

Diplomado

Empresa Informativa





Diplomado Empresa Informativa

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

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/empresa-informativa

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología de estudio

pág. 16

05

Titulación

pág. 26

01

Presentación

El objetivo del programa de Empresa Informativa es que los alumnos conozcan cómo es la organización en las empresas periodísticas y se adentren en el marco económico-empresarial de estas entidades. Esta capacitación está destinada a especializar a los profesionales del Periodismo en este ámbito y promover el dominio, las técnicas y las tendencias más actuales.





“

*Conviértete en un excelente periodista
y aprende a contar lo que sucede en
el mundo”*

Los estudios de Periodismo son unos de los más demandados en todas las universidades, ya que esta profesión tiene una gran influencia en la población y ha cobrado un gran protagonismo desde sus inicios. El Periodismo abarca diferentes ramas: social, cultural, económico, deportivo, internacional, sucesos, conflictos, etc. Esto hace necesaria la especialización de los profesionales de este sector para contar las historias de la manera más adecuada en cada caso.

Además, la transmisión de la información se puede llevar a cabo a través de diferentes soportes. En concreto, este programa pretende capacitar a los alumnos en Empresa Informativa. Para ello, es necesario adquirir una serie de competencias que permitan llevar a la práctica todo lo aprendido.

El plan de estudios se centra en la evolución y organización de la Empresa Informativa, la comercialización del producto, los ingresos y gastos, el plan de empresa, el Marketing informativo, la difusión y audiencias, o los recursos humanos y la dirección empresarial, entre otras cuestiones.

Este programa es el más completo y dirigido para que el profesional del ámbito del Periodismo y la Comunicación alcance un nivel de desempeño superior, basado en los fundamentos y las últimas tendencias en Empresas Informativas. Aproveche la oportunidad y conviértase en un profesional con fundamentos sólidos a través de este programa universitario y de la mano de la última tecnología educativa 100% online.

Este **Diplomado en Empresa Informativa** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Empresa Informativa
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica 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 en Empresa Informativa.
- ♦ El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- ♦ 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



Este programa te permitirá potenciar tus capacidades y convertirte en un periodista de éxito”

“

Este programa es perfecto para complementar tus conocimientos en Empresa Informativa”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del mundo del Periodismo, 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 le proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo de las Empresas Informativas y con gran experiencia.

No dejes escapar la oportunidad de aumentar tu competencia en Empresa Informativa.

Únete a nuestra comunidad de alumnos y notarás cómo avanzas en tu carrera.



02 Objetivos

Este programa está orientado hacia el profesional del Periodismo, de modo que pueda adquirir las herramientas necesarias para desarrollarse en este campo específico, conociendo las últimas tendencias y profundizando en aquellas cuestiones que configuran la vanguardia de esta área.





“

*El Diplomado en Empresa Informativa te permitirá
aumentar tus habilidades en este sector”*



Objetivo general

- ♦ Identificar las funciones y estrategias desplegadas por las organizaciones para estar presentes en los medios de comunicación o favorecer una mejor comunicación con sus clientes, proveedores y empleados

“

Matricúlate en el mejor Diplomado en Empresa Informativa del panorama universitario actual”





Objetivos específicos

- ♦ Entender las teorías sobre la publicidad, el Marketing, las relaciones públicas y la comunicación corporativa
- ♦ Comprender los mecanismos necesarios, a nivel organizativo, para desarrollar los diferentes aspectos de una empresa de comunicación y su actuación en un contexto globalizado
- ♦ Conocer los tipos de Empresa Informativa que existen
- ♦ Conocer cómo se estructura una Empresa Informativa

03

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales en Periodismo, conscientes de la relevancia en la actualidad de la capacitación para poder profundizar en el área de conocimiento y realizar trabajos de calidad profesional mediante las nuevas herramientas disponibles.



“

Contamos con el programa de aprendizaje más completo y actualizado del mercado. Buscamos la excelencia y que tú también la logres”

Módulo 1. Empresa Informativa

- 1.1. Concepto y evolución de la Empresa Informativa
 - 1.1.1. ¿Qué es la Empresa Informativa?
 - 1.1.2. Características de la empresa periodística
 - 1.1.3. Tipos de Empresa Informativa
- 1.2. Organización de la Empresa Informativa
 - 1.2.1. Introducción
 - 1.2.2. Qué es organizar una empresa
 - 1.2.3. Cómo se estructura una Empresa Informativa
 - 1.2.4. Modelos de estructuras organizativas
- 1.3. Estructura multimedia de la Empresa Informativa
 - 1.3.1. Introducción
 - 1.3.2. Estructura multimedia de la Empresa Informativa
 - 1.3.3. De la Empresa Informativa al conglomerado multimedia
 - 1.3.4. La concentración de medios: causas y consecuencias
 - 1.3.5. Grandes grupos de comunicación
- 1.4. Comercialización del producto de la Empresa Informativa
 - 1.4.1. Introducción
 - 1.4.2. Características de la comercialización en la Empresa Informativa
 - 1.4.3. Comercialización según canal de distribución
 - 1.4.4. Comercialización en la empresa digital
- 1.5. Ingresos y gastos en la Empresa Informativa
 - 1.5.1. Introducción
 - 1.5.2. La Empresa Informativa en el entorno económico
 - 1.5.3. Ciclo de producción en la Empresa Informativa
 - 1.5.4. Estructura económica de la Empresa Informativa
- 1.6. El plan de Empresa Informativa
 - 1.6.1. Introducción
 - 1.6.2. Circunstancias del emprendimiento y el autoempleo en el mercado informativo
 - 1.6.3. La creación de una Empresa Informativa
 - 1.6.4. El plan de Empresa Informativa
 - 1.6.5. Posibilidades mercantiles de la Empresa Informativa
- 1.7. Marketing informativo y planificación estratégica
 - 1.7.1. Introducción
 - 1.7.2. ¿Qué es el Marketing?
 - 1.7.3. El Marketing operativo
 - 1.7.4. Las 4 P del Marketing
- 1.8. Distribución y promoción del producto informativo
 - 1.8.1. Introducción
 - 1.8.2. La distribución
 - 1.8.3. Promoción de los productos informativos: la promoción de ventas y la promoción de publicidad
- 1.9. Difusión informativa y audiencias
 - 1.9.1. Introducción
 - 1.9.2. Qué entendemos por difusión informativa
 - 1.9.3. Para qué sirve la difusión informativa
 - 1.9.4. Indicadores de difusión y audiencia
- 1.10. Los recursos humanos y la dirección empresarial
 - 1.10.1. Introducción
 - 1.10.2. La responsabilidad de la Empresa Informativa en la gestión de personal
 - 1.10.3. La motivación laboral
 - 1.10.4. La dirección de la Empresa Informativa

Wap-bap, ba-da-di-tia-ua

Gleich treffe ich Bianca Heinicke, besser bekannt als Bibi H., was ich normalerweise locker unterhalten würde, hätte ich nicht den Fehler gemacht, meinen Töchtern davon zu erzählen, ich gebe zu, ich wollte etwas angeben, als ich beim Abendessen sagte: „Übermorgen treffe ich Bibi.“ Das hab ich jetzt davon. Jetzt begleiten mich die Autogrammwünsche und investigativen Erwartungen von zwei halben Berliner Schulklasse. Leistungsdruck, verdammt.

VON KATHRIN SPÖRR

Bibi ist nicht mehr so ganz meine Alters- und ich bin nicht ihre Zielgruppe. Ihre Zielgruppe sind Mädchen ab sagen wir sechs Jahren. Die Zielgruppe entsteht, hängt sehr von einzelnen Mädchen und seiner Bereitschaft ab, Mädchen bleiben zu wollen. Einige finden sich schon mit elf zu alt für Bibi, andere immer noch so alt wie Bibi selbst, aber immer noch klein genug für sie.

Wap-bap, ba-da-di-tia-ua

Nicht wundern über dieses „Wap-bap“. So heißt der neue Song von Bibi. Es ist schwer, ihn aus dem Kopf zu kriegen, aber er einmal drin ist, in dem Song geht es um nicht viel. Um ein Mädchen, das gerade Pech hat, was aber nichts den Griff kriegt. Der Song kam vor einer Woche raus, und es gab Riesengemecker deswegen. Außerdem riss er alle erdenklichen Rekorde. Das Gemecker ist der Grund, warum ich Bibi gleich treffe.

Sie werden dieses Lied wahrscheinlich nicht kennen, wenn Sie nicht zufällig minderjährige Töchter haben. Oder andersrum: Wenn Sie minderjährige Töchter haben, werden Sie wahrscheinlich sowohl diesen Song als auch Bibi kennen. Bibi vielleicht schon seit Jahren, wenn auch möglicherweise eher vom Waghörn, wie ich.

Waghörn ist die einzige Möglichkeit, wie Eltern die Vorlese ihrer Töchter für Bibi ausblenden können. Bibi betreibt seit fünf Jahren den YouTube-Kanal „Bibi Beautyplace“. Mehrmals pro Woche stellt sie hier Videos ein, in denen es um nichts geht und um alles: Wie Bibi ein Kauf, verleiht, wohnt, schläft und wieder aufwacht. Darum, wie sie gerade die Haare trägt, die Wimpern tuscht, die Lippen,

Abseits der Aufmerksamkeit der Erwachsenen prägt Bibi H. seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song für Aufsehen. Ein Besuch

die Wangen, die was auch immer schminkt. Da handelt es sich um die hochnarzisstische Bespiegelung des Privatlebens der Kunstfigur Bibi, die vielleicht in Wahrheit gar keine Kunstfigur, sondern wirklich so ist, wie sie sich darstellt, aber wer weiß das schon.

Ihre Videos beginnen immer mit den gleichen Worten, nämlich mit „Hallo hallo, meine Lieben“, berausgespielt mit einer zu den Worten passgenauen Stimme. Vielmehr als diese drei Worte kriegt es bisher selten von Bibi mit, weil ich meine Kinder dann stets sofort und sehr deutlich „auffordere“. Bitte hört die Schwachheiten in euren Zimmern.“

Letzte Woche kam dann Bibis Song heraus, seitdem interessieren sich auch Menschen jenseits der elf für Bibi. Der vollständige Titel ihres Liedes lautet: „How it is (Wap-bap-ä)“. Er brach mehrere Rekorde.

Und nun steht Bibi da, und sofort tut es mir leid, dass ich ihr entgegen bereits das Wort Schwachsinn in den Mund genommen habe. Bibi trägt etwas sehr seltsames Schwarzes und nicht total hübsches was Sie sagt: „Hallo, ich bin Bibi“, und ich erkenne den Sound in ihrer Stimme, und es ist völlig in Ordnung. Auf dem Fußboden hockt Julian, Bibis Freund, der ab und zu lächelt und ansonsten mit seinen Händen beschäftigt ist. Wir gehen rüber zum Sofa und setzen uns nebeneinander, und trotz der „good vibrations“ kriege ich kurz einen heftigen Gähnkampf, weil ich mich frage, über was ich im Gottes Willen so Minuten lang mit Bianca Heinicke reden soll? Über Schminktips vielleicht oder über die lustigsten Videos (für die älteren unter

uns eine Art Streich) oder über die zehn Arten, wie man sich an den niedlichen Nachbarn rammachen kann?

Über dann fällt mir gerade noch rechtzeitig ein, dass ich mithilfe meiner Tochter jede Menge Fragen in mein Notizbuch geschrieben habe, und die werde ich Bibi jetzt stellen, obwohl es eigentlich keine einzige Frage auf dieser Welt geben dürfte, die Bibi nicht schon in irgendwelchem beantwortet hat. Sie beantwortet jeden Tag in ihren Clips alle Fragen rund um ihr Leben, und zwar ohne dass jemand sie stellen würde. Wenn sich also jemand fragt, was Bibis Erfolgsrezept ist, so lautet die Antwort: Genau das Reden über sich.

Ein paar Daten: Bibi ist 24 Jahre alt. Ihren Kanal gibt es seit 2012, er hat 4,5 Millionen Abonnenten und bisher 1,86-000000 Aufrufe. Sie ist die erfolgreichste deutsche Frau auf YouTube. Ohne dass irgendeine Feministin je ein Loblied auf sie geungen hätte, hat hier also eine sehr junge Frau aus Köln im Paralleluniversum YouTube mit Karriere gemacht. Ihr Song wurde letzte Woche 9 Millionen mal bei YouTube abgerufen.

Wap-bap 3 Millionen Mal! Das ist wahrscheinlich mehr, als die Beatles, die Stones und Abba zusammen auf YouTube erreicht haben. „Wap-bap“ ist ein schlichtes Lied mit einer einfachen kleinen Melodie. Sein Erfolg ist nicht leicht zu verstehen, aber es gefällt nun mal vielen Teenagern, was soll also das Gemecker?

Das Gemecker geht ungefähr so: Bibi ist peinlich. Bibi kann nicht singen, Bibi hat den Song gelaugt. Alles Vorwürfe, die vielleicht stimmen, vielleicht nicht. In Wahrheit geht es natürlich um etwas anderes: Es geht um Neid. Auf YouTube vielerlei noch mehr als im sonstigen Leben. Das Gemecker hat, wie so oft, mehr Aufmerksamkeit auf sich gezogen als der Erfolg. Das Video schaffte es mit 1,9 Millionen Dislikes in wenigen Tagen in die Top-Ten-Liste, und zwar entsprechende Zahl weit weg – noch niemand in Deutschland hat etwas Ähnliches geschafft, vor allem nicht die deutlich weniger erfolgreiche deutsche YouTube-Königin, die seit Tagen vorverkauft versucht, auch ein bisschen von Bibis Erfolg zu profitieren. So hat die Parodie des Liedes sieben Millionen Klicks. „Einge haben mit gut gefallener“ sagt Bibi. Und es ist ja auch klar, dass hier sagt Bibi. Und es ist ja auch klar, dass auf Platz 1 der „List of most disliked“ YouTube Videos“ steht übrigens Justin

Bieber, auf Platz 9 Miley Cyrus. Bibi zog also an Miley Cyrus vorbei auf Platz 6. Bibi vor Miley? Miley Cyrus ist Bibis Vorbild, und zwar „schon immer“. Das verrät Bibi mir jetzt, hier auf dem Sofa. Na ja, verraten klingt zwar gut, wenn ich an die Vermarktung des Gebrauchs geschrieben habe, und die werde ich Bibi jetzt stellen, obwohl es eigentlich keine einzige Frage auf dieser Welt geben dürfte, die Bibi nicht schon in irgendwelchem beantwortet hat. Sie beantwortet jeden Tag in ihren Clips alle Fragen rund um ihr Leben, und zwar ohne dass jemand sie stellen würde. Wenn sich also jemand fragt, was Bibis Erfolgsrezept ist, so lautet die Antwort: Genau das Reden über sich.

Auch darum: Es ist geldtechnisch völlig banale, ob jemand ein Video gern anschaut oder ob ihm beim Anschauen überhaupt ein Klick ist eine wertfreie Rechenschaft. Es gibt für Bibi also nicht nur keinen Grund, sich zu ärgern, sondern Millionen Gründe, sich zu freuen.

Und Bibi sagt, dass sie das auch tut. Angeblich kriegen YouTube pro 1000 Klicks 6 Euro von YouTube, was Bibi weder beständig noch absteht, sondern gar nicht kommentiert, weil sie (und in Folgezeit unter den sonst so unmaginativen YouTubern) der Einfachheit halber überhaupt nicht über Geld spricht. Und warum soll sie auch?

Wie Bibi so lässt und nur ihrem stillen Mund entweder redet oder lacht oder beides gleichzeitig macht, wissen natürlich alle hier im Raum, ihr Manager, ihr Freund, der Fotograf, sie und ich, das ihr Gesicht, ihr Lachen, ihr Kanal und auch ihr „Hallo hallo, meine Lieben“ eine einzige Projektion für Marketing und Produktwerbung ist. Was immer Bibi hier lobt und anpreist oder auch nur in die Kamera hält, kommt in Millionen Kinderzimmern an, und Kinder sind eben nicht nur Fans von Bibi, sondern auch Kunden.

Lang Wap-bap, ba-da-di-tia-ua Wenn ich also meine Kinder in ihre Zimmer schicke, um ihnen Clips zu schauen, tue ich Bibi in Wahrheit einen Gefallen. Und darum tut Bibi mir jetzt auch einen. Sie schreibt eine lange Liste Autogramme für meine Kinder und ihre Freunde.

Auf dem Weg nach Hause: Anruf meiner minderjährigen Tochter: Mama, Bibi hat dich in ihre Snapchatstory aufgenommen – du bist Interview Nummer sieben!

Ich bin Interview Nummer sieben! In Bibis Windschatten habe auch ich es unter die Top Ten geschafft.

Will ich, was ich... (Text is partially obscured and blurry)

... (Text is partially obscured and blurry)

... (Text is partially obscured and blurry)



Una experiencia única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional

... (Text is partially obscured and blurry)

04

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.





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.



05

Titulación

El Diplomado en Empresa Informativa garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un Diplomado expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Diplomado en Empresa Informativa** contiene el programa universitario 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 **Diplomado** emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Diplomado en Empresa Informativa**

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

Duración: **6 semanas**



*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.

salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web formación
aula virtual idiomas

tech
universidad

Diplomado
Empresa Informativa

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

Diplomado

Empresa Informativa



Research
A systematic process to establish facts and discover new information.

Analysis
A process to examine something in detail in order to explain it as a basis of discussion or interpretation.

Ideas
Any thoughts, opinions, creation, suggestions or conception that is existing in the mind as to a possible cause of action.

Planning
A detail or a process of thinking and organizing step by step to achieve a desired goals.