

Experto Universitario

Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial



Experto Universitario Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad ULAC**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.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

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

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 educativo 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!”*

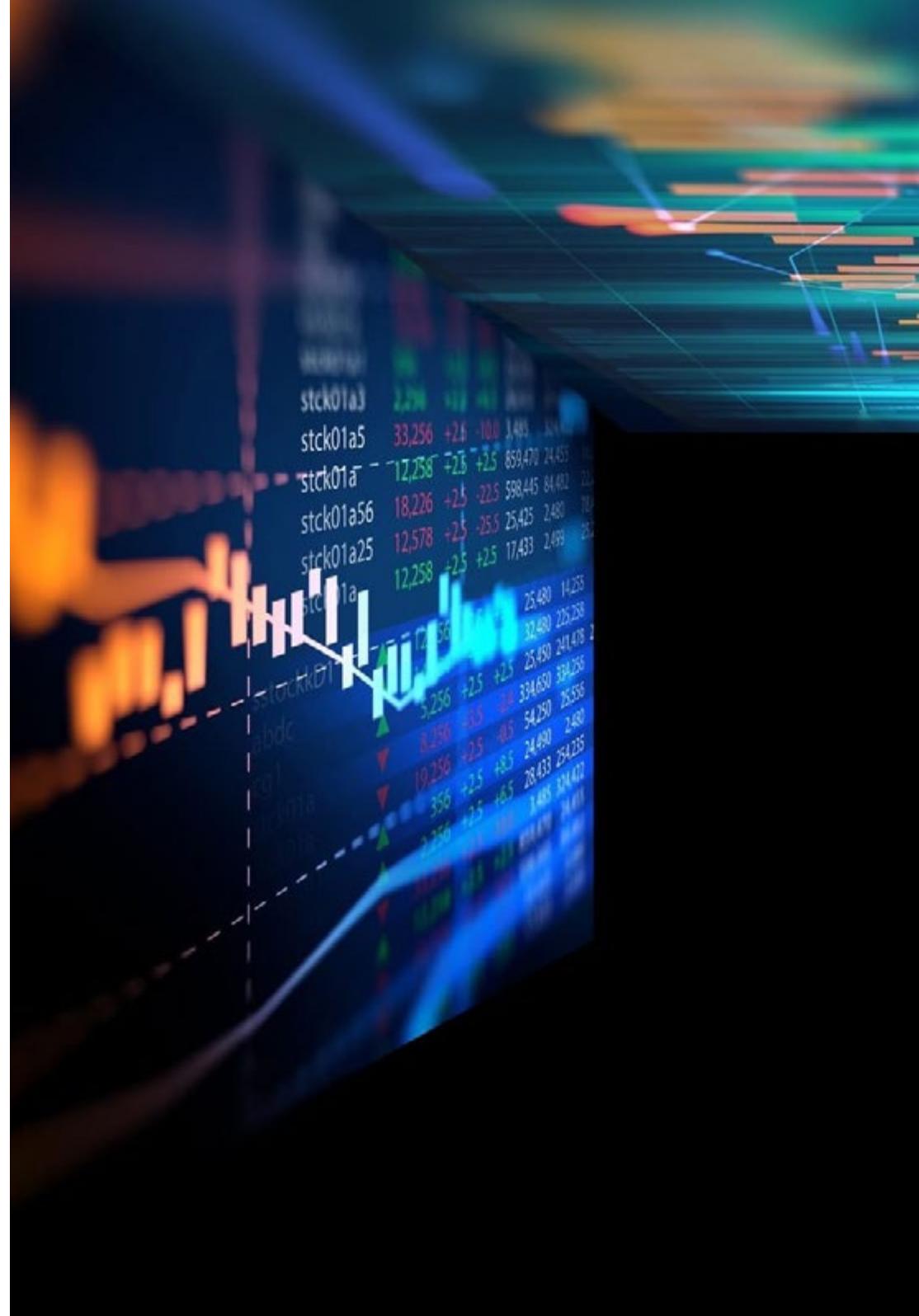


Objetivos generales

- 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 Prometheus 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 de: Grupo de Investigación SMILE



D. Sánchez Mansilla, Rodrigo

- ♦ Especialista en Marketing Digital
- ♦ *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. González Risco, Verónica

- ♦ Especialista en Marketing Digital
- ♦ 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

Dña. Parreño Rodríguez, Adelaida

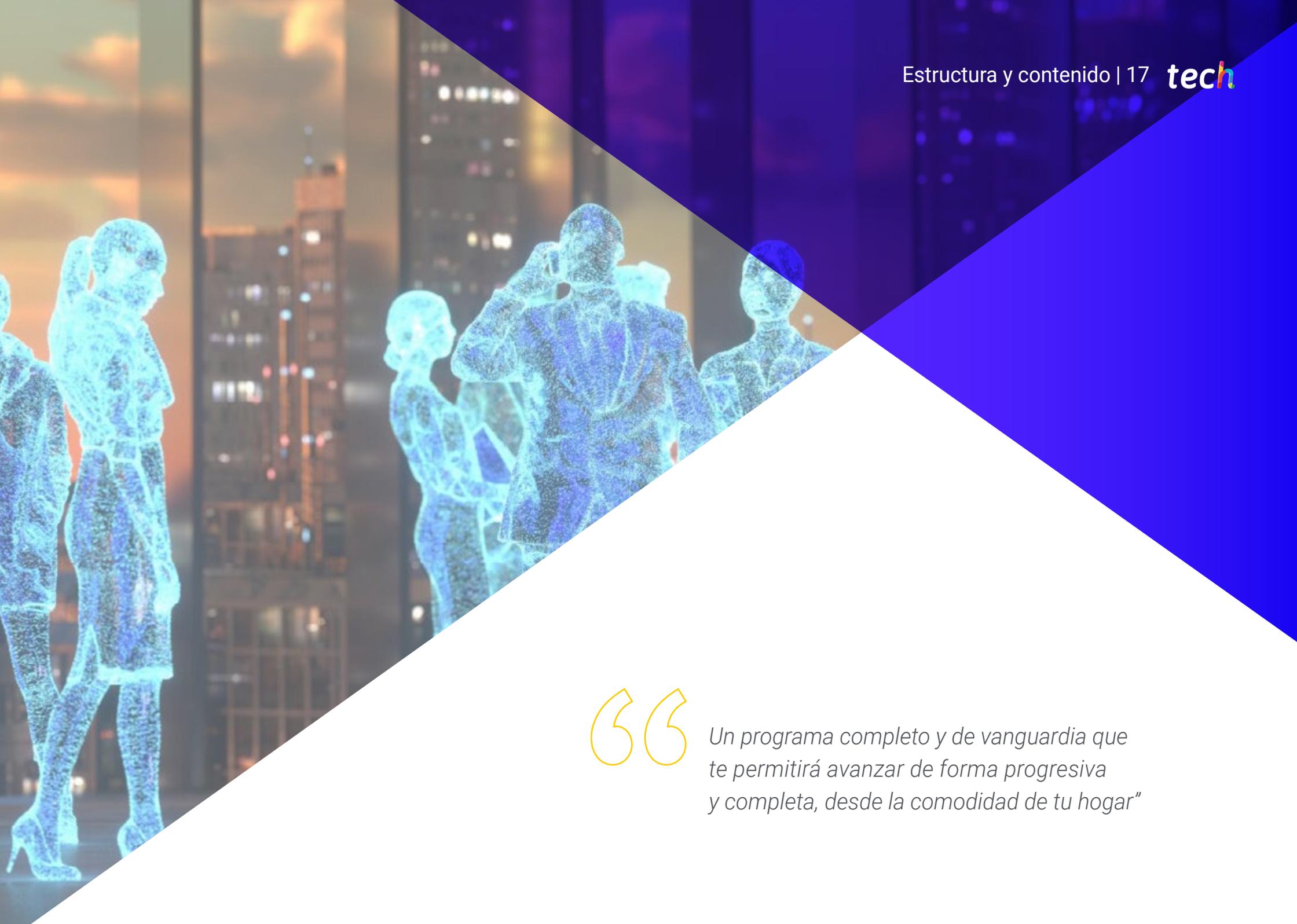
- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* en la Universidad de Murcia
- ♦ *Manager in Research & Innovation in European Projects* en la Universidad de Murcia
- ♦ *Technical Developer & Energy/Electrical Engineer & Researcher* in PHOENIX Project y FLEXUM (ONENET) Project
- ♦ Creadora de 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

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



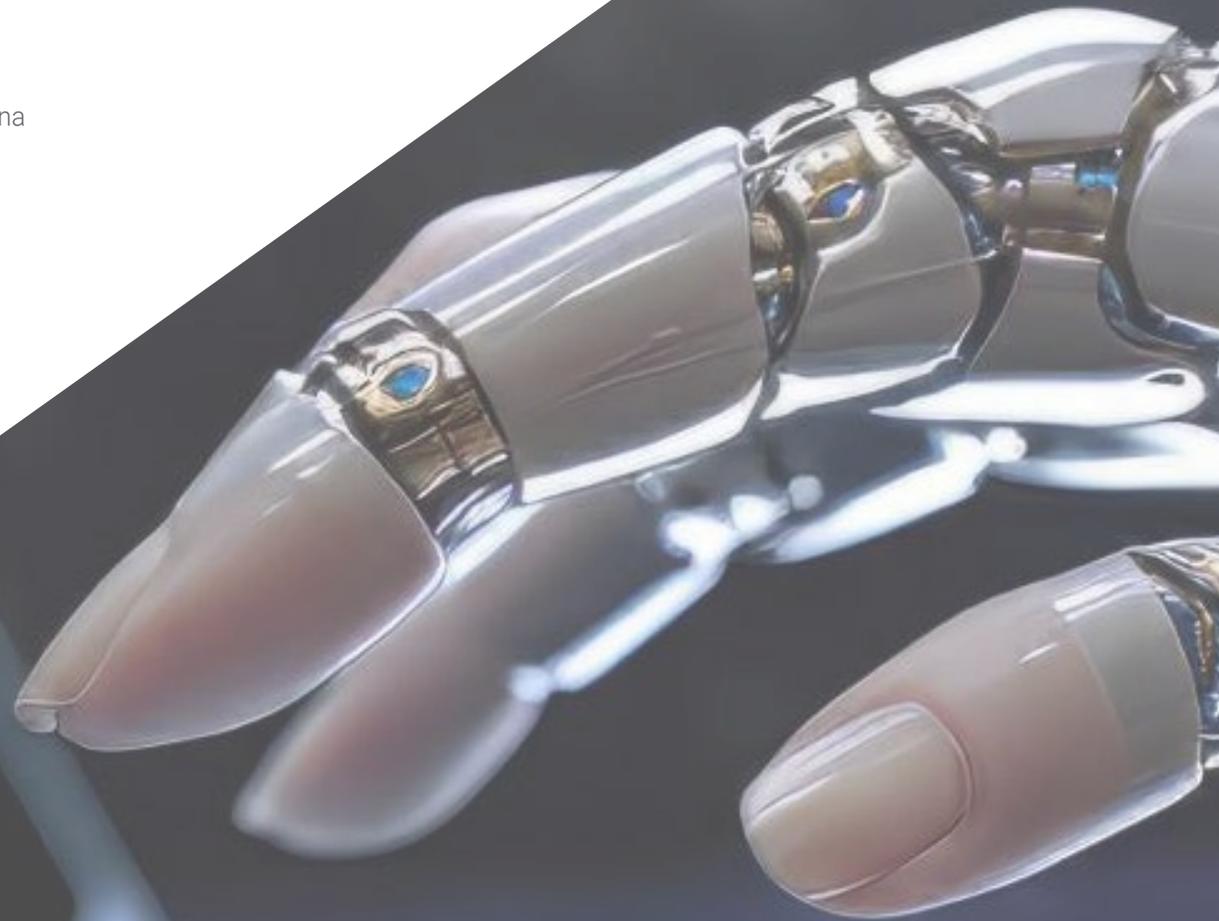
- 3.3. Scoring de Leads con IA mediante el uso de Hubspot
 - 3.3.1. Evaluación automatizada de cualificación de *Leads*
 - 3.3.2. Análisis de leads basado en interacciones
 - 3.3.3. Optimización del modelo de *Scoring de Leads*
- 3.4. IA en la Gestión de Relaciones con Clientes
 - 3.4.1. Seguimiento 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

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de Informática del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



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 las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



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 dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Universidad Latinoamericana y del Caribe.



“

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

El programa del **Experto Universitario en Comunicación y Gestión de Relaciones Comerciales mediante Inteligencia Artificial** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Universidad Latinoamericana y del Caribe.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad Latinoamericana y del Caribe garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

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

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



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



Experto Universitario
Comunicación y Gestión
de Relaciones Comerciales
mediante Inteligencia Artificial

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad ULAC**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Comunicación y Gestión
de Relaciones Comerciales
mediante Inteligencia Artificial

