Experto Universitario
Marketing



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Marketing

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**
Acceso web: techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-marketing

Índice

01 Presentación — *pág. 4*

02 Objetivos — *pág. 8*

03 Estructura y contenido — *pág. 12*

04 Metodología — *pág. 18*

05 Titulación — *pág. 26*

01

Presentación

El Experto Universitario en Marketing es una herramienta de alta capacitación para los profesionales del sector, que encontrarán en una sola capacitación, el crecimiento más completo en estas áreas de trabajo. A través de una capacitación de alta competencia podrás dar un paso sólido y solvente en este terreno, consiguiendo las habilidades personales y profesionales necesarias para ejercer como un experto en la materia. Un Experto completo y eficaz que te impulsara a más alto nivel de competencia.





Conviértete en uno de los profesionales más demandados del momento: fórmate como Experto Universitario en Marketing con este completísimo Experto"

Durante el experto se enseñará al estudiante a analizar la realidad económica de una forma racional, de tal forma que pueda identificar las variables de un problema relevante, identificando las distintas alternativas de acción, seleccionando la más adecuada de acuerdo a los objetivos establecidos. Conocerá el funcionamiento y las consecuencias de los sistemas económicos, de las distintas alternativas de asignación de recursos, de la acumulación de la riqueza y de la distribución de la renta.

El alumno adquirirá los conocimientos de marketing necesarios para alcanzar el éxito empresarial. La velocidad con la que los cambios en el mercado afectan a empresas, profesionales y clientes hace necesaria una capacitación especializada en marketing estratégico y ventas inteligentes con el fin de orientar nuestra actividad a lo que demanda realmente el cliente, verdadero protagonista de este siglo. En esta asignatura se tratarán temas tan fundamentales para la empresa como el marketing estratégico, las diferentes herramientas del marketing operativo, el manual de ventas, Internet y las nuevas tecnologías o la auditoría de marketing.

Se estudiarán y desarrollarán habilidades que le permitirán hacer un uso estratégico del marketing. Es decir, podrá analizar su posición relativa en un mercado, comprendiendo las relaciones entre los distintos actores, y podrá establecer directrices que le ayuden a conseguir sus objetivos.

Para ello, se combinará el estudio teórico con el análisis de casos reales que permitan aprender de las experiencias reales, en los mercados actuales.

Mediante la experiencia, conseguirás aprender cómo se desarrollan los conocimientos necesarios para avanzar en esta área de trabajo. Este aprendizaje, que necesita obligatoriamente de la experiencia, consigue en esta capacitación, conciliar teleaprendizaje y enseñanza práctica ofreciéndote una opción única para dar a tu cv el impulso que buscas.

Esta capacitación te ofrece las características de un curso de alto nivel científico, docente y tecnológico. Estas son algunas de sus características más destacadas:

- Última tecnología en software de enseñanza online.
- Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión.
- Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo.
- Sistemas de vídeo interactivo de última generación.
- Enseñanza apoyada en la telepráctica.
- Sistemas de actualización y reciclaje permanente.
- Aprendizaje autoregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones.
- Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje.
- Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento.
- Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual.
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet.
- Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del curso.

Incorpórate a la élite, con esta capacitación de alta eficacia capacitiva y abre nuevos caminos a tu progreso profesional”

Un Experto que te capacitará para trabajar en todos los ámbitos de la Comunicación Digital y Gestión de Crisis con la solvencia de un profesional de alto nivel"

Nuestro personal docente está integrado por profesionales de diferentes ámbitos relacionados con esta especialidad. De esta manera nos aseguramos de ofrecerte el objetivo de actualización capacitiva que pretendemos. Un cuadro multidisciplinar de profesionales formados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán a tu servicio los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia: una de las cualidades diferenciales de esta capacitación.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning integra los últimos avances en tecnología educativa. De esta manera, podrás estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que te darán la operatividad que necesitas en tu capacitación. t

El diseño de este programa está basado en el Aprendizaje Basado en Problemas: un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, usaremos la telepráctica: con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el learning from an expert podrás adquirir los conocimientos como si estuvieses enfrentándote al supuesto que estás aprendiendo en ese momento. Un concepto que te permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Con un diseño metodológico que se apoya en técnicas de enseñanza contrastadas por su eficacia, este novedoso Experto Universitario en Marketing te llevará a través de diferentes abordajes docentes para permitirte aprender de forma dinámica y eficaz"



02

Objetivos

Nuestro objetivo es capacitar profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se complementa, además, de manera global, con el impulso de un desarrollo humano que siente las bases de una sociedad mejor. Este objetivo se materializa en conseguir ayudar a los profesionales a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor. Una meta que, en tan apenas unos meses podrás dar por adquirida, con una capacitación de alta intensidad y precisión.





Si tu objetivo es reorientar tu capacidad hacia nuevos caminos de éxito y desarrollo, este es tu Experto: una capacitación que aspira a la excelencia"

Objetivos generales

- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas digitales más avanzadas
- Aprender a gestionar la comunicación de organizaciones y empresas en momentos de crisis

Una vía de capacitación y crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral"



Objetivos especificos

- Saber relacionar los conceptos básicos de la teoría económica general y la teoría del consumidor con la publicidad y sus efectos en la sociedad de mercado.
- Reconocer y dominar los principales conceptos, teorías y metodologías de la Sociología para el análisis crítico de la realidad social propia de los procesos de comunicación persuasiva.
- Saber identificar los fundamentos teóricos y prácticos de la investigación estadística y su aplicación en la investigación y planificación de medios y soportes.
- Habilidad en la búsqueda de información e investigación de mercados y capacidad para entender el entorno económico circundante.
- Habilidad en la búsqueda de información e investigación de mercados y capacidad para entender el entorno económico circundante.
- Identificar los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en el área de la publicidad y de las relaciones públicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras.
- Reconocer la estructura y transformación de la sociedad actual en su relación con los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas.
- Comprender la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos, como expresiones de los modos de vida y de las culturas de las sociedades en las que desempeñan su función pública.
- Reconocer los aspectos sociológicos, económicos y jurídicos que influyen en la comunicación publicitaria y en el desarrollo de las relaciones públicas.
- Saber abordar el tratamiento informativo de los avances científicos de forma comprensible y eficaz.
- Reconocer los aspectos sociológicos, económicos y jurídicos que influyen en la comunicación publicitaria y en el desarrollo de las relaciones públicas.
- Ser capaz de abordar el tratamiento informativo de los avances científicos de forma comprensible y eficaz.
- Ser capaz de relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas.
- Analizar las características principales y los procesos de la comunicación política estratégica y aplicada.
- Manejar las herramientas existentes para contribuir al posicionamiento exitoso de la empresa en el entorno on line y offline.

04

Estructura y contenido

Los contenidos de este Experto han sido desarrollados por los diferentes expertos con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia.

Un programa completísimo y muy bien estructurado que te llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje compatible con tu vida personal y profesional”

Módulo 1. Introducción a la economía

1.1. Conceptos básicos de Economía
- 1.1.1. Concepto de Economía: el problema económico básico
- 1.1.2. Economía positiva y economía normativa
- 1.1.3. La macroeconomía y la microeconomía
- 1.1.4. Variables flujo y variables stock
- 1.1.5. La mano invisible de Adam Smith
- 1.1.6. Principios básicos de economía
- 1.1.7. La economía del comportamiento

1.2. La Teoría de la demanda.
- 1.2.1. Introducción
- 1.2.2. La teoría del comportamiento del consumidor
- 1.2.3. La condición ceteris paribus
- 1.2.4. Curva del consumidor y curva del mercado
- 1.2.5. Movimientos y desplazamientos de la curva de demanda

1.3. La elasticidad de la demanda.
- 1.3.1. La elasticidad precio de la demanda
- 1.3.2. Elasticidad cruzada y elasticidad renta. Clasificación de los bienes atendiendo a su elasticidad
- 1.3.3. Relación entre las variaciones en el gasto total del consumidor y las variaciones en el precio
- 1.3.4. Efecto total, efecto sustitución y efecto renta.
- 1.3.5. El excedente del consumidor

1.4. Teoría de la oferta, la elasticidad de la oferta y el equilibrio del mercado.
- 1.4.1. La ley de la oferta
- 1.4.2. La oferta individual y la oferta de mercado
- 1.4.3. Diferencias entre movimientos y desplazamientos de la curva de ofera
- 1.4.4. La elasticidad de la oferta
- 1.4.5. Oferta, demanda y el precio de equilibrio.

1.5. Teoría y los costes de producción.
- 1.5.1. Teoría de la producción
- 1.5.2. La importancia del horizonte temporal
- 1.5.3. La ley de los rendimientos decrecientes
- 1.5.4. Principios básicos por los que se rigen las empresas
- 1.5.5. Producto total, producto marginal y producto medio
- 1.5.6. Toma de decisiones del empresario

1.6. El mercado
- 1.6.1. El mercado
- 1.6.2. Clases y características que pueden, o no, tener los mercados
- 1.6.3. El mercado de competencia perfecta.
- 1.6.4. La curva de oferta de la empresa
- 1.6.5. Mercados de competencia imperfecta

1.7. Macroeconomía: Una visión generales
- 1.7.1. Diferencias entre el enfoque microeconómico y el enfoque macroeconómico
- 1.7.2. Problemas económicos recurrentes
- 1.7.3. Modelo del flujo circular de la renta y el gasto en una economía cerrada.
- 1.7.4. Economía con sector público y comercio internacional
- 1.7.5. Producto interior bruto nominal versus producto interior bruto real. El deflactor del producto interior bruto.
- 1.7.6. Renta nacional versus renta disponible
- 1.7.7. Definición del producto interior bruto
- 1.7.8. Conclusiones importantes sobre el producto interior bruto
- 1.7.9. Relación entre las variables macroeconómicas.

1.8. La demanda agregada
- 1.8.1. Introducción
- 1.8.2. La demanda agregada de consumo privado. La teoría Keynesiana
- 1.8.3. La demanda de inversión
- 1.8.4. La demanda agregada
- 1.8.5. Políticas de estabilización

1.9. La balanza de pagos
- 1.9.1. Introducción
- 1.9.2. La contabilización de la balanza de pagos: introducción
- 1.9.3. La estructura de la balanza de pagos de acuerdo al sexto manual del Fondo Monetario Internacional
- 1.9.4. Equilibrio de la balanza de pagos y sus implicaciones

1.10. El mercado de divisas
- 1.10.1. El mercado de divisas o de cambios: introducción
- 1.10.2. El funcionamiento del mercado de divisas
- 1.10.3. Distintos sistemas de tipos de cambio
- 1.10.4. Teorías relativas al comercio internacional y al proteccionismo económico

Módulo 2. Fundamentos de marketing

2.1. Introducción al marketing.
- 2.1.1. Concepto
- 2.1.2. Variables básicas del marketing
- 2.1.3. El marketing y la empresa
- 2.1.4. Marketing mix
- 2.1.5. Futuro del marketing
- 2.1.6. Marketing estratégico

2.2. Investigación de mercados
- 2.2.1. Concepto
- 2.2.2. Sistemas de información de marketing
- 2.2.3. El proceso de investigación de mercados
- 2.2.4. Principales técnicas de recogida de información

2.3. Producto y precio.
- 2.3.1. El producto
- 2.3.2. El precio

2.4. La distribución. Mercado y clientes.
- 2.4.1. El mercado
- 2.4.2. El cliente
- 2.4.3. Canales de distribución

2.5. Comunicación integral
- 2.5.1. Elementos de la comunicación comercial
- 2.5.2. Técnicas de venta

2.6. Departamento comercial
- 2.6.1. El manual del vendedor
- 2.6.2. Organización del departamento comercial

2.7. La comunicación dentro del marketing
- 2.7.1. La publicidad
- 2.7.2. La comunicación corporativa
- 2.7.3. Promoción
- 2.7.4. Merchandising y publicidad en el lugar de venta

2.8. Marketing directo
- 2.8.1. Concepto
- 2.8.2. Objetivos
- 2.8.3. Ventas y desventajas
- 2.8.4. Herramientas del marketing directo
- 2.8.5. Funciones y medios del marketing directo

2.9. Plan de marketing y auditoría
- 2.9.1. Plan de marketing
- 2.9.2. Auditoría de marketing

2.10. Marketing en Internet y nuevas tecnologías.
- 2.10.1. Internet
- 2.10.2. Conceptos claves en Internet
- 2.10.3. Marketing operativo en la red
- 2.10.4. Posicionamiento en buscadores
- 2.10.5. Networking
- 2.10.6. Redes sociales
- 2.10.7. El comercio electrónico

Módulo 3. Marketing estratégico

3.1. Marketing y dirección estratégica.
- 3.1.1. El marketing en el contexto de la dirección estratégica: la orientación al mercado.
- 3.1.2. Marketing y dirección estratégica de la empresa.
- 3.1.3. Sistemas de información de marketing.

3.2. Análisis externo:mercados, competencia y entorno en general.
- 3.2.1. Análisis del mercado y los clientes.
- 3.2.2. Análisis de la competencia.
- 3.2.3. Análisis de otras variables del entorno. Demandas sociales. 2.4 Incertidumbre estratégica.

3.3. Análisis interno
- 3.3.1. Indicadores financieros y de desempeño..
- 3.3.2. Matrices de negocio y sistemas de apoyo a la decisión.
- 3.3.3. Formulación de metas y objetivos.

3.4. Estrategias de marketing (i): la empresa
- 3.4.1. Dirección del entorno y marketing de orientación social.
- 3.4.2. Estrategias de des-inversión.
- 3.4.3. Estrategias de crecimiento.

3.5. Estrategias de marketing (ii): el producto-mercado
- 3.5.1. Estrategias de cobertura del mercado y determinación del público objetivo.
- 3.5.2. Estrategias competitivas.
- 3.5.3. Alianzas estratégicas.

3.6. Estrategias de marketing (iii): el producto
- 3.6.1. La estrategia de nuevo producto: proceso de difusión y adopción.
- 3.6.2. La estrategia de diferenciación y posicionamiento.
- 3.6.3. Estrategias en función del ciclo de vida del producto.

3.7. Estrategias de oferta
- 3.7.1. Introducción
- 3.7.2. Estrategias de marca.
- 3.7.3. Estrategias de producto.
- 3.7.4. Estrategias de precio.
- 3.7.5. Estrategias de servicios.





3.8. Estrategias de salida al mercado.
- 3.8.1. Estrategias de distribución.
- 3.8.2. Estrategias de comunicación.
- 3.8.3. Estrategias de fuerza de ventas, internet y marketing directo

3.9. Organización de las actividades de marketing y de las relaciones.
- 3.9.1. Organización de las actividades de marketing
- 3.9.2. Concepto de marketing de relaciones.
- 3.9.3. Conexiones del marketing.

3.10. Implantación y control de la estrategia de marketing
- 3.10.1. Introducción
- 3.10.2. Plan de marketing.
- 3.10.3. Ejecución del plan de marketing.
- 3.10.4. Marketing interno.
- 3.10.5. Evaluación y control.

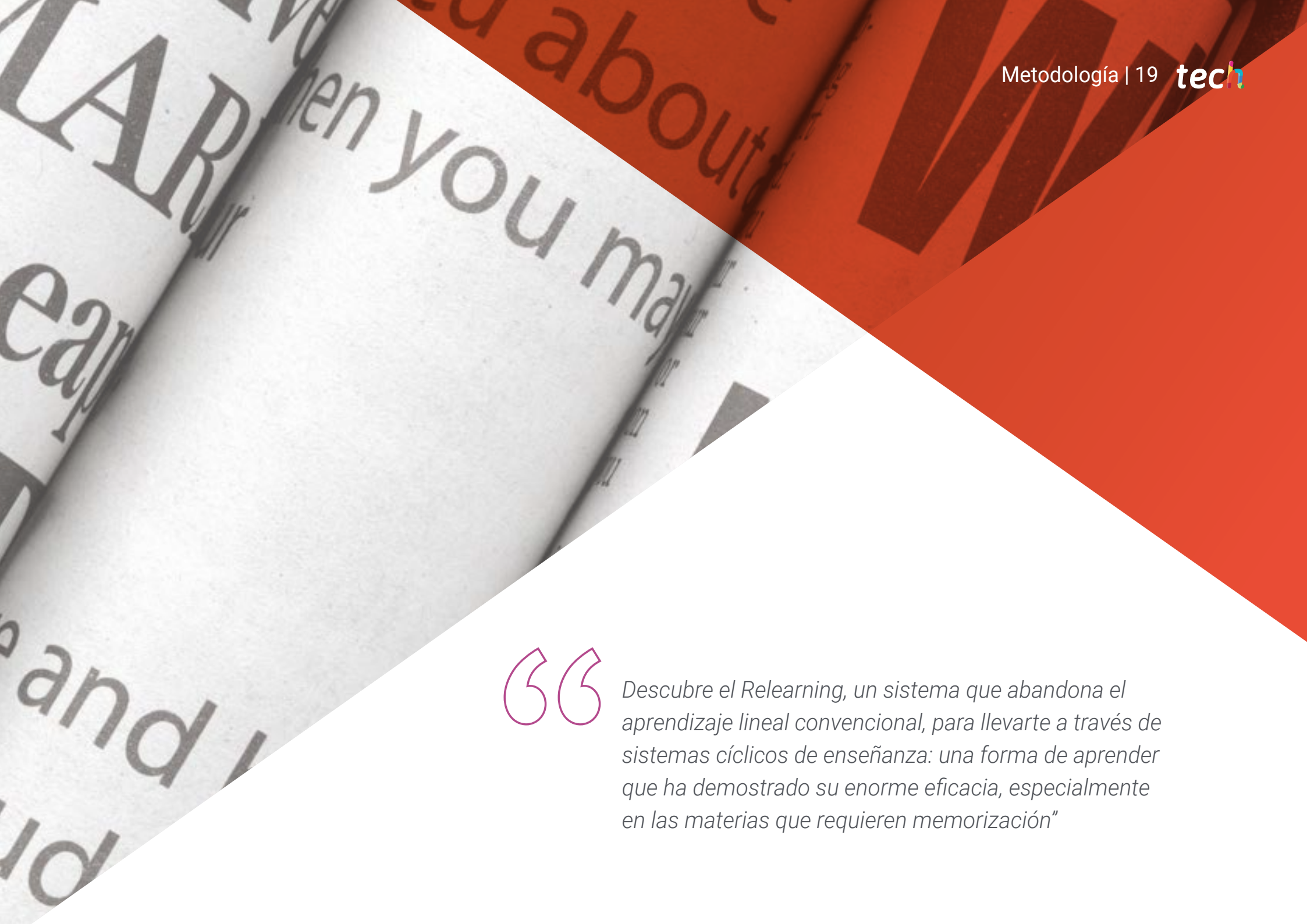
Una capacitación completa que te llevará a través de los conocimientos necesarios, para competir entre los mejores"

05

Metodología

Esta capacitación te ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.
Este sistema de enseñanza es utilizado en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





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

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

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



Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



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

Este programa de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos"*

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

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

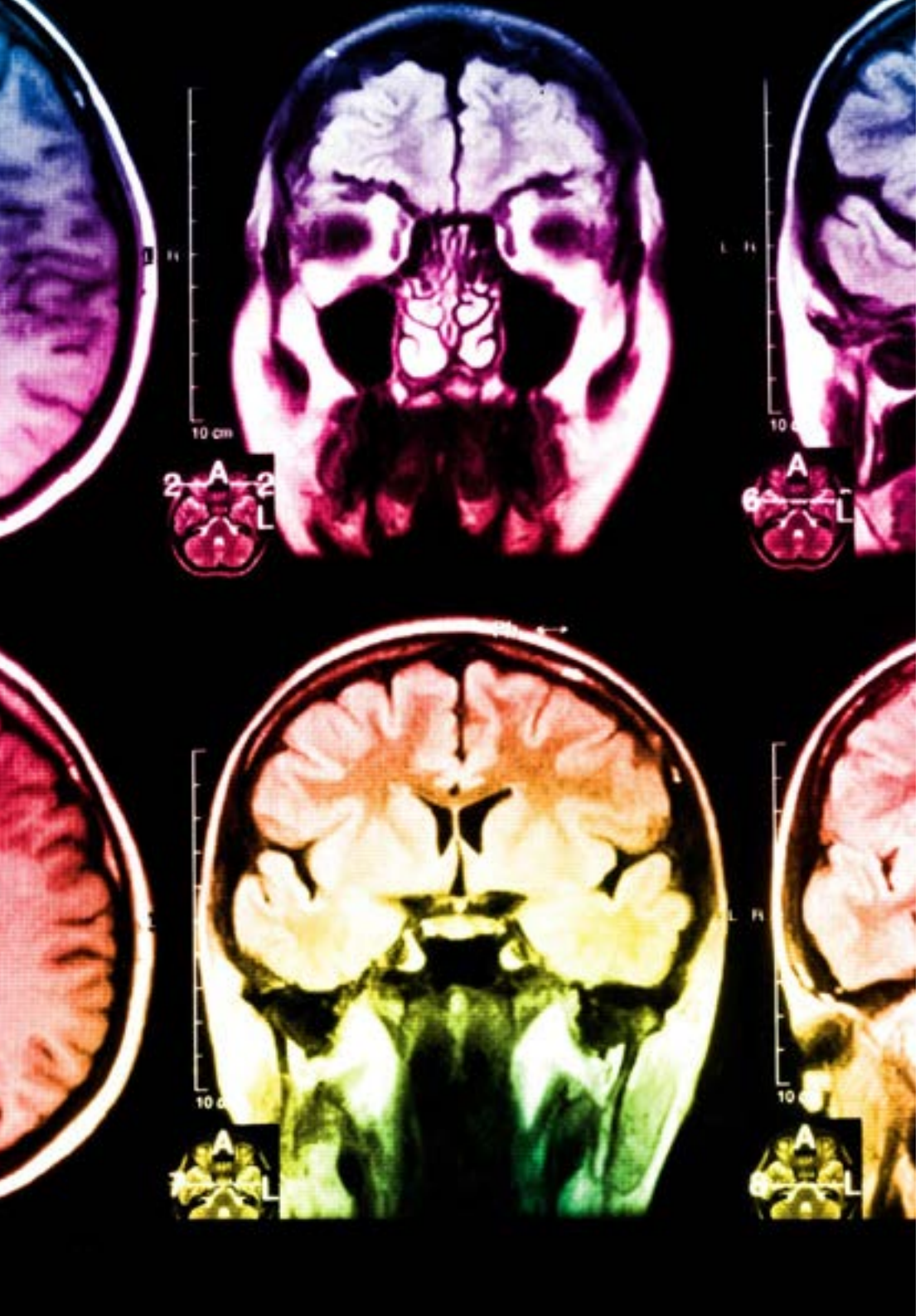
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:

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.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

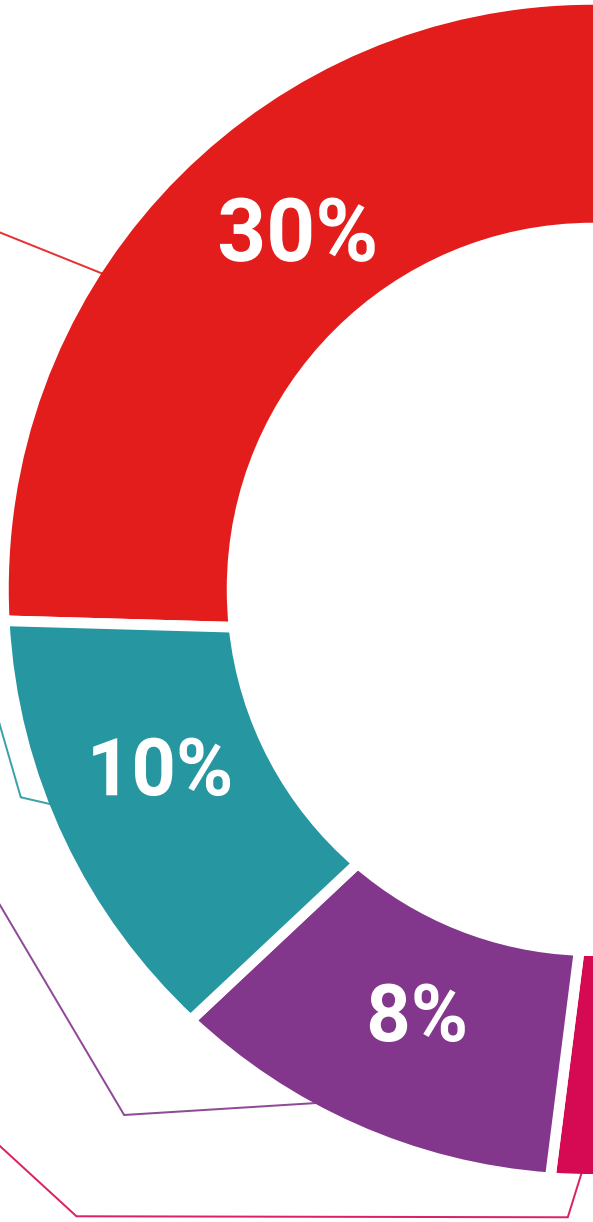
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

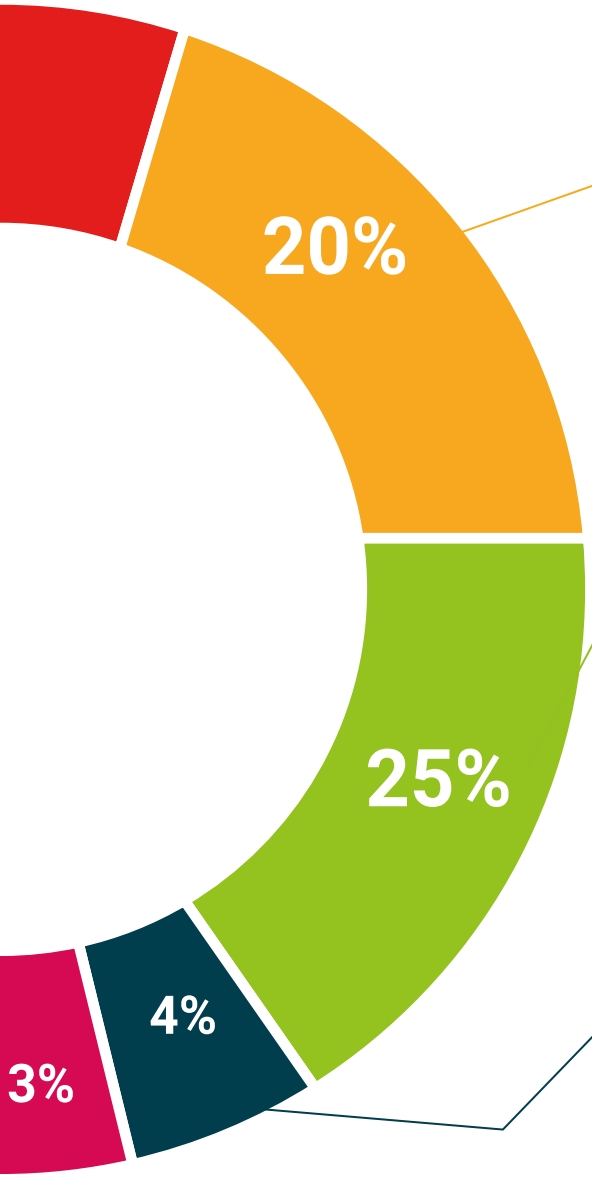
Prácticas de habilidades y competencias

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.

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 cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

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

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.

06

Titulación

A través de una experiencia de aprendizaje diferente y estimulante, podrás conseguir las competencias necesarias para dar un gran paso en tu capacitación. Una oportunidad de progresar, con el apoyo y el seguimiento de una universidad moderna y especializada, que te proyectará a otro nivel profesional.





Incluye en tu formación un título de Experto Universitario en Marketing: un valor añadido de alta cualificación para cualquier profesional de esta área"

Este **Experto Universitario en Marketing** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Experto Universitario** emitido por la **TECH - Universidad Tecnológica**.

El título expedido por la **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Marketing**

Nº Horas Oficiales: **450**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Marketing

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 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.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su titulo en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Marketing

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario
Marketing



tech universidad tecnológica