Experto Universitario

Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados

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

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Dirección del curso
pág. 12

04
Estructura y contenido
pág. 16

05
Metodología
pág. 22

06
Titulación
pág. 30

01

Presentación

La comunicación Corporativa es el conjunto de acciones mediante las cuales una empresa se comunica con sus diferentes audiencias. Con esta capacitación de alto nivel mejorará la reputación de una empresa de comunicación, aprendiendo a resaltar sus beneficios y ventajas competitivas, bajo una forma de Comunicación acorde a las necesidades de cada actividad.





Esta capacitación es la mejor opción que podrás encontrar para especializarte en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados”

En un mundo cada vez más modernizado, las empresas necesitan reinventarse para conectar con su público. Los consumidores esperan que las empresas sean más accesibles y dialogantes, por lo que la Comunicación Corporativa adquiere un rol protagónico en la organización.

Este Experto Universitario proporciona al alumno herramientas y habilidades específicas para que desarrolle con éxito su actividad profesional en el amplio entorno de la Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados. Trabaja competencias claves como el conocimiento de la realidad y práctica diaria en los medios de comunicación y desarrolla la responsabilidad en el seguimiento y supervisión de su trabajo, así como habilidades de comunicación dentro del imprescindible trabajo en equipo.

Este programa está diseñado para proporcionar una capacitación online de 450 horas de estudio, y en él todos los conocimientos teórico prácticos se presentan a través de contenidos multimedia de alta calidad, análisis de casos clínicos elaborados por expertos, clases magistrales y técnicas en vídeo que permiten intercambiar conocimientos y experiencias, mantener y actualizar el nivel educativo de sus miembros, crear protocolos de actuación y difundir las novedades más trascendentes de la especialidad.

Con la capacitación online, el alumno podrá organizar su tiempo y ritmo de aprendizaje adaptándolo a sus horarios, además de poder acceder a los contenidos desde cualquier ordenador o dispositivo móvil.

Este **Experto Universitario en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en dirección de empresas de comunicación
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en dirección de empresas de comunicación
- 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

No dejes pasar la oportunidad de realizar este Experto Universitario en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados con nosotros. Es la oportunidad perfecta para avanzar en tu carrera”

Este Experto Universitario es la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización para poner al día tus conocimientos en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados"

Este programa 100% online te permitirá compaginar tus estudios con tu labor profesional a la vez que aumentas tus conocimientos en este ámbito.

Esta capacitación cuenta con el mejor material didáctico, lo que te permitirá un estudio contextual que te facilitará el aprendizaje.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la comunicación, que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional 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 en Dirección de Empresas de Comunicación y con gran experiencia.



02

Objetivos

El programa está orientado a facilitar la actuación del profesional de este campo para que adquiera y conozca las principales novedades en el ámbito de la comunicación.





Esta es la mejor opción para conocer los últimos avances en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados”

Objetivo general

- Capacitar al profesional de los medios de comunicación para que sea capaz de dirigir una gran empresa, adquiriendo los conocimientos necesarios en cada área de la misma

Objetivos realistas pensados y planificados para que al terminar la capacitación hayas adquirido los conocimientos que necesitas para empezar trabajar en este campo"





Objetivos específicos

Módulo 1. Comunicación estratégica y corporativa

- Conocer todas las técnicas para dirigir una empresa de comunicación
- Identificar herramientas y técnicas de crecimiento corporativo
- Conocer los canales de comunicación dentro de la empresa, de forma que las ideas puedan ser compartidas de forma inmediata
- Realizar un plan estratégico que permita desde la comunicación crear un impulso corporativo dentro del mundo empresarial

Módulo 2. Entornos de mercado y Comunicación

- Saber gestionar la reputación de su empresa
- Crear pautas que permitan alcanzar un mayor público objetivo
- Identificar qué tipo de marcas y empresas de nombre propio quieren pautas con la empresa para aumentar su número de ventas

Módulo 3. Gestión de mercado y los clientes

- Identificar el entorno de la empresa y el público al que se dirige
- Conocer el público objetivo del medio y saber qué tipo de pautas se van a generar
- Desarrollar una guía que facilité la mediación entre empresas privadas y el medio

03

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en todo lo relativo a la dirección de Marketing y la comunicación política, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el máster de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





Contamos con el mejor cuadro docente para ayudarte a conseguir el éxito profesional"

Dirección



Dña. Iñesta Fernández, Noelia

- Periodista y Social Media Manager
- Responsable de Comunicación (G. Greterika Imp-Exp)
- Responsable de Comunicación y Marketing (A. Corporate)
- Community Manager en pymes de canal Horeca
- Redactora en medios de comunicación de ámbito local
- Doctora en Investigación en Medios de Comunicación
- Máster en Social Media Management
- Grado en Periodismo
- Técnico Superior en Producción de audiovisuales



04

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por los mejores profesionales en el ámbito de la Dirección de Empresas de Comunicación, con una amplia trayectoria y reconocido prestigio en la profesión.





Este Experto Universitario en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado"

Módulo 1. Comunicación estratégica y corporativa

1.1. La Comunicación en las organizaciones
- 1.1.1. Las organizaciones, las personas y la sociedad
- 1.1.2. Evolución histórica del comportamiento organizativo
- 1.1.3. Comunicación bidireccional

1.2. Tendencias en la comunicación empresarial
- 1.2.1. Generación y distribución de contenidos corporativos
- 1.2.2. Comunicación empresarial en la Web 2.0
- 1.2.3. Implementación de métricas en el proceso de comunicación

1.3. Plan de Comunicación integral
- 1.3.1. Auditoria y diagnóstico
- 1.3.2. Elaboración del plan de comunicación
- 1.3.3. Medida de los resultados: los KPI y el ROI

1.4. Comunicación interna
- 1.4.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RRHH
- 1.4.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
- 1.4.3. El plan de comunicación interna

1.5. Comunicación externa
- 1.5.1. Acciones de comunicación externa
- 1.5.2. La necesidad de los gabinetes de comunicación

1.6. Gestión de la reputación
- 1.6.1. La gestión de la reputación corporativa
- 1.6.2. El enfoque reputacional de la marca
- 1.6.3. La gestión reputacional del liderazgo

1.7. Comunicación y reputación digital
- 1.7.1. Informe de reputación online
- 1.7.2. Nettiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
- 1.7.3. *Branding* y *Networking* 2.0

1.8. Comunicación en situaciones de crisis
- 1.8.1. Definición y tipos de crisis
- 1.8.2. Fases de la crisis
- 1.8.3. Mensajes: contenidos y momentos

1.9. Lobbies y grupos de presion
- 1.9.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones
- 1.9.2. Relaciones institucionales y *Lobbying*
- 1.9.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión

1.10. Estrategia de marca corporativa
- 1.10.1. Imagen pública y *Stakeholders*
- 1.10.2. Estrategia y gestión de *Branding* corporativo
- 1.10.3. Estrategia de comunicación corporativa alineada con la identidad de marca

Módulo 2. Entornos de mercado y Comunicación

2.1. Macroentorno de la empresa
- 2.1.1. Concepto de macroentorno
- 2.1.2. Variables del macroentorno

2.2. Microentorno de la empresa
- 2.2.1. Aproximación al concepto de microentorno
- 2.2.2. Actores del microentorno

2.3. Nuevo entorno competitivo
- 2.3.1. Innovación tecnológica e impacto económico
- 2.3.2. Sociedad del conocimiento
- 2.3.3. El nuevo perfil del consumidor

2.4. Conociendo al mercado y consumidor
- 2.4.1. Innovación abierta (*Open Innovation*)
- 2.4.2. Inteligencia competitiva
- 2.4.3. Economía competitiva



2.5. El mercado y las audiencias
- 2.5.1. Breve historia de la audimetría en España
- 2.5.2. Perfil de los usuarios de los medios de comunicación
- 2.5.3. Fragmentación de la audiencia

2.6. Desarrollo del plan de Marketing
- 2.6.1. Concepto del plan de Marketing
- 2.6.2. Análisis y diagnóstico de la situación
- 2.6.3. Decisiones estratégicas de Marketing
- 2.6.4. Decisiones operativas de Marketing

2.7. Segmentación de mercados
- 2.7.1. Concepto de segmentación de mercados
- 2.7.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
- 2.7.3. Segmentación de mercados de consumo
- 2.7.4. Segmentación de mercados industriales
- 2.7.5. Estrategias de segmentación
- 2.7.6. La segmentación con base a criterios del Marketing-mix

2.8. Posicionamiento Competitivo
- 2.8.1. Concepto de posicionamiento en el mercado
- 2.8.2. El Proceso de posicionamiento

2.9. Segmentación comercial
- 2.9.1. Análisis de canales de distribución, zonas de ventas y productos
- 2.9.2. Preparación zonas comerciales
- 2.9.3. Realización del plan de visitas

2.10. Responsabilidad social corporativa
- 2.10.1. El compromiso social
- 2.10.2. Organizaciones sostenibles
- 2.10.3. La ética en las organizaciones

Módulo 3. Gestión de mercado y los clientes

3.1. Marketing *Management*
- 3.1.1. Concepto de Marketing *Management*
- 3.1.2. Nuevas realidades del Marketing
- 3.1.3. Un nuevo mercado: las capacidades de consumidores y empresas
- 3.1.4. Orientación al MK holístico
- 3.1.5. Actualización de las 4 P´s del Marketing
- 3.1.6. Tareas de la Dirección de Marketing

3.2. Marketing relacional
- 3.2.1. Concepto de Marketing relacional
- 3.2.2. El cliente como activo de la empresa
- 3.2.3. CRM como herramienta de Marketing relacional

3.3. *Data Base* Marketing
- 3.3.1. Aplicaciones del *Data Base* Marketing
- 3.3.2. Leyes y regulación
- 3.3.3. Fuentes de información

3.4. Tipos de comportamiento de compra
- 3.4.1. El proceso de decisión de compra
- 3.4.2. Las etapas en el proceso de compra
- 3.4.3. Tipos de comportamiento de compra
- 3.4.4. Características de los tipos de comportamiento de compra

3.5. El Proceso de fidelización
- 3.5.1. Conocimiento exhaustivo del Cliente
- 3.5.2. Proceso de fidelización
- 3.5.3. El Valor del Cliente

3.6. Selección de clientes objetivo - CRM
- 3.6.1. Diseño de un e-CRM
- 3.6.2. Implicaciones y limitaciones de la LOPD
- 3.6.3. Orientación al consumidor
- 3.6.4. Planificación 1 to 1





3.7. Gestión de proyectos de investigación
- 3.7.1. Herramientas de análisis de información
- 3.7.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
- 3.7.3. Evaluación de viabilidad de proyectos

3.8. Investigación de mercados online
- 3.8.1. Herramientas de investigación cuantitativas en mercados online
- 3.8.2. Herramientas de investigación cualitativas dinámicas de los clientes

3.9. Estudio de las audiencias tradicionales
- 3.9.1. Origen de medición de las audiencias. Conceptos básicos
- 3.9.2. Cómo se miden las audiencias tradicionales
- 3.9.3. EGM y Kantar Media

3.10. Estudios de audiencias en Internet
- 3.10.1. La audiencia social
- 3.10.2. Midiendo el impacto social: Tuitele
- 3.10.3. Barlovento e IAB Spain

Esta capacitación te permitirá avanzar en tu carrera de una manera cómoda"

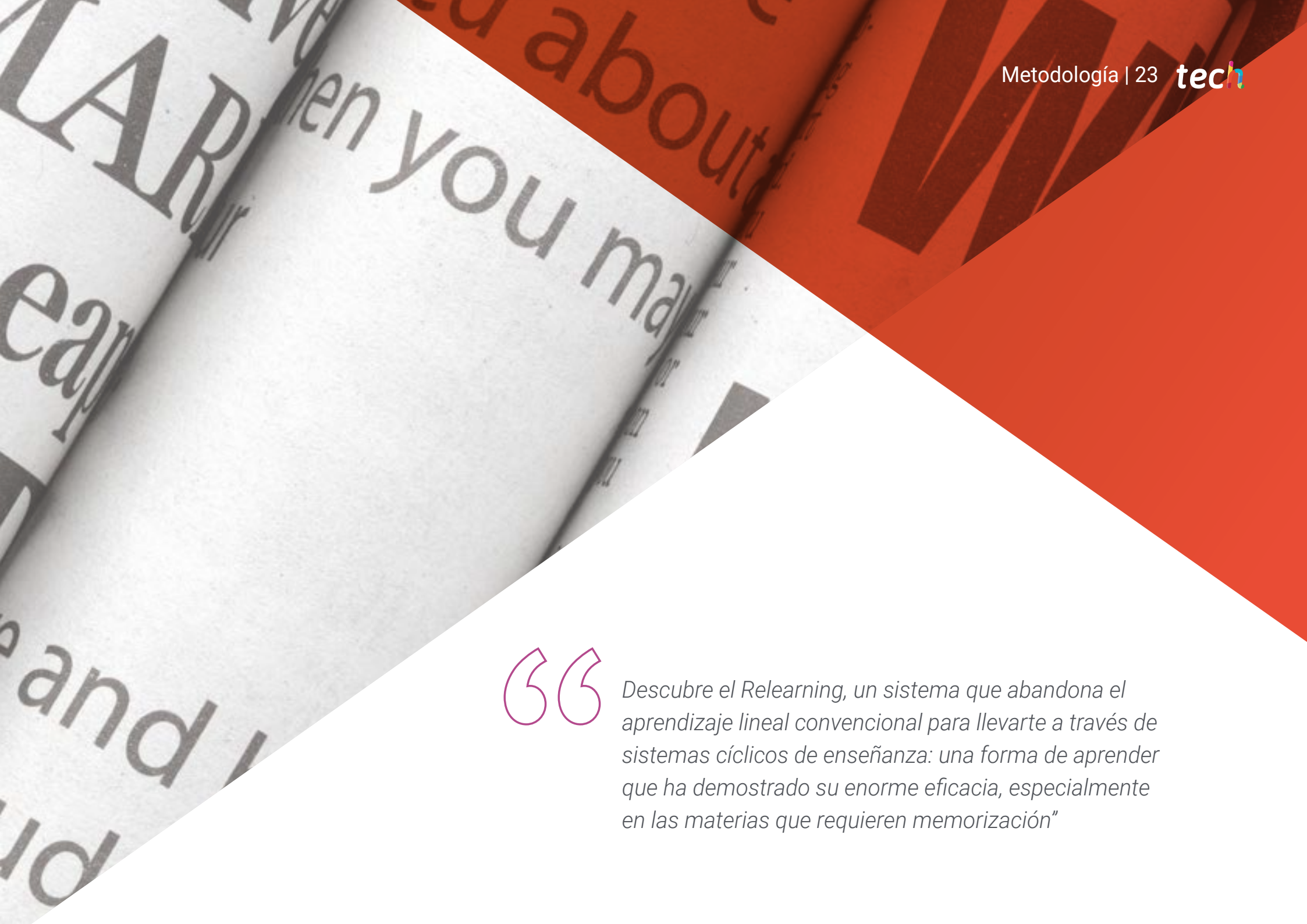
05

Metodología

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

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





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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que 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

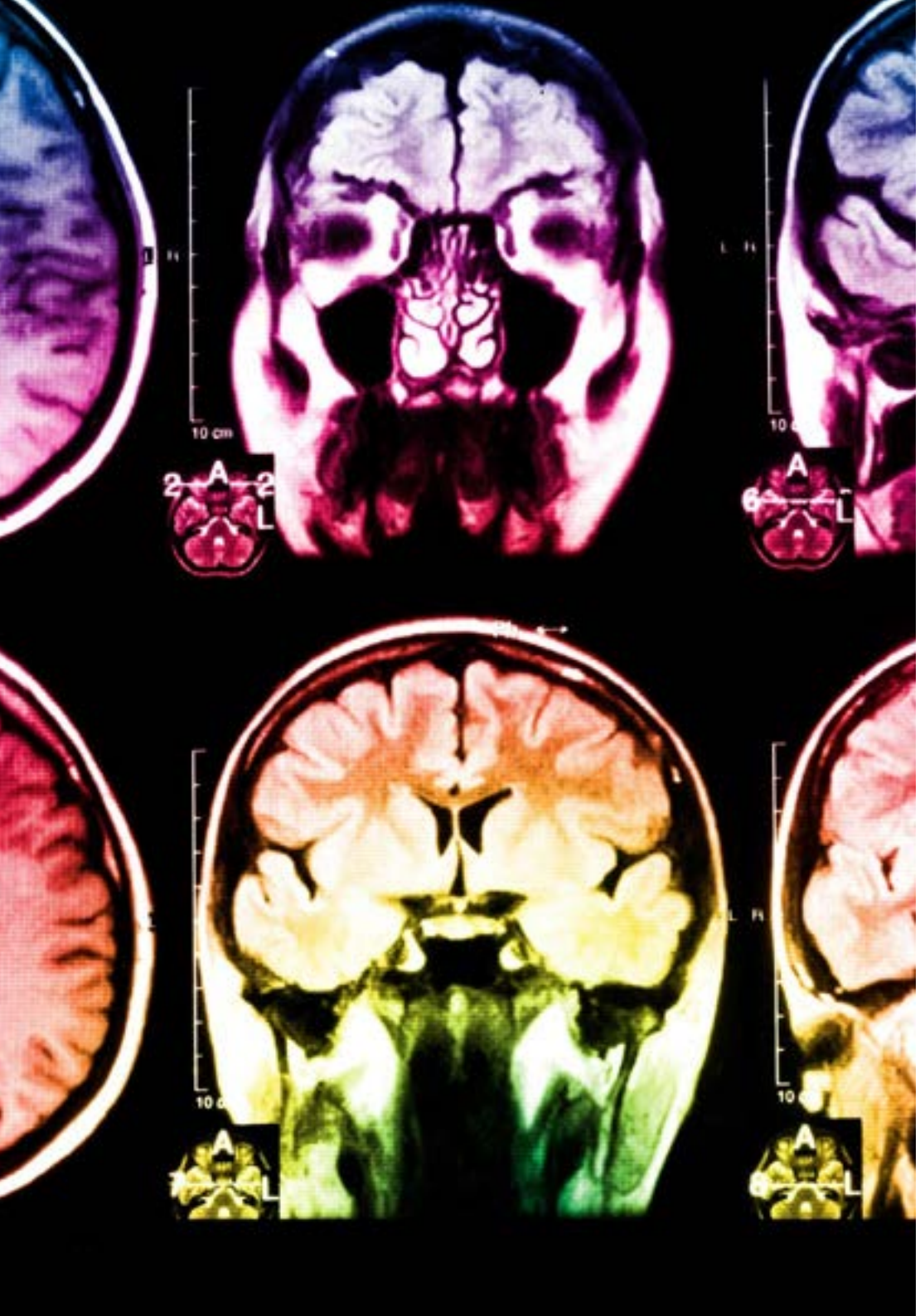
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

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

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.
Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Clases magistrales

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

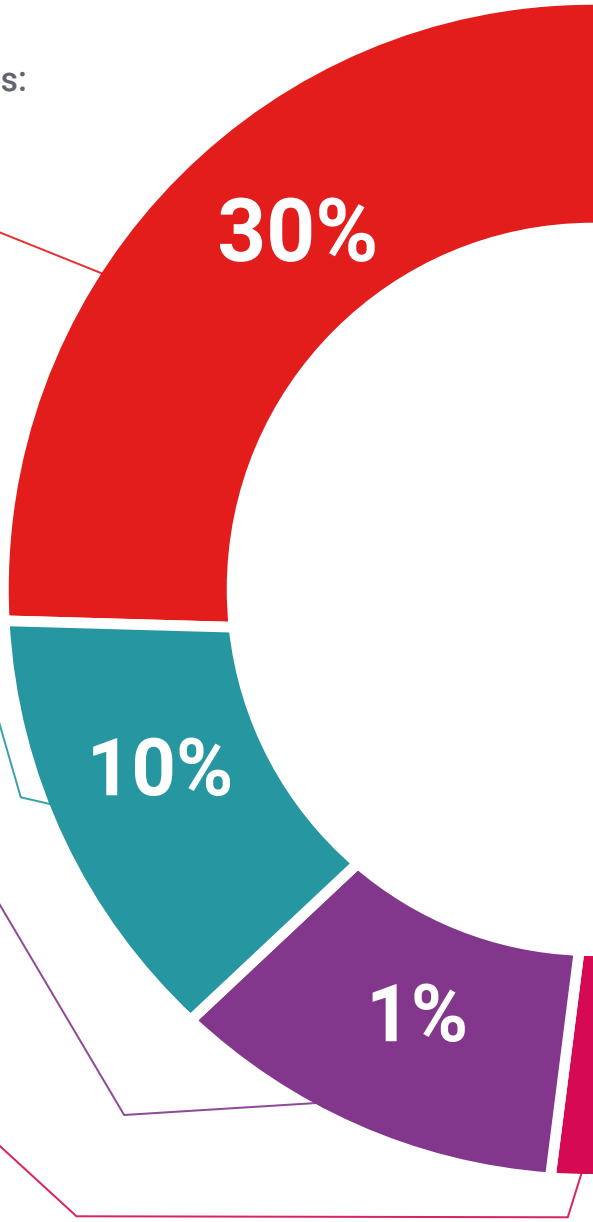
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

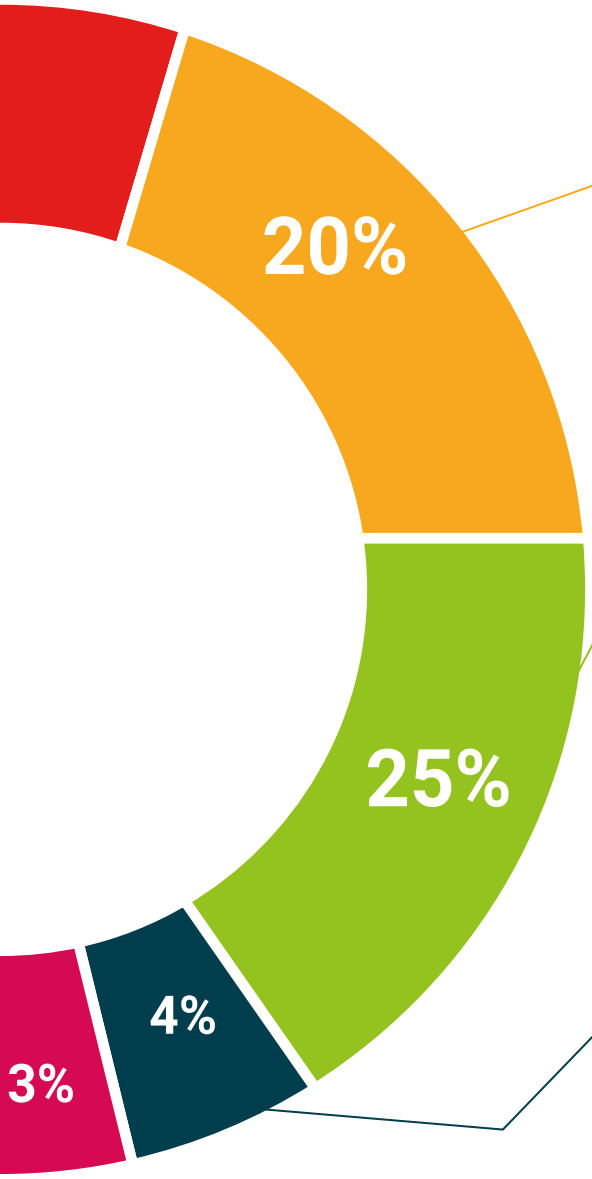
Prácticas de habilidades y competencias

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

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

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

06

Titulación

El Experto Universitario en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados 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 este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados** 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 Corporativa y Gestión de Mercados**

N.º Horas Oficiales: **450 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 Corporativa y Gestión de Mercados

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

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 Corporativa y Gestión de Mercados

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

Experto Universitario

Comunicación Corporativa y Gestión de Mercados



tech universidad tecnológica