

# Experto Universitario

## Estrategia Empresarial





## Experto Universitario Estrategia Empresarial

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 24 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-estrategia-empresarial](http://www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-estrategia-empresarial)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Dirección del curso

---

*pág. 12*

04

Estructura y contenido

---

*pág. 18*

05

Metodología

---

*pág. 24*

06

Titulación

---

*pág. 32*

# 01

# Presentación

Cada vez las empresas son más conscientes de la importancia que tiene la comunicación en el cumplimiento de sus objetivos. Por ello, cada vez demandan más periodistas y comunicadores especialistas en esta materia. En este sentido, este prestigioso programa académico de TECH contiene un plan de estudios intensivo que prepara al alumno para afrontar retos y decisiones corporativas en el ámbito de la estrategia de comunicación empresarial. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudando al estudiante a conseguir el éxito.





“

*No te pierdas esta capacitación de altísimo nivel que te permitirá crecer y posicionarte como un periodista experto en comunicación y Estrategia Empresarial”*

El contenido del Experto en Estrategia Empresarial está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias profesionales del periodista que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de esta capacitación, el periodista analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales relativas a la estrategia empresarial.

Este experto trata en profundidad los diferentes tipos de estrategias que se pueden generar en el seno de la empresa a nivel comunicativo y que pueden otorgar grandes resultados a diversos niveles. Todo ello, desde una perspectiva global, internacional e innovadora.

Un plan pensado para ti, enfocado a tu mejora profesional y que te prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la estrategia empresarial. Un programa que entiende tus necesidades y las de tu empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que te otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Además, este itinerario académico cuenta con la participación de un prestigioso experto de calibre internacional. Este especialista, a modo de Director Invitado, tendrá bajo su responsabilidad el desarrollo de 10 exclusivas *Masterclasses* que ahondarán en las innovaciones y tendencias comunicativas más efectivas para la Estrategia Empresarial.

Además, al cursarse en un formato 100% online, permite al estudiante dirigir completamente sus horas de estudio, sin necesidad de desplazarse a ningún centro educativo.

Este **Experto Universitario en Estrategia Empresarial** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Periodismo y Comunicación Política
- ♦ 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
- ♦ Las novedades sobre el la Comunicación Política
- ♦ Los ejercicios prácticos donde se realiza un proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Periodismo y Comunicación Política
- ♦ El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas en Periodismo y Comunicación Política
- ♦ 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



*Un programa pensado en ti, enfocado en tus necesidades y diseñado en la excelencia académica”*

“

*Un programa académico de rigor que, además, se distingue por la comparecencia de un prestigioso Director Invitado Internacional”*

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales pertenecientes al ámbito del Periodismo y la comunicación, 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 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 la Comunicación Empresarial y con gran experiencia.

*La comunicación es la clave para llevar a una organización política al éxito. Aprende a diseñar estrategias exitosas de Marketing Político con este Experto Universitario que TECH pone en tu mano.*

*El profesional del Periodismo que ejerce como experto en Estrategia Empresarial debe saber las fórmulas más novedosas para ejercer su profesión.*



# 02

# Objetivos

El objetivo de TECH es capacitar a profesionales del periodismo altamente cualificados para su desarrollo competencial y promoción laboral. Un objetivo que se complementa de manera global, con el impulso de su desarrollo humano que sienta las bases de una sociedad más responsable y comprometida, una sociedad mejor. En este Experto Universitario, este objetivo se materializa al proporcionar las herramientas necesarias para poder enfrentar el reto de crear una planificación estratégica de comunicación empresarial. Una meta que podrás dar por adquirida, con un curso de alta intensidad y precisión.



A close-up photograph of a person's hands working on a desk. The person is wearing a dark, textured sweater. On the desk, there is a keyboard, several sheets of paper, and colorful sticky notes (green, yellow, pink). The background is a blurred orange wall. The image is partially obscured by a large white diagonal shape that contains text.

“

*No pierdas esta gran oportunidad educativa y conviértete en un profesional exitoso en la comunicación empresarial. Entrarás en un sector en auge”*



## Objetivos generales

---

- Conocer los fundamentos del management, la estrategia, el marketing y la comunicación
- Comprender el funcionamiento de las empresas y sus estrategias de comunicación
- Conocer los objetivos y herramientas de marketing y comunicación empresarial

“

*TECH pone a tu disposición el contenido más novedoso del sector con un solo objetivo: impulsarte para que consigas todos tus objetivos profesionales”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Management y Estrategia de Empresas y Organizaciones

- ♦ Aprender en qué consiste el General Management y sus funciones
- ♦ Estudiar el concepto de desarrollo directivo y liderazgo
- ♦ Describir la elaboración de un plan estratégico
- ♦ Conocer el concepto de dirección estratégica
- ♦ Recorrer las características y peculiaridades de la estrategia digital, la estrategia corporativa y la estrategia tecnológica
- ♦ Desarrollar la implantación de la Estrategia
- ♦ Profundizar en dirección financiera
- ♦ Revisar todos los aspectos necesarios de la dirección estratégica de recursos humanos

### Módulo 2. Comunicación Corporativa

- ♦ Aprender cómo funciona y se gestiona la comunicación en las organizaciones
- ♦ Analizar las tendencias en comunicación empresaria
- ♦ Estudiar la comunicación publicitaria
- ♦ Estudiar los efectos de la comunicación comercial y publicitaria
- ♦ Aprender sobre comunicación en momentos de crisis
- ♦ Estudiar acerca de la reputación digital
- ♦ Ver los fundamentos de la comunicación interna
- ♦ Saber qué es y cómo se desarrolla el branding
- ♦ Aprender qué es y cómo se plantea un plan de comunicación integral
- ♦ Aprender sobre el diseño y la estructura organizacional

### Módulo 3. Organizaciones: Gestión de Crisis y Responsabilidad Social

- ♦ Definir qué es la responsabilidad social corporativa
- ♦ Estudiar qué es la responsabilidad social dentro de una organización
- ♦ Ver cómo se realiza la gestión de la reputación, los riesgos y las crisis
- ♦ Reconocer los conflictos en las organizaciones
- ♦ Estudiar acerca de lobbies y grupos de presión y de la negociación
- ♦ Saber lo que es una estrategia de marca

### Módulo 4. Marketing y Comunicación Institucional

- ♦ Analizar la acción política en las instituciones
- ♦ Ver lo que es y cómo funciona el marketing institucional y la comunicación pública
- ♦ Elaborar estrategias de comunicación institucional
- ♦ Saber cómo se planifica la agenda política institucional
- ♦ Estudiar cómo se realiza una comunicación gubernamental y el concepto de gobierno abierto
- ♦ Analizar la comunicación en las democracias y qué es la democracia digital
- ♦ Aprender qué es y cómo funciona la responsabilidad social en las instituciones

# 03

## Dirección del curso

El diseño de este programa académico ha sido creado por un equipo de profesionales del Periodismo y la comunicación, con años de experiencia profesional y docente. Todos ellos, conscientes de la necesidad actual en el sector de una preparación de calidad, han querido unir sus conocimientos para trasladarte la capacitación más completa del mercado, lo que le permitirá al alumno desarrollarse en el ámbito del Periodismo de y la Comunicación Empresarial con mayores garantías de éxito.



	A	B	C	D	E	F	G	H
	No.	Marketing Budget	Categories	Unit	Dec-15	Jan-16	Feb-16	Mar-16
1								
2	10460	Benefits	1-Personnal	0	12,034	13,565	10,674	13,095
3	35246	Payroll taxes	1-Personnal	0	345	347	154	1,953
4	76745	Salaries	1-Personnal	0	521	434	178	519
5	76023	Commissions and bonuses	1-Personnal	1	0	2,300	189	
6	23674	Personnel Total	2-Marketing	2	12,900	16,646	11,195	
7	14678	Web Research	2-Marketing	1	6,000	2,300	5,000	
8	10567	Independent Reearch	2-Marketing	0	2,000	5,420	3,000	
9	96643	Firm Research Fees	2-Marketing	3	8,200	4,900		
10	17695	Market Research Total	3-Commu	2	16,200	12,620		
11	94015	Promotions	3-Commu	1	1,239	190		
12	75321	Branding	3-Commu	1	522			
13	95235	Web Advertising	3-Commu	1	10,432			
14	32564	Direct Marketing	3-Commu	0				
15	68508	Newspaper Advertising	3-Commu	0				
16	06342	Communication Total	3-Commu	0				
17	89063	Travel	4-Other	4	12,500			
18	07421	Phone	4-Other	0				
19	93012	Computer/Office Equipment	4-Other	0				
20	24601	Postage	4-Other	0				
21	35151	Other Total	4-Other	2				
22	10460	Benefits	4-Other					
23	35246	Payroll taxes	1-Personnal					
24	76745	Salaries	1-Personnal					
25	76023	Commissions and bonuses	1-Personnal					
26	23674	Personnel Total						
27	14678	Web Research						
28	10567	Independent Reearch						



*El mejor cuadro docente está en TECH.  
No dejes pasar esta oportunidad educativa"*

## Directora Invitada Internacional

Con casi 20 años de experiencia en **campañas políticas** al más alto nivel y más de una década en los **medios de prensa**, Jess McIntosh es considerada una de las **estrategas de comunicación política** más prestigiosas de Estados Unidos. Sus competencias profesionales le permitieron formar parte de la **carrera presidencial de 2016** en ese país como **Directora de Comunicación de la candidata Hillary Clinton**.

Además de este logro profesional, McIntosh ha sido **Subdirectora de Comunicación de EMILY's List**, un comité de acción política dedicado al **apoyo de las aspirantes demócratas** a favor del aborto para ocupar **cargos públicos**. Asimismo, esta experta ha asesorado a otras organizaciones que buscan reforzar su impacto social a través de mensajes contundentes, así como **luchar contra la desinformación**.

Al mismo tiempo, ha ejercido como **Asesora** para otros **postulantes políticos** como Scott Stringer, para presidente del condado de Manhattan, y Michael Bloomberg, para alcalde de la ciudad de Nueva York. De igual modo, participó en la **campaña de Al Franken para el Senado de Estados Unidos** como su **Secretaria y posterior Jefa de Prensa**. También, ha ejercido como **Portavoz del Partido Demócrata-Campesino-Laborista de Minnesota**.

Igualmente, en los **medios de comunicación**, esta especialista de renombre también acumula múltiples logros. Ha trabajado **entre bastidores y ante las cámaras de diferentes cadenas de televisión y de noticias por cable** de toda Norteamérica como **CBS, CNN y MSNBC**.

A su vez, ha creado, desarrollado y presentado programas aclamados por la crítica en el **espacio pódcast y audio**. Entre ellos destaca el galardonado **espacio radiofónico SiriusXM Signal Boost**, presentado junto a la analista política Zerlina Maxwell. También, ha escrito sobre **política y género** en innumerables publicaciones impresas como **Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 y Shondaland**, entre otras. Igualmente, es **Editora Ejecutiva de Shareblue Media**, un medio de noticias estadounidense.



## Dña. McIntosh, Jess

---

- ♦ Asesora Política y Exdirectora de Comunicación de Hillary Clinton, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Presentadora del multipremiado programa radial SiriusXM Signal Boost
- ♦ Editora Ejecutiva de Shareblue Media
- ♦ Analista Política en canales de noticias como CBS, CNN y MSNBC
- ♦ Columnista en revistas como Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 y Shondaland
- ♦ Exvicepresidente de EMILY's List
- ♦ Exportavoz del Partido Demócrata-Campesino-Laborista de Minnesota
- ♦ Exjefa de Prensa del senador Al Franken
- ♦ Asesora Política para candidatos a senadores, alcaldes y presidentes de condados

“

*Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”*

## Dirección



### **D. López Rausell, Adolfo**

- ♦ Consultor Independiente en KMC
- ♦ Comercial y Técnico de Investigación en Investgroup
- ♦ Consultor de Marketing en Alcoworking
- ♦ Gerente en el Club de Innovación de la Comunidad Valenciana
- ♦ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad De Valencia
- ♦ Diplomado en Marketing por ESEM Escuela de Negocio
- ♦ Miembro de: AECTA (Vocal de comunicación de Junta Directiva), AINACE (vocal de Junta Directiva) y Club Marketing Valencia (expresidente)



# 04

## Estructura y contenido

El temario de este programa ha sido ideado y creado por un equipo de profesionales en Periodismo y el Marketing quienes, conscientes de la importancia de la comunicación en empresas de todos los tamaños, han diseñado un completísimo compendio de contenidos pensado especialmente para capacitar a los profesionales de las Ciencias de la Información sobre las singularidades y características del mundo de la Comunicación Estratégica.





## Budget

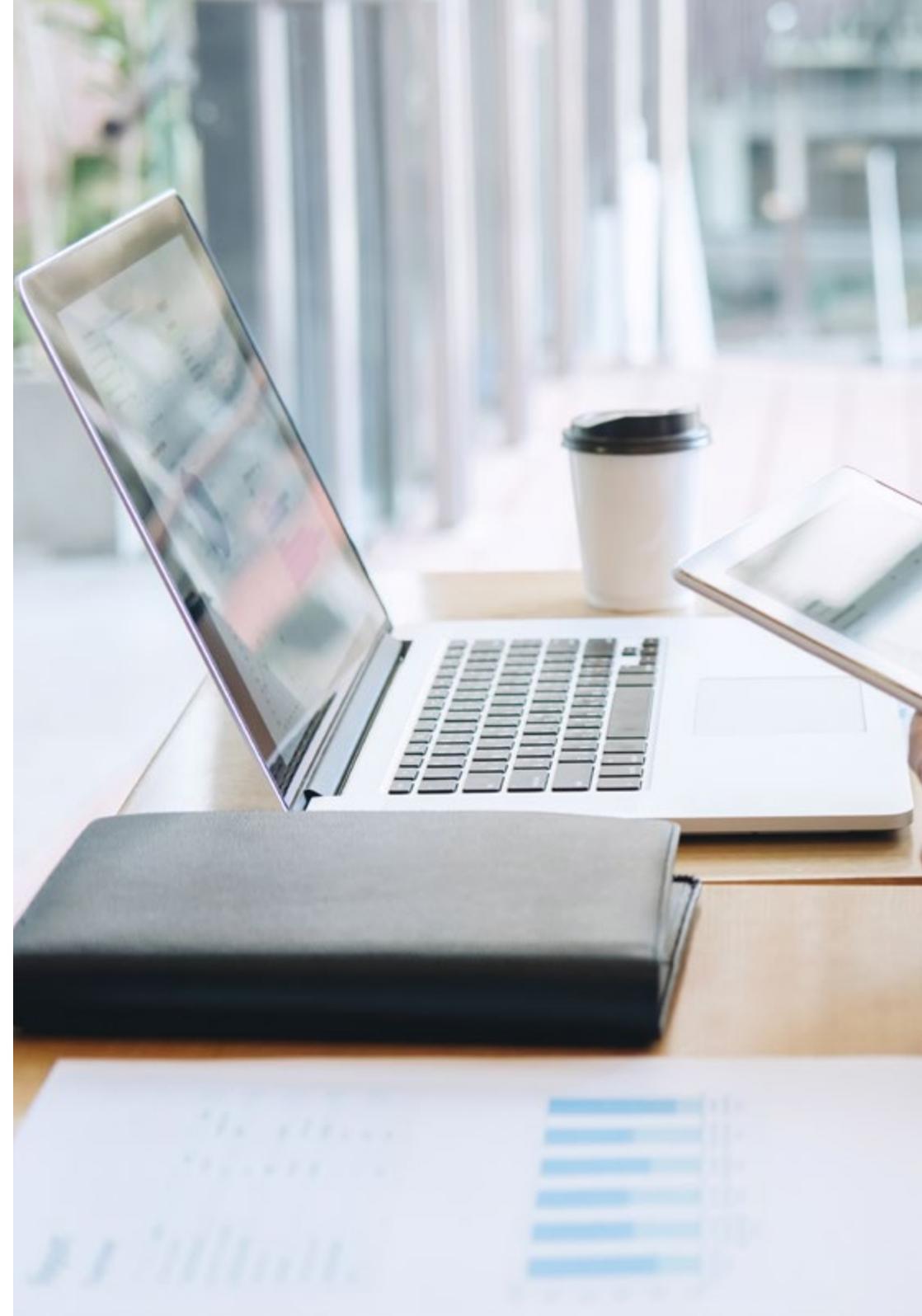
May  
2018

“

*Un contenido de primer orden, en formato multimedia y adaptado a las necesidades actuales de la profesión”*

## Módulo 1. Management y Estrategia de Empresas y Organizaciones

- 1.1 *General Management*
  - 1.1.1. Concepto de *General Management*
  - 1.1.2. La acción del Director General
  - 1.1.3. El Director General y sus funciones
  - 1.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 1.2. Desarrollo Directivo y Liderazgo
  - 1.2.1. Concepto de Desarrollo Directivo
  - 1.2.2. Concepto de Liderazgo
  - 1.2.3. Teorías del Liderazgo
  - 1.2.4. Estilos de Liderazgo
  - 1.2.5. La inteligencia en el Liderazgo
  - 1.2.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 1.3. Planificación y Estrategia
  - 1.3.1. El plan en una Estrategia
  - 1.3.2. Posicionamiento Estratégico
  - 1.3.3. La Estrategia en la Empresa
  - 1.3.4. Planificación
- 1.4. Dirección Estratégica
  - 1.4.1. El concepto de Estrategia
  - 1.4.2. El proceso de Dirección Estratégica
  - 1.4.3. Enfoques de la Dirección Estratégica
- 1.5. Estrategia Digital
  - 1.5.1. Estrategia Tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
  - 1.5.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
  - 1.5.3. Estrategia e internet
- 1.6. Estrategia Corporativa
  - 1.6.1. Concepto de Estrategia Corporativa
  - 1.6.2. Tipos de Estrategias Corporativas
  - 1.6.3. Herramientas de definición de Estrategias Corporativas
- 1.7. Estrategia Corporativa y Estrategia Tecnológica
  - 1.7.1. Creación de valor para clientes y accionistas
  - 1.7.1. Decisiones estratégicas de SI/TI
  - 1.7.3. Estrategia Corporativa vs. Estrategia Tecnológica y Digital





## Módulo 2. Comunicación Corporativa

- 2.1. La comunicación en las organizaciones
  - 2.1.1. Las organizaciones, las personas y la sociedad
  - 2.1.2. Evolución histórica del comportamiento organizativo
  - 2.1.3. Comunicación bidireccional
- 2.2. Tendencias en la Comunicación Empresarial
  - 2.2.1. Generación y distribución de contenidos corporativos
  - 2.2.2. Comunicación Empresarial en la Web 2.0
  - 2.2.3. Implementación de métricas en el proceso de comunicación
- 2.3. Comunicación Publicitaria
  - 2.3.1. Comunicación de Marketing Integrada
  - 2.3.2. Plan de Comunicación Publicitaria
  - 2.3.3. El *Merchandising* como técnica de comunicación
- 2.4. Efectos de los Medios de Comunicación
  - 2.4.1. Eficacia de la Comunicación Comercial y Publicitaria
  - 2.4.2. Teorías sobre los efectos de los medios
  - 2.4.3. Modelos sociales y de co-creación
- 2.5. Agencias, medios y canales online
  - 2.5.1. Agencias integrales, creativas y online
  - 2.5.2. Medios tradicionales y nuevos medios
  - 2.5.3. Canales online
  - 2.5.2. Otros *Players* Digitales
- 2.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 2.6.1. Definición y tipos de crisis
  - 2.6.2. Fases de la crisis
  - 2.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 2.7. Comunicación y reputación digital
  - 2.7.1. Informe de reputación online
  - 2.7.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
  - 2.7.3. *Branding* y *Networking* 2.0

- 2.8. Comunicación interna
  - 2.8.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RRHH
  - 2.8.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
  - 2.8.3. El plan de comunicación interna
- 2.9. Branding
  - 2.9.1. La marca y sus funciones
  - 2.9.2. La creación de marca (*Branding*)
  - 2.9.3. Arquitectura de Marca
- 2.10. Plan de Comunicación Integral
  - 2.10.1. Auditoria y diagnóstico
  - 2.10.2. Elaboración del plan de comunicación
  - 2.10.3. Medida de los resultados: los KPI y el ROI

### Módulo 3. Organizaciones: Gestión de Crisis y Responsabilidad Social

- 3.1. Diseño Organizacional
  - 3.1.1. Concepto de Diseño Organizacional
  - 3.1.2. Estructuras Organizativas
  - 3.1.3. Tipos de Diseños Organizacionales
- 3.2. Estructura de la Organización
  - 3.2.1. Principales mecanismos de coordinación
  - 3.2.2. Departamentos y organigramas
  - 3.2.3. Autoridad y responsabilidad
  - 3.2.4. El *Empowerment*
- 3.3. Responsabilidad Social Corporativa
  - 3.3.1. El compromiso social
  - 3.3.2. Organizaciones sostenibles
  - 3.3.3. La ética en las organizaciones
- 3.4. La Responsabilidad Social en las Organizaciones
  - 3.4.1. Gestión de la RSC en las organizaciones
  - 3.4.2. La RSC hacia los empleados
  - 3.4.3. La acción sostenible
- 3.5. Gestión de la Reputación
  - 3.5.1. La gestión de la reputación corporativa
  - 3.5.2. El enfoque reputacional de la marca
  - 3.5.3. La gestión reputacional del liderazgo



- 3.6. Gestión de los riesgos reputacionales y la crisis
  - 3.6.1. Escuchar y gestionar percepciones
  - 3.6.2. Procedimientos, manual de crisis y planes de contingencia
  - 3.6.3. Formación de portavoces en situaciones de emergencia
- 3.7. Conflictos en las Organizaciones
  - 3.7.1. Conflictos interpersonales
  - 3.7.2. Condiciones de conflictividad
  - 3.7.3. Consecuencias de los conflictos
- 3.8. *Lobbies* y grupos de presión
  - 3.8.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones
  - 3.8.2. Relaciones institucionales y *Lobbying*
  - 3.8.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión
- 3.9. Negociación
  - 3.9.1. Negociación intercultural
  - 3.9.2. Enfoques para la negociación
  - 3.9.3. Técnicas de negociación efectiva
  - 3.9.4. La reestructuración
- 3.10. Estrategia de Marca Corporativa
  - 3.10.1. Imagen pública y Stakeholders
  - 3.10.2. Estrategia y gestión de branding corporativo
  - 3.10.3. Estrategia de comunicación corporativa alineada con la identidad de marca

## Módulo 4. Marketing y Comunicación Institucional

- 4.1. Acción Política en las Instituciones
  - 4.1.1. Concepto de institución
  - 4.1.2. Tipos de instituciones y colectivos sociales
  - 4.1.3. Actuaciones institucionales
- 4.2. Marketing Institucional
  - 4.2.1. Mercados Institucionales: ciudadanos y entidades
  - 4.2.2. Oferta Institucional
  - 4.2.3. Satisfacción ciudadana

- 4.3. Planes de Marketing en las Instituciones
  - 4.3.1. Análisis del entorno institucional
  - 4.3.2. Objetivos de la institución
  - 4.3.3. Acciones estratégicas y operativas
- 4.4. Comunicación Pública
  - 4.4.1. Agentes políticos de comunicación
  - 4.4.2. Medios formales de comunicación: prensa e instituciones
  - 4.4.3. Medios informales de comunicación: redes y opinadores
- 4.5. Estrategias de Comunicación Institucional
  - 4.5.1. Contenidos de Información Institucional
  - 4.5.2. Objetivos de Comunicación Institucional
  - 4.5.3. Principales estrategias de comunicación
- 4.6. Planificación de la agenda política institucional
  - 4.6.1. Elaboración de la agenda institucional
  - 4.6.2. Diseño de Campañas Institucionales
  - 4.6.3. Colectivos objetivo de las campañas
- 4.7. Comunicación Gubernamental: Gobierno Abierto
  - 4.7.1. Concepto de Gobierno Abierto
  - 4.7.2. Medios de Comunicación
  - 4.7.3. Tipos de mensajes
- 4.8. Comunicación Política en las democracias
  - 4.8.1. Demanda de información en las sociedades democráticas
  - 4.8.2. Las Instituciones como fuentes de información
  - 4.8.3. Los medios de Comunicación
- 4.9. La Democracia Digital
  - 4.9.1. Concepto de Democracia Digital
  - 4.9.2. Dialogo social en internet
  - 4.9.3. Elementos de utilización en internet
- 4.10. Responsabilidad social en las instituciones
  - 4.10.1. Derechos humanos y responsabilidad social
  - 4.10.2. Cambio climático y responsabilidad social
  - 4.10.3. La ética institucional

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 negocios 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 emitieran 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 nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, 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 8 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 se aprende 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, combinamos 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 especialización, 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.



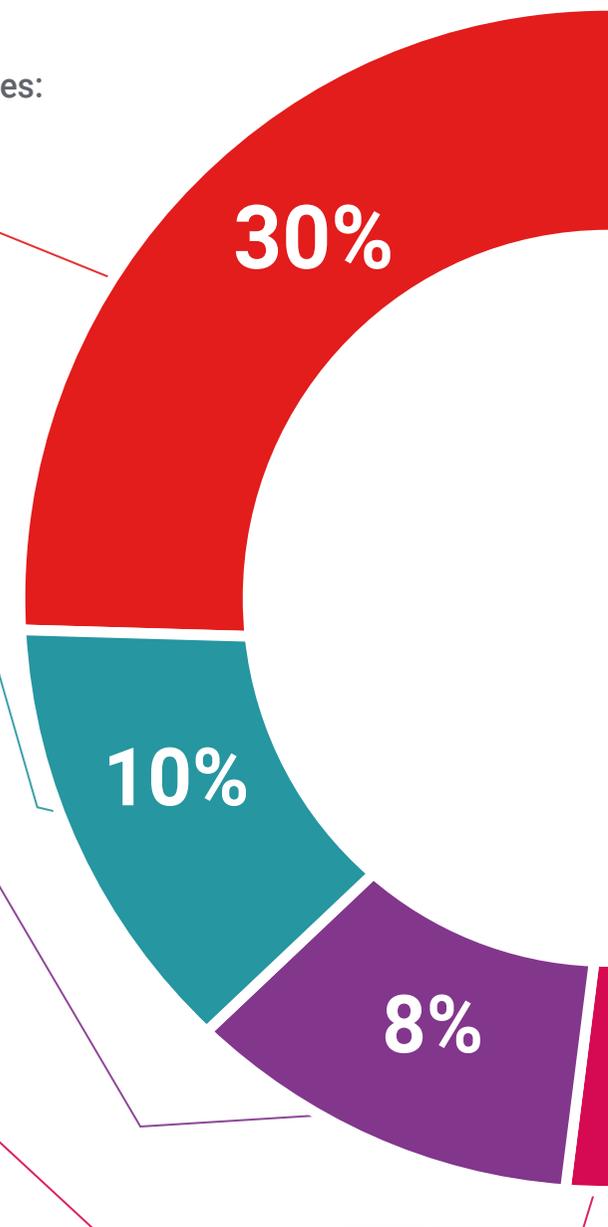
#### Prácticas de habilidades y competencias

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 Estrategia Empresarial garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Estrategia Empresarial** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

**TECH Global University**, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Experto Universitario en Estrategia Empresarial**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **24 ECTS**



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

**tech** global  
university

## Experto Universitario Estrategia Empresarial

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 24 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Experto Universitario

## Estrategia Empresarial

