

# Máster Oficial Universitario

## Comunicación y Marketing Político



**tech** *universidad  
tecnológica*

## Máster Oficial Universitario Comunicación y Marketing Político

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 ECTS**

Acceso web: [www.techtute.com/periodismo/master-universitario/master-universitario-comunicacion-marketing-politico](http://www.techtute.com/periodismo/master-universitario/master-universitario-comunicacion-marketing-politico)

# 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 Comunicación Política ha experimentado una transformación radical durante los últimos años, impulsada por el avance de las tecnologías de la información y la creciente influencia de los medios digitales. En este sentido, la manera en que los políticos se comunican con los electores ha evolucionado de simples discursos a estrategias de Marketing integradas que incluyen redes sociales, campañas de publicidad digital y manejo de crisis en tiempo real. Frente a esta situación, los profesionales necesitan incorporar a su praxis diaria las técnicas más vanguardistas para maximizar el impacto de los mensajes que difunden y superar los desafíos éticos que emergen en este campo. Por eso, TECH presenta una pionera titulación universitaria online focalizada en el Marketing Político.

*Este es el momento, te estábamos esperando*



“

*Gracias a este Máster Oficial Universitario  
100% online, diseñarás las estrategias más  
innovadoras para mantener una imagen  
positiva de los partidos políticos”*



Un reciente informe elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos refleja que el 70% de la población mundial tiene acceso a internet, lo que ha llevado a un aumento significativo en el uso de plataformas digitales para campañas políticas. Asimismo, la entidad informa que el gasto en publicidad para las campañas electorales del año pasado superó los 5.000 millones de dólares. Esto pone de manifiesto cómo la comunicación digital está transformando el panorama político global, facilitando nuevas formas de interacción entre políticos y electores. De ahí la importancia de que los expertos desarrollen estrategias digitales innovadoras que movilicen a los votantes e influyan en la opinión pública.

En este contexto, TECH lanza un revolucionario Máster Oficial Universitario en Comunicación y Marketing Político. Diseñado por referencias en esta materia, el itinerario académico ahondará en las claves para gestionar situaciones de crisis de forma óptima. En sintonía con esto, el temario profundizará en las técnicas más vanguardistas para construir estrategias políticas y electorales. De este modo, los egresados crearán mensajes claros, coherentes y persuasivos que resuenen con el público objetivo. Además, la titulación analizará el manejo de diferentes herramientas tecnológicas destinadas a gestionar la comunicación de manera estratégica, analizar datos para tomar decisiones informadas y mantener una presencia consistente en todas las plataformas.

Por otra parte, este programa universitario está basado en el revolucionario método del *Relearning* de TECH. Este sistema de aprendizaje implica la reiteración de los conceptos clave del temario para garantizar una comprensión profunda de los contenidos. La accesibilidad también es un factor clave, pues los egresados solo precisarán de un dispositivo electrónico conectado a Internet (como un móvil, *tablet* u ordenador) para acceder al Campus Virtual y disfrutar de los recursos académicos más dinámicos del mercado. Sin duda, una oportunidad idónea para que los profesionales realicen una efectiva puesta al día en el demandado campo de la Comunicación y Marketing Político.





“

*Una experiencia académica sin horarios ni clases presenciales, a la que podrás acceder desde cualquier dispositivo con conexión a internet”*

# 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.

Está reconocida oficialmente en diversos países como:

- ♦ TECH Universidad (México)
- ♦ TECH Universidad UNIMETA (Colombia)
- ♦ TECH Universidad FUNDEPOS (Costa Rica)
- ♦ TECH Universidad ULAC (Venezuela)
- ♦ TECH Global University (Andorra)

*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 1000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



# 03

## Plan de estudios

Los contenidos didácticos de este Máster Oficial Universitario han sido elaborados por expertos en el campo de la Comunicación y Marketing Político. Gracias a esto, el itinerario académico profundizará en el manejo de situaciones de crisis y ofrecerá técnicas para fomentar la responsabilidad social. También, el temario ahondará en las particularidades de la comunicación institucional, lo que permitirá a los egresados asegurar que los mensajes transmitidos sean coherentes y consistentes en todas las plataformas a fin de mantener una imagen unificada. Asimismo, el programa analizará las claves para manejar los instrumentos tecnológicos más modernos para gestionar las campañas electorales.

*Un temario  
completo y bien  
desarrollado*



“

*Comprenderás las dinámicas de poder  
y elaborarás estrategias basadas en  
los análisis del contexto político”*

Además del exhaustivo material académico, el alumnado tiene la oportunidad de analizar diferentes casos prácticos, mediante escenarios simulados. Todo ello con el acompañamiento de herramientas multimedia como vídeos *in focus*, clases magistrales, resúmenes interactivos, infografías y otros. Asimismo, dispondrán de la mayor flexibilidad para acceder al material didáctico, sin horarios herméticos, ni evaluaciones continuas.



*El mejor contenido teórico, práctico y adicional para elevar tu conocimiento al nivel de los mejores expertos en Comunicación y Marketing Político”*

### Dónde, cuándo y cómo se imparte

Este Máster Oficial Universitario 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.

El programa durará 12 meses e incluye el desarrollo de un Trabajo Final de Máster.

Asignatura	Curso	Tipología	ECTS
Marketing estratégico y operativo	1º	FO	6
Organizaciones: gestión de crisis y responsabilidad social	1º	FO	6
Marketing y comunicación institucional	1º	FO	6
El marketing político	1º	FO	6
El marketing electoral	1º	FO	6
Liderazgo y comunicación personal	1º	FO	6
Construcción de la estrategia política y electoral	1º	FO	6
La campaña electoral: herramientas de actuación convencionales	1º	FO	6
La campaña electoral: herramientas de actuación online	1º	FO	6
Trabajo Final de Máster	1º	TFM	6

FO=Formación Obligatoria; TFM=Trabajo Final de Máster



## Trabajo Final de Máster

El TFM tendrá un enfoque teórico y/o práctico y su finalidad primordial será acreditar los conocimientos adquiridos a través de este programa universitario. Este ejercicio deberá estar orientado a propuestas innovadoras vinculadas a cuestiones de actualidad y relacionados a los contenidos abordados en la titulación. Además, todos los TFM serán realizados bajo la supervisión de un tutor académico, encargado de asesorar y planificar las diferentes etapas de desarrollo de este proyecto investigativo.

“ Ampliarás tus habilidades metodológicas e investigativas a través del desarrollo de un exhaustivo Trabajo Final de Máster”

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

### Asignatura 1. Marketing estratégico y operativo

- 1.1. Fundamentos del marketing
  - 1.1.1. Concepto de marketing
  - 1.1.2. Elementos básicos del marketing
  - 1.1.3. Actividades de marketing de la empresa
- 1.2. Marketing management
  - 1.2.1. Concepto de marketing management
  - 1.2.2. Nuevas realidades del marketing
  - 1.2.3. Un nuevo mercado: las capacidades de consumidores y empresas
  - 1.2.4. Orientación al MK holístico
  - 1.2.5. Actualización de las 4 P del marketing
  - 1.2.6. Tareas de la dirección de marketing
- 1.3. Función del marketing estratégico
  - 1.3.1. Concepto de marketing estratégico
  - 1.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
  - 1.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 1.4. Dimensiones de la estrategia de marketing
  - 1.4.1. Estrategias de marketing
  - 1.4.2. Tipos de estrategias en marketing
- 1.5. Marketing mix
  - 1.5.1. Concepto de marketing mix
  - 1.5.2. Estrategias de producto
  - 1.5.3. Estrategias de precio
  - 1.5.4. Estrategias de distribución
  - 1.5.5. Estrategias de comunicación
- 1.6. Marketing digital
  - 1.6.1. Concepto de marketing digital
  - 1.6.2. Estrategias de comercialización en marketing digital
- 1.7. Inbound marketing
  - 1.7.1. Inbound marketing efectivo
  - 1.7.2. Beneficios del inbound marketing
  - 1.7.3. Medir el éxito del inbound marketing





- 1.8. Desarrollo del plan de marketing
    - 1.8.1. Concepto del plan de marketing
    - 1.8.2. Análisis y diagnóstico de la situación
    - 1.8.3. Decisiones estratégicas de marketing
    - 1.8.4. Decisiones operativas de marketing
  - 1.9. Gestión de grupos de marketing
    - 1.9.1. Los grupos de marketing
    - 1.9.2. La creación de grupos de marketing
    - 1.9.3. Pautas de gestión de un grupo de marketing
    - 1.9.4. El futuro de los grupos de marketing
  - 1.10. Social Business
    - 1.10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
    - 1.10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
    - 1.10.3. ¿Cómo rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales?
    - 1.10.4. Movilidad y el negocio digital
- Asignatura 2. Organizaciones: gestión de crisis y responsabilidad social**
- 2.1. Diseño organizacional
    - 2.1.1. Concepto de diseño organizacional
    - 2.1.2. Estructuras organizativas
    - 2.1.3. Tipos de diseños organizacionales
  - 2.2. Estructura de la organización
    - 2.2.1. Principales mecanismos de coordinación
    - 2.2.2. Departamentos y organigramas
    - 2.2.3. Autoridad y responsabilidad
    - 2.2.4. El Empowerment
  - 2.3. Responsabilidad social corporativa
    - 2.3.1. El compromiso social
    - 2.3.2. Organizaciones sostenibles
    - 2.3.3. La ética en las organizaciones
  - 2.4. La responsabilidad social en las organizaciones
    - 2.4.1. Gestión de la RSC en las organizaciones
    - 2.4.2. La RSC hacia los empleados
    - 2.4.3. La acción sostenible
  - 2.5. Gestión de la reputación
    - 2.5.1. La gestión de la reputación corporativa
    - 2.5.2. El enfoque reputacional de la marca
    - 2.5.3. La gestión reputacional del liderazgo
  - 2.6. Gestión de los riesgos reputacionales y la crisis
    - 2.6.1. Escuchar y gestionar percepciones
    - 2.6.2. Procedimientos, manual de crisis y planes de contingencia
    - 2.6.3. Formación de portavoces en situaciones de emergencia
  - 2.7. Conflictos en las organizaciones
    - 2.7.1. Conflictos interpersonales
    - 2.7.2. Condiciones de conflictividad
    - 2.7.3. Consecuencias de los conflictos
  - 2.8. Lobbies y grupos de presión
    - 2.8.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones
    - 2.8.2. Relaciones institucionales y Lobbying
    - 2.8.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión
  - 2.9. Negociación
    - 2.9.1. Negociación intercultural
    - 2.9.2. Enfoques para la negociación
    - 2.9.3. Técnicas de negociación efectiva
    - 2.9.4. La reestructuración
  - 2.10. Estrategia de marca corporativa
    - 2.10.1. Imagen pública y Stakeholders
    - 2.10.2. Estrategia y gestión de branding corporativo
    - 2.10.3. Estrategia de comunicación corporativa alineada con la identidad de marca

### Asignatura 3. Marketing y comunicación institucional

- 3.1. Acción política en las instituciones
  - 3.1.1. Concepto de institución
  - 3.1.2. Tipos de instituciones y colectivos sociales
  - 3.1.3. Actuaciones institucionales
- 3.2. Marketing institucional
  - 3.2.1. Mercados institucionales: ciudadanos y entidades
  - 3.2.2. Oferta institucional
  - 3.2.3. Satisfacción ciudadana
- 3.3. Planes de marketing en las instituciones
  - 3.3.1. Análisis del entorno institucional
  - 3.3.2. Objetivos de la institución
  - 3.3.3. Acciones estratégicas y operativas
- 3.4. Comunicación pública
  - 3.4.1. Agentes políticos de comunicación
  - 3.4.2. Medios formales de comunicación: prensa e instituciones
  - 3.4.3. Medios informales de comunicación: redes y opinadores
- 3.5. Estrategias de comunicación institucional
  - 3.5.1. Contenidos de información institucional
  - 3.5.2. Objetivos de comunicación institucional
  - 3.5.3. Principales estrategias de comunicación
- 3.6. Planificación de la agenda política institucional
  - 3.6.1. Elaboración de la agenda institucional
  - 3.6.2. Diseño de campañas institucionales
  - 3.6.3. Colectivos objetivo de las campañas
- 3.7. Comunicación gubernamental: Gobierno Abierto
  - 3.7.1. Concepto de Gobierno Abierto
  - 3.7.2. Medios de comunicación
  - 3.7.3. Tipos de mensajes
- 3.8. Comunicación política en las democracias
  - 3.8.1. Demanda de información en las sociedades democráticas
  - 3.8.2. Las instituciones como fuentes de información
  - 3.8.3. Los medios de comunicación

- 3.9. La democracia digital
  - 3.9.1. Concepto de democracia digital
  - 3.9.2. Diálogo social en Internet
  - 3.9.3. Elementos de utilización en internet
- 3.10. Responsabilidad social en las instituciones
  - 3.10.1. Derechos humanos y responsabilidad Social
  - 3.10.2. Cambio climático y responsabilidad Social
  - 3.10.3. La ética institucional

### Asignatura 4. El marketing político

- 4.1. Marketing social
  - 4.1.1. Marketing social
  - 4.1.2. Marketing socialmente responsable
  - 4.1.3. Marketing de causas sociales
- 4.2. Introducción al marketing político y electoral
  - 4.2.1. Marketing político
  - 4.2.2. Marketing electoral
  - 4.2.3. Componentes del mercado político
- 4.3. Ciudadanos
  - 4.3.1. Organizaciones sociales
  - 4.3.2. Organizaciones y partidos
  - 4.3.3. Afiliados y simpatizantes
- 4.4. Investigación social y política
  - 4.4.1. Contenidos de la investigación social y política
  - 4.4.2. Técnicas de investigación social
  - 4.4.3. Resultados de la investigación social y política
- 4.5. Diagnóstico de situación social y política
  - 4.5.1. Análisis de la demanda social y política
  - 4.5.2. Análisis de ofertas políticas
  - 4.5.3. Expectativas sociales y políticas
- 4.6. Plan de marketing político
  - 4.6.1. Introducción
  - 4.6.2. Ventajas del plan de marketing político
  - 4.6.3. Etapas del plan de marketing político

- 4.7. Análisis de la organización política
  - 4.7.1. Análisis interno de la organización política
  - 4.7.2. Análisis de la competencia política
  - 4.7.3. Análisis del entorno social y político
  - 4.7.4. DAFO organización política
- 4.8. Objetivos y estrategias del plan de marketing político
  - 4.8.1. Definición de objetivos
  - 4.8.2. Determinación de estrategias
- 4.9. Plan de acción de estrategia política
  - 4.9.1. Contenidos del plan de acción
  - 4.9.2. Criterios de medición de las acciones
  - 4.9.3. Indicadores de seguimiento
- 4.10. Implantación del plan de marketing político
  - 4.10.1. Tareas de Comité de Dirección
  - 4.10.2. Ejecución del plan de acción
  - 4.10.3. Contingencias del Plan

### Asignatura 5. El marketing electoral

- 5.1. Componentes del mercado electoral
  - 5.1.1. Introducción al mercado electoral
  - 5.1.2. Censo electoral
  - 5.1.3. La oferta electoral: partidos y coaliciones
- 5.2. Comportamiento electoral
  - 5.2.1. Introducción
  - 5.2.2. Tendencias de voto
  - 5.2.3. Motivaciones de voto
- 5.3. Investigación del mercado electoral
  - 5.3.1. Contenidos de investigación
  - 5.3.2. Técnicas cualitativas
  - 5.3.3. Técnicas cuantitativas
- 5.4. Estudios de Intención de voto
  - 5.4.1. Estudios previos a las elecciones
  - 5.4.2. Encuestas a pie de urna
  - 5.4.3. Estimaciones de voto

- 5.5. Diagnóstico de situación electoral
  - 5.5.1. Análisis de la demanda electoral
  - 5.5.2. Análisis oferta de partidos
  - 5.5.3. Análisis oferta de candidatos
- 5.6. Plan de campaña electoral
  - 5.6.1. Introducción
  - 5.6.2. Etapas de la campaña electoral
  - 5.6.3. Plazos de la campaña electoral
- 5.7. Producto electoral
  - 5.7.1. Programa electoral
  - 5.7.2. Candidatos
  - 5.7.3. Marcas políticas
- 5.8. Organización de campaña electoral
  - 5.8.1. Comité de campaña electoral
  - 5.8.2. Equipos de trabajo
- 5.9. Plan de acción en campaña electoral
  - 5.9.1. Acciones personales
  - 5.9.2. Acciones virtuales
  - 5.9.3. Acciones de publicidad electoral
  - 5.9.4. Seguimiento de acciones electorales
- 5.10. El resultado electoral
  - 5.10.1. Análisis postelectoral
  - 5.10.2. Interpretación de los resultados electorales
  - 5.10.3. Consecuencias políticas y electorales del resultado

### Asignatura 6. Liderazgo y comunicación personal

- 6.1. Comunicación y liderazgo
  - 6.1.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 6.1.2. Motivación
  - 6.1.3. Capacidades y habilidades del líder 2.0
- 6.2. Comunicación interpersonal
  - 6.2.1. Lenguaje del cuerpo
  - 6.2.2. Comunicación asertiva
  - 6.2.3. Entrevistas

- 6.3. Habilidades personales e influencia
  - 6.3.1. Impacto e influencia
  - 6.3.2. Dominio del estrés
  - 6.3.3. Gestión del tiempo
- 6.4. Liderazgo estratégico
  - 6.4.1. Modelos de liderazgo
  - 6.4.2. Coaching
  - 6.4.3. Mentoring
  - 6.4.4. Liderazgo transformacional
- 6.5. Oratoria y formación de portavoces
  - 6.5.1. Comunicación interpersonal
  - 6.5.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 6.5.3. Barreras para la comunicación personal
- 6.6. Poder en la organización
  - 6.6.1. El poder en las organizaciones
  - 6.6.2. Fuentes de poder estructural
  - 6.6.3. Tácticas políticas
- 6.7. La función directiva y la RSC
  - 6.7.1. Visión estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa
  - 6.7.2. Sistemas y modelos para la implantación de la RSC
  - 6.7.3. Organización de la RSC. Roles y responsabilidades
- 6.8. Inteligencia emocional
  - 6.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 6.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 6.8.3. Autoestima y lenguaje emocional
- 6.9. Perfil psicológico del candidato
  - 6.9.1. Psicología del liderazgo
  - 6.9.2. Tipología de personalidad de los políticos
  - 6.9.3. Expectativas sobre el candidato ideal
- 6.10. Branding personal
  - 6.10.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 6.10.2. Leyes del *Branding* personal
  - 6.10.3. Herramientas de la construcción de marcas personales







## Asignatura 7. Construcción de la estrategia política y electoral

- 7.1. Sistemas electorales
  - 7.1.1. Marco normativo
  - 7.1.2. Regulaciones electorales
- 7.2. *Data Science & Big Data*
  - 7.2.1. Business Intelligence
  - 7.2.2. Metodología y análisis de grandes volúmenes de datos
  - 7.2.3. Extracción, tratamiento y carga de datos
- 7.3. Coaching político
  - 7.3.1. Concepto de *Coaching*
  - 7.3.2. Metodologías de Coaching político
  - 7.3.3. Ventajas del Coaching político
- 7.4. Innovación política
  - 7.4.1. Beneficios de la innovación
  - 7.4.2. Fuentes de generación de ideas
  - 7.4.3. Ideas y soportes innovadores
- 7.5. Comportamiento del votante
  - 7.5.1. Procesamiento de la información política
  - 7.5.2. Evaluación de los mensajes
  - 7.5.3. Modelos de decisión del voto
  - 7.5.4. Tiempos de decisión del voto
- 7.6. Segmentación de votantes
  - 7.6.1. Características del votante
  - 7.6.2. Votantes movilizados: fieles y volátiles
  - 7.6.3. *Targeting* y *Microtargeting*
- 7.7. *Branding* político
  - 7.7.1. Construcción de la marca política
  - 7.7.2. Importancia de la marca política
  - 7.7.3. Marca política y marca candidato
- 7.8. Liderazgo político
  - 7.8.1. Definición
  - 7.8.2. Estilos de liderazgo en política
  - 7.8.3. Posicionamiento del candidato

- 7.9. Mensajes políticos
  - 7.9.1. Proceso creativo en campaña electoral
  - 7.9.2. Mensaje central: posicionamiento de la organización
  - 7.9.3. Mensajes tácticos: positivos y negativos
- 7.10. Estrategias en contenidos y Storytelling
  - 7.10.1. Blogging corporativo
  - 7.10.2. Estrategia de marketing de contenidos
  - 7.10.3. Creación de un plan de contenidos
  - 7.10.4. Estrategia de curación de contenidos

### Asignatura 8. La campaña electoral: herramientas de actuación convencionales

- 8.1. Comunicación electoral
  - 8.1.1. La imagen en campañas electorales
  - 8.1.2. Publicidad política
  - 8.1.3. Plan de comunicación electoral
  - 8.1.4. Auditorías de comunicación electoral
- 8.2. Gabinetes de comunicación
  - 8.2.1. Identificación de oportunidades y necesidades informativas
  - 8.2.2. Gestión de reportajes y entrevistas a portavoces
  - 8.2.3. *Press-room* virtual y e-comunicación
  - 8.2.4. Compra de espacios publicitarios
- 8.3. Relaciones Públicas
  - 8.3.1. Estrategia y práctica de las RRPP
  - 8.3.2. Normas de protocolo y ceremonial
  - 8.3.3. Organización de actos y gestión creativa
- 8.4. El Discurso político
  - 8.4.1. Estructura narrativa
  - 8.4.2. Narración basada en PNL
  - 8.4.3. Oratoria política
- 8.5. Debates electorales
  - 8.5.1. Preparación: temas, intervenciones y replicas
  - 8.5.2. La Imagen del Candidato
  - 8.5.3. Comunicación verbal y no verbal

- 8.6. Encuentros con electores
  - 8.6.1. *Meeting* central de campaña
  - 8.6.2. Eventos sectoriales
  - 8.6.3. Encuentros segmentados
- 8.7. Publicidad electoral: campañas 360°
  - 8.7.1. *Claim Central* y complementarios de campaña
  - 8.7.2. Fotos y videos electorales
  - 8.7.3. Medios de difusión
- 8.8. Logística de la campaña
  - 8.8.1. Organización de eventos
  - 8.8.2. Distribución física de contenidos
  - 8.8.3. Recursos Humanos en la logística electoral
- 8.9. Propaganda y *Merchandising* Electoral
  - 8.9.1. Anuncios institucionales
  - 8.9.2. Buzoneo electoral
  - 8.9.3. Material de regalo
- 8.10. Recaudación y gestión de fondos de campaña
  - 8.10.1. Argumentos para la recaudación
  - 8.10.2. Actividades de recaudación
  - 8.10.3. Plataformas de *Crowdfunding*
  - 8.10.4. Gestión ética de los fondos

### Asignatura 9. La campaña electoral: herramientas de actuación online

- 9.1. Plataformas social media
  - 9.1.1. Plataformas generalistas, profesionales y *microblogging*
  - 9.1.2. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
- 9.2. Estrategias en social media
  - 9.2.1. Las relaciones públicas corporativas y social media
  - 9.2.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
  - 9.2.3. Análisis y evaluación de resultados
- 9.3. Web social
  - 9.3.1. La organización en la era de la conversación
  - 9.3.2. La Web 2.0 son las personas
  - 9.3.3. Entorno digital y nuevos formatos de comunicación

- 9.4. Desarrollo de campañas de *emailing*
  - 9.4.1. Listas de suscriptores, *Leads* y clientes
  - 9.4.2. Herramientas y recursos en email marketing
  - 9.4.3. Redacción online para campañas de email marketing
- 9.5. Mobile marketing
  - 9.5.1. Nuevos hábitos de consumo y movilidad
  - 9.5.2. Modelo SoLoMo
  - 9.5.3. Las 4 P del marketing mix en movilidad
- 9.6. Tendencias en *mobile* marketing
  - 9.6.1. *Mobile publishing*
  - 9.6.2. Advergaming y Gamification
  - 9.6.3. Geolocalización mobile
  - 9.6.4. Realidad aumentada
- 9.7. Contra-Comunicación: *fake news*
  - 9.7.1. Objetivos de las noticias falsas en campaña
  - 9.7.2. Creación de una noticia falsa
  - 9.7.3. Difusión de las noticias falsas
  - 9.7.4. Legislación sobre noticias falsas
- 9.8. *Inbound* Marketing Político
  - 9.8.1. Funcionamiento del *Inbound* Marketing Político
  - 9.8.2. Atracción de tráfico hacia marca política
  - 9.8.3. Marketing de contenidos
  - 9.8.4. Conversión de leads a electores o votantes
- 9.9. Análisis web
  - 9.9.1. Fundamentos de la analítica web
  - 9.9.2. Medios clásicos vs. Medios digitales
  - 9.9.3. Metodología de base del analista web
- 9.10. Métricas digitales
  - 9.10.1. Métricas básicas
  - 9.10.2. Ratios
  - 9.10.3. Establecimiento de objetivos y KPIs



*El programa incluye una variedad de recursos multimedia, como resúmenes interactivos o casos de estudio, para que disfrutes de un aprendizaje ameno”*

# 04

## Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otro Máster Oficial Universitario 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 Máster Oficial Universitario.

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 Máster Oficial Universitario en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Máster Oficial Universitario.

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

“

*Matricúlate en el Máster Oficial Universitario 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 Grado Oficial tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Máster Oficial Universitario o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de este Máster Oficial Universitario 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](mailto: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 el Máster Oficial Universitario, 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

Por medio de este Máster Oficial Universitario, los expertos dispondrán de un conocimiento exhaustivo sobre las principales estrategias en el ámbito de la Comunicación y Marketing Político. Al mismo tiempo, los egresados desarrollarán habilidades avanzadas para gestionar tanto la imagen como el *branding* de figuras políticas y organizaciones. En sintonía con esto, los profesionales manejarán relaciones con periodistas, ofreciendo ruedas de prensa y gestionando la cobertura mediática. También los comunicadores estarán altamente cualificados para gestionar situaciones de crisis, mitigando los daños a la reputación de los partidos.

*Living  
SUCCESS*







“

*Crearás contenido para difundir en las redes sociales, para interactuar con la comunidad y medir el impacto”*



### Objetivos generales

---

- ♦ Definir los fundamentos del Management, la Estrategia, el Marketing y la Comunicación
- ♦ Comprender el funcionamiento de las Instituciones y las Organizaciones Políticas
- ♦ Analizar los objetivos y herramientas de Marketing y Comunicación Política
- ♦ Ahondar en cómo aplicar las herramientas de marketing y comunicación en función del producto político: Programa, Partido y Candidato
- ♦ Diferenciar las etapas y desarrollo de una Campaña Política y Electoral

“

*Dominarás las técnicas más innovadoras para segmentar a los electores y posicionar adecuadamente a los candidatos políticos”*





## Objetivos específicos

---

### Asignatura 1. Marketing estratégico y operativo

- ♦ Conocer los fundamentos del marketing
- ♦ Conocer el concepto de marketing management
- ♦ Conocer las funciones del marketing estratégico
- ♦ Aprender las dimensiones de la estrategia de marketing
- ♦ Comprender el funcionamiento del marketing mix
- ♦ Saber realizar estrategias de comercialización en marketing digital
- ♦ Aprender lo que es y cómo funciona el inbound marketing
- ♦ Desarrollar un plan de marketing
- ♦ Saber realizar la gestión de los grupos de marketing y el *social bussiness*

### Asignatura 2. Organizaciones: gestión de crisis y responsabilidad social

- ♦ Conocer el diseño y la estructura organizacional
- ♦ Definir qué es la responsabilidad social corporativa
- ♦ Estudiar qué es la responsabilidad social dentro de una organización
- ♦ Conocer cómo se gestiona la reputación, los riesgos y las crisis
- ♦ Reconocer los conflictos en las organizaciones
- ♦ Profundizar en el análisis de los lobbies y grupos de presión
- ♦ Conocer cómo se desarrolla una estrategia de marca

### **Asignatura 3. Marketing y comunicación institucional**

- ♦ Analizar la acción política en las instituciones
- ♦ Conocer los conceptos y funcionamiento del marketing institucional y la comunicación pública
- ♦ Elaborar estrategias de comunicación institucional
- ♦ Saber cómo se planifica la agenda política institucional
- ♦ Estudiar cómo se realiza una comunicación gubernamental y el concepto de gobierno abierto
- ♦ Analizar la comunicación en las democracias y qué es la democracia digital
- ♦ Aprender qué es y cómo funciona la responsabilidad social en las instituciones

### **Asignatura 4. El marketing político**

- ♦ Conocer el funcionamiento del marketing social, el marketing político y el marketing electoral
- ♦ Definir los componentes del mercado político
- ♦ Aprender a realizar una investigación social y política y un diagnóstico de la situación
- ♦ Realizar un plan de marketing político
- ♦ Comprender la finalidad y funcionamiento de una organización política
- ♦ Definir los objetivos y estrategias del plan de marketing político y su manera de implantación

### **Asignatura 5. El marketing electoral**

- ♦ Describir los componentes del mercado electoral
- ♦ Analizar el comportamiento electoral
- ♦ Conocer cómo realizar estudios de intención de voto
- ♦ Aprender cómo realizar un diagnóstico de campaña electoral, un plan de campaña y a desarrollar un producto electoral
- ♦ Determinar el plan de acciones en una campaña electoral y postelectoral

### **Asignatura 6. Liderazgo y comunicación personal**

- ♦ Conocer los conceptos de comunicación y liderazgo personal
- ♦ Estudiar sobre comunicación interpersonal, habilidades personales e influencia
- ♦ Analizar qué es y cómo funciona el liderazgo estratégico
- ♦ Conocer la importancia de la oratoria
- ♦ Analizar cómo se estructura el poder en la organización
- ♦ Desarrollar los aspectos de la función directiva y la RSC
- ♦ Estudiar sobre inteligencia emocional y branding personal

**Asignatura 7. Construcción de la estrategia política y electoral**

- ♦ Analizar los diferentes sistemas electorales
- ♦ Saber cómo funcionan los data science y los big data
- ♦ Conocer qué es el coaching político
- ♦ Estudiar la innovación política
- ♦ Estudiar los diferentes aspectos del votante
- ♦ Analizar el branding político
- ♦ Describir los fundamentos del liderazgo político y de los mensajes políticos
- ♦ Profundizar en la creación de una estrategia de contenido

**Asignatura 8. La campaña electoral: herramientas de actuación convencionales**

- ♦ Estudiar la comunicación electoral
- ♦ Conocer qué son los gabinetes de comunicación y cómo funcionan
- ♦ Conocer las estrategias de relaciones públicas
- ♦ Determinar cómo se construye el discurso político
- ♦ Analizar el debate electoral y los encuentros con los electores
- ♦ Analizar la campaña electoral
- ♦ Conocer cómo se organiza la logística una campaña electoral
- ♦ Conocer los conceptos de propaganda y merchandising electoral
- ♦ Conocer el proceso de recaudación y gestión de los fondos de una campaña electoral

**Asignatura 9. La campaña electoral: herramientas de actuación online**

- ♦ Describir las plataformas de Social Media y sus estrategias
- ♦ Conocer en profundidad la web social
- ♦ Conocer el desarrollo de una campaña de emailing
- ♦ Comprender el concepto y desarrollo del mobile marketing
- ♦ Conocer qué son y cómo detectar las fake news
- ♦ Estudiar Inbound Marketing político
- ♦ Comprender cómo se hace un análisis web y las métricas digitales

**Asignatura 10. Trabajo Final de Máster**

- ♦ Desarrollar propuestas innovadoras vinculadas a cuestiones de actualidad y relacionado con los conocimientos adquiridos en el Máster Oficial Universitario
- ♦ Acreditar los conocimientos adquiridos durante los estudios del Máster y la capacidad del egresado para llevarlos a la práctica, mediante el uso de una metodología de trabajo adecuada, la creatividad, el pensamiento analítico



# 06

## Salidas profesionales

Tras finalizar el presente Máster Oficial Universitario, los profesionales estarán preparados para enfrentar los desafíos del dinámico mundo de la Comunicación y Marketing Político. Para ello, el programa brindará a los egresados habilidades prácticas como el análisis de datos, manejo de crisis y producción de contenido. A esto se suma que los alumnos manejarán las herramientas tecnológicas más sofisticadas para llevar a cabo el *branding*, así como para segmentar a los electores de forma óptima. De este modo, los expertos planificarán y liderarán campañas políticas, incluyendo la creación de mensajes efectivos y la movilización de los votantes.

*Upgrading...*





“

*Asumirás roles de responsabilidad en la gestión de estrategias de Comunicación y Marketing Político, tanto en contextos electorales como en la administración pública”*



### Perfil del egresado

El perfil del egresado incluirá una sólida comprensión de los procesos electorales, la gestión de campañas y la comunicación institucional, habilidades avanzadas para elaborar mensajes persuasivos y usar herramientas digitales y redes sociales para movilizarse y fidelizar votantes. Está capacitado para analizar el entorno político y mediático, gestionar la imagen pública de candidatos y partidos, y desarrollar investigaciones de opinión que informen decisiones estratégicas. Además, posee una capacidad crítica y ética para enfrentar los desafíos y dilemas que surgen en la comunicación política, adaptándose a un entorno dinámico y en constante cambio.

*Esta capacitación de alta calidad académica te permitirá desempeñarte eficazmente en roles de asesoramiento, gestión de campañas y comunicación estratégica en el ámbito político.*

- ♦ **Capacidad de Redacción:** Habilidad para escribir de manera clara, concisa y atractiva, adaptando el estilo y el tono a diferentes audiencias y plataformas
- ♦ **Pensamiento Crítico:** Aptitud para analizar información de manera objetiva, evaluar fuentes y argumentar con fundamento, asegurando la precisión y la integridad de la información
- ♦ **Habilidades de Investigación:** Destrezas para buscar, verificar y sintetizar información de diversas fuentes, lo que permite desarrollar contenidos informativos y relevantes
- ♦ **Conocimiento de Medios Digitales:** Dominio de herramientas y plataformas digitales, incluyendo redes sociales, blogs y aplicaciones multimedia, para llegar de manera efectiva al público en entornos en constante cambio
- ♦ **Comunicación Interpersonal:** Capacidad para interactuar y colaborar efectivamente con fuentes, colegas y audiencias, manteniendo relaciones profesionales y gestionando entrevistas y reportajes de manera eficaz



Después de realizar el Máster Oficial Universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Director de Campaña Política:** Supervisa y coordina todos los aspectos de una campaña electoral, desarrollando estrategias para maximizar el apoyo y asegurar la victoria del candidato.
- 2. Especialista en Comunicación Política:** Diseña y ejecuta estrategias de comunicación para políticos y partidos, gestionando la relación con los medios y el público para transmitir mensajes clave.
- 3. Consultor de Marketing Político:** Asesora a candidatos y partidos en la creación y difusión de mensajes electorales, utilizando herramientas de marketing para influir en la opinión pública.
- 4. Analista de Opinión Pública:** Investiga y analiza tendencias en la opinión pública, proporcionando insights que guían la estrategia política y la toma de decisiones.
- 5. Experto en Redes Sociales:** Gestiona la presencia y estrategia de un candidato o partido en redes sociales, creando contenido y campañas que movilicen a los votantes en el entorno digital.
- 6. Asesor de Imagen y Branding Político:** Desarrolla y mantiene la imagen pública de un político o partido, asegurando que su identidad visual y mensaje sean coherentes y atractivos para los votantes.
- 7. Coordinador de Eventos Políticos:** Planifica y ejecuta eventos políticos, como mítines y debates, asegurando su organización efectiva y alineación con los objetivos de la campaña.
- 8. Estratega de Crisis:** Desarrolla planes y estrategias para manejar situaciones de crisis en campañas políticas, mitigando daños a la reputación y manteniendo el apoyo del electorado.

### Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de este Máster Oficial Universitario 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.



*Podrás participar en proyectos de investigación aplicada, colaborando en estudios sobre el comportamiento electoral, el análisis de medios y la eficacia de las técnicas de persuasión”*

# 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 del Máster Oficial Universitario, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu  
competencia  
lingüística*





“

*TECH te incluye el estudio de idiomas en el Máster Oficial Universitario 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 del Máster Oficial Universitario”*





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



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 el Máster Oficial Universitario, 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 el Máster Oficial Universitario





# 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 su 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

La máxima premisa de TECH es ofrecer las titulaciones universitarias más integrales y actualizadas del panorama pedagógico. En este sentido, lleva a cabo un minucioso proceso para conformar cada uno de sus claustros docentes. Para la impartición de este Máster Oficial Universitario, ha reunido a los mejores especialistas en el ámbito de la Comunicación y Marketing Político. Así pues, estos profesionales han diseñado numerosos materiales didácticos caracterizados por su elevada calidad y plena aplicación a los requerimientos del mercado laboral actual. De este modo, los alumnos accederán a una experiencia inmersiva que mejorará sus perspectivas laborales significativamente.







“

*Un experimentado equipo docente conformado por expertos en Comunicación y Marketing Político te guiará durante todo el itinerario académico”*



## Dirección



### D. Hernández De La Morena, Marcos

- ♦ Periodista Experto en Comunicación Política
- ♦ Analista Político en la Cámara Cívica
- ♦ Redactor y Locutor en Cadena SER
- ♦ Community Manager y Redactor en Expansión
- ♦ Redactor Económico en La Tribuna de Automoción
- ♦ Colaborador de prensa en las Juventudes Socialistas
- ♦ Analista colaborador en Debate21
- ♦ Graduado en Periodismo por la Universidad Villanueva
- ♦ Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Miembro: Unidad de Coordinación para la Presidencia Española de la Unión Europea, Unidad de Coordinación de la Secretaría General de la Presidencia del Gobierno para la Cumbre de la OTAN

## Profesores

### D. Espinosa Mateo, Carlos

- ♦ Político experto en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política
- ♦ Consultor de Inteligencia Política, Relaciones Institucionales y Comunicación en LEVIN *Institutional Health Affairs*
- ♦ Portavoz municipal en el Ayuntamiento de Socuéllamos
- ♦ Socio fundador y responsable de comunicación en Prima Comunicación
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas y Gobierno por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política por la Universidad Camilo José Cela

### D. Pérez-Guzmán Arbáizar, Víctor

- ♦ Político y Economista Experto en Análisis e Interpretación de Datos
- ♦ Analista de Datos en 40dB
- ♦ Analista de Datos en MVGM International
- ♦ Analista de Estudios de Mercado en Patrick Charles Communication
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Graduado en Economía y Derecho por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster en Análisis Político y Electoral por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Gestión y Análisis de grandes volúmenes de datos: Big Data, Procesamiento de Datos y Tecnología de Procesamiento de Datos por la Escuela de Negocios y Dirección de la UEMC

### D. Lardiez Manzano, Adrián

- ♦ Corresponsal Parlamentario en El Plural
- ♦ Community Manager en la Escuela Internacional de Comunicación
- ♦ Responsable de Comunicación en el Centro de Estudios Universitarios (CEDEU)
- ♦ Redactor de contenidos y locutor en Libertad FM
- ♦ Graduado en Periodismo por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster en Liderazgo Democrático y Comunicación Política, Ciencias Políticas y Gobierno por la Universidad Complutense de Madrid

### Dña. Cáceres, Karina

- ♦ Político Especializada en Comunicación Digital y Género
- ♦ Analista de Datos y Asesora en Política para Brandwatch
- ♦ Analista de Proyectos de Investigación Digital de forma autónoma
- ♦ Asistente de Investigación para la Organización de Estados Americanos
- ♦ Responsable de Estrategia Digital de la Red de Políticos
- ♦ Asistente de Investigación en las ONG Grupo EDISUR y Asuntos al SUR
- ♦ Máster en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca
- ♦ Grado en Relaciones Internacionales por la Universidad Católica de Córdoba

#### D. Espí Hernández, Alejandro

- ♦ Asesor Político
- ♦ Comentarista en Programa de Actualidad Política en Radio UMH
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas y Gestión Pública por la Universidad de Elche
- ♦ Máster en Relaciones Internacionales Iberoamericanas por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Experto en Comunicación Política e Institucional por la Universidad Católica San Antonio de Murcia
- ♦ Experto en Competencias Profesionales, empleabilidad y emprendimiento por la Universidad Miguel Hernández
- ♦ Posgrado en Oratoria y Estrategias de Comunicación Política
- ♦ Miembro oficial de la organización internacional Jóvenes Iberoamericanos

#### Dña. Domínguez Liaño, Sara

- ♦ Analista de Seguridad en Black Bull Group
- ♦ Vocal Asesora dentro del Ministerio de Presidencia del Gobierno de España
- ♦ Prácticas en el Grupo Parlamentario Socialista de la Asamblea de Madrid
- ♦ Participante en Think Tank Common Action Forum
- ♦ Licenciada en CC Políticas por la Universidad Carlos III Madrid (UC3M)
- ♦ Máster de Paz, Seguridad y Defensa por el Instituto Universitario Gutiérrez Mellado
- ♦ Experta titulada en Prevención y Gestión de Crisis Internacionales por la Universidad Carlos III Madrid
- ♦ Perito Grafólogo por el instituto IPSIGRAP
- ♦ Experta titulada en Análisis de Inteligencia

#### D. Romero Sánchez, David

- ♦ Responsable de Comunicación Digital de la página web de la Presidencia del Gobierno de España
- ♦ Consultor de Estrategia y Analista de Comunicación Política Digital en las Elecciones Primarias de Republica Dominicana
- ♦ Consultor de Comunicación Política Digital en la campaña electoral de las Elecciones Generales, Municipales y Europeas
- ♦ Docente en estudios de posgrado universitarios relacionados con la Comunicación Corporativa
- ♦ Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad de Granada
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Granada
- ♦ Máster de Comunicación Política y Campañas Electorales por la Universidad Pablo de Olavide

#### D. Sánchez Zambrano, Isabel María

- ♦ Asistente Parlamentaria Acreditada en el Parlamento Europeo
- ♦ Asesora Política en el Comité de Desarrollo Regional del Parlamento Europeo
- ♦ Asesora en la Federación Española de Municipios y Provincias
- ♦ Graduada en Estudios Internacionales por la Universidad Carlos III de Madrid



#### **D. Guisado, Daniel Vicente**

- ♦ Polítologo Experto en Análisis de Datos y Comportamiento Electoral
- ♦ Articulista en Público
- ♦ Articulista en Agenda Pública
- ♦ Fundador y Editor de Platonea
- ♦ Autor del libro *Hijos de la misma rabia: Salvini y Meloni*
- ♦ Consultor para campaña electoral de ámbito municipal
- ♦ Graduado en Ciencias Políticas por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Análisis Político y Electoral por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Máster en Paz, Seguridad y Defensa por la UNED

“

*No dejes pasar la oportunidad de ampliar tus competencias profesionales y alcanzar un perfil ampliamente demandado en el mercado laboral”*

# 10

## Titulación

El **Máster Oficial Universitario en Comunicación y Marketing Político** es un programa ofrecido por TECH, una Universidad Oficial legalmente constituida en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.





“

*Obtén el título oficial de Máster Universitario con validez internacional y da un paso adelante en tu carrera profesional”*

El **Máster Oficial Universitario en Comunicación y Marketing Político** es un programa ofrecido por TECH, que es una Universidad Oficial española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, de 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el [Boletín Oficial del Estado \(BOE\) núm. 181, de 27 de julio de 2024 \(pág. 96.369\)](#), e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos ([RUCT](#)) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.



*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como la Comunicación y Marketing Político*

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 a nivel europeo, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título oficial de Máster Universitario 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 Oficial\*: **Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político**

Modalidad: **100% online**

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 ECTS**



**Felipe VI, Rey de España**

y en su nombre

**el Rector de la Universidad  
Tecnológica de las Islas Canarias**

**tech**  
universidad

Considerando que, conforme a las disposiciones y circunstancias previstas por la legislación vigente,

**D/Dña** \_\_\_\_\_,

nacido el \_\_\_ de \_\_\_ de \_\_\_ en \_\_\_\_\_, de nacionalidad \_\_\_\_\_,  
ha superado en \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, los estudios universitarios oficiales conducentes al TÍTULO universitario oficial de

**Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político  
por la Universidad Tecnológica de las Islas Canarias**

establecido por Acuerdo del Consejo de Ministros de 30 de octubre de 2009,  
expide el presente título oficial con validez en todo el territorio nacional,  
que faculta al interesado para disfrutar los derechos que a este título  
otorgan las disposiciones vigentes.

Dado en Logroño, a \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

El Rector,

Pedro Navarro Illana

El Secretario General,

Rita Beatriz Machin González

TECH-000000

Código de Universidad | Registro Nacional de Títulos | Código de Centro | Registro Universitario de Títulos  
109 | 30385326 | 2678015 | 8846

# 11

## Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar el **Máster Oficial Universitario en Comunicación y Marketing Político**, 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 **Máster Oficial Universitario en Comunicación y Marketing Político** en un país diferente a España, 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](mailto: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 Máster 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 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

Los requisitos de acceso de este Máster Oficial Universitario se establecen de conformidad con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre. En dicho documento se recogen todos los títulos, nacionales o extranjeros, que los cuales los potenciales alumnos de este programa pueden presentar para acreditar sus conocimientos y competencias.



“

*Revisa los requisitos de acceso de este Máster Oficial Universitario de TECH y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”*

Así se señala que para acceder a este Máster Oficial Universitario es necesario estar en posesión de alguna de las siguientes titulaciones:

- ♦ Título universitario oficial de Graduado o Graduada español o equivalente. Además, se permitirá el acceso a Máster Oficial Universitario a aquellos estudiantes de Grado a los que les falte por superar el TFG y como máximo hasta 9 créditos ECTS para obtenerlo. En ningún caso podrá titularse de Máster si previamente no ha obtenido el título de grado.
- ♦ Título expedido por una institución de educación superior extranjera perteneciente al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que faculte, en el país de expedición, para acceder a las enseñanzas de Máster Oficial
- ♦ Título oficial expedido en un sistema educativo extranjero no perteneciente al EEES, en alguno de los siguientes supuestos:
  - » Título de educación superior extranjero homologado a un título universitario oficial español
  - » Acceso condicionado a la comprobación previa (sin homologación) de que los estudios cursados corresponden a un nivel de formación equivalente al de los títulos universitarios oficiales españoles y que capacitan para acceder a estudios de Máster Oficial en el país en el que se ha expedido el título. Este trámite no implica, en ningún caso, la homologación del título previo, ni su reconocimiento para otra finalidad que no sea la de acceder a los estudios de Máster





### Requisito lingüístico

Los estudiantes procedentes de países o de sistemas educativos con lengua diferente al español, deberán acreditar un conocimiento del español de nivel B2 según el marco Común Europeo de Referencia para lenguas.

En relación con la acreditación del nivel de lengua española para la admisión a un título oficial se puede optar por una de las siguientes alternativas:

- ♦ Presentación del documento que justifique el nivel de español B2
- ♦ Realización de una prueba de nivel interna de la universidad

Quedan exentos de este requisito:

- ♦ Quienes acrediten la nacionalidad española
- ♦ Los que posean una titulación extranjera equivalente a: Filología Hispánica, Traducción e Interpretación (con idioma español), Literatura y/o Lingüística española
- ♦ Quienes hayan realizado estudios previos en español

*¿Cumples con los requisitos de acceso lingüísticos de este Máster Oficial Universitario? No dejes pasar la oportunidad y matricúlate ahora.*

# 13

## Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más simple 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 prisas ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.



“

*TECH 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 la universidad y aceptar las políticas de privacidad, 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 sin esperas. De forma posterior se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy cómoda y rápida. Sólo se deberán subir al sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar vigentes 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 del DNI o documento de identidad oficial del alumno
- ♦ Copia digitalizada del título académico oficial de Grado o título equivalente con el que se accede al Máster Oficial Universitario. En caso de que el estudiante no haya terminado el Grado pero le reste por superar únicamente el TFG y hasta 9 ECTS del programa, deberá aportar un certificado oficial de notas de su universidad donde se corrobore esta situación

Para resolver cualquier duda que surja el estudiante podrá dirigirse a su asesor académico, con gusto le atenderá en todo lo que necesite. En caso de requerir más información, puede ponerse en contacto con [informacion@techtitute.com](mailto:informacion@techtitute.com)

*Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Máster Oficial Universitario cuanto antes, sin trámites ni demoras.*



**Máster Oficial Universitario**  
**Comunicación y Marketing**  
**Político**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 ECTS**



# Máster Oficial Universitario

## Comunicación y Marketing Político