



# Experto Universitario

Marketing

» Modalidad: online

» Duración: 3 meses

» Titulación: TECH Universidad

» Acreditación: 18 ECTS

» Horario: a tu ritmo

» Exámenes: online

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

# 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. 26

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 36

80

Impacto para tu carrera

pág. 40

09

Beneficios para tu empresa

pág. 44

10

Titulación

pág. 48

# 01 **Bienvenida**

Es inconcebible hoy en día no poseer una estrategia de marketing adecuada y actualizada a las nuevas realidades del mercado. Con la apertura de nuevos nichos de negocio digitales, así como la evolución constante de la forma de comunicarse con potenciales clientes, se hace imprescindible que los profesionales de la mercadotecnia actuales posean conocimientos avanzados para adaptarse a todos estos posibles contextos. De esta necesidad de profesionales con nuevos conocimientos más específicos surge la presente titulación de TECH, con la que todos los profesionales del marketing pueden adquirir los conocimientos necesarios para elevar su carrera e incluso dirigirla hacia puestos de dirección en departamentos de comunicación con mayor reconocimiento.









### tech 08 | ¿Por qué estudiar en TECH?

#### 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 multivídeo 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...

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

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.



# B

### 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"

### ¿Por qué estudiar en TECH? | 09 tech

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.





# tech 12 | ¿Por qué nuestro programa?

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



### 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.



# 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.



### 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.



### 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.



### 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.



# 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.



### 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.



### 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.





# tech 16 | Objetivos

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

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



Saber relacionar los conceptos básicos de la teoría económica general y la teoría del consumidor con la publicidad y sus efectos en la sociedad de mercado

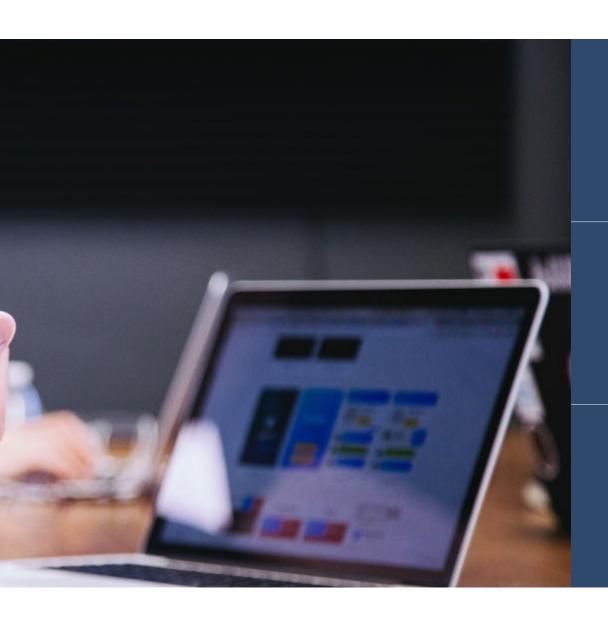


Reconocer y dominar los principales conceptos, teorías y metodologías de la sociología para el análisis crítico de la realidad social propia de los procesos de comunicación persuasiva



Saber identificar los fundamentos teóricos y prácticos de la investigación estadística y su aplicación en la investigación y planificación de medios y soportes







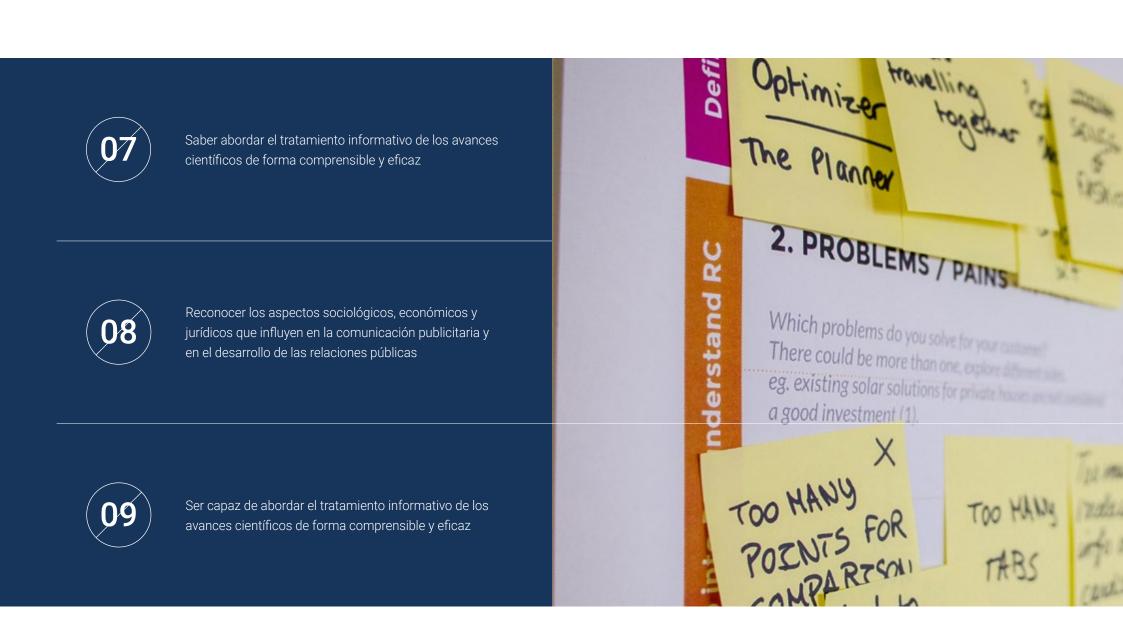
Buscar información eficaz e investigar los mercados de manera más precisa, con capacidad para entender el entorno económico circundante

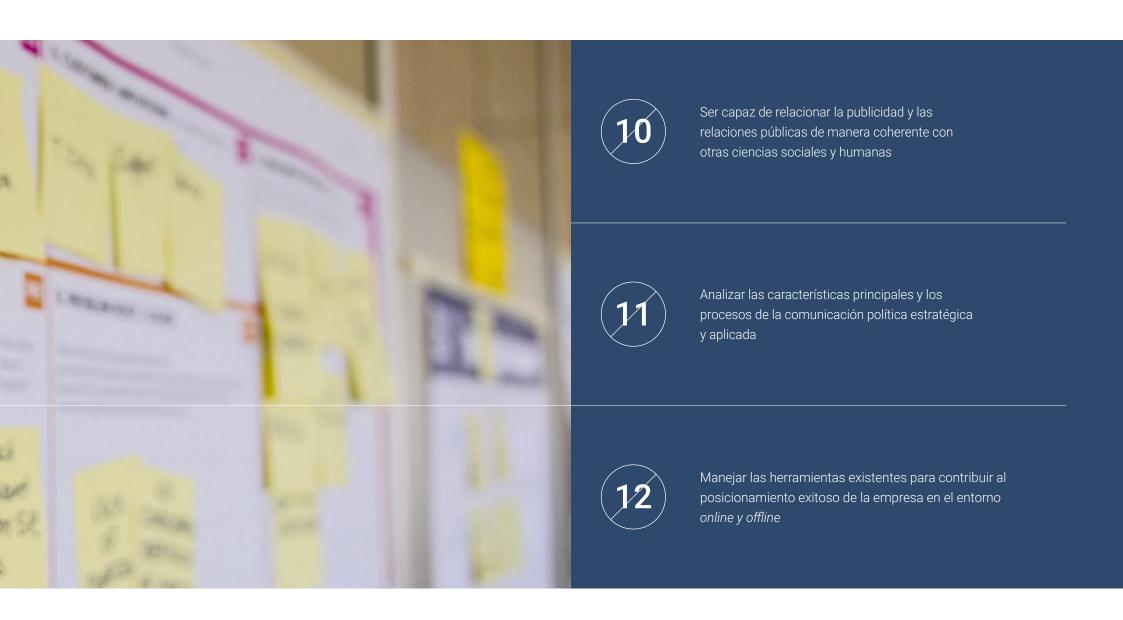


Identificar los métodos y técnicas de Marketing específicas para la toma de decisiones en el área de la publicidad y de las relaciones públicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras



Comprender la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos, como expresiones de los modos de vida y de las culturas de las sociedades en las que desempeñan su función pública









# tech 22 | Estructura y contenido

### Plan de estudios

El Experto Universitario en Marketing de TECH Universidad prepara a sus alumnos para las nuevas realidades de comunicación corporativa de la presente década, instruyéndoles en los conocimientos más avanzados de mercadotecnia.

El contenido del Experto Universitario está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones del alumno con un mayor rigor en entornos inciertos, afrontando los retos empresariales que puedan presentarse en el ámbito de la publicidad o la comunicación estratégica.

De esta manera, el Experto Universitario se adentra en economía a partir de los fundamentos del marketing, con especial foco en el marketing estratégico cuyo fin es lograr resultados. Un plan de estudios diseñado para especializar a profesionales del ámbito empresarial y orientales hacia este sector desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Durante la capacitación el alumno aprende a aplicar los conocimientos aprendidos en contextos reales, con ejemplos auténticos de situaciones comunicativas en las que se ha aplicado con éxito las técnicas de marketing estudiadas. Esto supone una gran ventaja para el alumno ya que podrá a empezar a aplicar las aptitudes adquiridas en la titulación sobre la marcha, incluso antes de completarla.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 3 meses y se divide en 3 módulos:

 Módulo 1
 Introducción a la economía

 Módulo 2
 Fundamentos de marketing

 Módulo 3
 Marketing estratégico



### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Marketing de manera totalmente online. Durante los 3 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Desarrollarás habilidad en la búsqueda de información e investigación de mercados y capacidad para entender el entorno económico circundante.

# tech 24 | Estructura y contenido

2.1.4. Marketing mix2.1.5. Futuro del Marketing

2.1.6. Marketing Estratégico

Módulo 1. Introducción a la economía			
<ul> <li>1.1. Introducción a la oferta, la demanda, el equilibrio y cambios en el mercado</li> <li>1.1.1. Economía: principios y definiciones</li> <li>1.1.2. El Coste de oportunidad</li> <li>1.1.3. El punto de equilibrio</li> </ul>	<ul> <li>1.2. La demanda, la oferta y las preferencias del mercado</li> <li>1.2.1. Mercados y tipos de mercado</li> <li>1.2.2. Demanda de mercado</li> <li>1.2.3. Oferta de mercado</li> <li>1.2.4. Equilibrio y estática</li> </ul>	<ul> <li>1.3. La restricción presupuestaria y el equilibrio del consumidor</li> <li>1.3.1. Restricción presupuestaria y desplazamientos</li> <li>1.3.2. Elección óptima</li> <li>1.3.3. Elección óptima</li> </ul>	<ul> <li>1.4. El excedente del consumidor y del productor. La eficiencia del equilibrio competitivo</li> <li>1.4.1. Excedente del consumidor y productor</li> <li>1.4.2. La eficiencia del equilibrio competitivo</li> </ul>
<ul> <li>1.5. Precios máximos y mínimos, el efecto de un impuesto indirecto</li> <li>1.5.1. Precios máximos y mínimos</li> <li>1.5.2. Efecto de un impuesto indirecto</li> </ul>	<ul> <li>1.6. Elasticidad del precio de la demanda y factores determinantes de la elasticidad</li> <li>1.6.1. Elasticidad en el precio de la demanda</li> <li>1.6.2. Resumen de los tipos de elasticidad</li> </ul>	<ul><li>1.7. Elasticidad de la demanda cruzada y su cálculo analítico</li><li>1.7.1. Elasticidad cruzada</li><li>1.7.2. Cálculo analítico</li></ul>	<ul> <li>1.8. La función de producción y rendimientos</li> <li>1.8.1. La función de producción</li> <li>1.8.2. Ley de rendimientos decrecientes</li> </ul>
<ul> <li>1.9. Los costes a corto plazo y a largo plazo.</li> <li>1.9.1. Funciones de costes</li> <li>1.9.2. Costes a corto plazo</li> <li>1.9.3. Costes a largo plazo</li> </ul>	<ul> <li>1.10. Magnitudes básicas de la economía</li> <li>1.10.1. La actividad económica</li> <li>1.10.2. Índices de precios e indicadores de mercados</li> <li>1.10.3. Flujo circular de la renta</li> </ul>	<ul><li>1.11. Políticas monetarias</li><li>1.11.1. El dinero y su circulación</li><li>1.11.2. Equilibrio en el mercado de dinero y políticas monetarias</li></ul>	1.12. Estructuras y tipos de mercado 1.12.1. Estructuras de mercado
1.13. Mercados no competitivos 1.13.1. Competencia mercado monopolístico 1.13.2. Competencia mercado oligopolio	<ul><li>1.14. Modelo de la oferta y demanda agregada</li><li>1.14.1. La demanda agregada</li><li>1.14.2. El multiplicador keynesiano</li><li>1.14.3. La oferta agregada</li></ul>	<ul><li>1.15. Relaciones económicas internacionales</li><li>1.15.1. Comercio internacional</li><li>1.15.2. Balanza de pagos y teorías del tipo de cambio</li></ul>	
Módulo 2. Fundamentos de marketing			
2.1. Introducción al Marketing 2.1.1. Concepto 2.1.2. Variables básicas del Marketing 2.1.3. El Marketing y la empresa 2.1.4. Marketing mix 2.1.5. Futuro del Marketing	<ul> <li>2.2. Investigación de mercados</li> <li>2.2.1. Concepto</li> <li>2.2.2. Sistemas de información de Marketing</li> <li>2.2.3. El proceso de investigación de mercados</li> <li>2.2.4. Principales técnicas de recogida de información</li> </ul>	<ul><li>2.3. Producto y precio</li><li>2.3.1. El producto</li><li>2.3.2. El precio</li></ul>	<ul><li>2.4. La distribución. Mercado y clientes</li><li>2.4.1. El mercado</li><li>2.4.2. El cliente</li><li>2.4.3. Canales de distribución</li></ul>

información

<b>2.5.</b> 2.5.1. 2.5.2.	Comunicación integral Elementos de la comunicación comercial Técnicas de venta	<ul><li>2.6. Departamento comercial</li><li>2.6.1. El manual del vendedor</li><li>2.6.2. Organización del departamento comercial</li></ul>	<ul> <li>2.7. La comunicación dentro del Marketing</li> <li>2.7.1. La publicidad</li> <li>2.7.2. La comunicación corporativa</li> <li>2.7.3. Promoción</li> <li>2.7.4. Merchandising y publicidad en el lugar de venta</li> </ul>	<ul> <li>2.8. Marketing Directo</li> <li>2.8.1. Concepto</li> <li>2.8.2. Objetivos</li> <li>2.8.3. Ventas y desventajas</li> <li>2.8.4. Herramientas del Marketing Directo</li> <li>2.8.5. Funciones y medios del Marketing Directo</li> </ul>
	Plan de Marketing y auditoría Plan de Marketing Auditoría de Marketing	2.10. Marketing en Internet y nuevas tecnologías.  2.10.1. Internet 2.10.2. Conceptos claves en Internet 2.10.3. Marketing operativo en la red 2.10.4. Posicionamiento en buscadores 2.10.5. Networking 2.10.6. Redes sociales 2.10.7. El comercio electrónico		

3.1. 3.1.1. 3.1.2. 3.1.3.	estratégica: la orientación al mercado Marketing y dirección estratégica de la empresa	3.2.1. 3.2.2. 3.2.3.	Análisis externo: mercados, competencia y entorno en general Análisis del mercado y los clientes Análisis de la competencia Análisis de otras variables del entorno Demandas sociales. Incertidumbre estratégica	3.3. 3.3.1. 3.3.2. 3.3.3.	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	3.4.2.	Estrategias de Marketing (I): la empresa Dirección del entorno y Marketing de orientación social Estrategias de desinversión Estrategias de crecimiento
3.5.1. 3.5.2. 3.5.3.	Estrategias de Marketing (II): el producto-mercado  Estrategias de cobertura del mercado y determinación del público objetivo Estrategias competitivas Alianzas estratégicas	3.6.1. 3.6.2. 3.6.3.	Estrategias de Marketing (III): el producto  La estrategia de nuevo producto: proceso de difusión y adopción La estrategia de diferenciación y posicionamiento Estrategias en función del ciclo de vida del producto	<b>3.7.</b> 3.7.1. 3.7.2. 3.7.3. 3.7.4. 3.7.5.	Estrategias de oferta Introducción Estrategias de marca. Estrategias de producto. Estrategias de precio. Estrategias de servicios.	3.8. 3.8.1. 3.8.2. 3.8.3.	Estrategias de salida al mercado Estrategias de distribución. Estrategias de comunicación. Estrategias de fuerza de ventas, internet y Marketing Directo
3.9.	Organización de las actividades de Marketing y de las relaciones	3.10.	Implantación y control de la estrategia de Marketing				
3.9.1. 3.9.2. 3.9.3.		3.10.2 3.10.3 3.10.4	. Introducción . Plan de Marketing . Ejecución del plan de Marketing . Marketing interno . Evaluación y control				





### 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.







### 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"

# tech 30 | Metodología de estudio

#### 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.



# tech 32 | Metodología de estudio

# 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 mentoralumno, 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 según el índice global score, 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.

### tech 34 | Metodología de estudio

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.

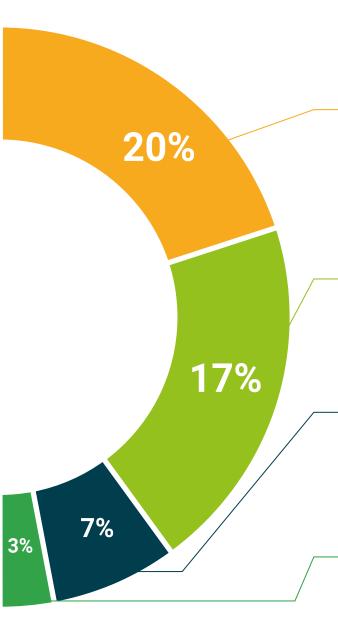
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".





### 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.



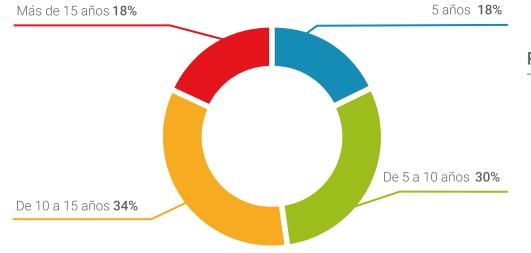




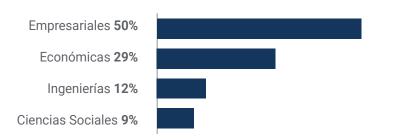
Edad media

Entre **35** y **45** años

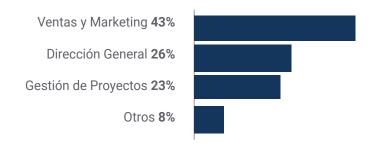
Años de experiencia



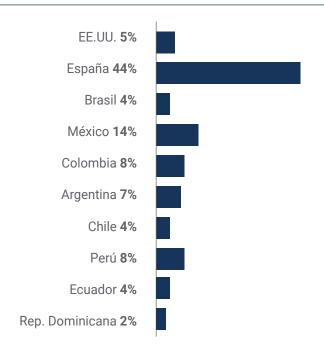
#### Formación



#### Perfil académico



## Distribución geográfica





## Lorena Bermúdez

#### **Content Strategist**

"Quería actualizar mis conocimientos en marketing ya que me había quedado un poco desfasada en cuanto a tendencias y novedades en el sector, y este programa de TECH me ha resultado claro y muy completo en cuanto a contenidos. Además, el temario está colgado en línea, así que he podido aprendérmelo compaginándolo con mi labor profesional"





## ¿Preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional está esperando

El Experto Universitario en Marketing de TECH Universidad tiene todos los conocimientos necesarios para asumir el liderazgo de departamentos de marketing de cualquier índole o ámbito empresarial. Con todas las estrategias que aprende el alumno durante la titulación se estará preparando para la gran responsabilidad que supone dirigir equipos de comunicación en un mundo que demanda cada vez un marketing más preciso y especializado.

Todas las empresas tienen un departamento de marketing, desarrollarte en este campo es una apuesta laboral segura. Hazlo con TECH y multiplicarás tus posibilidades de éxito.

Si necesitas profundizar en teoría económica y fundamentos del marketing, este Experto Universitario de TECH es para ti.

#### Momento del cambio

Durante el programa el 62%

Dos años después el 26%

#### Tipo de cambio

Promoción interna **46**%

Cambio de empresa **44**%

Emprendimiento **10**%

## Mejora salarial

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

Salario previo

48.300 €

Incremento salarial del

25,55%

Salario posterior

60.640 €





## tech 46 | Beneficios para tu empresa

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



# 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.



# Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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



#### Construcción de agentes de cambio

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



# Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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







## Desarrollo de proyectos propios

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



### Aumento de la competitividad

Este programa dotará a nuestros alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.





## tech 50 | Titulación

Este programa te permitirá obtener el título de **Experto Universitario en Marketing** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: Experto Universitario en Marketing

Modalidad: **online** Duración: **3 meses** 

Acreditación: 18 ECTS



<sup>\*</sup>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.

tech universidad

# **Experto Universitario**Marketing

- » Modalidad: online
- » Duración: 3 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

