

Maestría

Construcción de Marca Personal

Nº de RVOE: 20240725

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

A man in a grey suit, blue shirt, and blue patterned tie is looking down at a smartphone. He is wearing a gold watch on his left wrist. The background is a blurred grey wall. The image is partially obscured by a white diagonal shape and a red diagonal shape.

tech
universidad



Nº de RVOE: 20240725

Maestría Construcción de Marca Personal

Idioma: Español

Modalidad: 100% en línea

Duración: 20 meses

Fecha acuerdo RVOE: 12/04/2024

Acceso web: www.techtute.com/mx/periodismo-comunicacion/maestria/maestria-construccion-marca-personal

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Plan de Estudios

pág. 8

03

Objetivos

pág. 20

04

Competencias

pág. 26

05

¿Por qué nuestro programa?

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 34

07

Idiomas gratuitos

pág. 38

08

Metodología

pág. 42

09

Dirección del curso

pág. 50

10

Requisitos de acceso y
proceso de admisión

pág. 56

11

Titulación

pág. 60

01

Presentación

En el competitivo mundo de la comunicación, la visibilidad de los profesionales es un activo invaluable. Potenciar una sólida Marca Personal es la clave para destacar y asegurar el éxito. En este sentido, TECH ha lanzado esta propuesta académica con RVOE y completamente online, enfocada en fortalecer las habilidades de los periodistas en áreas como el autodiagnóstico, la planificación estratégica y el Growth Marketing. La metodología *Relearning*, innovadora y efectiva, guía al alumnado a través de un proceso de aprendizaje transformador, permitiéndoles adquirir conocimientos especializados y aplicables de manera inmediata en sus entornos laborales. Respaldados por un equipo de expertos con una amplia trayectoria en Comunicación y Marketing, los estudiantes de este programa obtienen las herramientas necesarias para gestionar su reputación y aumentar su visibilidad.



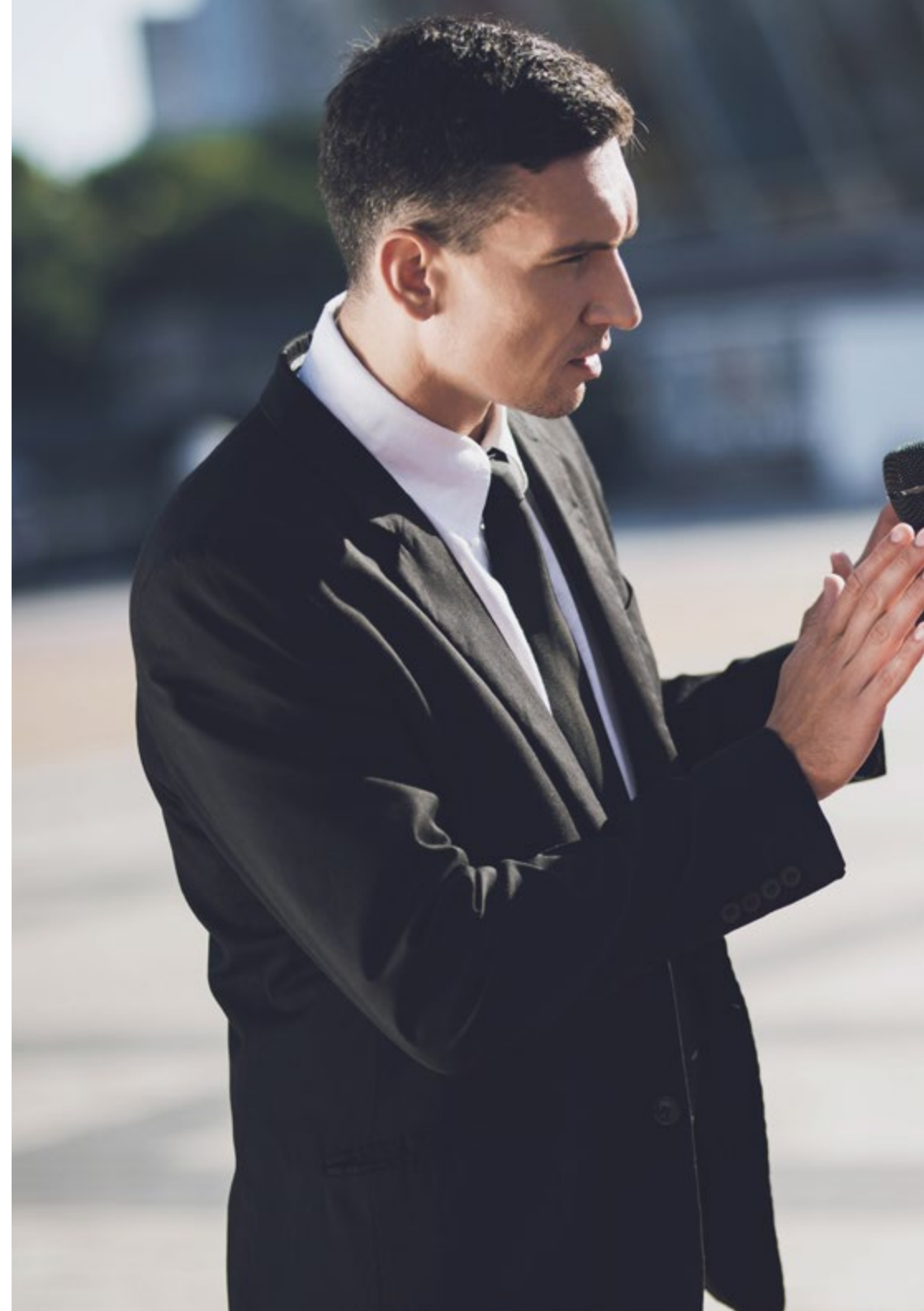
“

Alcanza el éxito en la construcción de Marca Personal con este programa 100% online, respaldado por el reconocimiento oficial y desarrollado por expertos líderes en Comunicación y Marketing”

La comunicación es cada vez más indispensable en multitud de ámbitos, por lo que la construcción de una sólida Marca Personal se vuelve crucial para destacar, establecer conexiones significativas y alcanzar objetivos profesionales. Esta identidad robusta no solo transmite confianza y credibilidad, sino que también atrae a potenciales seguidores y amplía el público objetivo, abriendo así nuevas oportunidades en el ámbito de la comunicación. Es esencial que la imagen y la reputación estén alineadas con los valores y objetivos individuales, influyendo directamente en la percepción que los demás tienen de cada persona.

Por esta razón, es fundamental que los periodistas adquieran habilidades en el ámbito de la Marca Personal. En respuesta a esta necesidad, TECH ha desarrollado esta Maestría con RVOE. Este programa aborda de manera integral las estrategias de comunicación, las plataformas digitales y las herramientas necesarias para construir mensajes impactantes y transmitir la información de manera efectiva. Temas como *Networking*, *Inbound Marketing* y Posicionamiento de Marca se exploran a fondo en los diferentes módulos, con especial énfasis en el uso de redes sociales y el análisis del papel de los *influencers*.

El contenido del programa se presenta a través de una variedad de materiales didácticos, incluyendo videos, actividades interactivas y lecturas, y se apoya en la innovadora metodología de *Relearning*, facilitando un aprendizaje intuitivo y efectivo. Este itinerario académico se ofrece completamente en línea, permitiendo a los profesionales acceder a la plataforma en cualquier momento y desde cualquier lugar, adaptándose así a sus necesidades individuales.





TECH brinda la oportunidad de obtener la Maestría en Construcción de Marca Personal en un formato 100% en línea, con titulación directa y un programa diseñado para aprovechar cada tarea en la adquisición de competencias para desempeñar un papel relevante en la empresa. Pero, además, con este programa, el estudiante tendrá acceso al estudio de idiomas extranjeros y formación continuada de modo que pueda potenciar su etapa de estudio y logre una ventaja competitiva con los egresados de otras universidades menos orientadas al mercado laboral.

Un camino creado para conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionándose con los mejores y formando parte de la nueva generación de futuros directores capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo.

“*Aprovecha la oportunidad de inscribirte en esta Maestría con RVOE, donde explorarás en detalle cómo establecer una presencia digital consistente y promoverla eficazmente en las redes sociales*”

02

Plan de Estudios

La Maestría ofrece un itinerario académico completo y detallado centrado en la Creación de Marca Personal, convirtiéndose así en una opción inigualable para aquellos que desean dominar el arte de construir una reputación profesional sólida y comunicar valores de manera efectiva. Se abordan exhaustivamente las técnicas esenciales para el autodiagnóstico, así como la planificación y ejecución de estrategias en el ámbito digital. Este amplio temario se enriquece con una variedad de recursos, incluyendo resúmenes, videos enfocados en aspectos clave, lecturas complementarias y numerosos estudios de casos. Estos recursos proporcionan a los profesionales una experiencia de aprendizaje práctica y eficiente, permitiéndoles adquirir habilidades de manera efectiva y aplicarlas con éxito en su carrera.



“

*El programa más exhaustivo y elaborado
acerca de Marca Personal, diseñado
por destacados expertos en el campo
de la comunicación”*

El plan de estudio de esta Maestría se imparte en formato 100% online, permitiendo que el egresado pueda elegir el momento y el lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses. Así, este programa pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para el éxito profesional.

Se trata, por tanto, de una titulación universitaria avanzada conformada por un temario que ahonda en el *Brand Core*, el *Brand Positioning*, el *Elevator pitch*, el *Storytelling* personal y la selección de la estrategia de plataformas o la creación de un plan de contenido, entre otros.

Módulo 1	Marca Personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa
Módulo 2	Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal
Módulo 3	Planificación de Marca Personal
Módulo 4	Estrategia de Marca Personal
Módulo 5	Estrategia de comunicación
Módulo 6	Marca en redes sociales
Módulo 7	Marca Personal en LinkedIn
Módulo 8	Construcción y gestión de las redes de contactos
Módulo 9	Estrategias, técnicas y herramientas de mercadotecnia
Módulo 10	Impacto de la Marca Personal



Accederás a una gran cantidad de material didáctico para que el proceso de aprendizaje sea más sencillo e intuitivo, organizando tu propio horario de estudio”



Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría se ofrece 100% en línea, por lo que el alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su smartphone.

Además, podrá acceder a los contenidos tanto online como offline. Para hacerlo offline bastará con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet.

El alumno podrá cursar la Maestría a través de sus 10 módulos, de forma autodirigida y asincrónica. Adaptamos el formato y la metodología para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno.

“

Este programa se adapta a tus necesidades y te ofrece la oportunidad de aprender las últimas tendencias en el sector para que las puedas aplicar en tu experiencia laboral”

Módulo 1. Marca Personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

- 1.1. Marca Personal
 - 1.1.1. Marca Personal. Aspectos clave
 - 1.1.2. Beneficios de gestionar una Marca Persona
 - 1.1.3. Marca Personal en el mercado
- 1.2. Recorrido de la marca personal
 - 1.2.1. Fase de autoconocimiento
 - 1.2.2. Fase de propósito
 - 1.2.3. Fase de posicionamiento y visibilidad
 - 1.2.4. Fase de resultado: claves para ser la opción elegida
- 1.3. Identidad Digital y Netiqueta
 - 1.3.1. La identidad digital
 - 1.3.2. La Netiqueta y su impacto en la marca personal
 - 1.3.3. Aplicación de la Netiqueta en las diferentes plataformas
- 1.4. Posicionamiento en la red
 - 1.4.1. Cómo conocer, controlar y gestionar la reputación en línea
 - 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 en línea
 - 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. Pensamiento de diseño aplicado a la marca personal

- 1.9. Prevención y gestión de crisis en línea y fuera de Internet para marcas personales
 - 1.9.1. Fortalecimiento de la marca personal para la prevención de crisis
 - 1.9.2. Manejo de crisis de reputación en línea y fuera de Internet
 - 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. Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal

- 2.1. Autodiagnóstico para la construcción de marca personal
 - 2.1.1. Autoevaluación y autoconocimiento para la construcción de marca personal
 - 2.1.2. El Autoconocimiento: paso uno en la gestión de la marca personal
 - 2.1.3. Aspectos claves durante el proceso de la marca personal
- 2.2. Reputación en el mercado. Una mirada hacia el exterior
 - 2.2.1. Importancia de las percepciones y la reputación de una marca
 - 2.2.2. Conexión entre los que los demás perciben y los valores de la marca personal
 - 2.2.3. Recopilación de los datos que perciben en el mercado como marca personal
- 2.3. Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) Personales aplicados a la Marca Personal
 - 2.3.1. DAFO aplicado a la marca personal
 - 2.3.2. Estrategia de desarrollo del DAFO personal
 - 2.3.3. Cómo potenciar y rentabilizar las fortalezas
- 2.4. Auditoría, buenas prácticas y evaluación comparativa
 - 2.4.1. Identificación de las marcas personales referentes en el sector
 - 2.4.2. Identificación de los factores que conducen al éxito
 - 2.4.3. Objetivo de posicionamiento a alcanzar como marca personal
- 2.5. El Propósito: la estrella polar que guía la Marca Personal
 - 2.5.1. El propósito de vida
 - 2.5.2. Identificación del Propósito: preguntas poderosas
 - 2.5.3. *Ikigai* y otras herramientas clarificadoras
 - 2.5.4. Coherencia e Identidad. Conexión entre marca personal y propósito de vida

- 2.6. Los Objetivos en la marca personal
 - 2.6.1. Estrategia de Identificación de objetivo número uno para la marca personal
 - 2.6.2. Determinación de objetivos SMART
 - 2.6.3. Reflexión sobre visibilidad o Ventas
 - 2.7. Reflexión sobre público objetivo y propuesta de valor
 - 2.7.1. Público Objetivo: identificación de la empresa interesada en tus fortalezas
 - 2.7.2. Determinación de la propuesta de valor
 - 2.7.3. Estrategia para desarrollar la propuesta de valor
 - 2.8. Impacto del autoconocimiento en el desarrollo de la marca personal
 - 2.8.1. Proceso de identificación de los valores de marca
 - 2.8.2. Utilidad para incidir en la diferenciación como marca personal
 - 2.8.3. El impacto en el público objetivo
 - 2.9. Modelo de Negocio
 - 2.9.1. Estudio de la viabilidad de monetización de una marca personal
 - 2.9.2. Identificación de los actores principales y otros aspectos relevantes
 - 2.9.3. Puesta en marcha de un negocio de marca personal
 - 2.10. Modelo de marca personal Canvas
 - 2.10.1. Presentación del modelo de marca personal Canvas
 - 2.10.2. Uso de la Herramienta
 - 2.10.3. Ejemplos
- Módulo 3. Planificación de Marca Personal**
- 3.1. Los tres pilares del posicionamiento de marca: “conócete, desarróllate, muéstrate”
 - 3.1.1. La metodología del iceberg de la marca personal
 - 3.1.2. El orden: la clave del éxito
 - 3.1.3. Cambio y dinamismo. La necesidad de reevaluarse
 - 3.2. Cómo convertir el DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) personal en un plan estratégico
 - 3.2.1. Cómo convertir debilidades en fortalezas
 - 3.2.2. Cómo convertir amenazas en oportunidades
 - 3.2.3. Cómo convertir fortalezas en oportunidades
 - 3.3. Núcleo de la marca (1). Propósito: Identificación. Utilidad
 - 3.3.1. Si tienes un para qué resolverás el cómo y el qué
 - 3.3.2. Metodologías para identificar el propósito
 - 3.3.3. Ejemplos inspiradores de propósito
 - 3.4. Núcleo de la marca (2). Visión
 - 3.4.1. Visión a Corto, medio y largo plazo. Fijación de objetivos
 - 3.4.2. Por qué vale la pena ser ambicioso en la visión
 - 3.4.3. Ejemplos inspiradores de visión y su utilidad en marca personal
 - 3.5. Núcleo de la marca (3) Valores: Identificación, Gestión y Proyección
 - 3.5.1. Herramientas para identificar Valores
 - 3.5.2. Gestión de Valores y Proyección a través de imágenes o testimonios
 - 3.5.3. Ejemplos de proyección y utilización de valores
 - 3.6. Posicionamiento de marca (1) Audiencia, Segmentos de clientes
 - 3.6.1. Perfiles demográficos para identificar audiencias
 - 3.6.2. Perfiles psicológicos. Miedos e ilusiones
 - 3.6.3. Empatía: Comprensión de las objeciones de las personas para trabajar contigo
 - 3.7. Posicionamiento de marca (2) Mercado
 - 3.7.1. Comprensión del contexto de mercado de la audiencia
 - 3.7.2. Investigación para Medir el mercado potencial
 - 3.7.3. Desarrollo de mapas de posicionamiento
 - 3.8. Posicionamiento de marca (3) Objetivos
 - 3.8.1. Objetivo por campo de referencia
 - 3.8.2. Objetivo por especialidad
 - 3.8.3. Objetivo por área geográfica
 - 3.9. Posicionamiento de marca (4) Propuesta de valor. Relevancia y Diferencia
 - 3.9.1. Lienzo de Propuesta de valor personal. El cliente
 - 3.9.2. Lienzo de Propuesta de valor personal. La diferencia relevante
 - 3.9.3. Ejemplos inspiradores de propuestas de valor personal
 - 3.10. Posicionamiento de marca (5) Tu modelo de negocio
 - 3.10.1. El lienzo de Tu modelo de negocio de Osterwalder, Pigneur, Clark
 - 3.10.2. Elementos clave: Clientes, valor aportado, canales y roles
 - 3.10.3. Actividades, recursos, socios clave y modelo económico

Módulo 4. Estrategia de Marca Personal

- 4.1. Marca Personal (1) Arquetipos de Marca Personal. Ejemplos
 - 4.1.1. Los 12 arquetipos de la personalidad de Jung. Ejemplos
 - 4.1.2. Los 16 arquetipos del test 16 personalidades.
 - 4.1.3. La mezcla arquetípica. Impulso y miedo en la gestión de arquetipos
- 4.2. Marca Personal (2) Personalidad
 - 4.2.1. Voz de la marca. Descriptores del tono de voz
 - 4.2.2. Proyección del tono de voz
 - 4.2.3. Ejemplos de uso del tono de voz
- 4.3. Marca Personal (3) Nombre y Lema
 - 4.3.1. Utilización de mapas mentales para llegar al lema
 - 4.3.2. Utilización de la lluvia de ideas para llegar al lema
 - 4.3.3. Los cinco formatos de un eslogan memorable
- 4.4. Identidad Verbal y no verbal
 - 4.4.1. Identidad verbal. Estilo escrito y estilo oral
 - 4.4.2. Identidad no verbal: Lo que define nuestra propuesta única
 - 4.4.3. Ejemplos inspiradores de identidad verbal y no verbal
- 4.5. Identidad visual, imagen y coherencia con el mensaje
 - 4.5.1. Identidad visual neutra: Pasar desapercibido con la "no imagen"
 - 4.5.2. Identidad visual marcada, pros y contras
 - 4.5.3. Ejemplos de identidad visual
- 4.6. Trayecto en ascenso. Ejemplos
 - 4.6.1. El método Tony Reiss: Cómo, ahora, wow!
 - 4.6.2. Presentación personal, presentación de venta, presentación de captación de inversores
 - 4.6.3. Adaptación a la vida real. Ejemplos
- 4.7. Oratoria, claves de un discurso natural e inspirador
 - 4.7.1. El esqueleto del discurso y el solucionador
 - 4.7.2. El bueno, el malo, el viaje, el desenlace
 - 4.7.3. Qué tienen en común los mejores relatos

- 4.8. Del dato al relato: los 5 tipos de relato personal
 - 4.8.1. Relato de presentación y relato introspectivo
 - 4.8.2. Relato de propuesta de valor
 - 4.8.3. Relato de valores y relato para romper barreras
- 4.9. Aprendiendo de los mejores: los mejores relatos personales
 - 4.9.1. Relato empresarial
 - 4.9.2. Relato político o enfocado a una elección
 - 4.9.3. Relato adaptado a cualquier situación
- 4.10. Marca personal con herramienta Canvas
 - 4.10.1. Competidores: audiencia, posicionamiento, comunicación
 - 4.10.2. Sector: habilidades, profesión, motivos para creer, identidad
 - 4.10.3. Inversiones y resultados

Módulo 5. Estrategia de comunicación

- 5.1. Lienzo de comunicación personal (I): audiencia, mensaje y medio
 - 5.1.1. Audiencia: Antecedentes, datos demográficos, obstáculos, objeciones comunes
 - 5.1.2. Mensaje: propuesta de valor, presentación, biografía en redes sociales, Acerca de mí, LinkedIn, relato personal
 - 5.1.3. Medio: masivos, redes profesionales, personales o híbridas, redes verticales
- 5.2. Lienzo de Comunicación (II): ingredientes y formatos para una biografía digital
 - 5.2.1. Elección del nombre de marca personal con base a su exclusividad y fuerza
 - 5.2.2. Reformulación de una propuesta de valor en un título breve
 - 5.2.3. Definición de la ocupación, experiencia, competencias duras y competencias blandas
- 5.3. Lienzo de Comunicación (III): el plan de contenidos: creación
 - 5.3.1. Elección de las fuentes, modelos de suscripción
 - 5.3.2. Establecimiento de categorías y subcategorías
 - 5.3.3. 800 palabras inspiradas en experiencias y competencias

- 5.4. Lienzo de Comunicación (IV): el plan de contenidos: curación
 - 5.4.1. Formatos de curación y programación de contenidos
 - 5.4.2. La hora de la verdad: publicar, comentar, interactuar, conectar
 - 5.4.3. Controlar, iterar, probar
- 5.5. Lienzo de comunicación (V): prescriptores
 - 5.5.1. Clientes satisfechos, el mejor prescriptor
 - 5.5.2. Familia y amigos: compañeros de estudios, colegas de trabajo
 - 5.5.3. Líderes sectoriales, colegios profesionales, asociaciones
- 5.6. Lienzo de comunicación (VI): inversión en mercadotecnia personal, monetización
 - 5.6.1. Inversión: tiempo, suscripciones, legal, marca, medios de pago, costes variables
 - 5.6.2. Monetización: venta de producto, de tiempo (consultoría, formación, mentoría)
 - 5.6.3. Monetización pasiva: suscripciones, licencias, cursos en línea, libros electrónicos, ventas por afiliación
- 5.7. Estrategias de redacción: del concepto al texto
 - 5.7.1. Beneficios versus características
 - 5.7.2. Prueba social y efecto de arrastre
 - 5.7.3. Títulos, mensajes, metáforas, verbos y ritmo
- 5.8. Estrategias de inteligencia artificial aplicadas a contenidos, redacción e imagen
 - 5.8.1. La inteligencia artificial no suple, complementa. Estrategia de uso de la inteligencia artificial
 - 5.8.2. Instrucciones para ampliar contenidos
 - 5.8.3. Instrucciones para redactar y uso de imágenes
- 5.9. Claves para la prevención y gestión de crisis
 - 5.9.1. Monitorización de la presencia en línea
 - 5.9.2. Creación de los protocolos del plan de acción
 - 5.9.3. Abordaje de la crisis: rapidez, transparencia y honestidad
- 5.10. Reputación directiva
 - 5.10.1. Integridad y ética: valores pilares de reputación, Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa
 - 5.10.2. Comunicación eficaz: asertividad, empatía, reconocimiento de errores, celebración de logros
 - 5.10.3. Diagnóstico y medición de la reputación directiva

Módulo 6. Marca en redes sociales

- 6.1. Marca de redes sociales: relevancia para la marca personal
 - 6.1.1. Rol de la marca personal en las redes sociales
 - 6.1.2. Plataformas en línea de gestión: altavoz de la marca personal
 - 6.1.3. Los pilares de una buena estrategia de marca personal en el digital
- 6.2. Planteamiento estratégico como base de la Marca de redes sociales
 - 6.2.1. El papel de la investigación y la escucha activa para la estrategia de marca personal
 - 6.2.2. Análisis de la competencia en redes sociales
 - 6.2.3. Identificación del público objetivo para la estrategia de marca personal
- 6.3. Marca de redes sociales
 - 6.3.1. Desarrollo de un plan de socia media para la marca personal
 - 6.3.2. Identificación de los objetivos de la marca personal en redes sociales
 - 6.3.3. Indicadores clave de rendimiento para analizar resultados
- 6.4. Estrategias de compromiso y visibilidad para la marca personal
 - 6.4.1. Ecosistema en línea: definición de la presencia digital y selección de las plataformas
 - 6.4.2. Factores que impu
 - 6.4.3. Visibilidad en redes sociales y buenas prácticas
- 6.5. Creación de una presencia digital coherente
 - 6.5.1. Creación de una imagen de marca coherente en redes sociales: identidad visual, anclajes verbales y guías de estilo en redes sociales
 - 6.5.2. El mensaje de marca y papel del contenido para el éxito de la estrategia
 - 6.5.3. La diferenciación de la marca personal en el digital
- 6.6. Estrategia de contenido: creación de una estrategia de contenido para las redes sociales que refleje la identidad de la marca y conecte con la audiencia
 - 6.6.1. Proceso de creación de contenido para diferentes plataformas de redes sociales
 - 6.6.2. La importancia de la narración en la marca personal en redes sociales
 - 6.6.3. Creación de un calendario de publicaciones para mantener una presencia constante y coherente en línea

- 6.7. Uso de Instagram para la marca personal
 - 6.7.1. Por qué estar en Instagram: informes y audiencias
 - 6.7.2. Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Instagram
 - 6.7.3. Buenas prácticas para aumentar el compromiso y visibilidad
 - 6.7.4. Indicadores clave de rendimiento, Medición y análisis de los resultados en Instagram
- 6.8. Uso de Facebook para la marca personal
 - 6.8.1. Por qué estar en Facebook. Informes y audiencias
 - 6.8.2. Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Facebook
 - 6.8.3. Buenas prácticas para aumentar el compromiso y visibilidad
 - 6.8.4. Indicadores clave de rendimiento, Medición. Análisis de los resultados en Facebook
- 6.9. Uso de Twitter para la Marca Personal
 - 6.9.1. Por qué estar en Twitter: informes y audiencias
 - 6.9.2. Buenas prácticas para aumentar el compromiso y visibilidad
 - 6.9.3. Indicadores clave de rendimiento, Medición y análisis de los resultados en Twitter
- 6.10. Uso de Tiktok para la marca personal
 - 6.10.1. Por qué estar en Tiktok: informes y audiencias
 - 6.10.2. Buenas prácticas para aumentar el compromiso y visibilidad
 - 6.10.3. Indicadores clave de rendimiento, Medición y análisis de los resultados en Tiktok

Módulo 7. Marca Personal en LinkedIn

- 7.1. Fortalecimiento del Perfil de Usuario en LinkedIn
 - 7.1.1. Análisis de un perfil de usuario de LinkedIn
 - 7.1.2. Clarificación de los objetivos de uso de LinkedIn
 - 7.1.3. Identificación de áreas de mejora en el perfil de LinkedIn
- 7.2. Construcción de la Audiencia de seguidores en LinkedIn
 - 7.2.1. Definición de la audiencia en LinkedIn
 - 7.2.2. Adaptación del mensaje a la audiencia en LinkedIn
 - 7.2.3. Construcción de una audiencia a partir de publicaciones en LinkedIn

- 7.3. Comunidad de referencia en LinkedIn
 - 7.3.1. Búsqueda de líderes de contenido en LinkedIn
 - 7.3.2. Identificación de otros miembros de la comunidad en LinkedIn
 - 7.3.3. Interacción y colaboración con otros miembros de la comunidad en LinkedIn
- 7.4. Conexión con usuarios activos en LinkedIn
 - 7.4.1. Importancia de encontrar usuarios activos en LinkedIn
 - 7.4.2. Redacción de una invitación para conectar en LinkedIn
 - 7.4.3. Interacción de relaciones con nuevos contactos en LinkedIn
- 7.5. Desarrollo de una estrategia sólida de contenido a través de pilares temáticos
 - 7.5.1. Identificación y posicionamiento de los pilares temáticos
 - 7.5.2. Identificación de los pilares temáticos en la estrategia
 - 7.5.3. Desarrollo y mantenimiento de los pilares temáticos en el tiempo
- 7.6. Vinculación de los pilares temáticos con la historia personal. La importancia de emocionar
 - 7.6.1. Identificación de historias relacionadas con los pilares temáticos que construyan credibilidad y potencial viral
 - 7.6.2. Cómo contar historias efectivas en LinkedIn
 - 7.6.3. Cómo conectar historias personales con mensajes clave en LinkedIn
 - 7.6.4. Creación de una historia personal de transformación para un primer post en LinkedIn
- 7.7. Generación de contenido de impacto en LinkedIn. Importancia de inspirar y enseñar
 - 7.7.1. Uso de datos técnicos o científicos relacionados con los pilares temáticos para crear contenido educativo
 - 7.7.2. Puntos de referencia: casos de estudio de creadores de contenido viral en LinkedIn que usan estas técnicas
 - 7.7.3. Traslado del análisis a la práctica
- 7.8. Preparación de publicaciones para LinkedIn
 - 7.8.1. Selección del contenido y formato con mayor potencial para los posts en LinkedIn
 - 7.8.2. Creación de variedad de formatos y estilos para los posts en LinkedIn
 - 7.8.3. Publicación y seguimiento de los primeros posts en LinkedIn

- 7.9. El crecimiento de tu cuenta de LinkedIn: seguidores y compromiso
 - 7.9.1. Importancia del Monitoreo de los seguidores en LinkedIn
 - 7.9.2. Monitorización del crecimiento de los seguidores en LinkedIn
 - 7.9.3. Utilización de los datos de los seguidores en LinkedIn
- 7.10. Evaluación y ajuste de la estrategia editorial
 - 7.10.1. Identificación de tendencias y patrones en el comportamiento de la audiencia
 - 7.10.2. Refuerzo de las fortalezas y debilidades para mejorar la estrategia editorial
 - 7.10.3. Herramientas digitales para un uso avanzado de LinkedIn
 - 7.10.4. Uso óptimo de LinkedIn como instrumento para fortalecer la marca personal digital

Módulo 8. Construcción y gestión de las redes de contactos

- 8.1. Redes de negocio. Fundamentos y Relevancia
 - 8.1.1. Tipos de redes de negocio
 - 8.1.2. Creación de una red de apoyo y colaboración
 - 8.1.3. Realización de un plan de redes de negocio
- 8.2. Construcción de la red de contactos para fortalecer la marca personal
 - 8.2.1. Identificación de participantes clave
 - 8.2.2. Selección de líderes de opinión
 - 8.2.3. Cómo ampliar y aprovechar la red de contactos
- 8.3. Eventos como estrategia de redes de negocio
 - 8.3.1. El poder de los eventos de redes de negocio en línea y fuera de línea
 - 8.3.2. Tipología de eventos de redes de negocio
 - 8.3.3. La organización de un evento como estrategia para mejorar tu marca personal
- 8.4. Relaciones públicas y marca personal
 - 8.4.1. Importancia de las relaciones públicas
 - 8.4.2. Tipos de estrategias de relaciones públicas
 - 8.4.3. Uso de las Relaciones Públicas para aumentar visibilidad y autoridad
- 8.5. Estrategias de comunicación efectivas para las redes de negocio
 - 8.5.1. Técnicas de comunicación efectiva en acciones o eventos presenciales
 - 8.5.2. Técnicas de comunicación efectiva en la utilización del correo electrónico
 - 8.5.3. Técnicas de comunicación efectiva en la utilización de las redes sociales

- 8.6. Redes de negocio fuera de línea efectivas para fortalecer la marca personal
 - 8.6.1. Redes de negocio en comunidades, conferencias, seminarios y eventos empresariales
 - 8.6.2. Redes de negocio en grupos de interés locales
 - 8.6.3. Mantenimiento de contacto para buscar oportunidades de colaboración
- 8.7. Redes de negocio en línea efectivas para fortalecer la marca personal
 - 8.7.1. Herramientas y plataformas digitales para las redes de negocio
 - 8.7.2. Participación en eventos de redes de negocio en línea
 - 8.7.3. Mantenimiento de las relaciones de redes de negocio en línea
- 8.8. Otras acciones de Relaciones Públicas útiles para hacer crecer la marca personal
 - 8.8.1. Relaciones con los medios de comunicación
 - 8.8.2. Relación con personas influyentes
 - 8.8.3. Publicación de un libro como estrategia de relaciones públicas
 - 8.8.4. Creación de un contenido multimedia como estrategia de relaciones públicas
- 8.9. Gestión de crisis en las redes de negocio y relaciones públicas
 - 8.9.1. La importancia de la ética y la responsabilidad en la gestión de crisis
 - 8.9.2. Diseño de una estrategia de comunicación de crisis
 - 8.9.3. Redes de negocio efectivas para la gestión de crisis en las relaciones públicas
- 8.10. Medición del éxito de una estrategia de relaciones públicas
 - 8.10.1. Monitorización de las redes sociales
 - 8.10.2. Evaluación cualitativa y cuantitativa de los eventos
 - 8.10.3. Visibilidad en medios de comunicación
- 9.3. Herramientas para curar contenido y favorecer la creatividad
 - 9.3.1. Herramienta de contenido Feedly
 - 9.3.2. Alertas de Google
 - 9.3.3. Herramienta Buzzsumo
 - 9.3.4. Otras herramientas
- 9.4. Planificación y productividad para la creación de contenido
 - 9.4.1. Diseño de un calendario editorial
 - 9.4.2. Creación de contenidos en función de los objetivos de negocio
 - 9.4.3. Herramientas para la planificación interna: Google Drive, Notion, Asana, Trello
- 9.5. Diseño visual y herramientas para la creación de contenido digital visual
 - 9.5.1. Uso correcto de la paleta de color, logo y marca
 - 9.5.2. La fotografía de marca personal
 - 9.5.3. Canva: taller práctico avanzado
- 9.6. Embudo de venta para marca personal
 - 9.6.1. Utilidad del embudo de ventas para la marca personal
 - 9.6.2. Función de un embudo. Fases
 - 9.6.3. Relación entre tipos de contenidos y ratio de conversión
- 9.7. Conversión de seguidores a clientes potenciales
 - 9.7.1. Cliente potencial: importancia para la construcción de un negocio de marca personal
 - 9.7.2. Orientación del perfil de LinkedIn para maximizar la captación de clientes potenciales
 - 9.7.3. Orientación del perfil de Instagram para maximizar la captación de clientes potenciales
 - 9.7.4. Optimización de la web personal para captar clientes potenciales
- 9.8. Diseño de una estrategia de mercadotecnia por correo electrónico
 - 9.8.1. Importancia de una estrategia de mercadotecnia por correo electrónico
 - 9.8.2. Herramientas de mercadotecnia por correo electrónico gratuitas para crear relación con los suscriptores
 - 9.8.3. Presencia en la mente de la persona: la publicación digital
- 9.9. Automatización de mercadotecnia para marca personal
 - 9.9.1. El incentivo para entrar en la comunidad
 - 9.9.2. La importancia de la primera secuencia de bienvenida
 - 9.9.3. Ejemplo de secuencia de bienvenida que ayude a generar ventas

Módulo 9. Estrategias, técnicas y herramientas de mercadotecnia

- 9.1. Estrategias de mercadotecnia de atracción aplicadas a la marca personal
 - 9.1.1. Metodología de atracción. Objetivos
 - 9.1.2. Estrategia de atracción
 - 9.1.3. Estrategia de interacción
 - 9.1.4. Estrategia de deleite
- 9.2. Creación de contenido
 - 9.2.1. Identificación de los pilares temáticos del contenido a desarrollar
 - 9.2.2. Contenido educativo versus contenido no educativo
 - 9.2.3. Las 20 ideas de contenido que ayudan al crecimiento de la marca personal
 - 9.2.4. Ejemplos Inspiradores de contenidos de marca personal

- 9.10. El podcast: nuevo canal clave en la estrategia de mercadotecnia de atracción
 - 9.10.1. Creación de un *podcast*. Pasos a seguir
 - 9.10.2. Formatos y tipos de contenidos
 - 9.10.3. Difusión y visibilidad del *podcast*

Módulo 10. Impacto de la Marca Personal

- 10.1. Los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) de marca personal: aplicación
 - 10.1.1. Definición e importancia del establecimiento de los Indicadores Clave de Rendimiento
 - 10.1.2. Tipos de Indicadores Clave de Rendimiento e indicadores clave para la medición del éxito de la marca personal
 - 10.1.3. El papel de la visión y del posicionamiento de marca personal en los Indicadores Clave de Rendimiento
- 10.2. Selección de Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) adecuados para medir el éxito de tu marca personal
 - 10.2.1. Variables para seleccionar Indicadores Clave de Rendimiento relevantes en la estrategia de marca personal
 - 10.2.2. Identificación de los objetivos de la marca personal: Definición de los objetivos de la marca personal para establecer Indicadores Clave de Rendimiento adecuados
 - 10.2.3. Priorización de Indicadores Clave de Rendimiento en función de los objetivos y metas establecidos
- 10.3. Tipos de Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) tangibles para marca personal
 - 10.3.1. Análisis de los Indicadores Clave de Rendimiento de alcance
 - 10.3.2. Análisis de los Indicadores Clave de Rendimiento de interacción
 - 10.3.3. Análisis de los Indicadores Clave de Rendimiento de conversión
- 10.4. Tipos de Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) “intangibles” para marca personal
 - 10.4.1. Análisis de los Indicadores Clave de Rendimiento de reputación
 - 10.4.2. Análisis de los Indicadores Clave de Rendimiento de influencia
 - 10.4.3. Análisis de los Indicadores Clave de Rendimiento de credibilidad
- 10.5. Marca personal en influencia
 - 10.5.1. La figura del *influencer*. Tipologías de *influencers*
 - 10.5.2. Aproximación a la mercadotecnia de *influencers*
 - 10.5.3. Beneficios, elección e Indicadores Clave de Rendimiento
- 10.6. Interpretación de los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs): monitorización, medición y optimización
 - 10.6.1. Monitorización: implementación de un sistema de seguimiento y medición de los Indicadores Clave de Rendimiento para la marca personal
 - 10.6.2. Medición: Interpretación de datos
 - 10.6.3. Optimización: aspectos a valorar para ajustar la estrategia en función de los Indicadores Clave de Rendimiento
 - 10.6.4. Recomendaciones finales
- 10.7. Marca personal en emprendedores y profesionales independiente
 - 10.7.1. Presentación de la marca personal en emprendedores y profesionales independiente
 - 10.7.2. Análisis de la estrategia digital
 - 10.7.3. Análisis de casos sobre la marca personal en emprendedores y profesionales independiente
- 10.8. Marca personal en *Influencers*
 - 10.8.1. Presentación de marca personal en *Influencers*
 - 10.8.2. Análisis de la estrategia digital
 - 10.8.3. Análisis de casos de marca personal en *Influencers*
- 10.9. Marca personal en deportistas
 - 10.9.1. Presentación de marca personal en deportistas
 - 10.9.2. Análisis de la estrategia digital
 - 10.9.3. Análisis de casos de la marca personal en deportistas
- 10.10. Marca personal en profesionales que trabajan por cuenta ajena
 - 10.10.1. Presentación de marca personal en profesionales que trabajan por cuenta ajena
 - 10.10.2. Análisis de la estrategia digital
 - 10.10.3. Análisis de casos de marca personal en profesionales que trabajan por cuenta ajena

03

Objetivos

El propósito principal de este programa es proporcionar a los profesionales el conocimiento necesario para desarrollar y dirigir un proyecto integral de Marca Personal con garantías de éxito. Para lograr este objetivo, el estudiantado tendrá acceso a herramientas pedagógicas que le permitirán adquirir un aprendizaje teórico-práctico con una aplicación directa en su labor diaria. Al completar este itinerario académico, los egresados estarán capacitados para crear una propuesta de valor, definir un modelo de negocio y trabajar en la identidad verbal y visual en el contexto digital.



“

Examinarás una variedad de casos exitosos protagonizados por periodistas, lo que te permitirá absorber sus estrategias y enfoques en la edificación de tu propia Marca Personal”



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





Objetivos específicos

Módulo 1. Marca Personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

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

Módulo 2. Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal

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

Módulo 3. Planificación de Marca Personal

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

Módulo 4. Estrategia de Marca Personal

- ♦ Desarrollar los elementos personales y de personalidad en sus distintas formas, racionales y emocionales
- ♦ Reconocer las diferentes posibilidades que brinda la oratoria y la narrativa
- ♦ Dominar la construcción de arquetipos de marca personal bajo diferentes metodologías

Módulo 5. Estrategia de comunicación

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

Módulo 6. Marca en redes sociales

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

Módulo 7. Marca Personal en LinkedIn

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

Módulo 8. Construcción y gestión de las redes de contactos

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

Módulo 9. Estrategias, técnicas y herramientas de mercadotecnia

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

Módulo 10. Impacto de la Marca Personal

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





“

Alcanza tus objetivos y metas profesionales gracias a las competencias que adquirirás egresándote de esta Maestría 100% online”

04

Competencias

Esta Maestría nace con la finalidad de proporcionar al alumno una especialización de alta calidad. Así, tras superar con éxito esta exclusiva titulación, el egresado habrá desarrollado las habilidades y destrezas necesarias para desempeñar un trabajo de primer nivel. Asimismo, obtendrá una visión innovadora y multidisciplinar de su campo laboral. Por ello, este vanguardista programa de TECH representa una oportunidad sin parangón para todo aquel profesional que quiera destacar en su sector y convertirse en un experto.

Te damos +



“

Potenciarás habilidades de comunicación efectiva con el objetivo de difundir los mensajes adecuados a una marca personal concreta”



Competencias generales

- ♦ Desarrollar la mejor fórmula estratégica para 01 conectar con la audiencia
- ♦ Potenciar las habilidades para crear contenido relevante y atractivo para la audiencia en LinkedIn, y demostrar el impacto de dicho contenido en el crecimiento de la comunidad y en la construcción de la marca personal
- ♦ Evaluar y examinar el análisis de datos de la actividad en LinkedIn, y fundamentar la toma de decisiones estratégicas en función de los resultados obtenidos
- ♦ Potenciar habilidades de comunicación efectiva para mejorar el *Networking*
- ♦ Aplicar métricas para la medición del éxito de las estrategias de *Networking* y Relaciones Públicas
- ♦ Generar habilidades digitales especializadas para cualquier marca personal: comunicar para vender





“

Actualiza tus competencias con la metodología teórico-práctica más eficiente del panorama académico actual, el Relearning de TECH”

05

¿Por qué nuestro programa?

Cursar esta Maestría con RVOE en TECH supone incrementar las posibilidades de profesionales del periodismo para desarrollar diversas funciones en empresas, agencias o gabinetes de comunicación. Es, por tanto, una oportunidad única para adentrarse en los contenidos más actualizados para destacar en la Creación de Marca Personal. Además, este programa cuenta con la participación de un reconocido claustro conformado por docentes expertos en esta área y con una dilatada trayectoria en el campo de la Comunicación y el Marketing. Estos profesionales guiarán a los periodistas para que estén preparados para afrontar cualquier desafío en el ámbito laboral actual. Todo esto haciendo uso de la metodología académica más flexible y novedosa.





“

Este programa de TECH cuenta con la validez que certifica el RVOE, lo cual respalda la calidad académica y la excelencia de los contenidos formativos”

01

Orientación 100% laboral

Al inscribirse en esta Maestría, los estudiantes obtendrán acceso a los más destacados materiales educativos disponibles en el mercado. Estos materiales están diseñados para proporcionar una capacitación profesional y enfocada en las necesidades laborales actuales, lo que significa que los egresados pueden iniciar su carrera como comunicadores inmediatamente tras graduarse.

02

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo. Estudiar en Tech Universidad supone una apuesta de éxito a futuro, que garantiza al estudiante una estabilidad profesional y personal.

03

Titulación directa

No hará falta que el estudiante haga una tesina, ni examen final, ni nada más para poder egresar y obtener su título. En TECH, el alumno tendrá una vía directa de titulación.

04

Los mejores recursos pedagógicos 100% en línea

Tech Universidad pone al alcance de los estudiantes de esta Maestría la última metodología educativa en línea, basada en una tecnología internacional de vanguardia, que permite estudiar sin tener que asistir a clase, y sin renunciar a adquirir ninguna competencia indispensable en la alta dirección empresarial.

05

Impulso definitivo a la carrera del profesional

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo. En concreto, el egresado ahondará en las últimas tendencias, avances, consejos y estrategias para llevar a cabo su trabajo.

06

Aprender idiomas y obtener su certificado oficial

TECH da la posibilidad, además de obtener la certificación oficial de Inglés en el nivel B2, de seleccionar de forma optativa hasta otros 6 idiomas en los que, si el alumno desea, podrá certificarse.



07

Desarrollar una visión estratégica

TECH ofrece una profunda visión de la comunicación para entender cómo afecta cada decisión en diferentes situaciones y escenarios. Por lo tanto, se profundizará en la Marca Personal teniendo en cuenta la perspectiva global del individuo, entidad o institución y siguiendo los objetivos preestablecidos.

08

Especialización integral

En TECH los profesionales obtendrán una perspectiva amplia y completa en el campo de la Comunicación. Aprenderán a diseñar estrategias de Marca Personal, adquiriendo un profundo conocimiento sobre los elementos que se deben tener en cuenta para transmitir el mensaje deseado.

09

Acceso a una potente red de contactos

Formar parte de la comunidad estudiantil de TECH supone un valor añadido, porque esta universidad interrelaciona a sus alumnos para maximizar sus oportunidades profesionales. De esta forma, estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer podrán compartir aprendizajes, clientes u opciones de empleo.

Salidas profesionales

El perfil del egresado de esta Maestría oficial es el de un profesional con altas habilidades para construir estrategias completas de diseño de la Marca Personal. Con ello, el alumnado estará capacitado para sobresalir entre otros candidatos al momento de aplicar a ofertas de empleo. Asimismo, con esta especialidad tendrá la opción de optar por oportunidades laborales de mayor responsabilidad y de toma de decisiones relevantes para medios de comunicación, empresas e instituciones. Aparte, la versatilidad de las habilidades adquiridas en este campo ofrece una amplia gama de alternativas laborales en diferentes sectores y ámbitos profesionales.

Upgrading...

A close-up photograph of a person's hand holding a blue pen, poised to write on a document. The person is wearing a yellow sweater with a blue cuff. In the background, a laptop and a pink sticky note are visible on a desk. The image is partially obscured by a large red diagonal graphic element on the left side.

“

Destaca entre otros candidatos en procesos selectivos para ocupar puestos de responsabilidad en medios o instituciones en el área de la comunicación”

Perfil profesional

Esta titulación busca que el perfil profesional de los egresados incluya una combinación de habilidades en comunicación estratégica, marketing, branding y desarrollo personal. Gracias a ello, los estudiantes desarrollarán su creatividad para generar ideas originales y disruptivas para construir marcas personales distintivas y atractivas.

Perfil investigativo

Tras completar esta Maestría, el alumnado estará capacitado para profundizar en actividades de investigación para mantenerse informado de las estrategias en vanguardia y detectar los aspectos más exitosos en esta área. TECH reconoce la importancia crucial del ámbito científico como cimiento del avance en cualquier sector.

“

Esta Maestría oficial con RVOE te garantiza una enseñanza de vanguardia y alineada con las necesidades del mercado laboral para que tu acceso sea mucho más rápido”





Perfil ocupacional y campo de acción

Una vez alcanzados los objetivos establecidos en el programa, el egresado implementará procesos de pensamiento crítico, análisis de situaciones y formulación de soluciones innovadoras y eficientes. Todo ello gracias a las habilidades que se habrán aprendido de la mano de los líderes de este sector, que ayudarán a impulsar la carrera de cada profesional.

El egresado de esta Maestría en Construcción de Marca Personal estará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Brand Manager
- Director de departamento de comunicación
- Consultor de Marca Personal
- Jefe de marketing y redes sociales
- Mentor de desarrollo profesional de empresarios
- Jefe de gabinete de organizaciones políticas
- Asesor de Marca Personal de empresarios o particulares

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Maestría, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.



“

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría de forma ilimitada y gratuita”

En el mundo competitivo de hoy, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un certificado oficial que acredite y reconozca nuestra competencia en aquellos que dominemos. De hecho, ya son muchos las escuelas, las universidades y las empresas que sólo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un certificado oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que poseemos.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.



Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Maestría”





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

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas, y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la maestría, para poder prepararse el examen de certificación de nivel.
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCERL, desde el nivel A1 hasta el nivel C2.
- Podrá presentarse a un único examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto en evaluación lingüística. Si supera el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma.
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación única de cualquier idioma, están incluidas en la maestría.

“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1, A2, B1, B2, C1 y C2”



08

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.



09

Dirección del curso

Con el objetivo de garantizar la máxima calidad en todo el contenido didáctico, TECH ha reclutado a un selecto grupo de docentes especializados en diversas áreas de la comunicación. De este modo, los periodistas tendrán acceso a un temario elaborado por profesionales con amplia experiencia en Marca Personal y Marketing. Estos expertos han enriquecido la teoría con su enfoque práctico distintivo, ofreciendo una perspectiva única en cada tema abordado. Asimismo, los docentes estarán a disposición del alumnado para guiarles a lo largo del itinerario académico y resolver todas sus dudas. Su objetivo es impartir los contenidos más actualizados y adaptados a la realidad laboral.





“

Aprovecha la oportunidad de aprender de la mano de reputados profesionales, quienes te aconsejarán acerca de las mejores estrategias de comunicación”

Dirección



Dña. Vázquez Viaño, Laura María

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

Profesores

Dra. López Rodríguez, Carla

- ♦ Consultora internacional y formadora de marca personal
- ♦ Visual Comercial, responsable de la presentación de producto en Inditex en Austria
- ♦ Docente en la Universidad de Vigo
- ♦ Docente en Universidad Unir
- ♦ Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Alicante
- ♦ Licenciada en Comunicación audiovisual por la Universidad Vigo
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad de Vigo con Mención internacional y Cum Laude
- ♦ Máster en Gestión estratégica e innovación en comunicación por la Universidad de Málaga

D. Recolons Argenter, Guillem

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

Dña. Luque Díaz, Daniela

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

Dña. Ramos González, Delia

- ♦ Diseñadora de Producto en Acurable SLU
- ♦ Supervisora de Cuentas en Agencia Publicidad La Caseta
- ♦ Creativa Publicitaria en la Cámara de Comercio de Sevilla
- ♦ Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla
- ♦ Grado Superior en Diseño Gráfico y Tecnologías Multimedia por la Escuela de Diseño y Comunicación CEADE Leonardo

Dña. García Sanz, Nagore

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

Dra. García Veiga, Mariam

- ♦ CEO RockNRebel
- ♦ Personal docente investigador de la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración Pública por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Doctorado en Procesos Políticos Contemporáneos por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en marketing y comunicación política por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en Técnicas Estadísticas Avanzadas por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster in International Business/Trade/Commerce por la Universidad Intercontinental de la Empresa
- ♦ Máster en Analítica web por Kschool



10

Requisitos de acceso y proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de las universidades en línea en todo el país. Podrás comenzar la maestría sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, sin premuras. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos, para ti, sean sencillos y no te ocasionen retrasos, ni incomodidades.





“

Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país”

Requisitos de acceso

Los programas con Registro de Validez Oficial de Estudios registrados ante la Autoridad Educativa, requieren de un perfil académico de ingreso que es requisito indispensable para poder realizar la inscripción.

Para poder acceder a los estudios de Maestría en Construcción de Marca Personal es necesario haber concluido una licenciatura o equivalente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener nunca el título de Maestría.

Proceso de admisión

Para TECH es del todo fundamental que, en el inicio de la relación académica, el alumno esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más sencillo en el que podrá concentrarse, desde el primer momento en su formación, contando con un plazo mucho mayor de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Solo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor en el momento de subirlos.

“*Ingresa al programa de maestría de forma rápida y sin complicarte en trámites administrativos. Para que empieces a capacitarte desde el primer momento*”



En cada caso, los documentos que debes tener listos para cargar en el campus virtual son:

Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- ♦ Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Licenciatura legalizado
- ♦ Copia digitalizada del título legalizado

En caso de haber estudiado la licenciatura fuera de México, consulta con tu asesor académico. Se requerirá documentación adicional en casos especiales, como inscripciones a la maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- ♦ Copia digitalizada del Título, Diploma o Grado Académico oficiales de Licenciatura que ampare los estudios realizados en el extranjero
- ♦ Copia digitalizada del Certificado de Estudios de Licenciatura. En el que aparezcan las asignaturas con las calificaciones de los estudios cursados, que describan las unidades de aprendizaje, periodos en que se cursaron y calificaciones obtenidas

Se requerirá documentación adicional en casos especiales como inscripciones a maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Es del todo necesario que atestigües que todos los documentos que nos facilitas son verdaderos y mantienen su vigencia en el momento en que los envías.

11

Titulación

Este programa te permite alcanzar la titulación de Maestría en Construcción de Marca Personal obteniendo un título universitario válido por la Secretaría de Educación Pública, y si gustas, la Cédula Profesional de la Dirección General de Profesiones.



“

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

Este programa te permite alcanzar el grado de **Maestría en Construcción de Marca Personal**, obteniendo un reconocimiento universitario oficial válido tanto en tu país como de modo internacional.

Los títulos de la Universidad TECH están reconocidos por la secretaría de Educación Pública (SEP) Este plan de estudios se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha 12 ABRIL de 2024 y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): 20240725.

Puedes consultar la validez de este programa en el acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios: **RVOE Maestría en Construcción de Marca Personal**

Para más información sobre qué es el RVOE puedes consultar [aquí](#).



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

Nº de RVOE: **20240725**

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

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

Para recibir el presente título no será necesario realizar ningún trámite. Tech Universidad realizará todas las gestiones oportunas ante las diferentes administraciones públicas en su nombre, para hacerle llegar a su domicilio:

- ♦ Título de la Maestría
- ♦ Certificado total de estudios
- ♦ Cédula Profesional

Si requiere que cualquiera de estos documentos le lleguen apostillados a su domicilio, póngase en contacto con su asesor académico.

Tech Universidad se hará cargo de todos los trámites.



*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.



Nº de RVOE: 20240725

Maestría
Construcción
de Marca Personal

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

Fecha acuerdo RVOE: **12/04/2024**

Maestría Construcción de Marca Personal

Nº de RVOE: 20240725

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad