



Experto Universitario

Estrategia Empresarial

» Modalidad: No escolarizada (100% en línea)

» Duración: 6 meses

» Titulación: TECH Universidad

» Horario: a tu ritmo» Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-estrategia-empresarial

Índice

O1 O2

Presentación Objetivos

pág. 4 pág. 8

Dirección del curso

Estructura y contenido

Metodología de estudio

06

05

pág. 18

Titulación

pág. 34

pág. 24





tech 06 | Presentación

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 universitario 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" 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 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.

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







tech 10 | Objetivos



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"





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 empresariaEstudiar 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





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"

tech 16 | Dirección del curso

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)



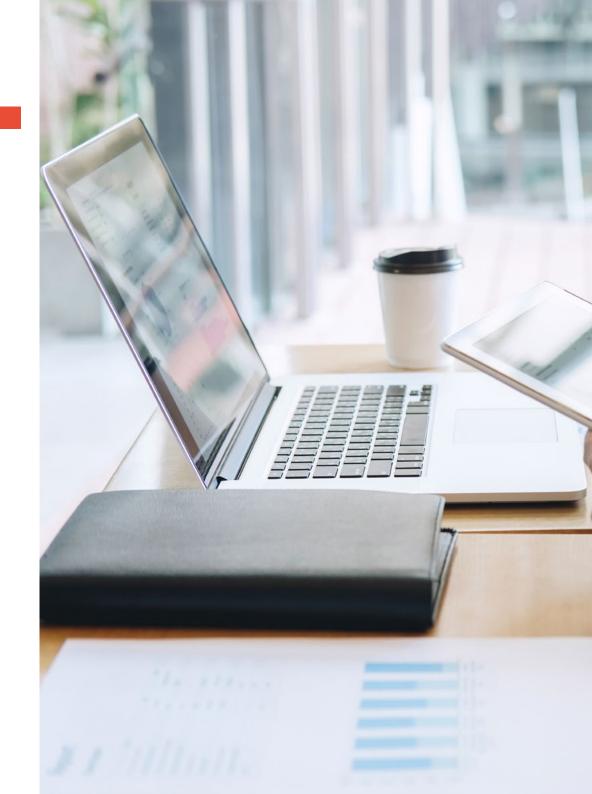


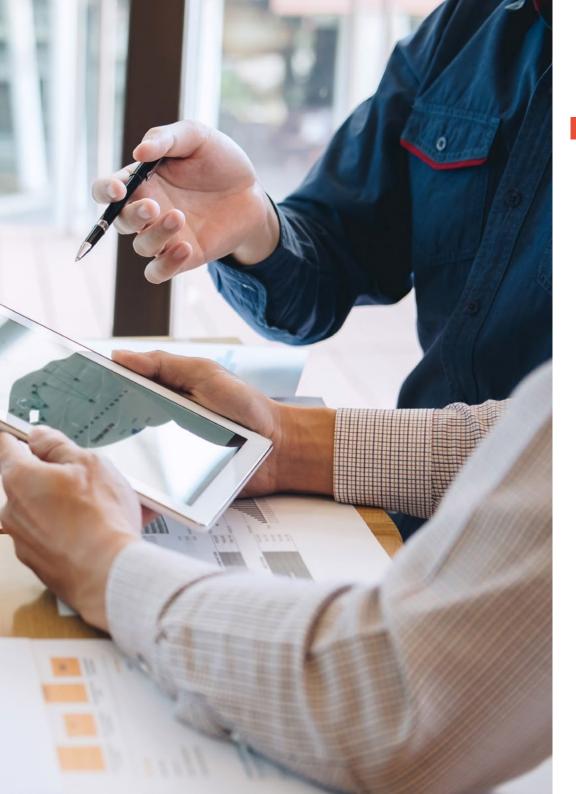


tech 20 | Estructura y contenido

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





Estructura y contenido | 21 tech

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

tech 22 | Estructura y contenido

- 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



Estructura y contenido | 23 tech

- 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





El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.









Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.



El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"

tech 28 | Metodología de estudio

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los case studies son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



tech 30 | Metodología de estudio

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentoralumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

- 1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
- 2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
- 3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
- **4.** La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, 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

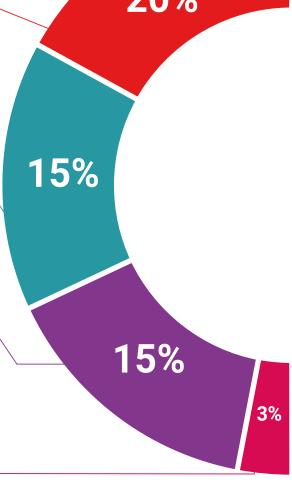
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



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.

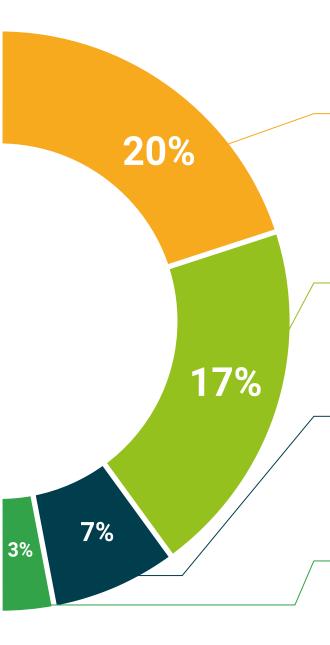
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".





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.







tech 36 | Titulación

Estrategia Empresarial **Estrategia y Campaña Electoral** 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: Experto Universitario en Estrategia y Campaña Electoral

Modalidad: No escolarizada (100% en línea)

Duración: 6 semanas



con éxito y obtenido el título de:

Experto Universitario en Estrategia Empresarial

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 600 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

En Ciudad de México, a 31 de mayo de 2024

Mtro. Gerardo Daniel Orozco Martínez Rector

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

tech universidad

Experto Universitario Estrategia Empresarial

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

