocimientos, historias, pensamientos y mensajes que concretarán la marca personal en LinkedIn

- ♦ Examinar las técnicas, formatos y estilos efectivos para la publicación de posts en LinkedIn
- ♦ Dominar las tácticas para establecer una comunidad activa y comprometida en LinkedIn, mediante el uso de estrategias efectivas de conexión, interacción y fidelización
- ♦ Evaluar y analizar el rendimiento de la estrategia de LinkedIn, mediante el monitoreo de las métricas y el análisis de la actividad y el comportamiento de la audiencia, con el fin de ajustar y mejorar la estrategia en tiempo real

Módulo 3. El Networking para la construcción de marca personal. Las redes de contactos, los eventos y las estrategias de RRPP como palancas de crecimiento

- ♦ Desarrollar una estrategia de *Networking* adaptada a los objetivos y público y construir una red de contactos sólida y en crecimiento
- ♦ Implementar acciones estratégicas online y offline para la ampliación de la red de contactos
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación para un *Networking* efectivo en diferentes ámbitos y canales de comunicación presencial y online
- ♦ Utilizar las Relaciones Públicas para aumentar la visibilidad y autoridad en el área de especialización
- ♦ Determinar cómo funcionan los medios de comunicación, los *stakeholders* y los líderes de opinión para construir una red de contacto sólida y estratégica
- ♦ Gestionar las crisis de reputación en el *Networking* y Relaciones Públicas
- ♦ Interpretar los datos obtenidos de las métricas para evaluar la estrategia de *Networking* y Relaciones Públicas y su impacto en la marca personal

03

Dirección del curso

El equipo docente de TECH ha sido cuidadosamente seleccionado para incluir a profesionales altamente prestigiosos y con experiencia en el campo del Branding. Estos profesionales han trabajado en empresas destacadas de Marketing y Comunicación y están actualmente activos, lo que proporciona un valor añadido al estudiante al compartir conocimientos y experiencias prácticas del día a día. Gracias a su amplia trayectoria profesional, el equipo docente ofrece una especialización actualizada y de alta calidad, basada en las últimas tendencias y estrategias del mercado.



“

Hora de triunfar siguiendo los consejos de remarcables expertos en marca personal e identidad digital”

Dirección



Dña. Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Directora de Marketing y Estrategia Digital en Torres y Carrera
- ♦ Directora de Servicios al Cliente y *Chief Marketing Officer* en Roi Scroll
- ♦ *Head of Social Media* y PR Digital en Havas
- ♦ Consultora Senior de Comunicación y Social Media en Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Publicidad y RRPP- Noa Nogueira
- ♦ Docente en Universidad Europea Miguel de Cervantes
- ♦ Docente en Escuela Internacional de Marketing
- ♦ Docente en Escola Superior de Relaciones Públicas de Barcelona
- ♦ Docente en IEBS
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Doble Premio Extraordinario Fin de Carrera de la Xunta de Galicia y la Universidad de Vigo
- ♦ Posgrado en Search y Social Media Marketing por la Universitat de Barcelona

Profesores

Dña. García Sanz, Nagore

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

Dña. Luque Diaz, Daniela

- ♦ Consultora Marca personal en LinkedIn
- ♦ Coordinadora de estrategia de Marketing en KIND APP en Suecia
- ♦ Coordinadora de programas de artes en el Departamento de artes y Humanidades en New York University
- ♦ Gestión de la estrategia de marketing para la colección de accesorios de moda de la marca AITA
- ♦ Directora de proyecto / Marketing & Eventos en Top Gear Promotions en Dubai
- ♦ Coordinadora de operaciones de Eurofragance en Dubai
- ♦ Directora de Desarrollo de Negocios del Grupo Intercom en Barcelona
- ♦ Licenciatura en producción de Cine & TV en la Universidad Nacional de Colombia
- ♦ Máster en Emprendimiento & Innovación por la Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship Lund University
- ♦ Máster en Relaciones Públicas & Protocolo por el ESERP Business School
- ♦ Máster en Retail Management por la Universidad Autónoma de Barcelona

04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Marca Personal e Identidad Digital ha sido cuidadosamente estructurado para ofrecer una especialización completa y detallada, que abarca desde los conceptos teóricos fundamentales hasta las técnicas más avanzadas de la identidad en la Red y la gestión de la reputación digital. Así, este programa ha sido diseñado por un equipo docente altamente cualificado y experimentado en el sector, y se ofrece completamente en línea, lo que brinda una gran flexibilidad al estudiante. Y todo en solo 450 horas de recorrido académico innovador.





“

Un plan de estudios que aborda todos los aspectos relacionados con el Branding personal”

Módulo 1. Construcción de Marca Personal. Branding personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

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



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

Módulo 2. Personal *Branding* en LinkedIn. Estrategias de Visibilidad y *engagement* para la Construcción de una Marca Personal en LinkedIn

- 2.1. Fortalecimiento del Perfil de Usuario en LinkedIn
 - 2.1.1. Análisis de un perfil de usuario de LinkedIn
 - 2.1.2. Clarificación de los objetivos de uso de LinkedIn
 - 2.1.3. Identificación de áreas de mejora en el perfil de LinkedIn
- 2.2. Construcción de la Audiencia de seguidores en LinkedIn
 - 2.2.1. Definición de la audiencia en LinkedIn
 - 2.2.2. Adaptación del mensaje a la audiencia en LinkedIn
 - 2.2.3. Construcción de una audiencia a partir de publicaciones en LinkedIn
- 2.3. Comunidad de referencia en LinkedIn
 - 2.3.1. Búsqueda de líderes de contenido en LinkedIn
 - 2.3.2. Identificación de otros miembros de la comunidad en LinkedIn
 - 2.3.3. Interacción y colaboración con otros miembros de la comunidad en LinkedIn
- 2.4. Conexión con usuarios activos en LinkedIn
 - 2.4.1. Importancia de encontrar usuarios activos en LinkedIn
 - 2.4.2. Redacción de una invitación para conectar en LinkedIn
 - 2.4.3. Interacción de relaciones con nuevos contactos en LinkedIn

- 2.5. Desarrollo de una estrategia sólida de contenido a través de pilares temáticos
 - 2.5.1. Identificación y posicionamiento de los pilares temáticos
 - 2.5.2. Identificación de los pilares temáticos en la estrategia
 - 2.5.3. Desarrollo y mantenimiento de los pilares temáticos en el tiempo
- 2.6. Vinculación de los pilares temáticos con la historia personal. La importancia de emocionar
 - 2.6.1. Identificación de historias relacionadas con los pilares temáticos que construyan credibilidad y potencial viral
 - 2.6.2. Cómo contar historias efectivas en LinkedIn
 - 2.6.3. Cómo conectar historias personales con mensajes clave en LinkedIn
 - 2.6.4. Creación de una historia personal de transformación para un primer post en LinkedIn
- 2.7. Generación de contenido de impacto en LinkedIn. Importancia de inspirar y enseñar
 - 2.7.1. Uso de datos técnicos o científicos relacionados con los pilares temáticos para crear contenido educativo
 - 2.7.2. *Benchmarking*: casos de estudio de creadores de contenido viral en LinkedIn que usan estas técnicas
 - 2.7.3. Traslado del análisis a la práctica
- 2.8. Preparación de Posts para LinkedIn
 - 2.8.1. Selección del contenido y formato con mayor potencial para los posts en LinkedIn
 - 2.8.2. Creación de variedad de formatos y estilos para los posts en LinkedIn
 - 2.8.3. Publicación y seguimiento de los primeros posts en LinkedIn
- 2.9. El crecimiento de tu cuenta de LinkedIn: seguidores y *engagement*
 - 2.9.1. Importancia del Monitoreo de los seguidores en LinkedIn
 - 2.9.2. Monitorización del crecimiento de los seguidores en LinkedIn
 - 2.9.3. Utilización de los datos de los seguidores en LinkedIn
- 2.10. Evaluación y ajuste de la estrategia editorial
 - 2.10.1. Identificación de tendencias y patrones en el comportamiento de la audiencia
 - 2.10.2. Refuerzo de las fortalezas y debilidades para mejorar la estrategia editorial.
 - 2.10.3. Herramientas digitales para un uso avanzado de LinkedIn
 - 2.10.4. Uso óptimo de LinkedIn como instrumento para fortalecer la marca personal digital



Módulo 3. El *Networking* para la construcción de marca personal. Las redes de contactos, los eventos y las estrategias de RRPP como palancas de crecimiento

- 3.1. *Networking*. Fundamentos y Relevancia
 - 3.1.1. Tipos de *Networking*
 - 3.1.2. Creación de una red de apoyo y colaboración
 - 3.1.3. Realización de un plan de *Networking*
- 3.2. Construcción de la red de contactos para fortalecer la marca personal
 - 3.2.1. Identificación de *skateholders* clave
 - 3.2.2. Selección de líderes de opinión
 - 3.2.3. Cómo ampliar y aprovechar la red de contactos.
- 3.3. Eventos como estrategia de *Networking*
 - 3.3.1. El poder de los eventos de *Networking* online y offline
 - 3.3.2. Tipología de eventos de *Networking*
 - 3.3.3. La organización de un evento como estrategia para mejorar tu marca personal
- 3.4. Relaciones Públicas y marca personal
 - 3.4.1. Importancia de las Relaciones Públicas
 - 3.4.2. Tipos de estrategias de Relaciones Públicas
 - 3.4.3. Uso de las RRPP para aumentar visibilidad y autoridad
- 3.5. Estrategias de comunicación efectivas para el *Newtorking*
 - 3.5.1. Técnicas de comunicación efectiva en acciones o eventos presenciales
 - 3.5.2. Técnicas de comunicación efectiva en la utilización del correo electrónico
 - 3.5.3. Técnicas de comunicación efectiva en la utilización de las redes sociales
- 3.6. *Networking* offline efectivo para fortalecer la marca personal
 - 3.6.1. *Networking* en comunidades, conferencias, seminarios y eventos empresariales
 - 3.6.2. *Networking* en grupos de interés locales
 - 3.6.3. Mantenimiento de contacto para buscar oportunidades de colaboración
- 3.7. *Networking* online efectivo para fortalecer la marca personal
 - 3.7.1. Herramientas y plataformas digitales para el *Networking*
 - 3.7.2. Participación en eventos de *Networking* online
 - 3.7.3. Mantenimiento de las relaciones de *Networking* online
- 3.8. Otras acciones de RRPP útiles para hacer crecer la marca personal
 - 3.8.1. Relaciones con los medios de comunicación
 - 3.8.2. Relación con personas influyentes
 - 3.8.3. Publicación de un libro como estrategia de Relaciones Públicas
 - 3.8.4. Creación de un contenido multimedia como estrategia de Relaciones Públicas
- 3.9. Gestión de crisis en el *Networking* y Relaciones Públicas
 - 3.9.1. La importancia de la ética y la responsabilidad en la gestión de crisis
 - 3.9.2. Diseño de una estrategia de comunicación de crisis
 - 3.9.3. *Networking* efectivo para la gestión de crisis en las Relaciones Públicas
- 3.10. Medición del éxito de una estrategia de Relaciones Públicas
 - 3.10.1. Monitorización de las redes sociales
 - 3.10.2. Evaluación cualitativa y cuantitativa de los eventos
 - 3.10.3. Visibilidad en medios de comunicación



Accede en cualquier momento del día a lecciones clave para preparar los mejores posts en LinkedIn o estrategias de Benchmarking a través del Campus Virtual”

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 emitiesen 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

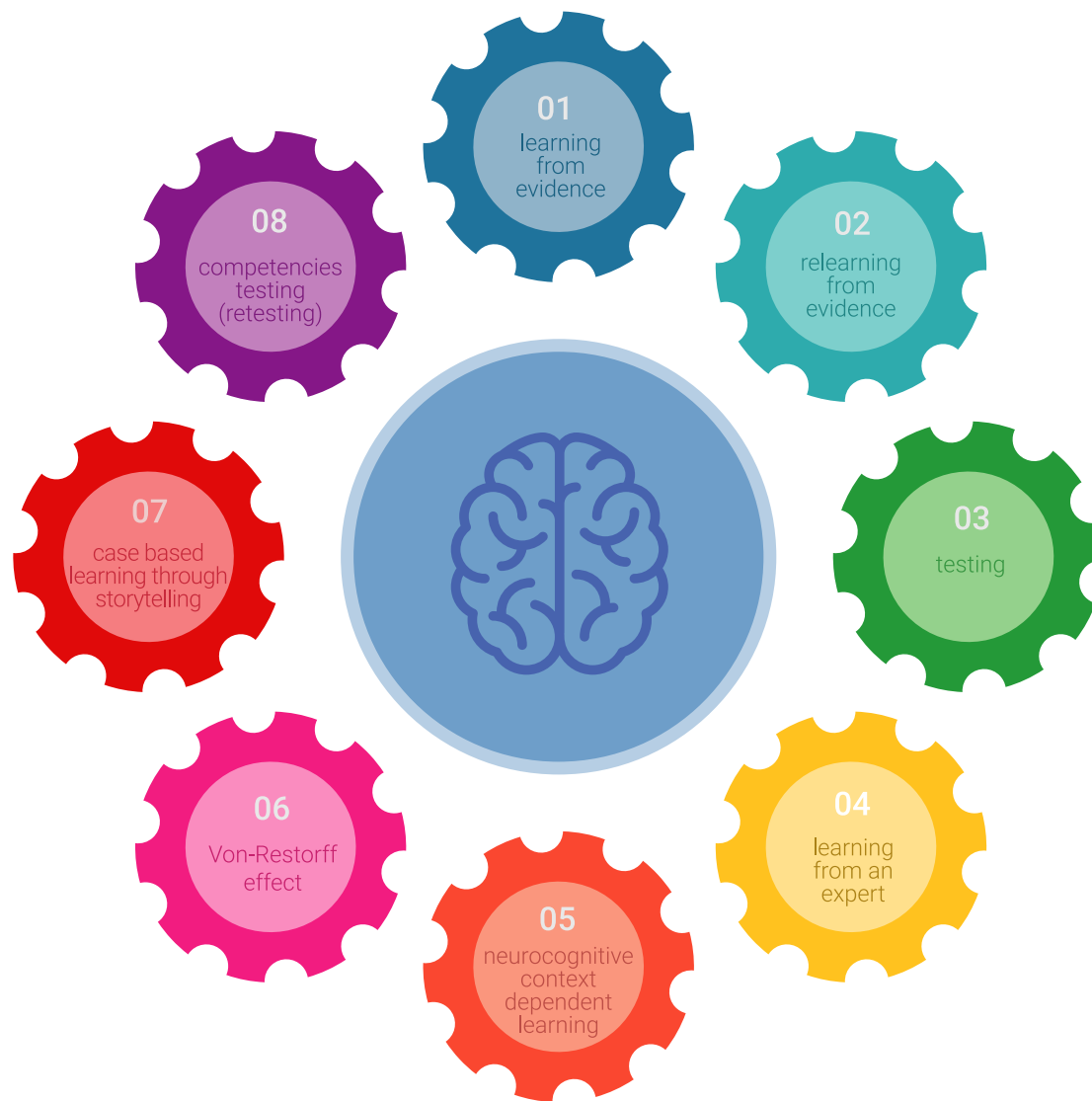
TECH aún a de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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.



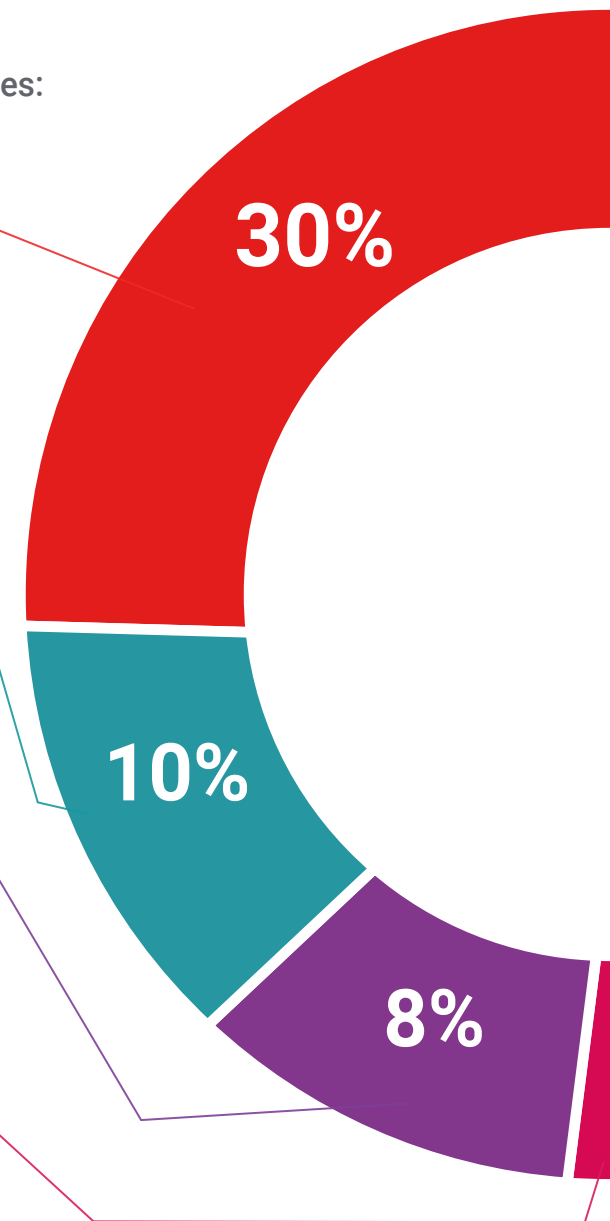
Prácticas de habilidades y competencias

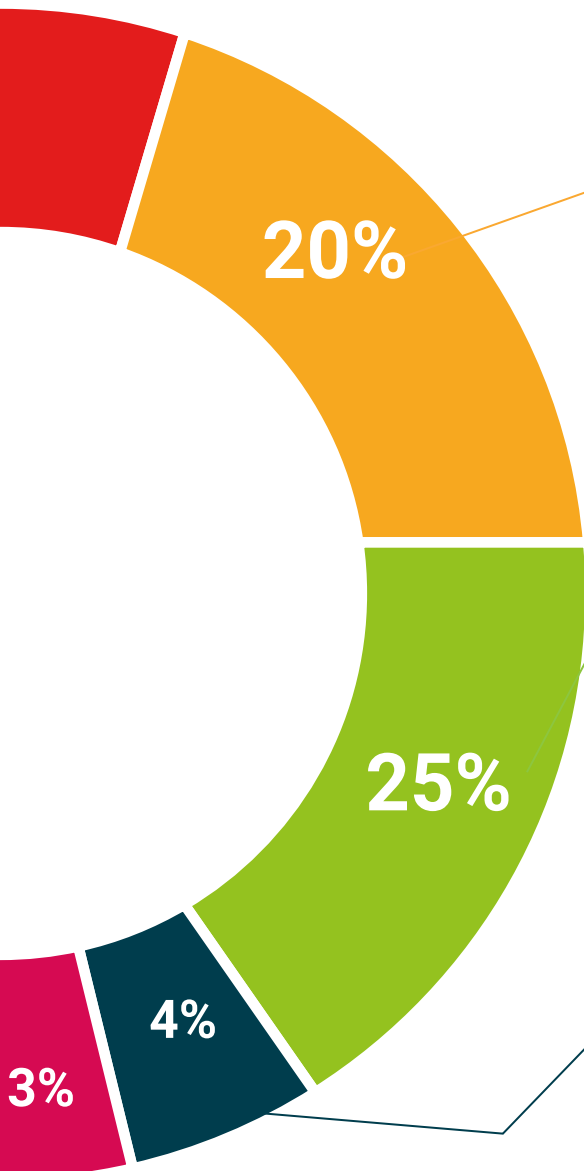
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



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 Marca Persona e Identidad digital 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 Marca Personal e Identidad digital** contiene el programa científico 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 Marca Personal e Identidad digital**

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
Marca Personal
e Identidad digital

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

Experto Universitario

Marca Personal e Identidad digital