

Maestría Oficial Universitaria 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 in his hands. 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 on the right and a red diagonal shape on the bottom left.

tech
universidad



Nº de RVOE: 20240725

Maestría Oficial Universitaria Construcción de Marca Personal

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

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

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

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 24

05

Objetivos docentes

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 36

07

Idiomas gratuitos

pág. 40

08

Metodología de estudio

pág. 44

09

Cuadro docente

pág. 54

10

Titulación

pág. 60

11

Homologación del título

pág. 64

12

Requisitos de acceso

pág. 68

13

Proceso de admisión

pág. 72

01

Presentación del programa

La Construcción de una Marca Personal es un aspecto fundamental para profesionales y emprendedores. Un informe reciente, publicado por la Universidad de Harvard, indica que los profesionales que cultivan una Marca Personal son percibidos como un 65% más confiables y tienen mayores probabilidades de ser reconocidos como líderes de opinión en su sector. Con el propósito de preparar profesionales capaces de posicionarse estratégicamente en un mercado laboral altamente competitivo, TECH ha desarrollado este programa 100% online, que combina fundamentos teóricos y prácticos, con aspectos clave como la gestión de la reputación digital, el *storytelling* aplicado y el diseño de estrategias de posicionamiento. Todo ello, para desarrollar una visión global sobre las tendencias del *personal branding*.

Este es el momento, te estábamos esperando



“

Alcanzarás 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. De este modo, 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.

Esta Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal de TECH se caracteriza por ser un programa de alto nivel académico, que combina conocimientos teóricos y prácticos para preparar a expertos en el diseño, gestión y proyección estratégica de la identidad personal en un entorno profesional y digital. Así, abordará una variedad de áreas fundamentales, asegurando que los periodistas adquieran competencias relevantes para destacar en el competitivo mercado laboral actual. Mediante un enfoque interdisciplinario, que integra el Marketing Digital, la comunicación estratégica, la gestión de reputación y el *storytelling*, los profesionales podrán diseñar y ejecutar estrategias personalizadas de marca.

Al concluir este itinerario académico, los egresados estarán capacitados para liderar proyectos de *branding personal*, gestionar su presencia en plataformas digitales y posicionarse como referentes en sus respectivos sectores. Avalada por los más altos estándares académicos y regulaciones internacionales, esta Maestría Oficial Universitaria representará una oportunidad única para desarrollar un perfil profesional distintivo y competitivo.

Adicionalmente, el contenido se presentará a través de una amplia variedad de materiales didácticos, incluyendo videos, actividades interactivas y lecturas, apoyándose en la innovadora metodología *Relearning*, la cual facilitará un aprendizaje intuitivo y efectivo. A su vez, se ofrecerá 100% online, pudiendo acceder a la plataforma en cualquier momento y desde cualquier lugar, adaptándose a las necesidades individuales.





“

Al dominar todos los aspectos de la Marca Personal, avanzarás en tu trayectoria profesional, siendo capaz de atraer a una audiencia más amplia y promover los valores que deseas transmitir”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Te damos +

“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículum de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

La web de valoraciones Trustpilot ha posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos. Este portal de reseñas, el más fiable y prestigioso porque verifica y valida la autenticidad de cada opinión publicada, ha concedido a TECH su calificación más alta, 4,9 sobre 5, atendiendo a más de 1.000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



03

Plan de estudios

El plan de estudios ha sido diseñado para equipar a los periodistas con las habilidades y conocimientos esenciales para crear, gestionar y posicionar una Marca Personal sólida y exitosa. En este sentido, se abordarán todas las áreas clave del *branding* personal, desde la gestión estratégica de la imagen y la reputación, hasta el aprovechamiento de herramientas digitales para maximizar la presencia en plataformas online. Además, los profesionales tendrán acceso a contenidos actualizados, que combinan teoría y práctica, abarcando la creación de contenido visual y la narrativa personal, así como la gestión de la percepción pública y el análisis de datos para mejorar la visibilidad.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*



“

Podrás elegir el programa universitario más exhaustivo y elaborado relacionado con Marca Personal, diseñado por destacados expertos en el campo de la comunicación y el Marketing”

Asimismo, se ofrecerá una amplia variedad de recursos académicos y multimedia, diseñados para facilitar el aprendizaje y potenciar el desarrollo profesional. Con una metodología innovadora, este programa empleará herramientas de vanguardia, como videos explicativos, clases magistrales, infografías interactivas, casos de estudio y simulaciones de escenarios reales, que brindarán a los egresados la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones prácticas.

“

Accederás a una gran cantidad de material didáctico para que el proceso de aprendizaje sea más sencillo e intuitivo, organizando tu propio horario, acorde con tu agenda personal y laboral”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría Oficial Universitaria se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.





En esta Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 10 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 20 meses de estudio.

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

Los contenidos académicos de este programa abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 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

Asignatura 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

Asignatura 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

Asignatura 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 romp
 - 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
- Asignatura 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 sule, 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

Asignatura 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 impulsan el compromiso en redes sociales
 - 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

Asignatura 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

Asignatura 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

Asignatura 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
- 9.3. 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
- 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

Asignatura 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



Te encontrarás con una experiencia académica única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo en tu carrera. ¡Con todas las garantías de calidad de TECH!

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Maestría Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:

“

Matricúlate en la Maestría Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Maestría Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Maestría Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.



¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

Esta titulación académica tendrá como objetivo principal dotar a los profesionales con las herramientas teóricas y prácticas necesarias para diseñar, desarrollar y gestionar una Marca Personal sólida y competitiva en un entorno globalizado. Así, los periodistas comprenderán las dinámicas del *branding* personal y su impacto en el posicionamiento profesional y empresarial. Asimismo, se enfocará en la construcción de una narrativa única y coherente, que permitirá a los egresados diferenciarse en un mercado laboral altamente competitivo.

*Living
SUCCESS*

“

Utilizarás estrategias avanzadas de Marketing Digital, redes sociales y Relaciones Públicas para maximizar la visibilidad de tu marca personal, gracias a una amplia biblioteca de recursos multimedia”



Objetivos generales

- ♦ Identificar los principales elementos para desarrollar y gestionar eficazmente una Marca Personal
- ♦ Descubrir los elementos que 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

Asignatura 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

Asignatura 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

Asignatura 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

Asignatura 4. Estrategia de Marca Personal

- ♦ Desarrollar los elementos personales y de personalidad en sus distintas formas, racionales y emocionales
- ♦ Dominar la construcción de arquetipos de marca personal bajo diferentes metodologías



Asignatura 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

Asignatura 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

Asignatura 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





Asignatura 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

Asignatura 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

Asignatura 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

06

Salidas profesionales

Este programa universitario ofrecerá un amplio abanico de oportunidades profesionales en sectores clave para el desarrollo y posicionamiento de identidades personales en contextos altamente competitivos. Así, los profesionales destacarán en el Marketing Digital, las Relaciones Públicas, la consultoría estratégica y la comunicación corporativa, donde la creación de una Marca Personal sólida es fundamental para el éxito. Gracias a su enfoque práctico y especializado, también estarán preparados para ocupar roles estratégicos en agencias de *branding*, departamentos de Recursos Humanos, firmas de consultoría y empresas que busquen liderar tendencias innovadoras en imagen personal y profesional.

Upgrading...



“

Con una capacitación integral y actualizada, esta Maestría Oficial Universitaria te posicionará como un referente dentro del mercado laboral global, de la mano de la mejor universidad digital del mundo, según Forbes: TECH”

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación se distinguirá por su capacidad para integrar estrategias creativas y herramientas innovadoras en el diseño, posicionamiento y fortalecimiento de identidades personales en entornos digitales y tradicionales. Con un enfoque multidisciplinar, estará preparado para analizar tendencias del mercado, gestionar la reputación y crear narrativas efectivas que impulsen el impacto y la relevancia de una Marca Personal. Además, contará con competencias sólidas en comunicación estratégica, gestión de redes sociales y liderazgo, adaptándose a las necesidades de diversos sectores como el empresarial, el artístico, el político o el educativo.

Tu perfil combinará habilidades técnicas y creativas, posicionándote como un referente en la construcción de identidades influyentes y en el establecimiento de relaciones significativas entre las marcas y sus públicos objetivos.

- ♦ **Pensamiento estratégico y analítico:** Analizar contextos y tendencias del mercado para diseñar estrategias efectivas en la construcción y gestión de marcas personales, orientadas a resultados medibles y sostenibles
- ♦ **Habilidades de comunicación interpersonal y persuasiva:** Transmitir mensajes claros, impactantes y adaptados a diferentes públicos, esenciales para crear conexiones sólidas y gestionar la reputación en entornos sociales y empresariales
- ♦ **Creatividad e innovación:** Implementar soluciones originales en el diseño de identidades, utilizando herramientas digitales y recursos narrativos que resalten la unicidad de cada marca personal
- ♦ **Gestión de proyectos y liderazgo:** Liderar proyectos de branding personal, coordinando equipos multidisciplinarios y garantizando una ejecución eficiente y coherente con los objetivos establecidos



Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Consultor de Marca Personal:** Ayuda a individuos a definir y fortalecer su identidad profesional, creando estrategias que mejoren su visibilidad y reputación en su campo.
Responsabilidades: Asesora a clientes sobre cómo mejorar su presencia profesional, creando estrategias personalizadas para aumentar su visibilidad y establecer su autoridad en el sector.
- 2. Gestor de Redes Sociales:** Planifica, ejecuta y supervisa las estrategias de comunicación en redes sociales para marcas personales, asegurando su crecimiento y cohesión en línea.
Responsabilidades: Supervisa la presencia online de las marcas personales, planificando campañas que aumenten la interacción y el alcance en las plataformas sociales.
- 3. Estratega de Comunicación Digital:** Desarrolla planes de contenido y comunicación en plataformas digitales, enfocados en el posicionamiento de la marca personal.
Responsabilidades: Desarrolla planes de comunicación digital para marcas personales, optimizando su presencia y asegurando que su mensaje llegue a la audiencia correcta.
- 4. Asesor de Imagen Profesional:** Ofrece orientación sobre la construcción de una imagen coherente y efectiva para destacar en el mercado profesional y crear una percepción positiva ante audiencias.
Responsabilidades: Brinda consejos sobre cómo proyectar una imagen coherente que refuerce la marca personal de los clientes, adaptándola a su sector y objetivos.
- 5. Community Manager:** Gestiona comunidades en línea, construye relaciones auténticas con seguidores y promueve el contenido de la marca personal en plataformas sociales.
Responsabilidades: Administra las redes sociales de la marca personal, interactuando con la comunidad y creando contenido relevante que mantenga el interés de los seguidores.

- 6. Especialista en Reputación Online:** Monitorea y mejora la reputación de un individuo en internet, gestionando tanto comentarios positivos como negativos y asegurando la coherencia con la marca personal.
Responsabilidades: Monitorea la reputación en línea de una marca personal, gestionando comentarios y buscando soluciones para mantener una imagen positiva ante su audiencia.
- 7. Branding Coach:** Entrena a profesionales en la creación y gestión de su marca personal, ofreciendo apoyo estratégico y táctico para proyectar una identidad sólida.
Responsabilidades: Ofrece asesoría personalizada para construir una marca personal sólida, ayudando a los profesionales a definir su mensaje y diferenciarse en su industria.
- 8. Content Creator para Marca Personal:** Produce contenido relevante y valioso, como blogs, videos o publicaciones en redes sociales, que ayuden a construir y mantener una marca personal auténtica y destacada.
Responsabilidades: Produce contenido visual y escrito alineado con los valores y la visión de la marca personal, generando material atractivo que refuerce su posicionamiento en el mercado.



¡Estarás preparado para asumir cargos clave en el ámbito digital! Así, podrás construir y fortalecer marcas que destaquen sobre otras en un mercado competitivo”

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.

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 Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu
competencia
lingüística*



“

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

En el mundo competitivo actual, 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 título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título 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 se posee.

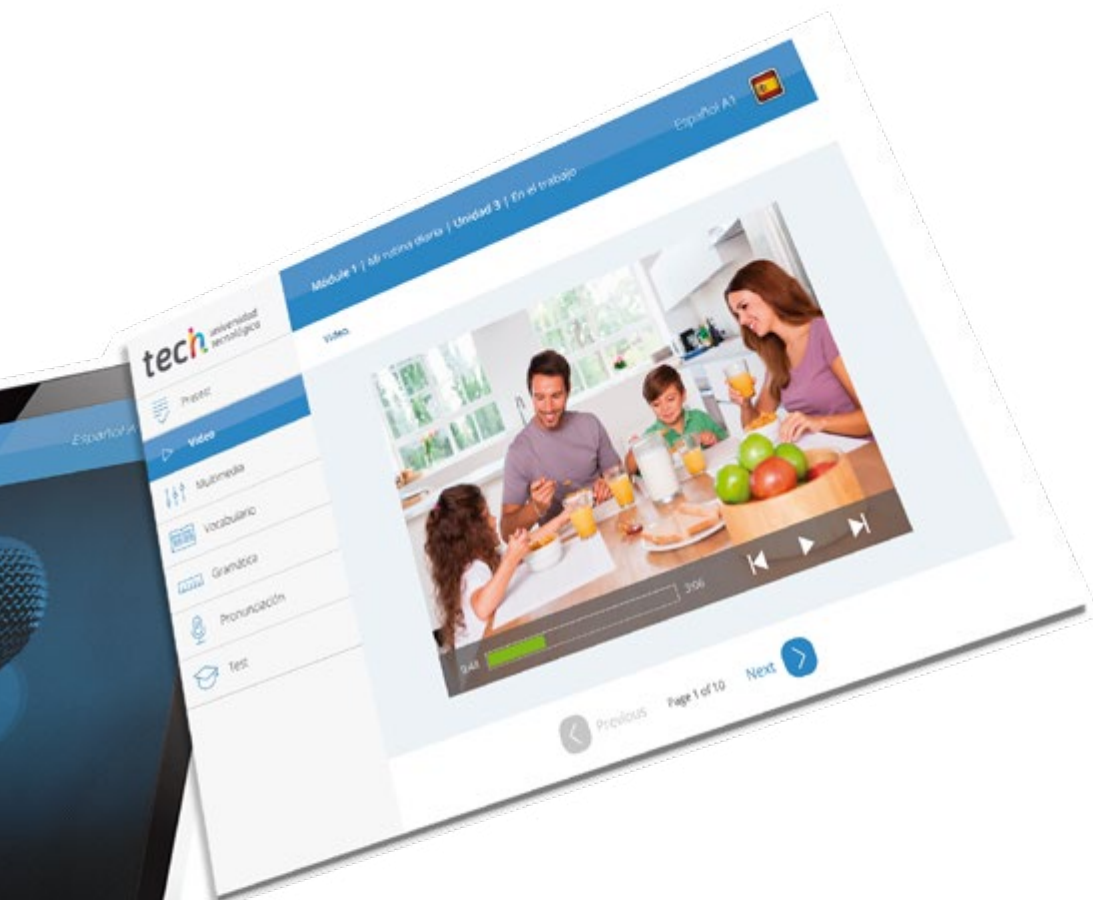
En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas 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 Oficial Universitaria”

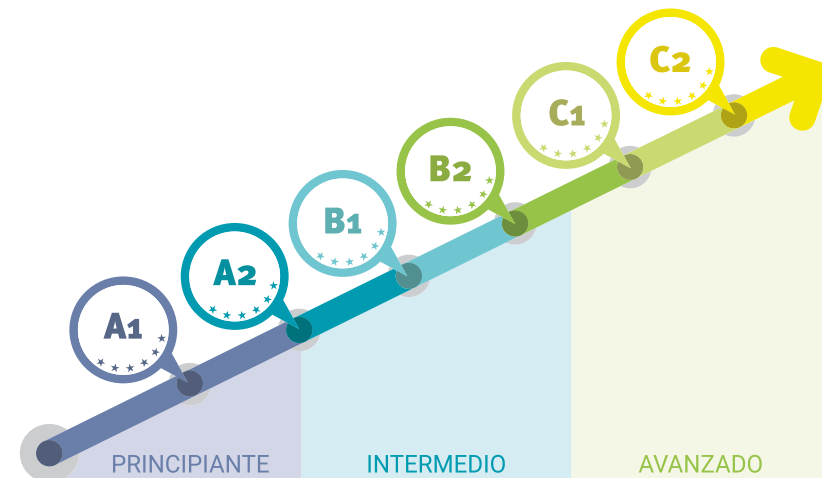




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- 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 Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar 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 anual de cualquier idioma están incluidas en la Maestría Oficial Universitaria

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



08

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*

“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



09

Cuadro docente

El cuadro docente está compuesto por expertos de renombre en el ámbito del Marketing Digital, la comunicación y la gestión de marca. Profesionales con una vasta trayectoria en el mundo empresarial y académico, cada uno aportará una perspectiva única que enriquecerá la capacitación de los profesionales. Además, cuentan con una sólida capacitación académica y amplia experiencia práctica en la creación, desarrollo y posicionamiento de marcas personales en diversas plataformas digitales. También están comprometidos con la enseñanza innovadora y el uso de tecnologías educativas de última generación, para garantizar que los egresados adquieran competencias actualizadas y aplicables al mundo real.





“

Aprovecha la oportunidad de aprender a través de los mejores expertos del sector, quienes te guiarán en las mejores estrategias de comunicación en la Construcción de Marca Personal”

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

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. 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. 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



**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

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

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.



“

*Obtén un título oficial de la Maestría en
Construcción de Marca Personal y da un
paso adelante en tu carrera profesional”*

El plan de estudios de esta Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20240725, de fecha 12/04/2024, en modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Al documento oficial de RVOE expedido por el SEP se puede acceder desde el siguiente enlace:



[Ver documento RVOE](#)



Supera con éxito este programa y recibe tu titulación oficial para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como Construcción de Marca Personal”

Este título permitirá al alumno desempeñar las funciones profesionales al más alto nivel y su reconocimiento académico asegura que la formación cumple con los estándares de calidad y exigencia académica establecidos en México y a nivel internacional, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria con el que podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad como profesional, este programa **permitirá al alumno el acceso a los estudios de nivel de Doctorado** con el que progresar en la carrera académica. .

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

No. de RVOE: **20240725**

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

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Maestría en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.



El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título”

12

Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por el contexto normativo vigente.



“

Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”

La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Construcción de Marca Personal** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, 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 el grado de Maestría.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH Universidad en la dirección de correo electrónico: requisitosdeacceso@techtitute.com.

*Cumple con los requisitos de acceso
y consigue ahora tu plaza en esta
Maestría Oficial Universitaria.*





“

Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera”

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.





TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Máster Oficial Universitario más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales"

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

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. Sólo 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.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (documento de identificación oficial, pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: procesodeadmission@techtute.com.

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Maestría Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.



Nº de RVOE: 20240725

**Maestría Oficial
Universitaria
Construcción de
Marca Personal**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

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

Maestría Oficial Universitaria Construcción de Marca Personal

Nº de RVOE: 20240725

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad