Experto Universitario
Comunicación



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Comunicación

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-comunicacion**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Estructura y contenido — pág. 20

06 Metodología — pág. 28

07 Perfil de nuestros alumnos — pág. 36

08 Impacto para tu carrera — pág. 40

09 Beneficios para tu empresa — pág. 44

10 Titulación — pág. 48

01

Bienvenida

La comunicación corporativa se ha convertido en uno de los pilares más importantes dentro de cualquier empresa. Todas las entidades quieren estar presentes en los medios, así como tener una mejor relación con sus clientes, proveedores y empleados. Por ello, es imprescindible que mejoren sus canales comunicativos para hacer llegar sus mensajes de manera efectiva. Este programa de TECH se centra en brindarle a los profesionales del sector los instrumentos y estrategias específicos que serán necesarios para aplicar las campañas más adecuadas para cada público, logrando un nivel de capacitación que les permitirá ascender hasta convertirse en uno de los especialistas más reclamados del sector.



Experto Universitario en Comunicación.
TECH Universidad Tecnológica



Forma parte del cambio y capacítate para conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial"

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

Este programa tiene el objetivo de capacitar a profesionales en el campo de la comunicación, brindándoles las herramientas que le ayuden a adquirir los conocimientos necesarios para emitir un mensaje adecuado y coherente. Para ello, el Experto Universitario en Comunicación engloba todos los aspectos relacionados con este campo, para garantizar que se cumple a cabalidad con el perfil que las empresas buscan en este tipo de profesionales. Tras finalizar el programa, el alumno podrá desarrollar una identidad corporativa que transmita los valores y metas de una empresa.





Aplica las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones"

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **Experto Universitario en Comunicación** capacitará a los alumnos para:

01 Ser capaz de entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas

02 Tener la capacidad para contextualizar adecuadamente los sistemas de medios de comunicación y, en particular, la estructura mundial de la comunicación

03 Saber describir las principales tendencias de investigación en la comunicación social, así como sus diferentes modelos: behavioristas, funcionales, constructivistas y estructuralistas

04 Saber definir el marco de actuación de los grandes grupos de medios y sus procesos de concentración



05 Conocer el departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones

06 Aplicar las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones



07 Saber organizar eventos en el ámbito privado y público, siguiendo las directrices del protocolo

08 Conocer las técnicas de investigación de la imagen corporativa y saber aplicar las herramientas de la comunicación para gestionarla de manera eficaz en empresas y organizaciones públicas

09 Aplicar las herramientas de análisis de la identidad y reputación corporativas

10 Analizar la naturaleza y el funcionamiento de los grupos de interés y de presión en las democracias actuales

11 Entender la importancia de las redes sociales y el *e-mobile* como apoyo y revolución comercial, y utilizar dichas herramientas para la consecución de objetivos publicitarios y de relaciones públicas

12 Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación

13 Conocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación persuasiva

14 Conocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas



15 Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas

16 Identificar los perfiles del publicista y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio laboral



17 Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva

18 Identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas

05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Comunicación se ha diseñado para cumplir con los altos estándares que las empresas y organizaciones exigen de sus empleados, lo que se podrá transformar en un aumento en las posibilidades de los estudiantes para acceder a puestos de mayor responsabilidad en los departamentos de comunicación de empresas de diferentes sectores. El programa se podrá cursar en 6 meses de aprendizaje de manera única y estimulante, siguiendo ejemplos prácticos y la guía de un cuerpo docente especialista en esta área.





Forma parte del cambio con un programa 100% online que te ayudará a comprender mejor el de comunicación corporativa"

Plan de estudios

La forma en la que la comunicación corporativa se ha convertido en un pilar importante para cualquier empresa es la razón por la cual generan confianza y seguridad en los usuarios. Por este motivo, todas las entidades quieren estar presentes en los medios de comunicación o tener una mejor comunicación con sus clientes, proveedores y empleados. En muchas ocasiones, este afán por comunicar a cualquier precio no sigue ninguna táctica para alcanzar una estrategia definida, sino que supone una improvisación que una empresa no puede permitirse.

En consecuencia, ha nacido la necesidad de contar con profesionales que sean capaces de gestionar y desarrollar un equipo de comunicación que potencie los resultados y los mensajes que se desea transmitir. En este sentido, el Experto Universitario en Comunicación cumple con todos las demandas y exigencias de este sector.

A lo largo de 600 horas de aprendizaje, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante un trabajo individual. Así, será capaz de comprender y asimilar cómo es el proceso de creación de la imagen corporativa, poniendo especial atención a la comunicación persuasiva. El objetivo de este programa es ofrecer teorías y técnicas para superar prejuicios, desarrollar la imaginación y despertar una actitud acorde para generar ideas originales en cualquier esfera comunicativa.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 4 módulos:

Módulo 1	Estructura de la comunicación
Módulo 2	Comunicación institucional
Módulo 3	Creatividad en comunicación
Módulo 4	Empresa publicitaria y de las relaciones públicas



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad a sus alumnos de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la capacitación, podrán acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que les permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Adéntrate en el estudio de la ciberseguridad y logra evitar ataques informáticos en tu compañía.

Módulo 1. Estructura de la comunicación

1.1. Teoría, concepto y método de la estructura de la comunicación
1.1.1. Introducción
1.1.2. Autonomía de la disciplina y relaciones con otras materias
1.1.3. El método estructuralista
1.1.4. Definición y objeto de la estructura de la comunicación
1.1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

1.2. orden internacional de la comunicación
1.2.1. Introducción
1.2.2. Control del Estado: monopolios
1.2.3. Comercialización de la comunicación
1.2.4. Dimensión cultural de la comunicación

1.3. Grandes agencias informativas
1.3.1. Introducción
1.3.2. Qué es una agencia informativa
1.3.3. Información y noticias
1.3.4. Antes de internet
1.3.5. Las agencias de noticias se ven gracias a internet
1.3.6. Las grandes agencias mundiales

1.4. La industria publicitaria y su relación con el sistema de medios
1.4.1. Introducción
1.4.2. Industria publicitaria
1.4.3. La necesidad de la publicidad para los medios de comunicación
1.4.4. La estructura de la industria publicitaria
1.4.5. Los medios y su relación con la industria publicitaria
1.4.6. Regulación y ética publicitaria

1.5. Cine y mercado de la cultura y el ocio
1.5.1. Introducción
1.5.2. La compleja naturaleza del cine
1.5.3. El origen de la industria
1.5.4. Hollywood, la capital mundial del cine

1.6. Poder político y medios de comunicación
1.6.1. Introducción
1.6.2. Influencia de los medios de comunicación en la formación de la sociedad
1.6.3. Medios de comunicación y poder político

1.7. Concentración de medios y políticas de comunicación
1.7.1. Introducción
1.7.2. La concentración de medios
1.7.3. Políticas de comunicación

1.8. Estructura de la comunicación en Latinoamérica
1.8.1. Introducción
1.8.2. Estructura de la comunicación en Latinoamérica
1.8.3. Nuevas tendencias

1.9. Sistema de medios en Hispanoamérica y la digitalización del periodismo
1.9.1. Introducción
1.9.2. Aproximación histórica
1.9.3. Bipolaridad del sistema de medios hispanoamericano
1.9.4. Medios hispanos en EE.UU.

1.10. Digitalización y futuro del periodismo
1.10.1. Introducción
1.10.2. La digitalización y la nueva estructura de medios
1.10.3. La estructura de la comunicación en los países democráticos

Módulo 2. Comunicación institucional

2.1. La dirección de comunicación
2.1.1. Introducción
2.1.2. Historia de la comunicación institucional
2.1.3. Principales características de la comunicación institucional
2.1.4. La dirección de comunicación
2.1.5. Guía para el análisis de la estructura de la comunicación

2.2. Ética, cultura y valores
2.2.1. Introducción
2.2.2. Ética en la comunicación institucional
2.2.3. Cultura en la comunicación institucional
2.2.4. Valores en la comunicación institucional

2.3. Identidad e imagen corporativa
2.3.1. Introducción
2.3.2. Imagen de marca
2.3.3. Identidad
2.3.4. Errores en la imagen corporativa

2.4. Publicidad y comunicación
2.4.1. Introducción
2.4.2. Industria publicitaria
2.4.3. La importancia de la comunicación

2.5. Comunicación digital
2.5.1. Introducción
2.5.2. El papel de la comunicación digital
2.5.3. Ventajas de la comunicación digital

2.6. Gestión de eventos
2.6.1. Introducción
2.6.2. Definición
2.6.3. Gestión de eventos

2.7. Patrocinio y mecenazgo
2.7.1. Introducción
2.7.2. El patrocinio
2.7.3. El mecenazgo

2.8. *Lobbies*
2.8.1. Introducción
2.8.2. Definición
2.8.3. Los *lobbies* en comunicación

2.9. Comunicación interna
2.9.1. Introducción
2.9.2. Definición
2.9.3. Características de la comunicación interna

2.10. Crisis
2.10.1. Introducción
2.10.2. Crisis de la comunicación institucional
2.10.3. Nuevos retos de la comunicación institucional

2.11. Comunicación financiera
2.11.1. Introducción
2.11.2. La comunicación financiera
2.11.3. La importancia de la comunicación financiera

2.12. Protocolo empresarial
2.12.1. Introducción
2.12.2. Definición
2.12.3. Protocolo empresarial

Cuenta con un programa que se centra en la gestión y desarrollo de un equipo de comunicaciones y posiciónate a nivel global en un área altamente demandada”

Módulo 3. Creatividad en comunicación

3.1. Crear es pensar
3.1.1. El arte de pensar
3.1.2. Pensamiento creador y creatividad
3.1.3. Pensamiento y cerebro
3.1.4. Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización

3.2. Naturaleza del proceso creativo
3.2.1. Naturaleza de la creatividad
3.2.2. La noción de creatividad: creación y creatividad
3.2.3. La creación de ideas al servicio de una comunicación persuasiva
3.2.4. Naturaleza del proceso creativo en publicidad

3.3. La invención
3.3.1. Evolución y análisis histórico del proceso de creación
3.3.2. Naturaleza del canon clásico de la inventio
3.3.3. La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas
3.3.4. Invención, inspiración, persuasión

3.4. Retórica y comunicación persuasiva
3.4.1. Retórica y publicidad
3.4.2. Las partes retóricas de la comunicación persuasiva
3.4.3. Figuras retóricas
3.4.4. Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario

3.5. Comportamiento y personalidad creativa
3.5.1. La creatividad como característica personal, como producto y como proceso
3.5.2. Comportamiento creativo y motivación
3.5.3. Percepción y pensamiento creador
3.5.4. Elementos de la creatividad

3.6. Aptitudes y capacidades creativas
3.6.1. Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa
3.6.2. Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford
3.6.3. Interacción entre factores y capacidades del intelecto
3.6.4. Aptitudes para la creación
3.6.5. Capacidades creativas

3.7. Las fases del proceso creativo
3.7.1. La creatividad como proceso
3.7.2. Las fases del proceso creativo
3.7.3. Las fases del proceso creativo en publicidad

3.8. La solución de problemas
3.8.1. La creatividad y la solución de problemas
3.8.2. Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales
3.8.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

3.9. Los métodos del pensamiento creador
3.9.1. El *brainstorming* como modelo de creación de ideas
3.9.2. Pensamiento vertical y pensamiento lateral
3.9.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

3.10. Creatividad y comunicación publicitaria
3.10.1. El proceso de creación como producto específico de la comunicación publicitaria
3.10.2. Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria
3.10.3. Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria
3.10.4. La creación publicitaria: del problema a la solución
3.10.5. Creatividad y comunicación persuasiva

Módulo 4. Empresa publicitaria y de las relaciones públicas

4.1. Estructura de las agencias de publicidad y/o relaciones públicas
4.1.1. Estructura
4.1.2. Funciones
4.1.3. Selección de agencias

4.2. Gestión económica de la agencia
4.2.1. Tipos de forma jurídica
4.2.2. Modelo de negocio
4.2.3. Desarrollo y control de proyectos

4.3. Relaciones económicas en la empresa publicitaria
4.3.1. Relaciones económicas con anunciantes
4.3.2. Relaciones económicas con empleados y socios
4.3.3. Empresario individual y autónomo

4.4. La cuenta de explotación de la agencia de publicidad
4.4.1. Inversión, ingresos y facturación
4.4.1.1. Gastos
4.4.1.2. Personal
4.4.1.3. Alquiler
4.4.1.4. Amortización
4.4.1.5. Gastos no facturables
4.4.1.6. Prospecciones
4.4.1.7. Morosidad
4.4.1.8. Gastos financieros
4.4.2. Resultados
4.4.3. Presupuesto anual

4.5. Vínculo entre la publicidad y las relaciones públicas
4.5.1. Con relación a los objetivos
4.5.2. Con relación a los destinatarios de la actividad
4.5.3. Sobre la selección de los medios y soportes

4.6. Sistemas de retribución
4.6.1. Retribución de las agencias
4.6.2. Dimensión contable de la agencia
4.6.3. Determinación del presupuesto

4.7. Relaciones con los *stakeholders* externos
4.7.1. Relaciones agencia anunciante
4.7.2. Relaciones agencia medios de comunicación
4.7.3. Relaciones agencia consumidor final

4.8. Estrategias de crecimiento organizacional
4.8.1. *Holdings*
4.8.2. Cadena de valor
4.8.3. Desafíos del crecimiento organizacional

4.9. Organigrama interno de una agencia de publicidad
4.9.1. Modelo de gestión de agencia
4.9.2. Departamento de cuentas
4.9.3. Departamento creativo
4.9.4. Departamento de medios
4.9.5. Departamento de producción

4.10. Gestión de equipos
4.10.1. La motivación
4.10.2. Gestión del cambio y liderazgo
4.10.3. Comunicación interna

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





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

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

> *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales"*

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 debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

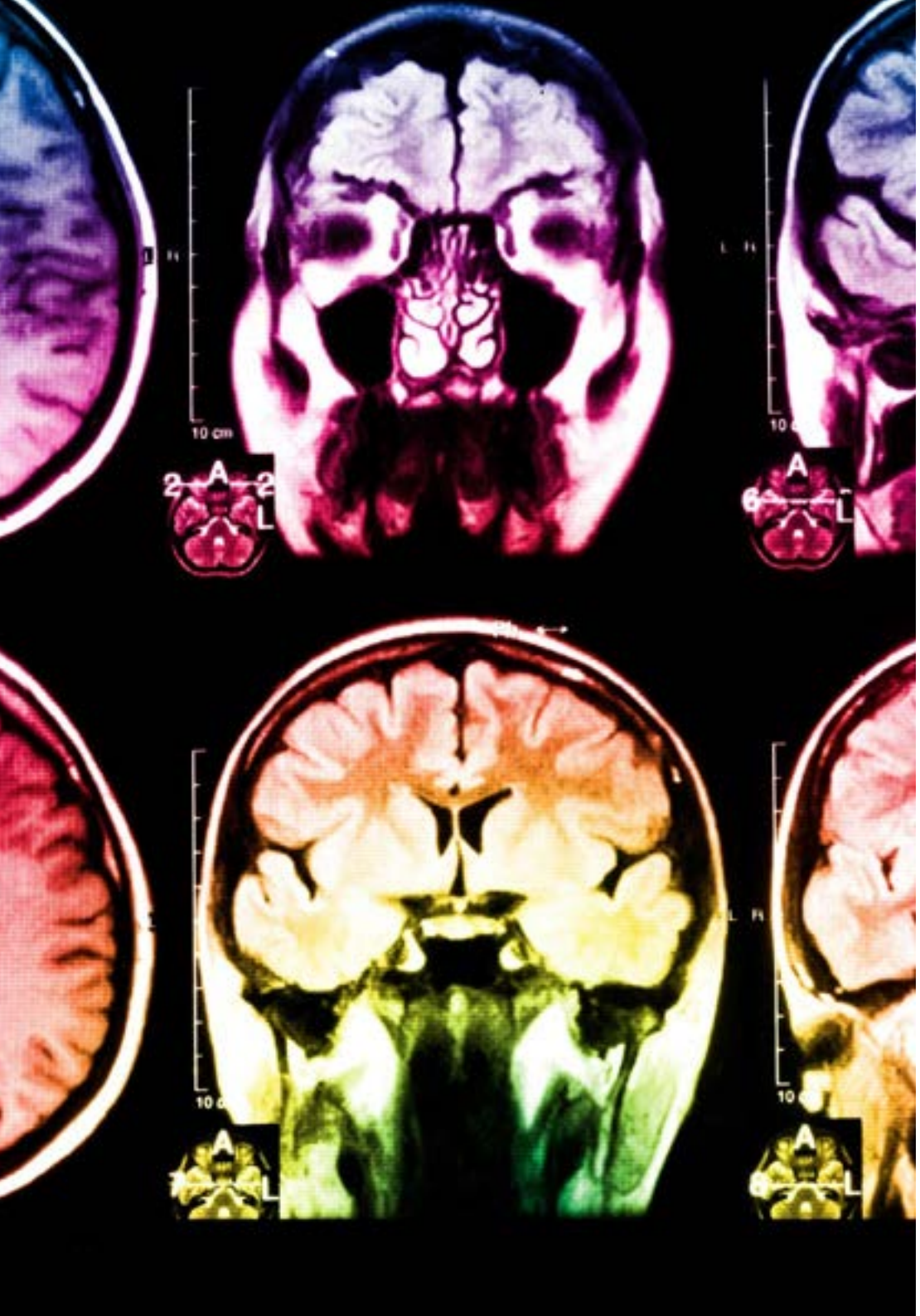
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

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





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

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

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

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

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

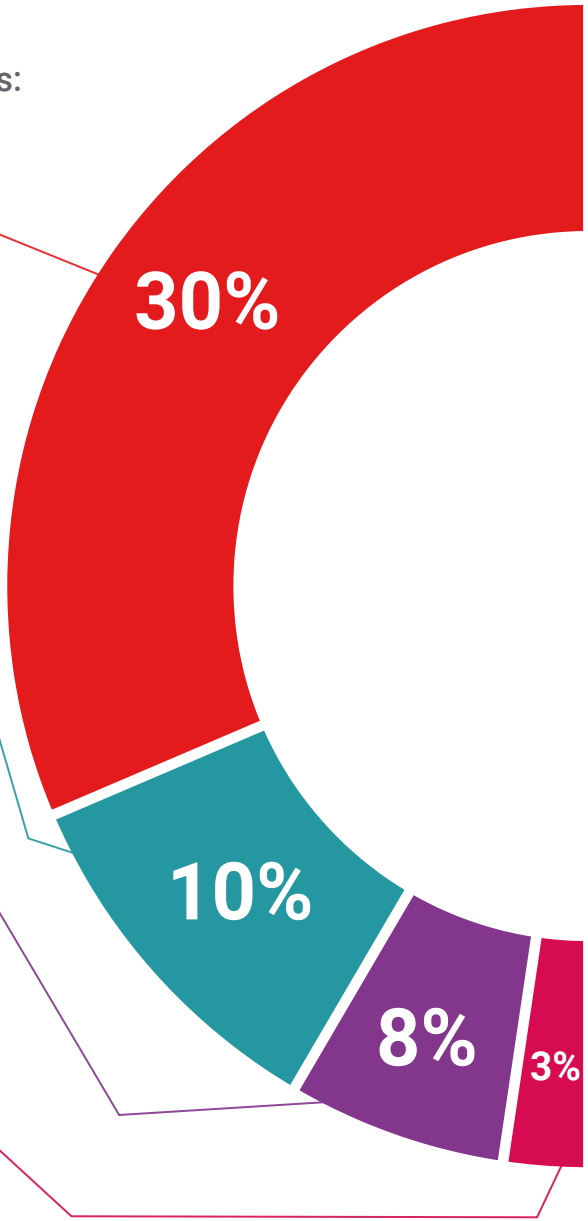
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

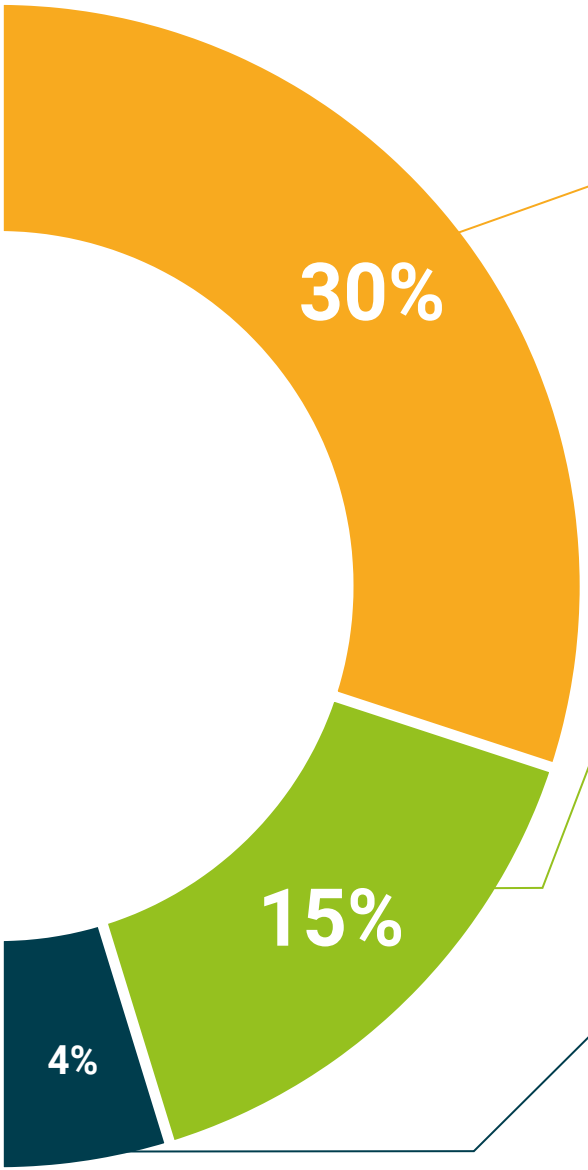
Prácticas de habilidades directivas

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

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

07

Perfil de nuestros alumnos

El perfil de los alumnos de este programa es el de profesionales con estudios relacionados con el periodismo, la comunicación y las relaciones públicas, que desean especializarse en este campo para mejorar sus habilidades comunicativas y ser más eficaces en su desempeño profesional. Además, podrán participar en este programa profesionales de los negocios que cuenten con experiencia previa en el ámbito de la comunicación corporativa.



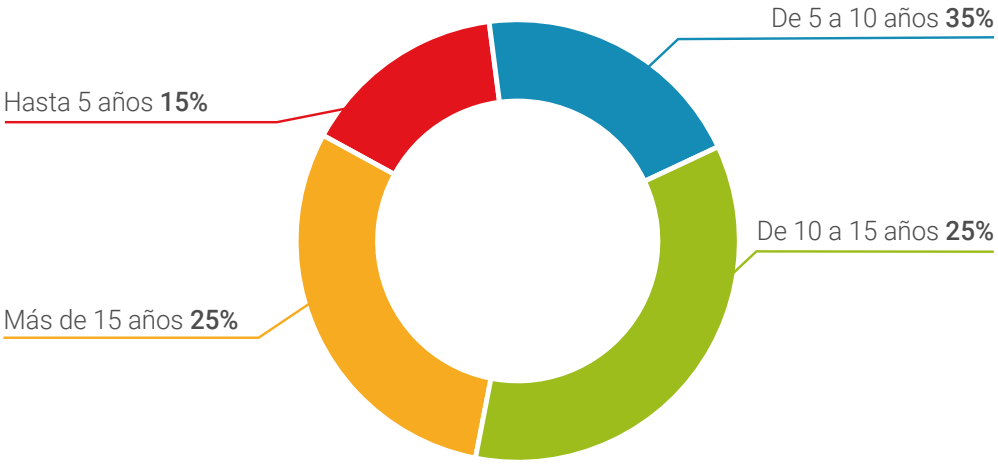


Conoce las técnicas de investigación de la imagen corporativa y aplica las herramientas de la comunicación para gestionarla de manera eficaz en empresas y organizaciones públicas"

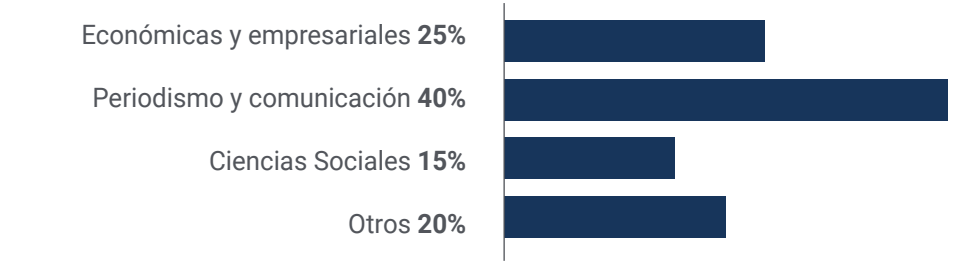
Edad media

Entre **35** y **45** años

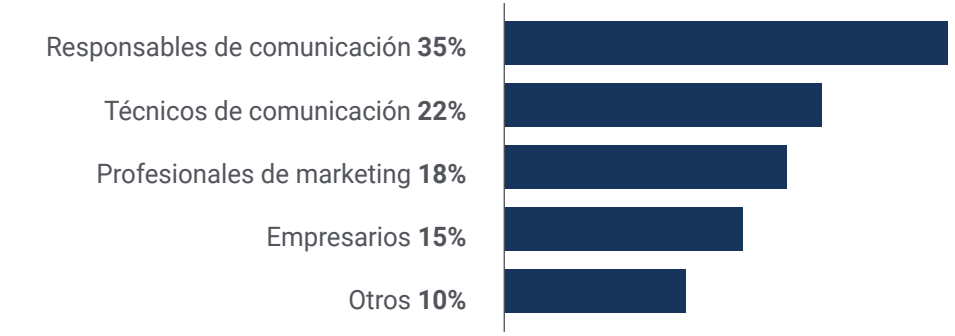
Años de experiencia



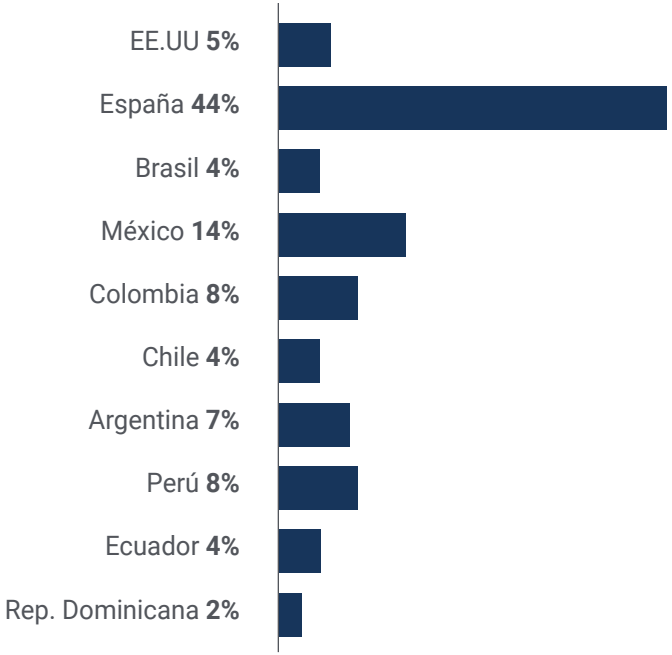
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Ana Luisa Silva

Responsable de comunicación en una multinacional

"Este programa me ha enseñado, de manera sencilla y eficiente, a comprender la importancia de la comunicación en una organización. He descubierto que siempre existe espacio para la creatividad en este campo, por lo que he mejorado mis proyectos laborales y he logrado ascender hasta convertirme en responsable de comunicación de mi empresa"

08

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. Por esta razón, el objetivo final siempre será brindar todas las herramientas necesarias y una metodología innovadora para motivar a los estudiantes en cada clase. Esto garantizará una inserción laboral satisfactoria en un sector que demanda calidad y excelencia.





Podrás generar un cambio positivo en tu carrera profesional fomentando tu creatividad en los diferentes medios de comunicación. Te ayudaremos a conseguirlo”

Logra el cambio positivo que necesitas para impulsar tu carrera y profesión con el Experto Universitario en Comunicación.

¿Preparado para dar el salto?
Una excelente mejora profesional está esperando

El Experto Universitario en Comunicación de TECH es un programa intensivo que prepara a los futuros egresados para afrontar retos y decisiones empresariales en el campo de la comunicación corporativa. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

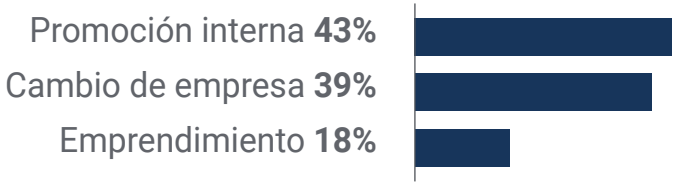
Si quiere superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

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

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
59.800 €	**25,42%**	**75.001 €**

09

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Comunicación contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Organiza eventos en el ámbito privado y en el ámbito público, siguiendo las directrices del protocolo”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Experto Universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

10

Titulación

El Experto Universitario en Comunicación garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito esta capacitación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

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

Tras la superación de la evaluación, el alumno, recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Experto Universitario en Comunicación**

N.º Horas Oficiales: **600 h.**


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

Comunicación

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

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

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 título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Comunicación

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **600 h.**

Experto Universitario
Comunicación



tech universidad tecnológica