

Máster Título Propio

Construcción de Marca Personal



Máster Título Propio

Construcción de Marca Personal

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/master/construccion-marca-personal

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Porque estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 24

05

Salidas profesionales

pág. 32

06

Metodología de estudio

pág. 36

07

Cuadro docente

pág. 46

08

Titulación

pág. 52

01

Presentación del programa

El mundo digital avanza rápido, y la presencia en línea es clave para destacar. Las redes sociales y plataformas digitales han cambiado la forma en que los profesionales se posicionan y conectan con su audiencia. En este entorno competitivo, una Marca Personal sólida abre puertas y genera oportunidades. Según el *World Economic Forum*, el 80% de los empleos del futuro requerirán habilidades digitales, haciendo esencial dominar estas herramientas. En respuesta a esto, TECH presenta una titulación 100% online con técnicas avanzadas en *networking*, redes sociales, email marketing y análisis de métricas para medir el impacto de la marca. Todo con un temario diseñado por expertos con amplia trayectoria en el sector.





“

Dominarás estrategias avanzadas en Redes Sociales, Networking y Marketing Digital para diferenciarte y alcanzar nuevas oportunidades. ¡Lleva tu Marca al siguiente nivel!”

El mercado laboral es cada vez más competitivo, y destacar en el entorno digital se ha convertido en un requisito fundamental. La Marca Personal no solo abre nuevas oportunidades profesionales, sino que también permite construir una reputación sólida y diferenciarse en un mundo donde la visibilidad y la credibilidad marcan la diferencia.

Este Máster 100% online de TECH te proporcionará las herramientas necesarias para gestionar y potenciar tu identidad digital. Aprenderás a aplicar estrategias avanzadas de *Networking*, Redes Sociales y *Marketing Digital*, además de medir el impacto de tus acciones para optimizar resultados y mejorar tu posicionamiento profesional.

Las salidas laborales para quienes dominan estas habilidades son amplias. Podrás desempeñarte como consultor de Marca Personal para emprendedores y profesionales, especializarte en marketing digital en diversos sectores o gestionar estrategias digitales y de contenido en empresas, instituciones y proyectos independientes. Además, podrás desarrollar una carrera como *copywriter*, *content manager* o estrategia digital en medios y plataformas de comunicación.

Este Máster se adapta completamente a tus necesidades. Al ser 100% online, no tendrás clases presenciales ni horarios fijos, lo que te permitirá organizar tu tiempo de estudio con total flexibilidad. Desde el primer día, tendrás acceso completo al temario y podrás descargarlo en cualquier dispositivo con conexión a internet. Aprovecha esta oportunidad para formarte con expertos del sector y dar el siguiente paso en tu carrera.

Este **Máster Título Propio en Construcción de Marca Personal** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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



Destaca en un sector en auge que requiere de profesionales especializados, autónomos y auténticos con gran capacidad para desenvolverse en entornos digitales”



TECH se adapta a ti y por eso ha diseñado una opción académica flexible y que da respuesta a las necesidades actuales de los profesionales en Comunicación”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo, que vierten en este programa 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 estudio 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 a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Dispón de material didáctico innovador, accesible las 24 horas del día, desde cualquier dispositivo digital con conexión a internet.

Posiciona la Marca Personal de tus clientes en el ecosistema digital actual gracias a esta titulación universitaria desarrollarás habilidades en crecimiento personal y empresarial.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

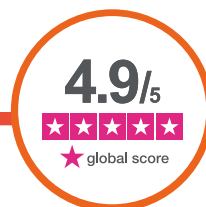
Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

En una sociedad cada vez más digitalizada, la construcción de una Marca Personal sólida es clave para el éxito profesional. Por ello, este Máster te ofrece un plan de estudios completo que abarca desde estrategias avanzadas de *Networking* y Gestión de Redes Sociales hasta *Email Marketing* y Análisis de Métricas. A través de un enfoque práctico y actualizado, aprenderás a posicionarte en entornos digitales, optimizar tu visibilidad y medir el impacto de tus acciones. Además, con acceso 100% online y flexible, podrás avanzar a tu ritmo y aplicar inmediatamente los conocimientos adquiridos.



“

Convierte tu Marca Personal en una estrategia de éxito. Este Máster te enseñará a construir una identidad digital sólida, combinando creatividad y análisis”

Módulo 1. Construcción de Marca Personal. Branding personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

- 1.1. Branding Personal
 - 1.1.1. Branding Personal. Aspectos clave
 - 1.1.2. Beneficios de gestionar una Marca Personal
 - 1.1.3. Branding Personal en el mercado
- 1.2. Recorrido de la marca personal
 - 1.2.1. Fase de autoconocimiento
 - 1.2.2. Fase de propósito
 - 1.2.3. Fase de posicionamiento y visibilidad
 - 1.2.4. Fase de resultado: claves para ser la opción elegida
- 1.3. Identidad Digital y Netiqueta
 - 1.3.1. La Identidad Digital
 - 1.3.2. La Netiqueta y su impacto en la marca personal
 - 1.3.3. Aplicación de la Netiqueta en las diferentes plataformas
- 1.4. Posicionamiento en la red
 - 1.4.1. Cómo conocer, controlar y gestionar la reputación online
 - 1.4.2. La importancia de la marca personal en la era digital
 - 1.4.3. Búsqueda de palabras claves para la marca personal
- 1.5. Habilidades clave para la construcción de la marca personal
 - 1.5.1. Comunicación efectiva
 - 1.5.2. Liderazgo y gestión de equipos
 - 1.5.3. Pensamiento crítico y resolución de problemas
- 1.6. Reputación corporativa de la marca personal
 - 1.6.1. Reputación corporativa sólida
 - 1.6.2. La gestión de la reputación online
 - 1.6.3. Reputación corporativa y ética
- 1.7. Monetización de la marca personal
 - 1.7.1. Investigación del nicho de mercado
 - 1.7.2. Modelo de negocio y diversificación de fuentes de ingresos
 - 1.7.3. Elaboración de propuestas y condiciones



- 1.8. Innovación en la marca personal
 - 1.8.1. Identificación de nuevas oportunidades y tendencias
 - 1.8.2. Experimentación con nuevas formas y enfoques
 - 1.8.3. Design thinking aplicado a la marca personal
- 1.9. Prevención y gestión de crisis *offline* y online para marcas personales
 - 1.9.1. Fortalecimiento de la marca personal para la prevención de crisis
 - 1.9.2. Manejo de crisis de reputación *offline* y online
 - 1.9.3. Implementación de medidas después de la crisis
- 1.10. Mantenimiento y actualización de la marca personal
 - 1.10.1. El plan de mejora continua
 - 1.10.2. Mapa de competencias
 - 1.10.3. Revisión del plan de acción

Módulo 2. Autodiagnóstico para la construcción de marca personal. Reputación en el mercado, DAFO, auditoría y benchmarking

- 2.1. Autodiagnóstico para la construcción de marca personal
 - 2.1.1. Autoevaluación y autoconocimiento para la construcción de marca personal
 - 2.1.2. El Autoconocimiento: paso uno en la gestión de la marca personal
 - 2.1.3. Aspectos claves durante el proceso de personal branding
- 2.2. Reputación en el mercado. Una mirada hacia el exterior.
 - 2.2.1. Importancia de las percepciones y la reputación de una marca
 - 2.2.2. Conexión entre los que los demás perciben y los valores de la marca personal
 - 2.2.3. Recopilación de los datos que perciben en el mercado como marca personal
- 2.3. DAFO Personal aplicado a la Marca Personal
 - 2.3.1. DAFO aplicado a la marca personal.
 - 2.3.2. Estrategia de desarrollo del DAFO personal
 - 2.3.3. Cómo potenciar y rentabilizar las fortalezas
- 2.4. Auditoría, buenas prácticas y benchmarking
 - 2.4.1. Identificación de las marcas personales referentes en el sector
 - 2.4.2. Identificación de los factores que conducen al éxito
 - 2.4.3. Objetivo de posicionamiento a alcanzar como marca personal
- 2.5. El Propósito: la estrella polar que guía la Marca Personal
 - 2.5.1. El propósito de vida
 - 2.5.2. Identificación del Propósito: preguntas poderosas
 - 2.5.3. Ikigai y otras herramientas clarificadoras
 - 2.5.4. Coherencia e Identidad. Conexión entre marca personal y propósito de vida
- 2.6. Los Objetivos en la marca personal
 - 2.6.1. Estrategia de Identificación de objetivo número uno para la marca personal
 - 2.6.2. Determinación de objetivos SMART
 - 2.6.3. Reflexión sobre visibilidad o Ventas
- 2.7. Reflexión sobre público objetivo y propuesta de valor
 - 2.7.1. Público Objetivo: identificación de la empresa interesada en tus fortalezas
 - 2.7.2. Determinación de la propuesta de valor
 - 2.7.3. Estrategia para desarrollar la propuesta de valor
- 2.8. Impacto del autoconocimiento en el desarrollo de la marca personal
 - 2.8.1. Estudio de caso: Proceso de identificación de los valores de marca
 - 2.8.2. Estudio de caso: Utilidad para incidir en la diferenciación como marca personal
 - 2.8.3. Estudio de caso: El impacto en el público objetivo
- 2.9. Modelo de Negocio
 - 2.9.1. Estudio de la viabilidad de monetización de una marca personal.
 - 2.9.2. Identificación de los actores principales y otros aspectos relevantes
 - 2.9.3. Puesta en marcha de un negocio de marca personal
- 2.10. Personal Branding Model Canvas en la práctica
 - 2.10.1. Presentación del Personal Branding Model Canvas
 - 2.10.2. Uso de la Herramienta
 - 2.10.3. Ejemplo Práctico

Módulo 3. Planificación de marca personal. Análisis de los factores diferenciales de la marca personal. Pilares de posicionamiento: Brand Core y Brand Positioning

- 3.1. Los tres pilares del posicionamiento de marca: “conócete, desarróllate, muéstrate”
 - 3.1.1. La metodología del iceberg de la marca personal
 - 3.1.2. El orden: la clave del éxito
 - 3.1.3. Cambio y dinamismo. La necesidad de reevaluarse.
- 3.2. Cómo convertir el DAFO personal en un plan estratégico
 - 3.2.1. Cómo convertir debilidades en fortalezas
 - 3.2.2. Cómo convertir amenazas en oportunidades
 - 3.2.3. Cómo convertir fortalezas en oportunidades
- 3.3. Brand Core I. Propósito: Identificación. Utilidad. Ejemplos
 - 3.3.1. Si tienes un para qué resolverás el cómo y el qué
 - 3.3.2. Metodologías para identificar el propósito
 - 3.3.3. Ejemplos inspiradores de propósito
- 3.4. Brand Core II. Visión. Ejemplos
 - 3.4.1. Visión a Corto, medio y largo plazo. Fijación de objetivos
 - 3.4.2. Por qué vale la pena ser ambicioso en la visión
 - 3.4.3. Ejemplos inspiradores de visión y su utilidad en marca personal
- 3.5. Brand Core III. Valores: Identificación, Gestión y Proyección. Ejemplos
 - 3.5.1. Herramientas para identificar Valores
 - 3.5.2. Gestión de Valores y Proyección a través de imágenes o testimonios
 - 3.5.3. Ejemplos de proyección y utilización de valores
- 3.6. Brand Positioning I. Audiencia, Segmentos de clientes
 - 3.6.1. Perfiles demográficos para identificar audiencias
 - 3.6.2. Perfiles psicológicos. Miedos e ilusiones.
 - 3.6.3. Empatía: Comprensión de las objeciones de las personas para trabajar contigo

- 3.7. Brand Positioning II. Mercado
 - 3.7.1. Comprensión del contexto de mercado de la audiencia
 - 3.7.2. Investigación para Medir el mercado potencial
 - 3.7.3. Desarrollo de mapas de posicionamiento
- 3.8. Brand Positioning III. Objetivos
 - 3.8.1. Objetivo por campo de referencia
 - 3.8.2. Objetivo por especialidad
 - 3.8.3. Objetivo por área geográfica
- 3.9. Brand Positioning IV. Propuesta de valor. Relevancia y Diferencia. Ejemplos
 - 3.9.1. Lienzo de Propuesta de valor personal. El cliente
 - 3.9.2. Lienzo de Propuesta de valor personal. La diferencia relevante
 - 3.9.3. Ejemplos inspiradores de propuestas de valor personal
- 3.10. Brand Positioning V. Business Model You, tu modelo de negocio
 - 3.10.1. El lienzo de Business Model You de Osterwalder, Pigneur, Clark
 - 3.10.2. Elementos clave: Clientes, valor aportado, canales y roles
 - 3.10.3. Actividades, recursos, socios clave y modelo económico

Módulo 4. Estrategia de marca personal. Brand persona. Claves de identidad verbal y visual. Elevator pitch, oratoria y storytelling personal

- 4.1. Brand Persona I. Arquetipos de Marca Personal. Ejemplos
 - 4.1.1. Los 12 arquetipos de Jung. Ejemplos.
 - 4.1.2. Los 16 arquetipos del test 16 Personalities.
 - 4.1.3. La mezcla arquetípica. Impulso y miedo en la gestión de arquetipos.
- 4.2. Brand Persona II. Personalidad
 - 4.2.1. Brand Voice. Descriptores del tono de voz
 - 4.2.2. Proyección del tono de voz
 - 4.2.3. Ejemplos de uso del tono de voz
- 4.3. Brand Persona III. Naming & Tagline
 - 4.3.1. Utilización de mapas mentales para llegar al tagline
 - 4.3.2. Utilización del brainstorming para llegar al tagline
 - 4.3.3. Los cinco formatos de un eslogan memorable

- 4.4. Identidad Verbal y no verbal
 - 4.4.1. Identidad verbal. Estilo escrito y estilo oral.
 - 4.4.2. Identidad no verbal: Lo que define nuestra "uniqueness"
 - 4.4.3. Ejemplos inspiradores de identidad verbal y no verbal
- 4.5. Identidad visual, imagen y coherencia con el mensaje
 - 4.5.1. Identidad visual neutra: Pasar desapercibido con la "no imagen"
 - 4.5.2. Identidad visual marcada, pros y contras
 - 4.5.3. Ejemplos de identidad visual
- 4.6. Elevator Pitch. Ejemplos
 - 4.6.1. El método Tony Reiss: Wow, How, Now
 - 4.6.2. Presentación personal, pitch de venta, pitch de captación de inversores
 - 4.6.3. Adaptación a la vida real. Ejemplos
- 4.7. Oratoria, claves de un discurso natural e inspirador
 - 4.7.1. El esqueleto del discurso y el solucionador
 - 4.7.2. El bueno, el malo, el viaje, el desenlace
 - 4.7.3. Qué tienen en común los mejores relatos
- 4.8. Del dato al relato: Los 5 tipos de storytelling personal
 - 4.8.1. Relato de presentación y relato introspectivo
 - 4.8.2. Relato de propuesta de valor
 - 4.8.3. Relato de valores y relato para romper barreras
- 4.9. Aprendiendo de los mejores: los mejores relatos personales
 - 4.9.1. Relato empresarial
 - 4.9.2. Relato político o enfocado a una elección
 - 4.9.3. Relato adaptado a cualquier situación
- 4.10. Personal Branding Canvas
 - 4.10.1. Competidores: audiencia, posicionamiento, comunicación
 - 4.10.2. Sector: habilidades, profesión, motivos para creer, identidad
 - 4.10.3. Inversiones y resultados

Módulo 5. Desarrollo de marca personal. Selección estratégica de plataformas, estrategia de comunicación y plan de contenidos. Técnicas de copywriting

- 5.1. Lienzo de comunicación personal I. Audiencia, mensaje y medio
 - 5.1.1. Audiencia: Antecedentes, datos demográficos, obstáculos, objeciones comunes
 - 5.1.2. Mensaje: Propuesta de valor, Pitch, bio RRSS, about me, LinkedIn, relato personal
 - 5.1.3. Medio: masivos, redes profesionales, personales o híbridas, redes verticales
- 5.2. Lienzo de Comunicación II. Ingredientes y formatos para una biografía digital
 - 5.2.1. Elección del nombre de marca personal con base a su exclusividad y fuerza
 - 5.2.2. Reformulación de una propuesta de valor en un título breve
 - 5.2.3. Definición de la ocupación, experiencia, competencias duras y competencias blandas
- 5.3. Lienzo de Comunicación III. El plan de contenidos: Creación
 - 5.3.1. Elección de las fuentes, modelos de suscripción
 - 5.3.2. Establecimiento de categorías y subcategorías
 - 5.3.3. 800 palabras inspiradas en experiencias y competencias
- 5.4. Lienzo de Comunicación IV. El plan de contenidos: Curación
 - 5.4.1. Formatos de curación y programación de contenidos
 - 5.4.2. La hora de la verdad: publicar, comentar, interactuar, conectar
 - 5.4.3. Controlar, iterar, probar
- 5.5. Lienzo de comunicación V. Prescriptores
 - 5.5.1. Clientes satisfechos, el mejor prescriptor
 - 5.5.2. Family & Friends: compañeros de estudios, colegas de trabajo
 - 5.5.3. Líderes sectoriales, colegios profesionales, asociaciones
- 5.6. Lienzo de comunicación VI. Inversión en marketing personal, monetización
 - 5.6.1. Inversión: tiempo, suscripciones, legal, branding, paid media, costes variables
 - 5.6.2. Monetización: venta de producto, de tiempo (consultoría, formación, mentoría)
 - 5.6.3. Monetización pasiva: suscripciones, licencias, cursos online, ebooks, ventas por afiliación
- 5.7. Estrategias de copywriting: Del concepto al texto.
 - 5.7.1. Beneficios versus características
 - 5.7.2. Prueba social y efecto Bandwagon
 - 5.7.3. Títulos, mensajes, metáforas, verbos y ritmo

- 5.8. Estrategias de inteligencia artificial aplicadas a contenidos, copywriting e imagen
 - 5.8.1. La IA no supe, complementa. Estrategia de uso de la IA
 - 5.8.2. Prompts para ampliar contenidos
 - 5.8.3. Prompts para copywriting y uso de imágenes
- 5.9. Claves para la prevención y gestión de crisis.
 - 5.9.1. Monitorización de la presencia online
 - 5.9.2. Creación de los protocolos del plan de acción
 - 5.9.3. Abordaje de la crisis: rapidez, transparencia y honestidad
- 5.10. Reputación directiva
 - 5.10.1. Integridad y ética: Valores pilares de reputación, Sostenibilidad y RSC
 - 5.10.2. Comunicación eficaz: Asertividad, empatía, reconocimiento de errores, celebración de logros
 - 5.10.3. Diagnóstico y medición de la reputación directiva

Módulo 6. Social Media Branding. Estrategia de visibilidad y engagement en Instagram, Twitter, Facebook y TikTok

- 6.1. Social Media Branding: Relevancia para la marca personal
 - 6.1.1. Rol de la marca personal en las redes sociales
 - 6.1.2. Plataformas online de gestión: Altavoz de la marca personal
 - 6.1.3. Los pilares de una buena estrategia de marca personal en el digital
- 6.2. Planteamiento estratégico como base del Social Media Branding
 - 6.2.1. El papel de la investigación y la escucha activa para la estrategia de marca personal
 - 6.2.2. Análisis de la competencia en redes sociales
 - 6.2.3. Identificación del público objetivo para la estrategia de marca personal
- 6.3. Social Media Branding
 - 6.3.1. Desarrollo de un plan de socia media para la marca personal.
 - 6.3.2. Identificación de los objetivos de la marca personal en redes sociales
 - 6.3.3. KPIs para analizar resultados

- 6.4. Estrategias de engagement y visibilidad para la marca personal
 - 6.4.1. Ecosistema online: definición de la presencia digital y selección de las plataformas
 - 6.4.2. Factores que impulsan el engagement en redes sociales
 - 6.4.3. Visibilidad en redes sociales y buenas prácticas
- 6.5. Creación de una presencia digital coherente
 - 6.5.1. Creación de una imagen de marca coherente en redes sociales: identidad visual, anclajes verbales y guías de estilo en redes sociales
 - 6.5.2. El mensaje de marca y papel del contenido para el éxito de la estrategia
 - 6.5.3. La diferenciación de la marca personal en el digital
- 6.6. Estrategia de contenido: creación de una estrategia de contenido para las redes sociales que refleje la identidad de la marca y conecte con la audiencia
 - 6.6.1. Proceso de creación de contenido para diferentes plataformas de redes sociales
 - 6.6.2. La importancia del storytelling en la marca personal en redes sociales
 - 6.6.3. Creación de un calendario de publicaciones para mantener una presencia constante y coherente en línea
- 6.7. Uso de Instagram para la marca personal
 - 6.7.1. Por qué estar en Instagram: informes y audiencias
 - 6.7.2. Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Instagram
 - 6.7.3. Buenas prácticas para aumentar engagement y visibilidad
 - 6.7.4. KPIs Medición y análisis de los resultados en Instagram
- 6.8. Uso de Facebook para la marca personal
 - 6.8.1. Por qué estar en Facebook. Informes y audiencias
 - 6.8.2. Comprensión del algoritmo para el diseño de la estrategia de contenido en Facebook
 - 6.8.3. Buenas prácticas para aumentar engagement y visibilidad.
 - 6.8.4. KPIs Medición. Análisis de los resultados en Facebook
- 6.9. Uso de Twitter para la Marca Personal
 - 6.9.1. Por qué estar en Twitter: informes y audiencias
 - 6.9.2. Buenas prácticas para aumentar engagement y visibilidad
 - 6.9.2. KPIs Medición y análisis de los resultados en Twitter

- 6.10. Uso de Tiktok para la marca personal
 - 6.10.1. Por qué estar en Tiktok: informes y audiencias
 - 6.10.2. Buenas prácticas para aumentar *engagement* y visibilidad
 - 6.10.3. KPIs Medición y análisis de los resultados en Tiktok

Módulo 7. Personal Branding en LinkedIn. Estrategias de Visibilidad y *engagement* para la Construcción de una Marca Personal en LinkedIn

- 7.1. Fortalecimiento del Perfil de Usuario en LinkedIn
 - 7.1.1. Análisis de un perfil de usuario de LinkedIn
 - 7.1.2. Clarificación de los objetivos de uso de LinkedIn
 - 7.1.3. Identificación de áreas de mejora en el perfil de LinkedIn
- 7.2. Construcción de la Audiencia de seguidores en LinkedIn
 - 7.2.1. Definición de la audiencia en LinkedIn
 - 7.2.2. Adaptación del mensaje a la audiencia en LinkedIn
 - 7.2.3. Construcción de una audiencia a partir de publicaciones en LinkedIn
- 7.3. Comunidad de referencia en LinkedIn
 - 7.3.1. Búsqueda de líderes de contenido en LinkedIn
 - 7.3.2. Identificación de otros miembros de la comunidad en LinkedIn
 - 7.3.3. Interacción y colaboración con otros miembros de la comunidad en LinkedIn
- 7.4. Conexión con usuarios activos en LinkedIn
 - 7.4.1. Importancia de encontrar usuarios activos en LinkedIn
 - 7.4.2. Redacción de una invitación para conectar en LinkedIn
 - 7.4.3. Interacción de relaciones con nuevos contactos en LinkedIn
- 7.5. Desarrollo de una estrategia sólida de contenido a través de pilares temáticos
 - 7.5.1. Identificación y posicionamiento de los pilares temáticos
 - 7.5.2. Identificación de los pilares temáticos en la estrategia
 - 7.5.3. Desarrollo y mantenimiento de los pilares temáticos en el tiempo
- 7.6. Vinculación de los pilares temáticos con la historia personal. La importancia de emocionar
 - 7.6.1. Identificación de historias relacionadas con los pilares temáticos que construyan credibilidad y potencial viral
 - 7.6.2. Cómo contar historias efectivas en LinkedIn
 - 7.6.3. Cómo conectar historias personales con mensajes clave en LinkedIn
 - 7.6.4. Creación de una historia personal de transformación para un primer post en LinkedIn
- 7.7. Generación de contenido de impacto en LinkedIn. Importancia de inspirar y enseñar
 - 7.7.1. Uso de datos técnicos o científicos relacionados con los pilares temáticos para crear contenido educativo
 - 7.7.2. Benchmarking: casos de estudio de creadores de contenido viral en LinkedIn que usan estas técnicas
 - 7.7.3. Traslado del análisis a la práctica
- 7.8. Preparación de Posts para LinkedIn
 - 7.8.1. Selección del contenido y formato con mayor potencial para los posts en LinkedIn
 - 7.8.2. Creación de variedad de formatos y estilos para los posts en LinkedIn
 - 7.8.3. Publicación y seguimiento de los primeros posts en LinkedIn
- 7.9. El crecimiento de tu cuenta de LinkedIn: seguidores y *engagement*
 - 7.9.1. Importancia del Monitoreo de los seguidores en LinkedIn
 - 7.9.2. Monitorización del crecimiento de los seguidores en LinkedIn
 - 7.9.3. Utilización de los datos de los seguidores en LinkedIn
- 7.10. Evaluación y ajuste de la estrategia editorial
 - 7.10.1. Identificación de tendencias y patrones en el comportamiento de la audiencia
 - 7.10.2. Refuerzo de las fortalezas y debilidades para mejorar la estrategia editorial.
 - 7.10.3. Herramientas digitales para un uso avanzado de LinkedIn
 - 7.10.4. Uso óptimo de LinkedIn como instrumento para fortalecer la marca personal digital

Módulo 8. El *Networking* para la construcción de marca personal. Las redes de contactos, los eventos y las estrategias de RRPP como palancas de crecimiento

- 8.1. *Networking*. Fundamentos y Relevancia
 - 8.1.1. Tipos de *Networking*
 - 8.1.2. Creación de una red de apoyo y colaboración
 - 8.1.3. Realización de un plan de *Networking*
- 8.2. Construcción de la red de contactos para fortalecer la marca personal
 - 8.2.1. Identificación de stakeholders clave
 - 8.2.2. Selección de líderes de opinión
 - 8.2.3. Cómo ampliar y aprovechar la red de contactos.
- 8.3. Eventos como estrategia de *Networking*
 - 8.3.1. El poder de los eventos de *Networking* online y *offline*
 - 8.3.2. Tipología de eventos de *Networking*
 - 8.3.3. La organización de un evento como estrategia para mejorar tu marca personal.
- 8.4. Relaciones Públicas y marca personal
 - 8.4.1. Importancia de las Relaciones Públicas
 - 8.4.2. Tipos de estrategias de Relaciones Públicas
 - 8.4.3. Uso de las RRPP para aumentar visibilidad y autoridad
- 8.5. Estrategias de comunicación efectivas para el *Networking*
 - 8.5.1. Técnicas de comunicación efectiva en acciones o eventos presenciales
 - 8.5.2. Técnicas de comunicación efectiva en la utilización del correo electrónico
 - 8.5.3. Técnicas de comunicación efectiva en la utilización de las redes sociales
- 8.6. *Networking offline* efectivo para fortalecer la marca personal
 - 8.6.1. *Networking* en comunidades, conferencias, seminarios y eventos empresariales
 - 8.6.2. *Networking* en grupos de interés locales
 - 8.6.3. Mantenimiento de contacto para buscar oportunidades de colaboración
- 8.7. *Networking online* efectivo para fortalecer la marca personal
 - 8.7.1. Herramientas y plataformas digitales para el *Networking*
 - 8.7.2. Participación en eventos de *Networking* online
 - 8.7.3. Mantenimiento de las relaciones de *Networking* online

- 8.8. Otras acciones de RRPP útiles para hacer crecer la marca personal
 - 8.8.1. Relaciones con los medios de comunicación
 - 8.8.2. Relación con personas influyentes
 - 8.8.3. Publicación de un libro como estrategia de Relaciones Públicas
 - 8.8.4. Creación de un contenido multimedia como estrategia de Relaciones Públicas
- 8.9. Gestión de crisis en el *Networking* y Relaciones Públicas
 - 8.9.1. La importancia de la ética y la responsabilidad en la gestión de crisis
 - 8.9.2. Diseño de una estrategia de comunicación de crisis
 - 8.9.3. *Networking* efectivo para la gestión de crisis en las Relaciones Públicas
- 8.10. Medición del éxito de una estrategia de Relaciones Públicas
 - 8.10.1. Monitorización de las redes sociales
 - 8.10.2. Evaluación cualitativa y cuantitativa de los eventos
 - 8.10.3. Visibilidad en medios de comunicación

Módulo 9. Estrategias, técnicas y herramientas de *Inbound* e email Marketing para la construcción y generación de contenidos de marca personal

- 9.1. Estrategias de *Inbound* Marketing aplicado a la marca personal
 - 9.1.1. Metodología *Inbound*. Objetivos
 - 9.1.2. Estrategia de atracción
 - 9.1.3. Estrategia de interacción
 - 9.1.4. Estrategia de deleite
- 9.2. Creación de contenido
 - 9.2.1. Identificación de los pilares temáticos del contenido a desarrollar
 - 9.2.2. Contenido educativo versus contenido no educativo
 - 9.2.3. Las 20 ideas de contenido que ayudan al crecimiento de la marca personal
 - 9.2.4. Ejemplos Inspiradores de contenidos de marca personal
- 9.3. Herramientas para curar contenido y favorecer la creatividad.
 - 9.3.1. Feedly
 - 9.3.2. Alertas de Google
 - 9.3.3. Buzzsumo
 - 9.3.4. Otras herramientas



- 9.4. Planificación y productividad para la creación de contenido
 - 9.4.1. Diseño de un calendario editorial
 - 9.4.2. Creación de contenidos en función de los objetivos de negocio
 - 9.4.5. Herramientas para la planificación interna: Google Drive, Notion, Asana, Trello
- 9.5. Diseño visual y herramientas para la creación de contenido digital visual
 - 9.5.1. Uso correcto de la paleta de color, logo y branding
 - 9.5.2. La fotografía de marca personal
 - 9.5.3. Canva: Taller práctico avanzado
- 9.6. Embudo de venta para marca personal
 - 9.6.1. Utilidad del embudo de ventas para la marca personal
 - 9.6.2. Función de un embudo. Fases
 - 9.6.3. Relación entre tipos de contenidos y ratio de conversión
- 9.7. Conversión de seguidores a leads
 - 9.7.1. Lead: importancia para la construcción de un negocio de marca personal
 - 9.7.2. Orientación del perfil de LinkedIn para maximizar la captación de leads
 - 9.7.3. Orientación del perfil de Instagram para maximizar la captación de leads
 - 9.7.4. Optimización de la web personal para captar leads
- 9.8. Diseño de una estrategia de email marketing.
 - 9.8.1. Importancia de una estrategia de email marketing
 - 9.8.2. Herramientas de email marketing gratuitas para crear relación con los suscriptores
 - 9.8.3. Presencia en la mente del buyer persona: la newsletter
- 9.9. Marketing Automation para marca personal
 - 9.9.1. El incentivo para entrar en la comunidad
 - 9.9.2. La importancia de la primera secuencia de bienvenida
 - 9.9.3. Ejemplo de secuencia de bienvenida que ayude a generar ventas
- 9.10. El podcast: nuevo canal clave en la estrategia de *Inbound* Marketing
 - 9.10.1. Creación de un podcast. Pasos a seguir
 - 9.10.2. Formatos y tipos de contenidos
 - 9.10.3. Difusión y visibilidad del podcast

Módulo 10. KPIs Impacto de la Marca Personal: Métricas para la medición de resultados y casos de éxito multisector

- 10.1. Los KPIs de marca personal: Aplicación
 - 10.1.1. Definición e importancia del establecimiento de KPIS.
 - 10.1.2. Tipos de KPIs e indicadores clave para la medición del éxito de la marca personal
 - 10.1.3. El papel de la visión y del posicionamiento de marca personal en los KPIs
- 10.2. Selección de KPIs adecuados para medir el éxito de tu marca personal
 - 10.2.1. Variables para seleccionar KPIs relevantes en la estrategia de marca personal
 - 10.2.2. Identificación de los objetivos de la marca personal: Definición de los objetivos de la marca personal para establecer KPIs adecuados
 - 10.2.3. Priorización de KPIs en función de los objetivos y metas establecidos
- 10.3. Tipos de KPIs tangibles para Marca Personal
 - 10.3.1. Análisis de los KPIs de alcance
 - 10.3.2. Análisis de los KPIs de interacción
 - 10.3.3. Análisis de los KPIs de conversión
- 10.4. Tipos de KPIs “intangibles” para Marca Personal
 - 10.4.1. Análisis de los KPIs de reputación
 - 10.4.2. Análisis de los KPIs de influencia
 - 10.4.3. Análisis de los KPIs de credibilidad
- 10.5. Marca personal en influencia
 - 10.5.1. La figura del influencer. Tipologías de influencers
 - 10.5.2. Aproximación al Marketing de influencers
 - 10.5.3. Beneficios, elección y KPIs
- 10.6. Interpretación de los KPIs: monitorización, medición y optimización
 - 10.6.1. Monitorización: implementación de un sistema de seguimiento y medición de los KPIs para la marca personal
 - 10.6.2. Medición: Interpretación de datos
 - 10.6.3. Optimización: aspectos a valorar para ajustar la estrategia en función de los KPIs
 - 10.6.4. Recomendaciones finales
- 10.7. Análisis de caso: marca personal en emprendedores y profesionales independientes
 - 10.7.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.7.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.7.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas





- 10.8. Análisis de caso: marca personal en Influencers
 - 10.8.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.8.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.8.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
- 10.9. Análisis de caso: marca personal en deportistas
 - 10.9.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.9.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.9.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
- 10.10. Análisis de caso: marca personal en profesionales que trabajan por cuenta ajena
 - 10.10.1. Caso 1: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.10.2. Caso 2: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas
 - 10.10.3. Caso 3: Presentación, análisis de la estrategia digital y buenas prácticas



Conoce el universo de los influencers en TikTok e Instagram. Este Máster te brinda las claves para entender cómo funcionan estas plataformas, crear contenido viral y diseñar estrategias efectivas de crecimiento”

04

Objetivos docentes

Construir una identidad profesional fuerte y reconocida en el entorno digital requiere mucho más que presencia en redes sociales. A lo largo de este programa, los participantes adquirirán las herramientas necesarias para diseñar estrategias de posicionamiento personal que se adapten a diferentes audiencias y objetivos. Además, fortalecerán sus habilidades de Comunicación y *Networking*, fundamentales para generar conexiones valiosas y proyectar una imagen coherente y auténtica. A través de un enfoque práctico y orientado a resultados, explorarán técnicas avanzadas para diferenciarse en el mercado, consolidar su reputación y maximizar el impacto de su presencia digital.



“

Desarrollarás competencias clave como gestión estratégica de redes sociales, branding digital, storytelling persuasivo y optimización de contenido para SEO”



Objetivos generales

- ♦ Identificar las tendencias emergentes en la comunicación mediática y su impacto en la transformación digital de las audiencias
- ♦ Profundizar en los principios fundamentales del storytelling Transmedia y crossmedia, aplicando su relevancia a la producción cultural contemporánea
- ♦ Explorar las diversas áreas de implementación del Transmedia en sectores clave como la educación, las organizaciones y las industrias culturales
- ♦ Analizar el comportamiento de los consumidores de contenidos digitales, destacando la importancia de la participación y las plataformas de distribución
- ♦ Diseñar y desarrollar proyectos narrativos Transmedia utilizando métodos creativos y evaluando las plataformas y formatos óptimos para cada tipo de contenido
- ♦ Gestionar comunidades digitales en múltiples redes sociales, maximizando la interacción con los usuarios y promoviendo un mayor nivel de participación en la creación de contenido
- ♦ Estudiar el impacto de las tecnologías emergentes, como la Realidad Extendida (XR), en el desarrollo de proyectos Transmedia, favoreciendo la innovación y la inmersión
- ♦ Aplicar herramientas de medición para evaluar la efectividad de contenidos Transmedia, optimizando el rendimiento de las estrategias comunicacionales en redes sociales





Objetivos específicos

Módulo 1. Construcción de Marca Personal. Branding personal, Identidad Digital y Reputación Corporativa

- ♦ Desarrollar el diseño de una estrategia de la Identidad Digital que ayude a proyectar una imagen coherente a los valores de marca
- ♦ Identificar el recorrido de la Marca Personal para contar con una visión global de todas sus fases
- ♦ Comunicar una Identidad Digital coherente y positiva
- ♦ Adquirir las habilidades y competencias necesarias para la gestión de la Marca Personal
- ♦ Llevar a cabo una estrategia de acciones online y *offline* para la monetización de la Marca Personal
- ♦ Establecer una estrategia para mantener una reputación corporativa positiva y saber gestionar una crisis de reputación

Módulo 2. Autodiagnóstico para la construcción de Marca Personal Reputación en el mercado, DAFO, auditoría y Benchmarking

- ♦ Identificar, desde la perspectiva del autoconocimiento, los valores que vertebran la marca personal
- ♦ Evaluar el punto de partida y sacar rendimiento de las herramientas de autoconocimiento más avanzadas
- ♦ Potenciar fortalezas y diferencias para trabajar el posicionamiento como Marca Personal
- ♦ Extraer información relevante sobre herramientas de autoconocimiento como el Ikigai
- ♦ Analizar el verdadero impacto del autoconocimiento en el desarrollo de la Marca Personal a través de los estudios de caso
- ♦ Examinar actores y marcas personales referentes en un sector relevante para inspirarte

Módulo 3. Planificación de Marca Personal. Análisis de los factores diferenciales. Pilares de posicionamiento: Brand Core y Brand Positioning

- ♦ Convertir las debilidades en fortalezas, y amenazas y fortalezas en oportunidades para desarrollar con éxito la Marca Personal
- ♦ Estudiar las bases y el marco teórico del brand core y brand positioning
- ♦ Descubrir, en el brand core (núcleo de marca) cómo identifica el propósito, la visión y los valores y ver su utilidad práctica
- ♦ Trabajar el brand positioning, identificando a la audiencia, el mercado y los objetivos, y estudiar la propuesta de valor como eje de nuestro modelo de negocio personal

Módulo 4. Estrategia de Marca Personal. Brand persona. Claves de identidad verbal y visual. Elevator pitch, oratoria y storytelling personal

- ♦ Considerar los elementos de personalidad como útiles para desarrollar un nombre de Marca y tagline que nos defina
- ♦ Construir arquetipos de Marca Personal bajo diferentes metodologías
- ♦ Fundamentar las formas de proyectar nuestra identidad verbal y no verbal para reforzar la credibilidad de nuestro mensaje
- ♦ Analizar los diferentes recursos de las narrativas personales

Módulo 5. Desarrollo de Marca Personal. Selección estratégica de plataformas, estrategia de comunicación y plan de contenidos. Técnicas de copywriting

- ♦ Desarrollar contenidos de valor y alto impacto para la audiencia
- ♦ Discernir entre los canales y técnicas más adecuados para la difusión y viralidad de nuestros mensajes
- ♦ Crear y curar contenidos para conceptualizar un plan anual de dinamización en base a nuestras mejores competencias
- ♦ Establecer tácticas de inteligencia artificial útiles para construir contenidos

Módulo 6. Social media Branding. Estrategia de visibilidad y engagement en Instagram, Twitter, Facebook y TikTok

- ♦ Determinar la importancia de la Marca Personal en redes sociales y cómo una presencia digital coherente puede ayudar a impulsar la carrera profesional
- ♦ Analizar el proceso de creación de una estrategia de contenido que refleje la identidad de la Marca Personal y conecte con la audiencia en diferentes plataformas de redes sociales
- ♦ Identificar los diferentes objetivos que se pueden aplicar a la Marca Personal en el medio social
- ♦ Fundamentar el uso de Instagram, Facebook, Twitter y Tiktok para la Marca Personal
- ♦ Identificar buenas prácticas en dichas plataformas sociales para aumentar el *engagement* y la visibilidad de la Marca Personal
- ♦ Examinar las variables de análisis y medición de resultados que ofrece cada plataforma

Módulo 7. Personal branding en LinkedIn. Estrategias de visibilidad y engagement en LinkedIn

- ♦ Desarrollar una estrategia efectiva para optimizar el perfil de LinkedIn buscando crear un perfil sólido, creíble y que sobresalga por encima del promedio
- ♦ Identificar los tipos de contenido que tienen mayor impacto en la audiencia de LinkedIn como base para crear contenido valioso y relevante para fortalecer la reputación profesional
- ♦ Determinar una estrategia de pilares de contenido como base de un calendario editorial de publicaciones que transmitan los conocimientos, historias, pensamientos y mensajes que concretarán la Marca Personal en LinkedIn
- ♦ Examinar las técnicas, formatos y estilos efectivos para la publicación de posts en LinkedIn
- ♦ Dominar las tácticas para establecer una comunidad activa y comprometida en LinkedIn, mediante el uso de estrategias efectivas de conexión, interacción y fidelización
- ♦ Evaluar y analizar el rendimiento de la estrategia de LinkedIn, mediante el monitoreo de las métricas y el análisis de la actividad y el comportamiento de la audiencia, con el fin de ajustar y mejorar la estrategia en tiempo real

Módulo 8. El *networking* para la construcción de Marca Personal. Las redes de contactos, los eventos y las estrategias de RRPP como palancas de crecimiento

- ♦ Desarrollar una estrategia de *networking* adaptada a los objetivos y público y construir una red de contactos sólida y en crecimiento
- ♦ Implementar acciones estratégicas online y *offline* para la ampliación de la red de contactos
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación para un *networking* efectivo en diferentes ámbitos y canales de comunicación presencial y online
- ♦ Utilizar las Relaciones Públicas para aumentar la visibilidad y autoridad en el área de especialización
- ♦ Determinar cómo funcionan los medios de comunicación, los stakeholders y los líderes de opinión para construir una red de contacto sólida y estratégica
- ♦ Gestionar las crisis de reputación en el *networking* y relaciones públicas

Módulo 9. Estrategias, técnicas y herramientas de *inbound* e e-mail marketing para la construcción y generación de contenidos de Marca Personal

- ♦ Descubrir cómo mejorar la productividad diaria para generar ideas de contenido y evitar el síndrome del folio en blanco
- ♦ Compilar las mejores herramientas para generar nuevas ideas de contenido y saber dónde buscar la inspiración y estar siempre al día de lo que se publica en el sector
- ♦ Utilizar herramientas de producción creativa como Canva
- ♦ Elegir la herramienta de e-mail marketing más adecuada para cada profesional
- ♦ Identificar cuál puede ser el mejor incentivo para maximizar la captura de leads y construir una base de datos propia
- ♦ Utilizar el email marketing como una herramienta/canal para la construcción de una "comunidad de fieles"

Módulo 10. KPIs Impacto de la Marca Personal: métricas para la medición de resultados y casos de éxito multisector

- ♦ Fundamentar la relación entre influencia y Marca Personal
- ♦ Identificar buenas prácticas de actuación en Marca Personal
- ♦ Establecer objetivos y metas específicas para mejorar el impacto y la eficacia de la Marca Personal
- ♦ Analizar la presencia de la marca personal en diferentes medios y plataformas



Aprenderás a utilizar LinkedIn como una herramienta de crecimiento, posicionamiento y generación de oportunidades laborales. ¡Haz que tu marca destaque en la red profesional más poderosa!”

05

Salidas profesionales

En un mercado cada vez más competitivo, contar con una Marca Personal bien construida no solo te diferencia, sino que también te abre las puertas a múltiples oportunidades laborales. Gracias a los conocimientos adquiridos en este Máster, podrás acceder a diversas salidas profesionales en sectores en constante crecimiento. Por un lado, podrás desempeñarte como consultor de Marca Personal, ayudando a profesionales y empresas a optimizar su presencia digital. Además, tendrás la posibilidad de especializarte en Marketing Digital, gestión de redes sociales o creación de contenido estratégico.



“

Conviértete en un consultor de Marca Personal y potencia el éxito de otros. Aprende a diseñar estrategias personalizadas, optimizar la presencia digital y posicionar a profesionales y empresas en su sector”

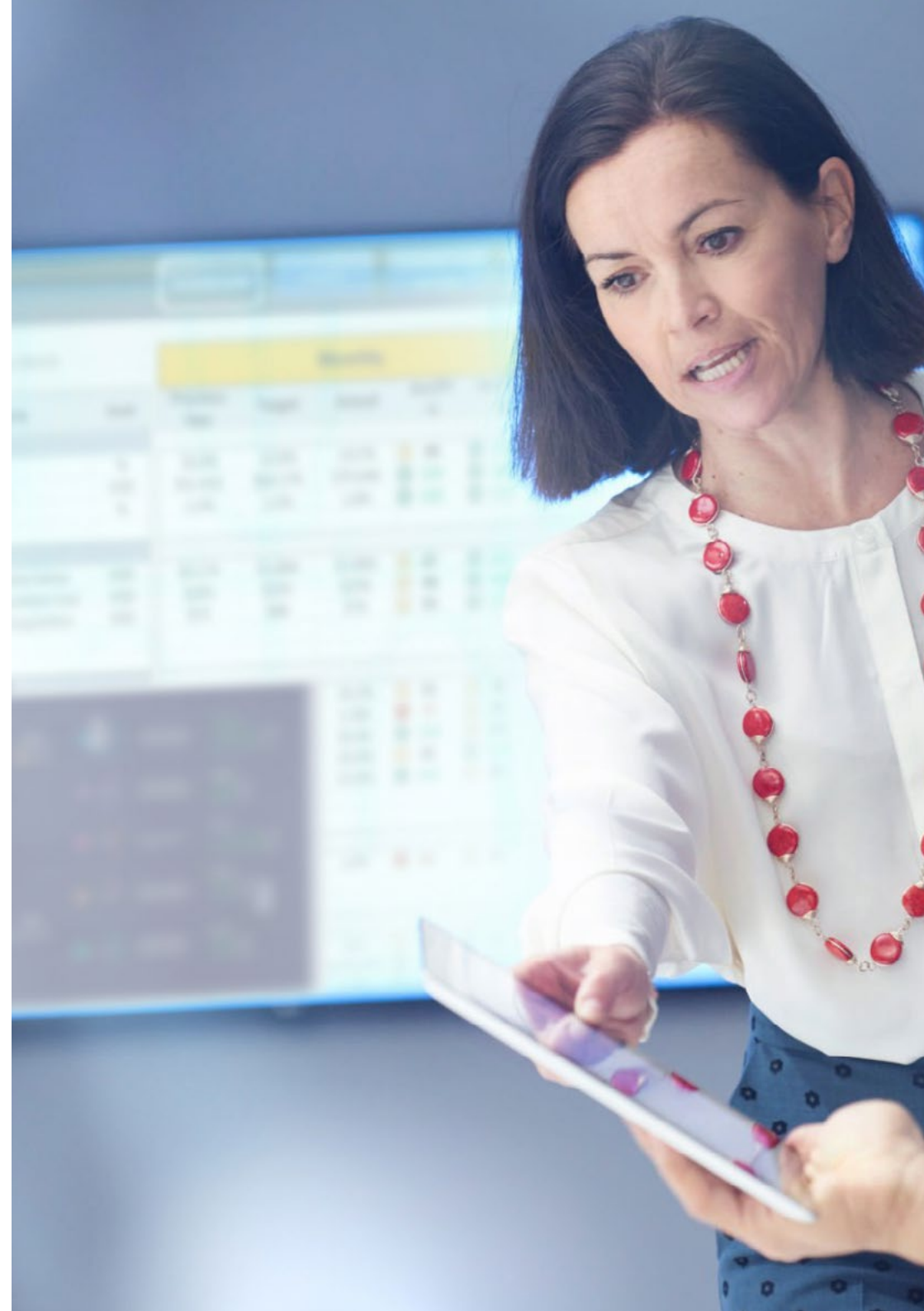
Perfil del egresado

El éxito en el mundo digital no solo depende del conocimiento técnico, sino también de la capacidad para comunicar, conectar y generar confianza. Por ello, los egresados de este programa académico no solo dominan estrategias avanzadas de Marca Personal, sino que también desarrollan una visión estratégica, creativa y analítica para destacar en cualquier sector. Al finalizar el Máster, contarás con habilidades en branding digital, gestión de redes sociales, storytelling, *networking* y optimización SEO. Además, adoptarás una mentalidad proactiva, innovadora y orientada a resultados, clave para posicionarte como un referente en el entorno digital y aprovechar cada oportunidad profesional.

Domina el arte del storytelling y convierte tu historia en una estrategia de éxito.

Aprende a crear narrativas impactantes que conecten con tu audiencia.

- ♦ **Pensamiento estratégico:** capacidad para analizar, planificar y ejecutar acciones que fortalezcan la Marca Personal en el entorno digital
- ♦ **Habilidades comunicativas:** desarrollo de un discurso claro, persuasivo y adaptado a diferentes plataformas y audiencias
- ♦ **Adaptabilidad y aprendizaje continuo:** facilidad para ajustarse a las tendencias digitales y optimizar estrategias en función del mercado
- ♦ **Creatividad e innovación:** generación de contenido original y atractivo que potencie la conexión con la audiencia



Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Emprendedor Digital:** crea y desarrolla su propia Marca Personal, ofreciendo servicios, cursos o productos digitales para generar ingresos online.
2. **Consultor Independiente:** asesora a profesionales y empresas en la construcción y gestión de su Marca Personal, posicionándose como experto en su nicho.
3. **Creador de Contenido:** genera y monetiza contenido en redes sociales, blogs o plataformas digitales, construyendo una comunidad fiel y rentable.
4. **Fundador de Agencia Digital:** lanza su propia agencia especializada en branding, marketing digital y gestión de redes sociales para clientes.
5. **Infoproductor:** diseña y vende cursos, ebooks o membresías exclusivas basadas en su conocimiento y experiencia en el sector digital.
6. **Especialista en Estrategias de Monetización:** ayuda a emprendedores y creadores a implementar modelos de negocio rentables en plataformas digitales.
7. **Coach de Marca Personal:** guía a profesionales en el desarrollo de su identidad digital y posicionamiento estratégico para maximizar su impacto.
8. **Freelancer en Marketing Digital:** ofrece servicios de branding, copywriting, gestión de redes y publicidad online de manera autónoma, adaptándose a diversos clientes y mercados.

“

Convierte tu conocimiento en un negocio digital. Aprende a crear y vender cursos, ebooks y membresías exclusivas, posicionándote como un referente en tu sector”

06

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

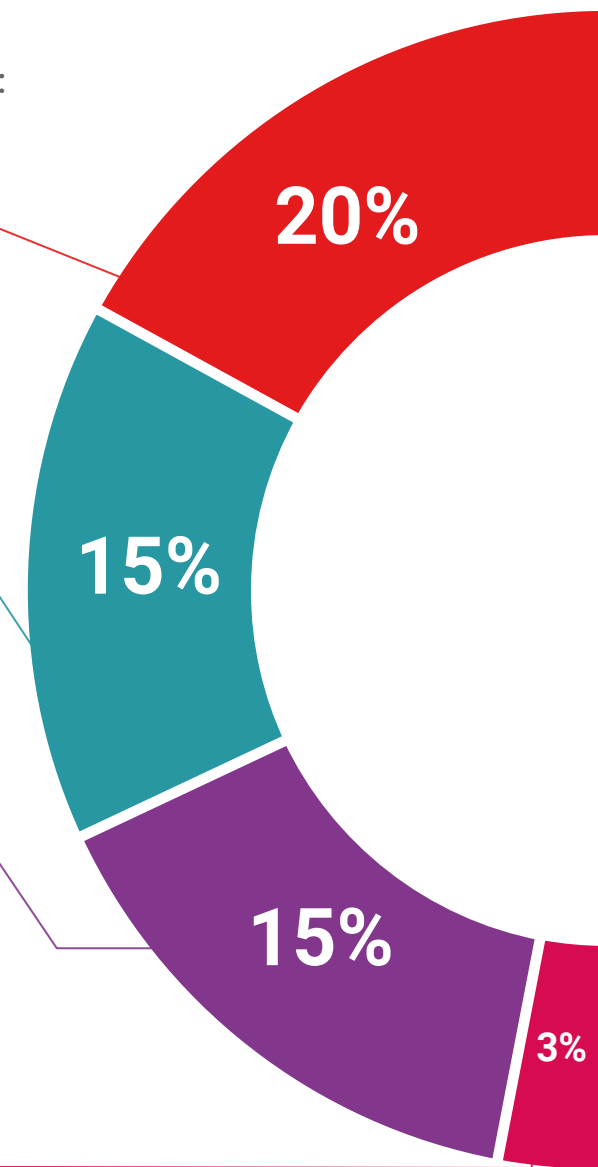
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

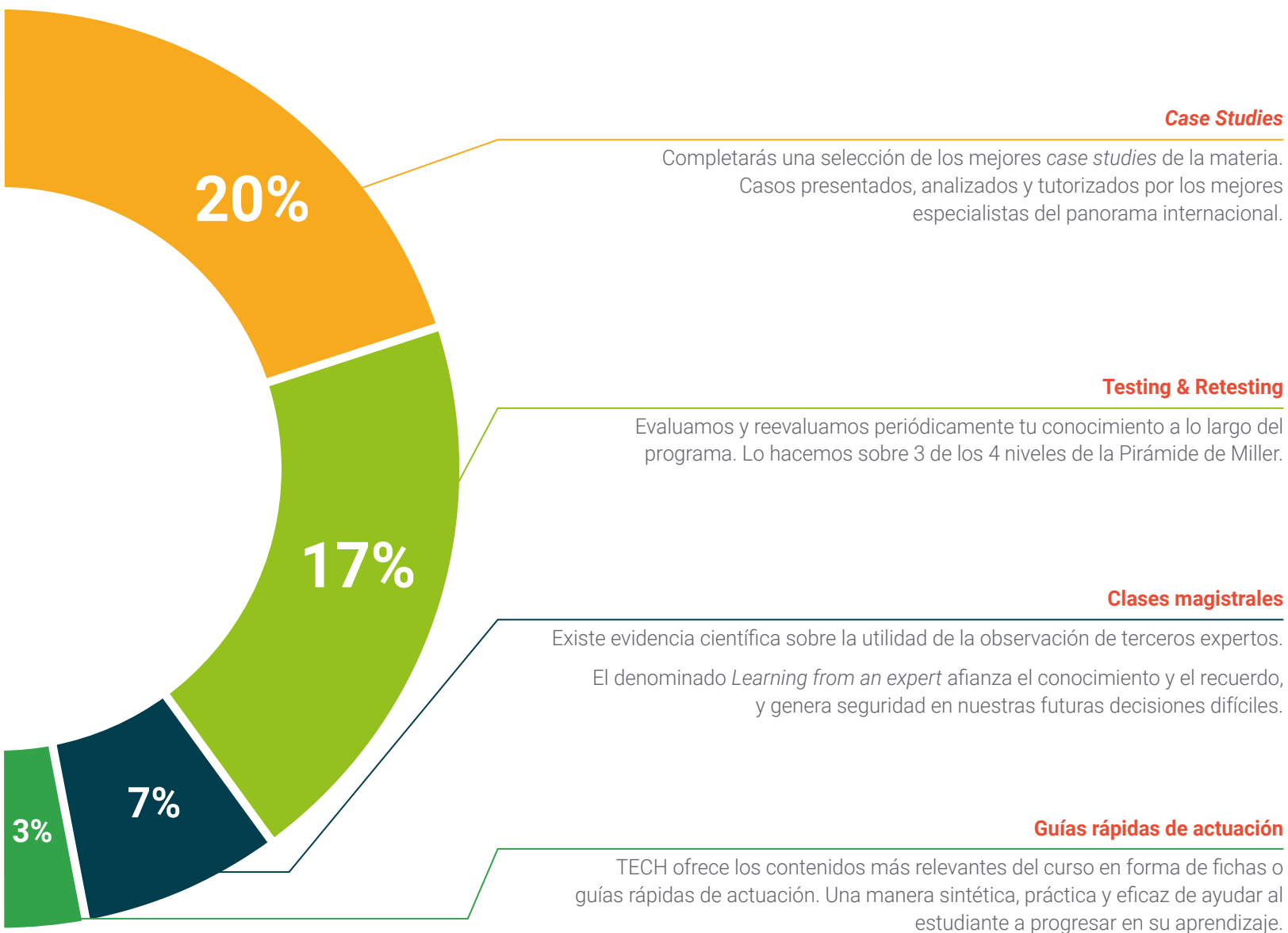
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



07

Cuadro docente

Este programa académico está dirigido por profesionales con amplia experiencia en *Branding*, *Marketing Digital* y Comunicación Estratégica. Contarás con docentes altamente capacitados, que han trabajado en proyectos reales y conocen las tendencias del sector. A través de su conocimiento, recibirás una educación práctica y actualizada, basada en estrategias efectivas y casos reales. Además, su enfoque dinámico te permitirá aplicar lo aprendido de inmediato, optimizando tu desarrollo profesional. Aprender de especialistas te brindará las herramientas necesarias para construir una Marca Personal sólida y destacar en el competitivo entorno digital.

“

*Aprende con los mejores en
TECH. Este Máster está guiado
por especialistas con trayectoria
comprobada en el mundo digital,
brindándote conocimientos
actualizados y estrategias aplicables”*

Dirección



Dña. Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Directora de Marketing y Estrategia Digital en Torres y Carrera
- ♦ Directora de Servicios al Cliente y *Chief Marketing Officer* en Roi Scroll
- ♦ Head of *Social Media* y PR Digital en Havas
- ♦ Consultora Senior de Comunicación y Social Media en Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Publicidad y RRPP- Noa Nogueira
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Doble Premio Extraordinario Fin de Carrera de la Xunta de Galicia y la Universidad de Vigo
- ♦ Posgrado en Search y Social Media Marketing por la Universitat de Barcelona

Profesores

Dra. López Rodríguez, Carla

- ♦ Consultora internacional y formadora de marca personal
- ♦ Visual Comercial, responsable de la presentación de producto en Inditex en Austria
- ♦ Docente en la Universidad de Vigo
- ♦ Docente en Universidad Unir
- ♦ Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Alicante
- ♦ Licenciada en Comunicación audiovisual por la Universidad Vigo
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad de Vigo con Mención internacional y Cum Laude
- ♦ Máster en Gestión estratégica e innovación en comunicación por la Universidad de Málaga

Dña. Luque Diaz, Daniela

- ♦ Consultora Marca personal en LinkedIn
- ♦ Coordinadora de estrategia de Marketing en KIND APP en Suecia
- ♦ Coordinadora de programas de artes en el Departamento de artes y Humanidades en New York University
- ♦ Gestión de la estrategia de marketing para la colección de accesorios de moda de la marca AITA
- ♦ Directora de proyecto / Marketing & Eventos en Top Gear Promotions en Dubai
- ♦ Coordinadora de operaciones de Eurofragance en Dubai
- ♦ Directora de Desarrolla de Negocios del Grupo Intercom en Barcelona
- ♦ Licenciatura en producción de Cine & TV en la Universidad Nacional de Colombia
- ♦ Máster en Emprendimiento & Innovación por la Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship Lund University
- ♦ Máster en Relaciones Públicas & Protocolo por el ESERP Business School
- ♦ Máster en Retail Management por la Universidad Autónoma de Barcelona

D. Recolons Argenter, Guillem

- ♦ Brand Director en Omnia Marketing
- ♦ Consultor y socio en Integra Personal Branding
- ♦ Director y socio en Soymimarca
- ♦ Director y Consultor comunicación personal en Lateral Consulting
- ♦ Director General en Altraforma
- ♦ Subdirección y dirección nuevo negocio en Saatchi & Saatchi Advertising
- ♦ Docente Profesor de Personal Branding Político en la Univesritat Ramon Llul
- ♦ Docente de Personal Branding en la Universitat Pompeu Fabra
- ♦ Máster en Marketing ESMA
- ♦ Publicista por el Colegio del Marketing y Comunicación de Cataluña
- ♦ Graduado en Humanidades UOC por la Universitat Oberta de Catalunya

Dña. García Sanz, Nagore

- ♦ Consultora de comunicación
- ♦ Responsable de comunicación en departamento de Juventud de la Diputación Foral de Gipuzkoa
- ♦ Responsable de comunicación del lanzamiento Escuela de Negocios Kühne
- ♦ Licenciada Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco
- ♦ Máster en Marketing Digital y Comunity Management por Escuela Marketing and Web
- ♦ Experto en Servicio de Información y atención ciudadana por la Universidad de Salamanca
- ♦ Webmaster. Diseño gráfico, programación web y marketing digital por la Escuela de Diseño Área
- ♦ Gestión de Documentos y Administración de Archivos por Eusko Ikaskuntza & Fundación Asmoz
- ♦ Experto en Economía, Gestión y Tecnología de la Innovación Pública por la Facultad de Económicas, Empresariales y Turismo de la Universidad de Alcalá

Dra. García Veiga, Mariam

- ♦ CEO RockNRebel
- ♦ Personal docente investigador de la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración Pública por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Doctorado en Procesos Políticos Contemporáneos por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en marketing y comunicación política por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster en Técnicas Estadísticas Avanzadas por la Universidad de Santiago de Compostela
- ♦ Máster in International Business/Trade/Commerce por la Universidad Intercontinental de la Empresa
- ♦ Máster en Analítica web por Kschool

Dña. Ramos González, Delia

- ♦ Diseñadora de Producto en Acurable SLU
- ♦ Supervisora de Cuentas en Agencia Publicidad La Caseta
- ♦ Creativa Publicitaria en la Cámara de Comercio de Sevilla
- ♦ Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla
- ♦ Grado Superior en Diseño Gráfico y Tecnologías Multimedia por la Escuela de Diseño y Comunicación CEADE Leonardo

08

Titulación

El Máster Título Propio en Construcción de Marca Personal garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

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

El programa del **Máster Título Propio en Construcción de Marca Personal** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

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

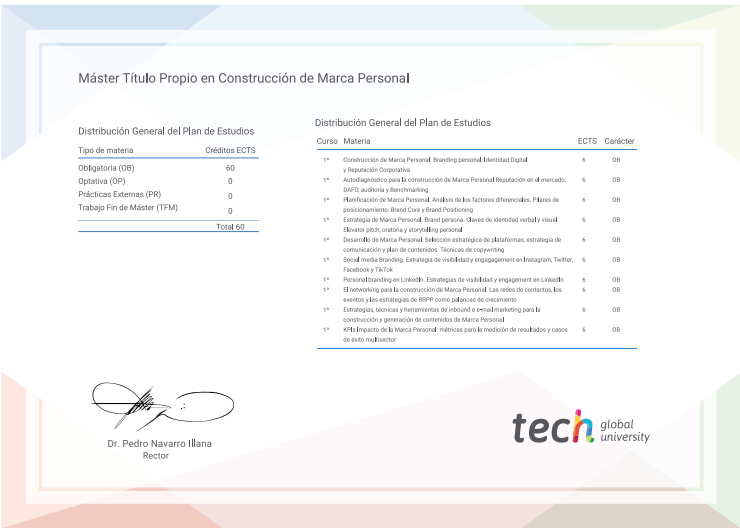
Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional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

Título: **Máster Título Propio en Construcción de Marca Personal**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**



*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Global University recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Máster Título Propio

Construcción de Marca Personal

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

Construcción de Marca Personal