

Experto Universitario Comunicación





Experto Universitario Comunicación

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

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-comunicacion

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 20

06

Metodología de estudio

pág. 28

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 38

08

Impacto para tu carrera

pág. 42

09

Beneficios para tu empresa

pág. 46

10

Titulación

pág. 50

01 Bienvenida

La comunicación corporativa se ha convertido en uno de los pilares más importantes dentro de cualquier empresa. Todas las entidades quieren estar presentes en los medios, así como tener una mejor relación con sus clientes, proveedores y empleados. Por ello, es imprescindible que mejoren sus canales comunicativos para hacer llegar sus mensajes de manera efectiva. Este programa de TECH se centra en brindarle a los profesionales del sector los instrumentos y estrategias específicos que serán necesarios para aplicar las campañas más adecuadas para cada público, logrando un nivel de capacitación que les permitirá ascender hasta convertirse en uno de los especialistas más reclamados del sector.



Experto Universitario en Comunicación
TECH Universidad



“

Forma parte del cambio y capacítate para conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

Este programa tiene el objetivo de capacitar a profesionales en el campo de la comunicación, brindándoles las herramientas que le ayuden a adquirir los conocimientos necesarios para emitir un mensaje adecuado y coherente. Para ello, el Experto Universitario en Comunicación engloba todos los aspectos relacionados con este campo, para garantizar que se cumple a cabalidad con el perfil que las empresas buscan en este tipo de profesionales. Tras finalizar el programa, el alumno podrá desarrollar una identidad corporativa que transmita los valores y metas de una empresa.





Aplica las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos
Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El **Experto Universitario en Comunicación** capacitará a los alumnos para:

01

Ser capaz de entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas

02

Tener la capacidad para contextualizar adecuadamente los sistemas de medios de comunicación y, en particular, la estructura mundial de la comunicación

03

Saber describir las principales tendencias de investigación en la comunicación social, así como sus diferentes modelos: behavioristas, funcionales, constructivistas y estructuralistas

04

Saber definir el marco de actuación de los grandes grupos de medios y sus procesos de concentración

05

Conocer el departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones



06

Aplicar las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones

08

Conocer las técnicas de investigación de la imagen corporativa y saber aplicar las herramientas de la comunicación para gestionarla de manera eficaz en empresas y organizaciones públicas

09

Aplicar las herramientas de análisis de la identidad y reputación corporativas

07

Saber organizar eventos en el ámbito privado y público, siguiendo las directrices del protocolo

10

Analizar la naturaleza y el funcionamiento de los grupos de interés y de presión en las democracias actuales



11

Entender la importancia de las redes sociales y el *e-mobile* como apoyo y revolución comercial, y utilizar dichas herramientas para la consecución de objetivos publicitarios y de relaciones públicas

12

Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación

13

Conocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva

14

Conocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas



15

Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas

16

Identificar los perfiles del publicista y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio laboral

17

Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva

18

Identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas



05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Comunicación se ha diseñado para cumplir con los altos estándares que las empresas y organizaciones exigen de sus empleados, lo que se podrá transformar en un aumento en las posibilidades de los estudiantes para acceder a puestos de mayor responsabilidad en los departamentos de comunicación de empresas de diferentes sectores. El programa se podrá cursar en 6 meses de aprendizaje de manera única y estimulante, siguiendo ejemplos prácticos y la guía de un cuerpo docente especialista en esta área.



“

Forma parte del cambio con un programa 100% online que te ayudará a comprender mejor el de comunicación corporativa”

Plan de estudios

La forma en la que la comunicación corporativa se ha convertido en un pilar importante para cualquier empresa es la razón por la cual generan confianza y seguridad en los usuarios. Por este motivo, todas las entidades quieren estar presentes en los medios de comunicación o tener una mejor comunicación con sus clientes, proveedores y empleados. En muchas ocasiones, este afán por comunicar a cualquier precio no sigue ninguna táctica para alcanzar una estrategia definida, sino que supone una improvisación que una empresa no puede permitirse.

En consecuencia, ha nacido la necesidad de contar con profesionales que sean capaces de gestionar y desarrollar un equipo de comunicación que potencie los resultados y los mensajes que se desea transmitir. En este sentido, el Experto Universitario en Comunicación cumple con todas las demandas y exigencias de este sector.

A lo largo de 600 horas de aprendizaje, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante un trabajo individual. Así, será capaz de comprender y asimilar cómo es el proceso de creación de la imagen corporativa, poniendo especial atención a la comunicación persuasiva. El objetivo de este programa es ofrecer teorías y técnicas para superar prejuicios, desarrollar la imaginación y despertar una actitud acorde para generar ideas originales en cualquier esfera comunicativa.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 4 módulos:

Módulo 1

Estructura de la comunicación

Módulo 2

Comunicación institucional

Módulo 3

Creatividad en comunicación

Módulo 4

Empresa publicitaria y de las relaciones públicas



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad a sus alumnos de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la capacitación, podrán acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que les permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Estructura de la comunicación

1.1. Teoría, concepto y método de la estructura de la comunicación

- 1.1.1. Introducción
- 1.1.2. Autonomía de la disciplina y relaciones con otras materias
- 1.1.3. El método estructuralista
- 1.1.4. Definición y objeto de la estructura de la comunicación
- 1.1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

1.2. orden internacional de la comunicación

- 1.2.1. Introducción
- 1.2.2. Control del Estado: monopolios
- 1.2.3. Comercialización de la comunicación
- 1.2.4. Dimensión cultural de la comunicación

1.3. Grandes agencias informativas

- 1.3.1. Introducción
- 1.3.2. Qué es una agencia informativa
- 1.3.3. Información y noticias
- 1.3.4. Antes de internet
- 1.3.5. Las agencias de noticias se ven gracias a internet
- 1.3.6. Las grandes agencias mundiales

1.4. La industria publicitaria y su relación con el sistema de medios

- 1.4.1. Introducción
- 1.4.2. Industria publicitaria
- 1.4.3. La necesidad de la publicidad para los medios de comunicación
- 1.4.4. La estructura de la industria publicitaria
- 1.4.5. Los medios y su relación con la industria publicitaria
- 1.4.6. Regulación y ética publicitaria

1.5. Cine y mercado de la cultura y el ocio

- 1.5.1. Introducción
- 1.5.2. La compleja naturaleza del cine
- 1.5.3. El origen de la industria
- 1.5.4. Hollywood, la capital mundial del cine

1.6. Poder político y medios de comunicación

- 1.6.1. Introducción
- 1.6.2. Influencia de los medios de comunicación en la formación de la sociedad
- 1.6.3. Medios de comunicación y poder político

1.7. Concentración de medios y políticas de comunicación

- 1.7.1. Introducción
- 1.7.2. La concentración de medios
- 1.7.3. Políticas de comunicación

1.8. Estructura de la comunicación en Latinoamérica

- 1.8.1. Introducción
- 1.8.2. Estructura de la comunicación en Latinoamérica
- 1.8.3. Nuevas tendencias

1.9. Sistema de medios en Hispanoamérica y la digitalización del periodismo

- 1.9.1. Introducción
- 1.9.2. Aproximación histórica
- 1.9.3. Bipolaridad del sistema de medios hispanoamericano
- 1.9.4. Medios hispanos en EE.UU.

1.10. Digitalización y futuro del periodismo

- 1.10.1. Introducción
- 1.10.2. La digitalización y la nueva estructura de medios
- 1.10.3. La estructura de la comunicación en los países democráticos

Módulo 2. Comunicación institucional

2.1. La dirección de comunicación

- 2.1.1. Introducción
- 2.1.2. Historia de la comunicación institucional
- 2.1.3. Principales características de la comunicación institucional
- 2.1.4. La dirección de comunicación
- 2.1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

2.2. Ética, cultura y valores

- 2.2.1. Introducción
- 2.2.2. Ética en la comunicación institucional
- 2.2.3. Cultura en la comunicación institucional
- 2.2.4. Valores en la comunicación institucional

2.3. Identidad e imagen corporativa

- 2.3.1. Introducción
- 2.3.2. Imagen de marca
- 2.3.3. Identidad
- 2.3.4. Errores en la imagen corporativa

2.4. Publicidad y comunicación

- 2.4.1. Introducción
- 2.4.2. Industria publicitaria
- 2.4.3. La importancia de la comunicación

2.5. Comunicación digital

- 2.5.1. Introducción
- 2.5.2. El papel de la comunicación digital
- 2.5.3. Ventajas de la comunicación digital

2.6. Gestión de eventos

- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. Definición
- 2.6.3. Gestión de eventos

2.7. Patrocinio y mecenazgo

- 2.7.1. Introducción
- 2.7.2. El patrocinio
- 2.7.3. El mecenazgo

2.8. Lobbies

- 2.8.1. Introducción
- 2.8.2. Definición
- 2.8.3. Los lobbies en comunicación

2.9. Comunicación interna

- 2.9.1. Introducción
- 2.9.2. Definición
- 2.9.3. Características de la comunicación interna

2.10. Crisis

- 2.10.1. Introducción
- 2.10.2. Crisis de la comunicación institucional
- 2.10.3. Nuevos retos de la comunicación institucional

2.11. Comunicación financiera

- 2.11.1. Introducción
- 2.11.2. La comunicación financiera
- 2.11.3. La importancia de la comunicación financiera

2.12. Protocolo empresarial

- 2.12.1. Introducción
- 2.12.2. Definición
- 2.12.3. Protocolo empresarial



Cuenta con un programa que se centra en la gestión y desarrollo de un equipo de comunicaciones y posicónate a nivel global en un área altamente demandada”

Módulo 3. Creatividad en comunicación

3.1. Crear es pensar

- 3.1.1. El arte de pensar
- 3.1.2. Pensamiento creador y creatividad
- 3.1.3. Pensamiento y cerebro
- 3.1.4. Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización

3.2. Naturaleza del proceso creativo

- 3.2.1. Naturaleza de la creatividad
- 3.2.2. La noción de creatividad: creación y creatividad
- 3.2.3. La creación de ideas al servicio de una comunicación persuasiva
- 3.2.4. Naturaleza del proceso creativo en publicidad

3.3. La invención

- 3.3.1. Evolución y análisis histórico del proceso de creación
- 3.3.2. Naturaleza del canon clásico de la inventio
- 3.3.3. La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas
- 3.3.4. Invención, inspiración, persuasión

3.4. Retórica y comunicación persuasiva

- 3.4.1. Retórica y publicidad
- 3.4.2. Las partes retóricas de la comunicación persuasiva
- 3.4.3. Figuras retóricas
- 3.4.4. Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario

3.5. Comportamiento y personalidad creativa

- 3.5.1. La creatividad como característica personal, como producto y como proceso
- 3.5.2. Comportamiento creativo y motivación
- 3.5.3. Percepción y pensamiento creador
- 3.5.4. Elementos de la creatividad

3.6. Aptitudes y capacidades creativas

- 3.6.1. Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa
- 3.6.2. Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford
- 3.6.3. Interacción entre factores y capacidades del intelecto
- 3.6.4. Aptitudes para la creación
- 3.6.5. Capacidades creativas

3.7. Las fases del proceso creativo

- 3.7.1. La creatividad como proceso
- 3.7.2. Las fases del proceso creativo
- 3.7.3. Las fases del proceso creativo en publicidad

3.8. La solución de problemas

- 3.8.1. La creatividad y la solución de problemas
- 3.8.2. Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales
- 3.8.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

3.9. Los métodos del pensamiento creador

- 3.9.1. El *brainstorming* como modelo de creación de ideas
- 3.9.2. Pensamiento vertical y pensamiento lateral
- 3.9.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

3.10. Creatividad y comunicación publicitaria

- 3.10.1. El proceso de creación como producto específico de la comunicación publicitaria
- 3.10.2. Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria
- 3.10.3. Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria
- 3.10.4. La creación publicitaria: del problema a la solución
- 3.10.5. Creatividad y comunicación persuasiva

Módulo 4. Empresa publicitaria y de las relaciones públicas
4.1. Estructura de las agencias de publicidad y/o relaciones públicas

- 4.1.1. Estructura
- 4.1.2. Funciones
- 4.1.3. Selección de agencias

4.2. Gestión económica de la agencia

- 4.2.1. Tipos de forma jurídica
- 4.2.2. Modelo de negocio
- 4.2.3. Desarrollo y control de proyectos

4.3. Relaciones económicas en la empresa publicitaria

- 4.3.1. Relaciones económicas con anunciantes
- 4.3.2. Relaciones económicas con empleados y socios
- 4.3.3. Empresario individual y autónomo

4.4. La cuenta de explotación de la agencia de publicidad

- 4.4.1. Inversión, ingresos y facturación
 - 4.4.1.1. Gastos
 - 4.4.1.2. Personal
 - 4.4.1.3. Alquiler
 - 4.4.1.4. Amortización
 - 4.4.1.5. Gastos no facturables
 - 4.4.1.6. Prospecciones
 - 4.4.1.7. Morosidad
 - 4.4.1.8. Gastos financieros
- 4.4.2. Resultados
- 4.4.3. Presupuesto anual

4.5. Vínculo entre la publicidad y las relaciones públicas

- 4.5.1. Con relación a los objetivos
- 4.5.2. Con relación a los destinatarios de la actividad
- 4.5.3. Sobre la selección de los medios y soportes

4.6. Sistemas de retribución

- 4.6.1. Retribución de las agencias
- 4.6.2. Dimensión contable de la agencia
- 4.6.3. Determinación del presupuesto

4.7. Relaciones con los stakeholders externos

- 4.7.1. Relaciones agencia anunciante
- 4.7.2. Relaciones agencia medios de comunicación
- 4.7.3. Relaciones agencia consumidor final

4.8. Estrategias de crecimiento organizacional

- 4.8.1. *Holdings*
- 4.8.2. Cadena de valor
- 4.8.3. Desafíos del crecimiento organizacional

4.9. Organigrama interno de una agencia de publicidad

- 4.9.1. Modelo de gestión de agencia
- 4.9.2. Departamento de cuentas
- 4.9.3. Departamento creativo
- 4.9.4. Departamento de medios
- 4.9.5. Departamento de producción

4.10. Gestión de equipos

- 4.10.1. La motivación
- 4.10.2. Gestión del cambio y liderazgo
- 4.10.3. Comunicación interna

06

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.



“

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

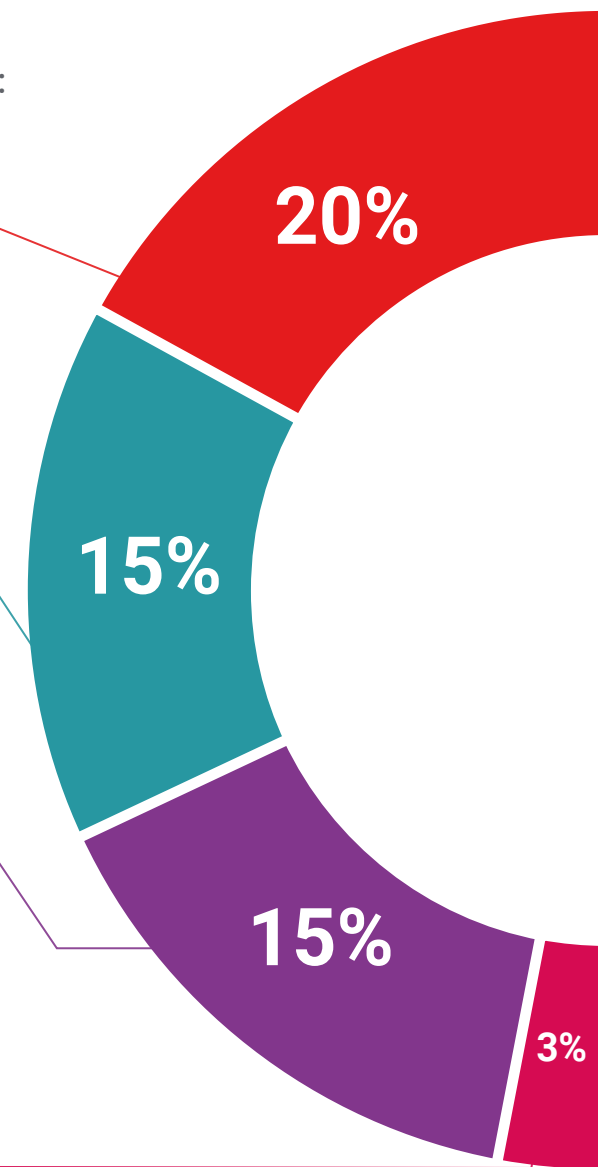
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

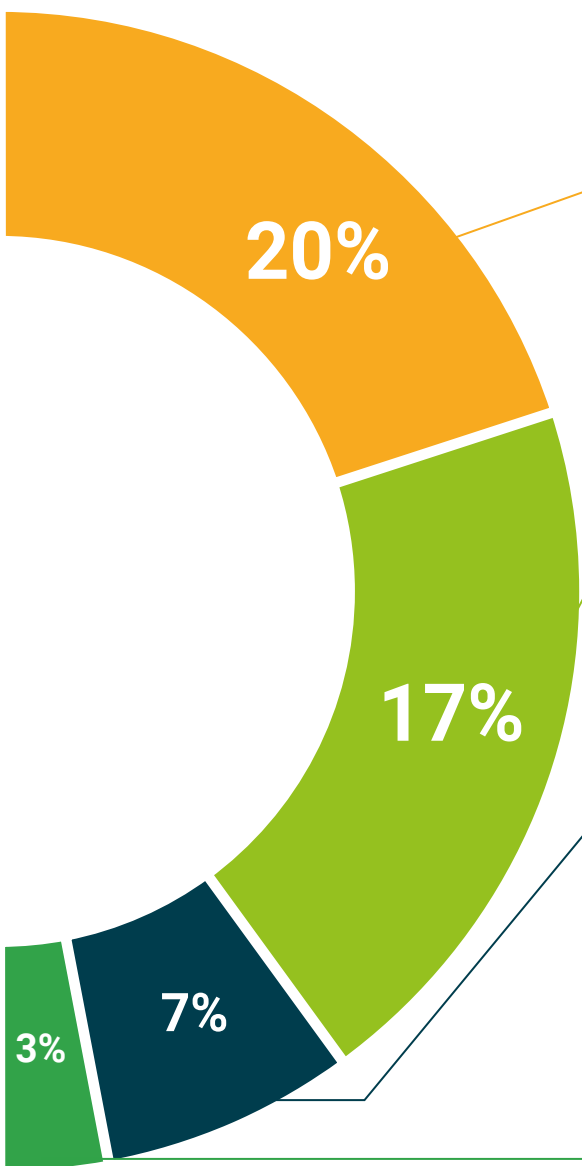
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



07

Perfil de nuestros alumnos

El perfil de los alumnos de este programa es el de profesionales con estudios relacionados con el periodismo, la comunicación y las relaciones públicas, que desean especializarse en este campo para mejorar sus habilidades comunicativas y ser más eficaces en su desempeño profesional. Además, podrán participar en este programa profesionales de los negocios que cuenten con experiencia previa en el ámbito de la comunicación corporativa.



“

Conoce las técnicas de investigación de la imagen corporativa y aplica las herramientas de la comunicación para gestionarla de manera eficaz en empresas y organizaciones públicas”

Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia



Formación

Económicas y empresariales **25%**

Periodismo y comunicación **40%**

Ciencias Sociales **15%**

Otros **20%**



Perfil académico

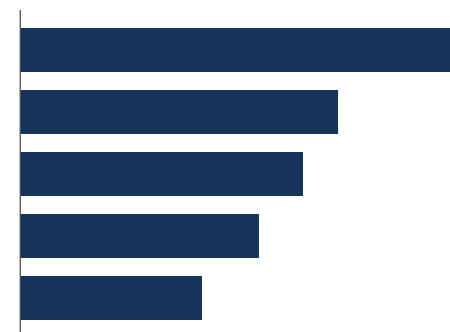
Responsables de comunicación **35%**

Técnicos de comunicación **22%**

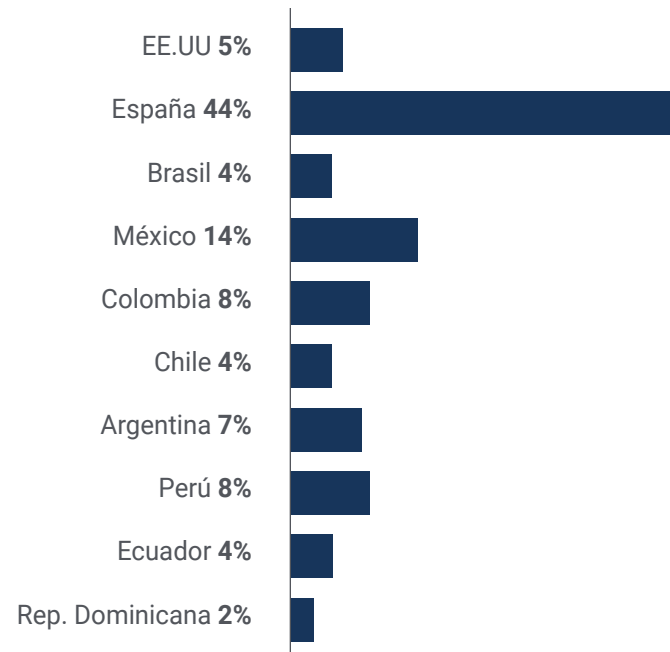
Profesionales de marketing **18%**

Empresarios **15%**

Otros **10%**



Distribución geográfica



Ana Luisa Silva

Responsable de comunicación en una multinacional

"Este programa me ha enseñado, de manera sencilla y eficiente, a comprender la importancia de la comunicación en una organización. He descubierto que siempre existe espacio para la creatividad en este campo, por lo que he mejorado mis proyectos laborales y he logrado ascender hasta convertirme en responsable de comunicación de mi empresa"

08

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. Por esta razón, el objetivo final siempre será brindar todas las herramientas necesarias y una metodología innovadora para motivar a los estudiantes en cada clase. Esto garantizará una inserción laboral satisfactoria en un sector que demanda calidad y excelencia.



“

Podrás generar un cambio positivo en tu carrera profesional fomentando tu creatividad en los diferentes medios de comunicación. Te ayudaremos a conseguirlo”

¿Preparado para dar el salto?

Una excelente mejora profesional está esperando

El Experto Universitario en Comunicación de TECH es un programa intensivo que prepara a los futuros egresados para afrontar retos y decisiones empresariales en el campo de la comunicación corporativa. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Si quiere superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

Una vía de educación y crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral.

Logra el cambio positivo que necesitas para impulsar tu carrera y profesión con el Experto Universitario en Comunicación.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**



09

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Comunicación contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

*Organiza eventos en el ámbito privado
y en el ámbito público, siguiendo las
directrices del protocolo”*

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.

05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Experto Universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

10 Titulación

El Experto Universitario en Comunicación garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

*Supera con éxito esta capacitación
y recibe tu titulación universitaria sin
desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este **Experto Universitario en Comunicación** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Comunicación**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario Comunicación

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

Experto Universitario Comunicación

