

Experto Universitario

Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial



Experto Universitario Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial

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

Acceso web: www.techitute.com/inteligencia-artificial/experto-universitario/experto-comunicacion-gestion-relaciones-comerciales-mediante-inteligencia-artificial

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología de estudio

pág. 22

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

La Automatización de Marketing con Inteligencia Artificial (IA) es un aspecto fundamental para las empresas del sector comunicativo por varias razones. Entre ellas, permite manejar tareas repetitivas como el envío de correos electrónicos de seguimiento, la programación de publicaciones en redes sociales o la evaluación de los resultados. De este modo, esto permite a los profesionales disponer de más tiempo para concentrarse en las tareas estratégicas. En relación con esto, las herramientas propias de esta tecnología pueden ajustar automáticamente las estrategias de publicidad en tiempo real, lo que maximiza el retorno de inversión (incluyendo la optimización de ofertas, presupuestos y orientación de anuncios). Por este motivo, TECH lanza una capacitación online que ahondará en la Optimización de procesos mediante IA.



“

*Personaliza la Oferta de
Ventas a través de 150 horas
de la mejor enseñanza digital”*

En un contexto empresarial marcado por la competitividad, las instituciones buscan analizar conversaciones y tendencias para conocer en detalle a los consumidores. Por eso, los sistemas del Aprendizaje Automático han cobrado un especial protagonismo. Esto se debe a su aplicación para el monitoreo de las marcas, rastreando así menciones de las firmas en las redes sociales para evaluar la percepción del público sobre sus productos o servicios. Así pues, los especialistas pueden desarrollar estrategias integrales para mantener una imagen positiva de las organizaciones y abordar de forma oportuna cualquier problema que surja.

Ante esta realidad, TECH desarrolla un pionero programa que profundizará en el análisis de datos comunicativos para la toma de decisiones estratégicas. El plan de estudios ofrecerá al alumnado los sistemas más modernos para identificar y evaluar las emociones de los usuarios. Además, el temario hará hincapié en la ubicación del Big Data para analizar comunicaciones. En sintonía con esto, los contenidos didácticos abordarán la resolución automática de problemas mediante instrumentos como los Chatbots. También el programa impulsará a que los egresados realicen mejoras en las experiencias digitales de los usuarios, con el fin de fidelizarlos. Por otra parte, la capacitación se centrará en la monitorización automatizada de competidores y vigilancia competitiva predictiva.

La metodología pedagógica del *Relearning*, junto con los recursos multimedia, permiten a los estudiantes acceder al material didáctico las 24 horas del día, los 7 días de la semana, y de manera flexible. Esta titulación se imparte 100% online, lo que significa que los estudiantes pueden aprender a su propio ritmo y según su horario. Además, los docentes destacados son expertos en Inteligencia Artificial en Comunicación y tienen una amplia experiencia laboral y de investigación. Este Experto Universitario es una oportunidad única para los profesionales del Marketing mejoren sus habilidades. Con un formato innovador y un contenido actualizado, TECH ofrece una enseñanza rigurosa y de alta calidad.

Este **Experto Universitario en Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Inteligencia Artificial en Marketing y Comunicación
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información completa y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Serás capaz de predecir las tendencias en el mercado para desarrollar productos innovadores que te diferencien de la competencia”

“

Crearás dashboards interactivos para visualizar datos y métricas de forma dinámica en un solo lugar”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Llevarás a cabo los Análisis Predictivos más avanzados para verificar el rendimiento de tus anuncios.

Gracias a la revolucionaria metodología Relearning, integrarás todos los conocimientos de forma óptima para alcanzar con éxito los resultados que buscas.



02

Objetivos

Tras finalizar esta capacitación, los egresados dominarán tecnologías emergentes de IA para analizar datos de Comunicación y Marketing. Esto les permitirá desarrollar procesos de automatización para optimizar las diversas campañas publicitarias. Además, aprovecharán las opiniones que los clientes vierten en las redes sociales para analizar tanto sus comportamientos como sentimientos. Gracias a ello, los expertos predecirán las necesidades de los consumidores y desarrollarán productos que respondan a estos factores. Para enriquecer la experiencia de los usuarios, implementarán Asistentes Virtuales durante los procesos de ventas para resolver con proactividad sus diversas dudas.



“

*Una enseñanza sin horarios fijos y con un temario disponible desde el primer día.
¡Marca tu propio ritmo de aprendizaje!”*



Objetivos generales

- Comprender los fundamentos de cómo la IA está transformando estrategias de Marketing Digital
- Desarrollar, integrar y gestionar chatbots y asistentes virtuales para mejorar la interacción con clientes
- Profundizar en la automatización y optimización de la compra de publicidad en línea mediante la publicidad programática con IA
- Interpretar grandes volúmenes de datos para la toma de decisiones estratégicas en Marketing Digital
- Aplicar IA en estrategias de email marketing para personalización y automatización de campañas
- Explorar tendencias emergentes en IA para Marketing Digital y comprender su potencial impacto en la industria



Disfruta de los contenidos académicos más actualizados del panorama educativo, disponibles en formatos multimedia innovadores para optimizar tu estudio"





Objetivos específicos

Módulo 1. Automatización y Optimización de Procesos de Marketing con IA

- Desarrollar procesos de automatización de Marketing con IA
- Integrar los datos y plataformas en estrategias de Marketing Automatizado
- Optimizar las campañas publicitarias mediante el Aprendizaje Automático
- Analizar los sentimientos con IA en redes sociales, aprovechando el *feedback* de los clientes

Módulo 2. Análisis de datos de comunicación y Marketing para la toma de decisiones

- Dominar tecnologías específicas para el análisis de datos de Comunicación y Marketing
- Aplicar la IA en el análisis de grandes volúmenes de datos
- Desarrollar Análisis Predictivos para la toma de decisiones informadas
- Mejorar las estrategias de Marketing con IA

Módulo 3. Ventas y Generación de Leads con Inteligencia Artificial

- Nutrir los procedimientos de herramientas para generar Leads con IA
- Implementar Asistentes Virtuales en los procesos de ventas
- Predecir las necesidades de los consumidores mediante el Aprendizaje Automático
- Conocer las principales innovaciones y predicciones en el ámbito de ventas

03

Dirección del curso

Para el diseño e impartición del presente programa, TECH ha reunido a un equipo de profesionales especializados en Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante IA. Además de poseer una dilatada trayectoria laboral, estos expertos permanecen en activo y ofrecen a sus respectivas empresas las soluciones digitales más innovadoras. En su compromiso por alcanzar la excelencia en sus procedimientos, estos especialistas actualizan sus conocimientos con frecuencia, manteniéndose así a la vanguardia del Aprendizaje Automático. Así pues, los alumnos podrán acceder a materiales didácticos de alto nivel y adquirir nuevas habilidades para enriquecer sus diferentes procesos de trabajo.



“

Tendrás el apoyo de un cuadro docente formado por distinguidos profesionales de la Inteligencia Artificial en Comunicación”

Dirección



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO y CTO en Prometeus Global Solutions
- CTO en Korporate Technologies
- CTO en AI Shepherds GmbH
- Consultor y Asesor Estratégico Empresarial en Alliance Medical
- Director de Diseño y Desarrollo en DocPath
- Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela
- Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Máster en Executive MBA por la Universidad Isabel I
- Máster en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Isabel I
- Máster Experto en Big Data por Formación Hadoop
- Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla-La Mancha
- Miembro: Grupo de Investigación SMILE



D. Sánchez Mansilla, Rodrigo

- ♦ *Digital Advisor* en AI Shepherds GmbH
- ♦ *Digital Account Manager* en Kill Draper
- ♦ *Head of Digital* en Kuarere
- ♦ *Digital Marketing Manager* en Arconi Solutions, Deltoid Energy y Brinergy Tech
- ♦ *Founder and National Sales and Marketing Manager*
- ♦ Máster en Marketing Digital (MDM) por The Power Business School
- ♦ Licenciado en Administración de Empresas (BBA) por la Universidad de Buenos Aires

Profesores

Dña. Parreño Rodríguez, Adelaida

- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* en proyectos PHOENIX y FLEXUM
- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* en la Universidad de Murcia
- ♦ *Manager in Research & Innovation in European Projects* en la Universidad de Murcia
- ♦ Creadora de contenido en Global UC3M Challenge
- ♦ Premio Ginés Huertas Martínez (2023)
- ♦ Máster en Energías Renovables por la Universidad Politécnica de Cartagena
- ♦ Grado en Ingeniería Eléctrica (bilingüe) por la Universidad Carlos III de Madrid

Dña. González Risco, Verónica

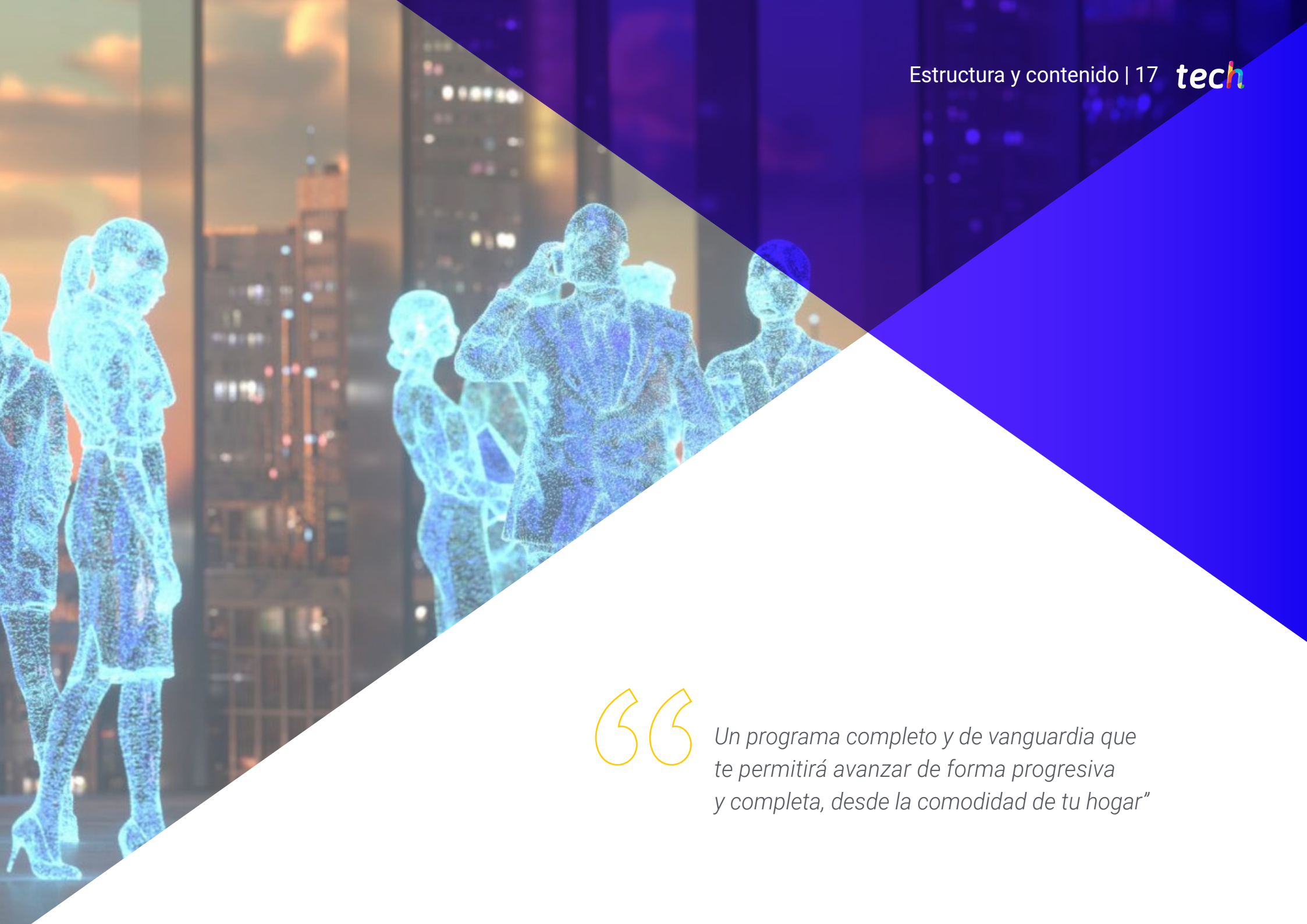
- ♦ Consultora de Marketing Digital *Freelance*
- ♦ *Product Marketing/Desarrollo de Negocio Internacional* en UNIR - La Universidad en Internet
- ♦ *Digital Marketing Specialist* en Código Kreativo Comunicación SL
- ♦ Máster en Dirección de *Online Marketing* y Publicidad por Indisoft- Upgrade
- ♦ Diplomada en Ciencias Empresariales por la Universidad de Almería

04

Estructura y contenido

Este Experto Universitario se centrará en la Automatización y Optimización de Procesos de Marketing con IA. Formado por 3 módulos, el plan de estudios abordará tanto la integración de datos como plataformas empleando estrategias del Aprendizaje Automatizado. De esta forma, los egresados podrán mejorar sus campañas publicitarias, personalizándolas según las audiencias. Además, los materiales proporcionarán herramientas destinadas al análisis de grandes volúmenes de datos. También el programa enfatizará la aplicación de IA durante las ventas, usando técnicas para generar *Leads*. Los egresados serán capaces de realizar predicciones sobre las necesidades de los clientes para desarrollar productos que respondan a estas.





“

Un programa completo y de vanguardia que te permitirá avanzar de forma progresiva y completa, desde la comodidad de tu hogar”

Módulo 1. Automatización y optimización de procesos de Marketing con IA

- 1.1. Automatización de Marketing con IA mediante Hubspot
 - 1.1.1. Segmentación de audiencias basada en IA
 - 1.1.2. Automatización de *Workflows* o flujos de trabajo
 - 1.1.3. Optimización continua de campañas online
- 1.2. Integración de datos y plataformas en estrategias de Marketing Automatizado
 - 1.2.1. Análisis y unificación de datos multicanal
 - 1.2.2. Interconexión entre distintas plataformas de marketing
 - 1.2.3. Actualización de los datos en tiempo real
- 1.3. Optimización de Campañas Publicitarias con IA mediante Google Ads
 - 1.3.1. Análisis predictivo del rendimiento de los anuncios
 - 1.3.2. Personalización automática del anuncio según público objetivo
 - 1.3.3. Ajuste automático del presupuesto en función de los resultados
- 1.4. Personalización de audiencias con IA
 - 1.4.1. Segmentación y Personalización del contenido
 - 1.4.2. Recomendaciones personalizadas de contenido
 - 1.4.3. Identificación automática de audiencias o grupos homogéneos
- 1.5. Automatización de respuestas a clientes mediante IA
 - 1.5.1. *Chatbots* y aprendizaje automático
 - 1.5.2. Generación automática de respuestas
 - 1.5.3. Resolución automática de problemas
- 1.6. IA en Email Marketing para la automatización y personalización
 - 1.6.1. Automatización de secuencias de emails
 - 1.6.2. Personalización dinámica del contenido según preferencias
 - 1.6.3. Segmentación inteligente de listas de correo
- 1.7. Análisis de Sentimientos con IA en Redes Sociales y Feedback de Clientes a través Lexalytics
 - 1.7.1. Monitoreo automático de sentimientos en comentarios
 - 1.7.2. Respuestas personalizadas a emociones
 - 1.7.3. Análisis predictivo de la reputación
- 1.8. Optimización de Precios y Promociones con IA mediante Vendavo
 - 1.8.1. Ajuste automático de precios basado en análisis predictivo
 - 1.8.2. Generación automática de ofertas adaptada al comportamiento del usuario
 - 1.8.3. Análisis competitivo y de precios en tiempo real





- 1.9. Integración de IA en herramientas de Marketing existentes
 - 1.9.1. Integración de capacidades de IA con plataformas de Marketing actuales
 - 1.9.2. Optimización de funcionalidades existentes
 - 1.9.3. Integración con sistemas CRM
- 1.10. Tendencias y futuro de la automatización con IA en Marketing
 - 1.10.1. IA para mejorar la Experiencia del Usuario
 - 1.10.2. Enfoque predictivo en decisiones de Marketing
 - 1.10.3. Publicidad Conversacional

Módulo 2. Análisis de datos de comunicación y Marketing para la toma de decisiones

- 2.1. Tecnologías y Herramientas Específicas para el Análisis de Datos de Comunicación y Marketing mediante Google Analytics 4
 - 2.1.1. Herramientas para analizar conversaciones y tendencias en redes sociales
 - 2.1.2. Sistemas para identificar y evaluar emociones en comunicaciones
 - 2.1.3. Utilización del Big Data para analizar comunicaciones
- 2.2. Aplicaciones de IA en el Análisis de Grandes Volúmenes de Datos de Marketing como Google BigQuery
 - 2.2.1. Procesamiento automático de datos masivos
 - 2.2.2. Identificación de patrones de comportamiento
 - 2.2.3. Optimización de algoritmos para el análisis de datos
- 2.3. Herramientas para Visualización de Datos y *Reporting* de Campañas y Comunicaciones con IA
 - 2.3.1. Creación de *dashboards* interactivos
 - 2.3.2. Generación automática de informes
 - 2.3.3. Visualización predictiva de resultados en campañas
- 2.4. Aplicación de IA en la Investigación de Mercados a través de Quid
 - 2.4.1. Procesamiento automático de datos de encuestas
 - 2.4.2. Identificación automática de segmentos de audiencia
 - 2.4.3. Predicción de tendencias en el mercado
- 2.5. Análisis Predictivo en Marketing para la Toma de Decisiones
 - 2.5.1. Modelos predictivos de comportamiento del consumidor
 - 2.5.2. Pronóstico del rendimiento de campañas.
 - 2.5.3. Ajuste automático de optimización estratégica

- 2.6. Segmentación de Mercado con IA mediante Meta
 - 2.6.1. Análisis automatizado de datos demográficos
 - 2.6.2. Identificación de grupos de interés
 - 2.6.3. Personalización dinámica de ofertas
- 2.7. Optimización de la Estrategia de Marketing con IA
 - 2.7.1. Uso de la IA para medir la eficacia de canales
 - 2.7.2. Ajuste automático estratégico para maximizar resultados
 - 2.7.3. Simulación de escenarios estratégicos
- 2.8. IA en la Medición del ROI de Marketing con GA4
 - 2.8.1. Modelos de atribución de conversiones
 - 2.8.2. Análisis del retorno de la inversión mediante IA
 - 2.8.3. Estimación del Customer Lifetime Value o Valor del Cliente
- 2.9. Casos de Éxito en Análisis de Datos con IA
 - 2.9.1. Demostración mediante casos prácticos en que la IA ha mejorado resultados
 - 2.9.2. Optimización de costes y recursos
 - 2.9.3. Ventajas competitivas e innovación
- 2.10. Desafíos y Consideraciones Éticas en el Análisis de Datos con IA
 - 2.10.1. Sesgos en datos y resultados
 - 2.10.2. Consideraciones éticas en el manejo y análisis de datos sensibles
 - 2.10.3. Desafíos y soluciones para hacer que los modelos de IA sean transparentes

Módulo 3. Ventas y generación de *leads* con Inteligencia Artificial

- 3.1. Aplicación de IA en el Proceso de Ventas mediante Salesforce
 - 3.1.1. Automatización de tareas de ventas
 - 3.1.2. Análisis predictivo del Ciclo de Ventas
 - 3.1.3. Optimización de estrategias de precios
- 3.2. Técnicas y Herramientas para Generación de Leads con IA a través de Hubspot
 - 3.2.1. Identificación automatizada de prospectos
 - 3.2.2. Análisis del comportamiento de los usuarios
 - 3.2.3. Personalización del contenido para captación





- 3.3. Scoring de Leads con IA mediante el uso de Hubspot
 - 3.3.1. Evaluación automatizada de cualificación de *Leads*
 - 3.3.2. Análisis de leads basado en interacciones
 - 3.3.3. Optimización del modelo de *Scoring de Leads*
- 3.4. IA en la Gestión de Relaciones con Clientes
 - 3.4.1. Seguimiento automatizado para mejorar relaciones con clientes.
 - 3.4.2. Recomendaciones personalizadas para clientes
 - 3.4.3. Automatización de comunicaciones personalizadas
- 3.5. Implementación y Casos de Éxito de Asistentes Virtuales en Ventas
 - 3.5.1. Asistentes virtuales para soporte de ventas
 - 3.5.2. Mejora de la Experiencia de Cliente
 - 3.5.3. Optimización de conversiones y cierre de ventas
- 3.6. Predicción de Necesidades del Cliente con IA
 - 3.6.1. Análisis del comportamiento de compra
 - 3.6.2. Segmentación dinámica de ofertas
 - 3.6.3. Sistemas de recomendación personalizadas
- 3.7. Personalización de la Oferta de Ventas con IA
 - 3.7.1. Adaptación dinámica de propuestas comerciales
 - 3.7.2. Ofertas exclusivas basadas en el comportamiento
 - 3.7.3. Creación de packs personalizados
- 3.8. Análisis de Competencia con IA
 - 3.8.1. Monitorización automatizada de competidores
 - 3.8.2. Análisis comparativo automatizado de precios
 - 3.8.3. Vigilancia competitiva predictiva
- 3.9. Integración de IA en Herramientas de Ventas
 - 3.9.1. Compatibilidad con Sistemas CRM
 - 3.9.2. Potenciación de herramientas de ventas
 - 3.9.3. Análisis predictivo en plataformas de ventas
- 3.10. Innovaciones y Predicciones en el Ámbito de Ventas
 - 3.10.1. Realidad aumentada en experiencia de compra
 - 3.10.2. Automatización avanzada en ventas
 - 3.10.3. Inteligencia emocional en interacciones de ventas

05

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 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.

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.

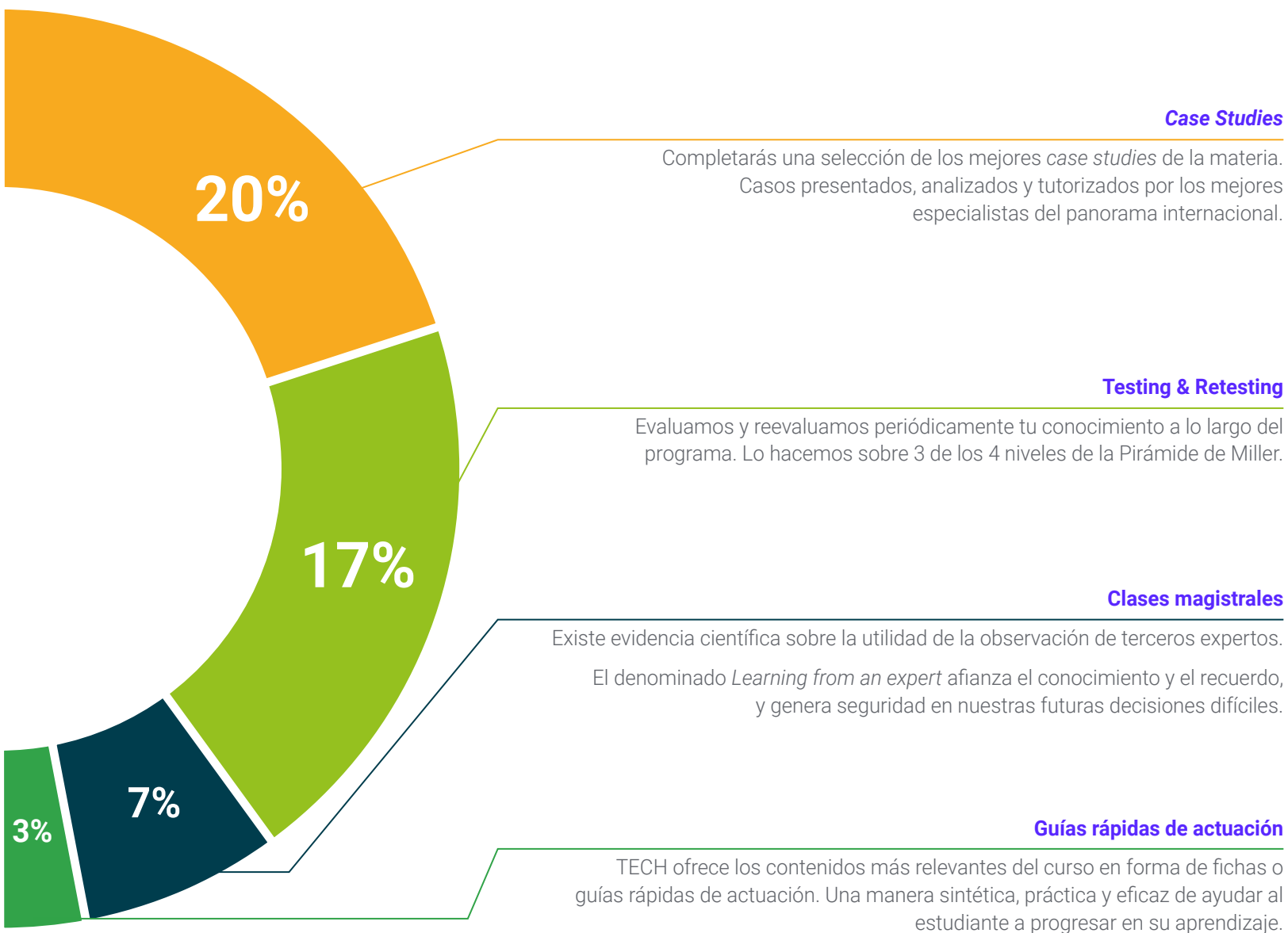
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





06

Titulación

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



“

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

Este **Experto Universitario en Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial** 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 y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial**

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 y Gestión
de Relaciones Comerciales
mediante Inteligencia Artificial

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

Experto Universitario

Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial