

Máster Profesional

Dirección de Comunicación y Reputación Digital





Máster Profesional Dirección de Comunicación y Reputación Digital

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/comercio-marketing/master-profesional/master-profesional-direccion-comunicacion-reputacion-digital

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer
al finalizar el Máster
Profesional?

pág. 10

05

Plan de formación

pág. 12

06

Metodología

pág. 16

07

Titulación

pág. 20

01

Presentación

Es de vital importancia para las empresas tener profesionales que gestionen correctamente su comunicación y reputación digital. Sin ello, puede haber grandes crisis y fracasos que perjudiquen los mejores proyectos o marcas. Con el acceso tan amplio a la información, la diversidad de medios y canales de difusión, un solo error puede costar años de trabajo. Es así, como este programa se presenta como una oportunidad única para tu aprendizaje sobre los aspectos más relevantes de la comunicación, la psicología y política comunicacional, el papel y orientación de los medios digitales. Las redes sociales y todos los fundamentos de comunicación del entorno digital, entre otros aspectos que verás en un temario 100% online desde tu dispositivo favorito y el lugar que tú elijas para aprender.

“

Un gran porcentaje de la comunicación que se practica hoy en día, es de carácter digital, y el futuro plantea mucho más. Es tu momento de dirigir el rumbo, matricúlate y sé de los mejores directores de comunicación y reputación digital de esta era”





Las empresas han abierto canales de comunicación y acceso a sus productos y servicios. Gracias a la compra online se ha generado más volumen de ventas y mayor notoriedad de marca, así como comunicar a los usuarios cualquier suceso es ahora más fácil e instantáneo. En sí, muchísimas son las ventajas de la digitalización y la comunicación dentro de ella, sin embargo, es importante tener en consideración las estrategias adecuadas a tener en cuenta para el manejo de la reputación digital para evitar posibles errores y crisis innecesarias.

Por todo esto, este programa ofrece una gran oportunidad de aprendizaje con el contenido más riguroso y metodología más apropiada para desarrollar las habilidades y competencias de forma progresiva, sin abandonar ninguna actividad de la vida diaria. Serán 1500 horas de estudio de 10 módulos con decenas de temas, que enfocan aspectos trascendentales de la comunicación y reputación digital.

Revisarás las plataformas profesionales y microblogging, las estrategias en social media, la implementación de los grupos de presión y persuasión, así como la metodología de investigación en entornos digitales. Estos, entre otros aspectos que desarrollarán en este Máster Profesional de carácter 100% digital, donde encontrarás la calidad que buscas para tu capacitación intelectual y personal.

“ *La comunicación digital es el vehículo que abre paso hacia cualquier cliente, usuario, potencial o público en general. Por eso, capacitarse en el área es una invaluable oportunidad para tu futuro profesional*”

02

Requisitos de acceso

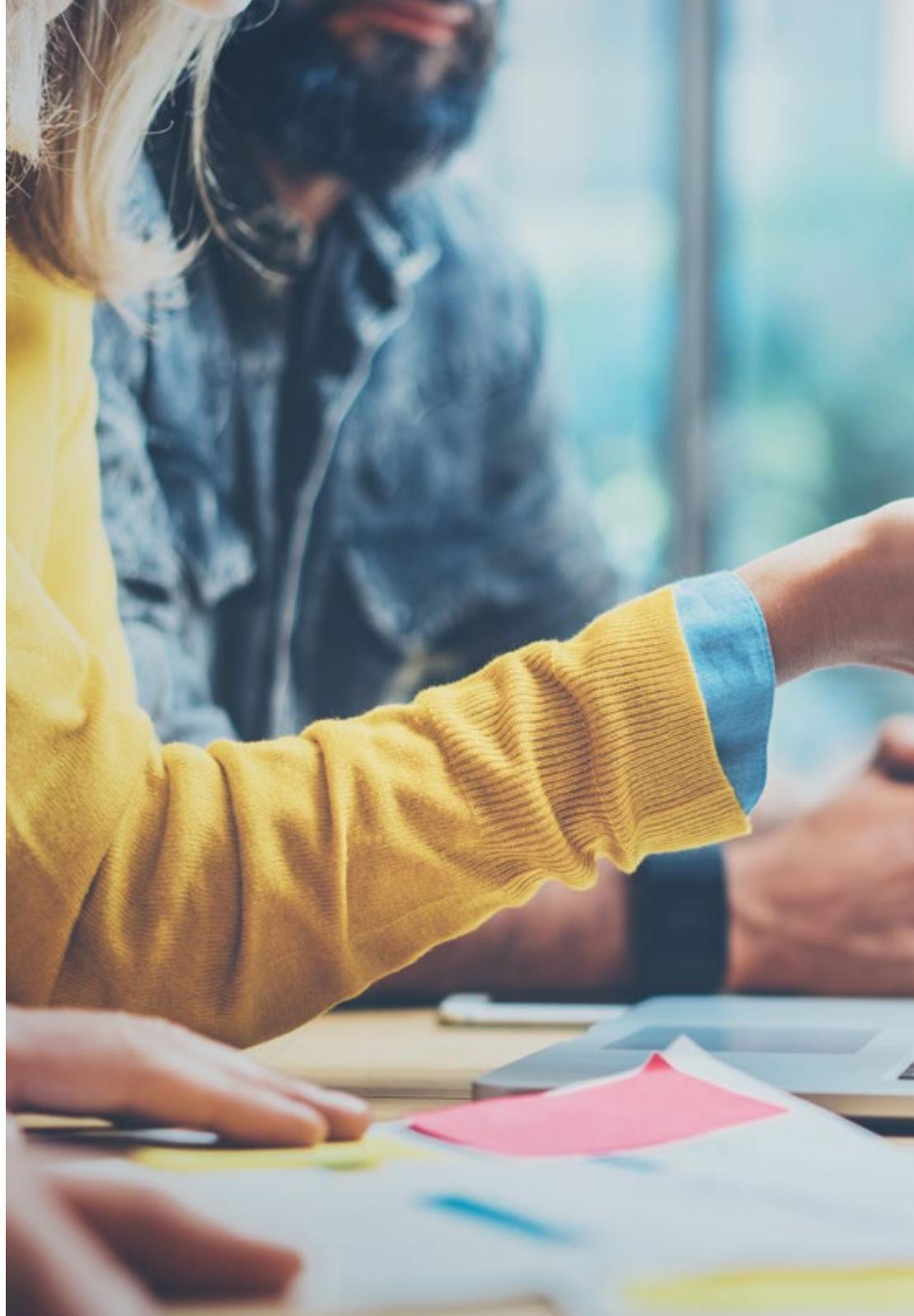
Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”





Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

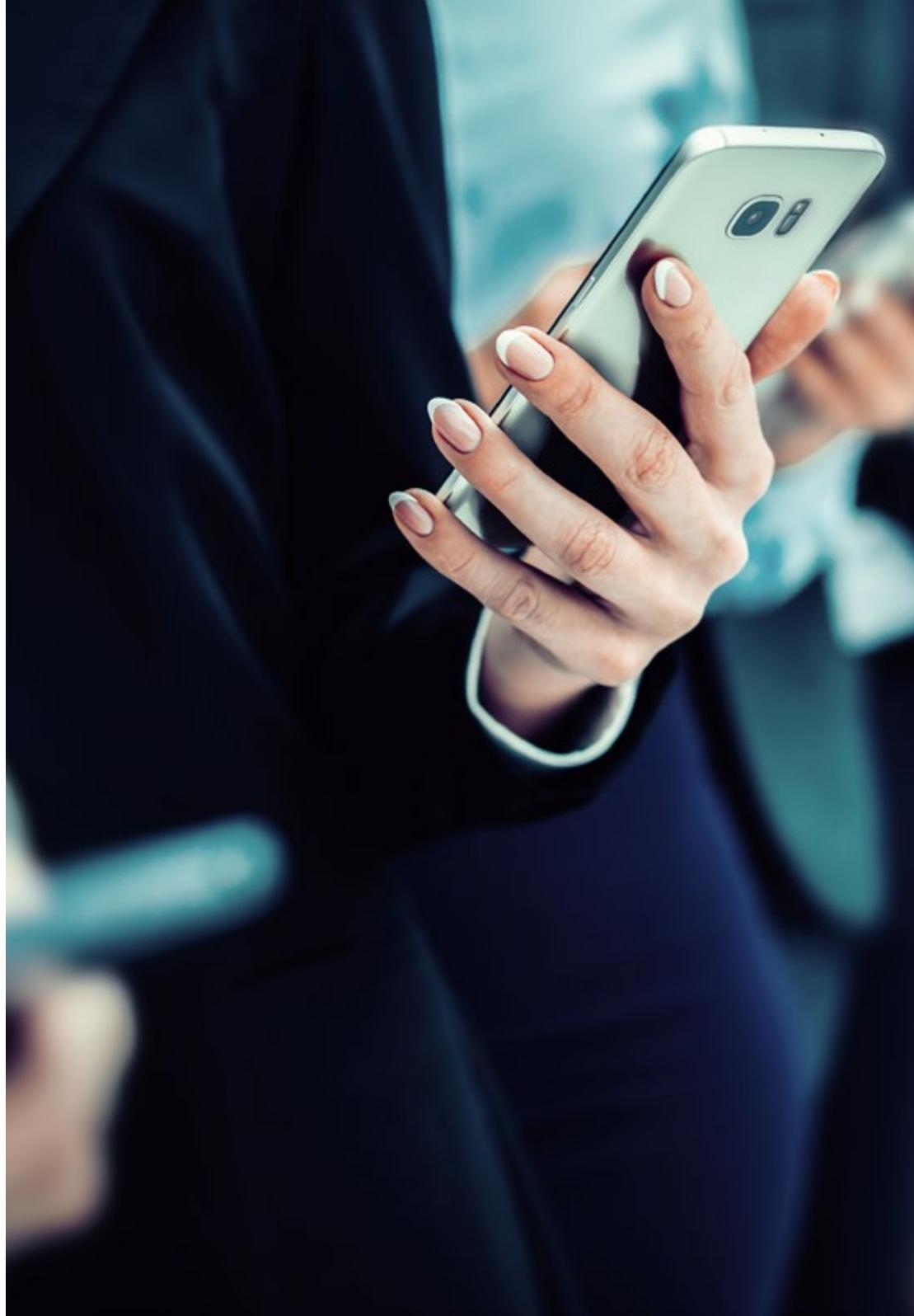
03

Salidas profesionales

Gracias a los diferentes medios digitales que han surgido en los últimos tiempos, la considerable salida profesional producto de esta transformación es invaluable. Son amplias las posibilidades de empleabilidad cuando de negocios y de comunicación digital se trata, por eso con los conocimientos de este Máster Profesional, estarás dando paso a una gran ventaja a nivel profesional.

“

Cuida la reputación digital de tu empresa o entorno laboral con este Máster Profesional y aprende a gestionar las crisis que se presenten”



Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ◆ Auxiliar de promoción de ventas
- ◆ Asistente del jefe de producto
- ◆ Técnico de marketing
- ◆ Auxiliar de telemarketing y ventas online
- ◆ Administradora de contenidos online
- ◆ Codificador de datos para investigaciones de mercados
- ◆ Técnico en Relaciones Públicas
- ◆ Técnico de Publicidad
- ◆ Técnico en estudios de mercado y opinión pública
- ◆ Organizador de eventos de marketing y comunicación



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Al finalizar este Máster Profesional en Dirección de Comunicación y Reputación Digital, habrás adquirido las habilidades necesarias para el ejercicio profesional de la Comunicación Digital con el conocimiento de todos los factores necesarios para realizarlo con calidad y solvencia.

01

Describir características y fundamentos de la comunicación social

02

Conocer la historia y el desarrollo de la comunicación social humana

03

Plantear una comunicación 360° utilizando todas las técnicas publicitarias y las herramientas digitales

04

Desarrollar un plan de creación de identidad corporativa





05

Saber trabajar con los indicadores de la Opinión Pública utilizando los datos a favor del comunicador

06

Dominar las estructuras básicas de la comunicación y trabajar en ese contexto

07

Escribir textos comunicativos precisos y eficientes

08

Trabajar con los grupos de presión y lobbys conociendo sus flujos de poder

05

Plan de formación

TECH implementa la eficacia del aprendizaje, a través de la metodología del *Relearning*, un método impulsado en cada uno de sus programas bajo la supervisión de un equipo de expertos, quienes eligen, con exhaustividad, los temas a tratar y el material de estudio. Serán 1500 horas de dedicación a la Dirección de Comunicación y Reputación Digital, por lo que dispondrás de la comodidad de elegir en qué momento del día realizarlo y desde qué lugar, contando con recursos multimedia diversos que agilizan el proceso. Así, desde el campus virtual más seguro y dinámico avanzarás hacia la obtención de la titulación.

“

El contenido que encontrarás en este programa ha sido desarrollado por expertos para tu aprendizaje y se desenvuelve 100% online”



Módulo 1. Teoría de la comunicación social

- 1.1. El arte de comunicar
- 1.2. Elementos de la comunicación
- 1.3. Trayectorias de la investigación en comunicación social
- 1.4. La conducta comunicativa
- 1.5. La transacción comunicativa
- 1.6. Identidad, autoconcepto y comunicación
- 1.7. La comunicación en grupos y organizaciones
- 1.8. Comunicación mediática I
- 1.9. Comunicación mediática II
- 1.10. Comunicación mediática III

Módulo 2. Introducción a la psicología de la comunicación

- 2.1. Historia de la Psicología
- 2.2. Psicología social
- 2.3. Cognición social
- 2.4. Psicología de la personalidad
- 2.5. Las emociones
- 2.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes Introducción
- 2.7. El emisor
- 2.8. El mensaje
- 2.9. El receptor
- 2.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación

Módulo 3. Fundamentos de la comunicación en el entorno digital

- 3.1. Web 2.0 o web social
- 3.2. Comunicación y reputación digital
- 3.3. Diseño y planificación de un plan de reputación en línea
- 3.4. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
- 3.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
- 3.6. Estrategia de contenidos y storytelling
- 3.7. Estrategias en social media
- 3.8. Administración comunitaria
- 3.9. Plan de redes sociales
- 3.10. Herramientas de monitorización en línea

Módulo 4. Identidad corporativa

- 4.1. La importancia de la imagen en las empresas
- 4.2. Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa
- 4.3. Auditoría y estrategia de imagen
- 4.4. Cultura corporativa
- 4.5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa
- 4.6. La identidad visual corporativa y el Naming
- 4.7. Imagen y posicionamiento de marcas
- 4.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis
- 4.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa
- 4.10. La distribución y la imagen del punto de venta

Módulo 5. Opinión pública

- 5.1. El concepto de Opinión Pública
- 5.2. Marco teórico de la opinión pública
- 5.3. Psicología social y opinión pública
- 5.4. Modelos de influencia mediática
- 5.5. Opinión pública y comunicación política
- 5.6. Opinión pública y elecciones
- 5.7. Gobierno y opinión pública
- 5.8. La intermediación política de la prensa
- 5.9. Esfera pública y modelos emergentes de democracia
- 5.10. Métodos y técnicas de investigación de la opinión pública

Módulo 6. Estructura de la comunicación

- 6.1. Introducción a la Investigación Cualitativa
- 6.2. La Dinámica de Grupos
- 6.3. La Entrevista en Profundidad
- 6.4. Técnicas Proyectivas
- 6.5. Técnicas de Creatividad
- 6.6. Observación como técnica cualitativa
- 6.7. Neuromarketing: las respuestas del cerebro
- 6.8. La Pseudocompra
- 6.9. La Investigación Cualitativa digital
- 6.10. Aplicación de la Investigación Cualitativa

Módulo 7. Comunicación escrita

- 7.1. Historia de la Comunicación
- 7.2. Comunicación oral y escrita
- 7.3. La planificación o preescritura
- 7.4. El acto de escritura
- 7.5. La reescritura
- 7.6. Cuestiones de ortografía y gramática
- 7.7. Modelos textuales: la descripción
- 7.8. Modelos textuales: la narración
- 7.9. Modelos textuales: la exposición y el género epistolar
- 7.10. Modelos textuales: la argumentación
- 7.11. La escritura académica

Módulo 8. Redes sociales y community management

- 8.1. Introducción y tipología de redes sociales
- 8.2. Funciones del Community Manager
- 8.3. Las redes sociales dentro de la estructura de la empresa
- 8.4. Introducción al marketing digital
- 8.5. Plan estratégico de redes sociales y social media plan
- 8.6. La reputación online
- 8.7. Principales redes sociales I
- 8.8. Principales redes sociales II
- 8.9. Blogs y la marca personal
- 8.10. Herramientas para el community manager

Módulo 9. Grupos de presión y persuasión

- 9.1. Introducción al Lobby
- 9.2. El Lobista
- 9.3. Fundamentos del Lobby
- 9.4. El Lobby en las pequeñas empresas
- 9.5. Casos de Estudio
- 9.6. Estrategias del Lobby
- 9.7. Lobbies en los medios de comunicación
- 9.8. Tipos de grupos
- 9.9. Clases de grupos de presión
- 9.10. Aspectos positivos y negativos del Lobby

Módulo 10. Investigación en medios digitales

- 10.1. El método científico y sus técnicas
- 10.2. Metodología I
- 10.3. Metodología II
- 10.4. Metodología III
- 10.5. Metodología IV
- 10.6. Técnicas de recogida de datos digitales
- 10.7. Técnicas de organización de datos digitales
- 10.8. Servicios instrumentales participativos
- 10.9. Calidad de internet como fuente: estrategias de validación y confirmación
- 10.10. Difusión de la actividad investigadora

06

Metodología

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

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

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

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

Nuestra institución 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 del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

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 tomaran decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

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.



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 *case studies* de la materia. 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 educativo 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.



07

Titulación

El Máster Profesional en Dirección de Comunicación y Reputación Digital garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

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

Título: **Máster Profesional en Dirección de Comunicación y Reputación Digital**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**





Máster Profesional Dirección de Comunicación y Reputación Digital

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Máster Profesional

Dirección de Comunicación y Reputación Digital

