

Máster en Gestión de la Reputación Corporativa y Comunicación de Marca



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Gestión de la Reputación Corporativa y Comunicación de Marca



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Gestión de la Reputación Corporativa y Comunicación de Marca con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Extranjería, Consellería Provincial del Consejo Provincial y Social de la EMERCO (Bom. Resolución 6046)

Descripción

En un entorno empresarial dinámico y competitivo, la gestión de la reputación corporativa y la comunicación de marca se han convertido en elementos esenciales para el éxito organizacional. El Máster en Gestión de la Reputación Corporativa y Comunicación de Marca te ofrece la oportunidad de adquirir habilidades críticas para navegar y liderar en este campo en auge, altamente demandado por el mercado laboral. A través de un enfoque integral, explorarás desde la identidad e imagen corporativa hasta la comunicación en situaciones de crisis, el manejo de relaciones públicas y la responsabilidad social corporativa. Aprenderás a organizar eventos de marketing y a diseñar planes de medios efectivos, fortaleciendo tus competencias en comunicación oral y no verbal. Con el respaldo de expertos en la materia, este máster online te capacitará para destacar en la gestión estratégica de la reputación y marca, potenciando tu carrera profesional de manera flexible y accesible.

Objetivos

- Analizar la cultura organizacional para mejorar la imagen corporativa. - Diseñar estrategias de comunicación interna efectivas. - Implementar planes de comunicación para gestionar crisis. - Integrar la responsabilidad social en la marca corporativa. - Planificar eventos de marketing alineados con la identidad de marca. - Ejecutar presentaciones eficaces utilizando comunicación no verbal. - Evaluar el impacto del plan de medios en las audiencias.

Para qué te prepara

Este máster está dirigido a profesionales y titulados en comunicación, marketing, relaciones públicas y áreas afines que buscan profundizar en la gestión de la reputación corporativa y la comunicación de marca. Ideal para quienes desean dominar la planificación de eventos, la comunicación interna y externa, y el uso estratégico de medios tradicionales y digitales.

A quién va dirigido

El Máster en Gestión de la Reputación Corporativa y Comunicación de Marca te prepara para convertirte en un experto en comunicación estratégica, capaz de gestionar la imagen y reputación de una marca en situaciones de crisis. Aprenderás a diseñar y ejecutar planes de medios, organizar eventos impactantes y aplicar protocolos efectivos. Además, desarrollarás habilidades en comunicación interna y externa, integrando medios digitales y tradicionales para fortalecer la presencia corporativa y fomentar la responsabilidad social.

Salidas laborales

'- Director de comunicación corporativa - Responsable de gestión de crisis - Consultor en responsabilidad social corporativa - Especialista en comunicación interna - Gestor de eventos corporativos - Asesor de imagen y marca - Responsable de relaciones públicas - Experto en comunicación digital - Planificador de medios - Consultor en protocolo y eventos

TEMARIO

MÓDULO 1. COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y CORPORATIVA DE LA EMPRESA

1. La empresa como estructura básica en el sistema productivo. La cultura empresarial
2. Clasificación de las empresas
3. La cultura corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA

1. Concepto de identidad corporativa
2. Manual de Identidad Corporativa
3. Elementos de la identidad corporativa
4. Aplicaciones publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. ¿Por qué es importante la comunicación interna en la organización?
3. Tipos de comunicación interna en la empresa: Comunicación descendente, ascendente y horizontal
4. La imagen de la empresa en los procesos de información y comunicación
5. La comunicación efectiva: características
6. Normas para la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE CRISIS

1. ¿Qué es una crisis?
2. La comunicación de crisis
3. ¿Cómo comunicar en momentos de crisis?
4. Respuestas ante una crisis

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. La Responsabilidad Social Corporativa
2. Ética y RSC
3. El nuevo modelo de empresa
4. Aumento de Poder de las Multinacionales
5. La evolución de la RSC
6. Características básicas de la RSC

7. La RSC en las PYMES
8. La actualidad de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción a las Relaciones Públicas
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Los medios de comunicación
2. Televisión
3. Radio
4. Prensa escrita
5. Internet
6. Redes sociales como medio de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA. 9. COMUNICACIÓN ONLINE Y TIC

1. Concepto y Clasificación
2. La Comunicación Comercial
3. Las Comunicaciones Electrónicas en el Comercio Electrónico
4. El Comportamiento de los Usuarios de Internet
5. Marketing e Internet
6. Herramientas de comunicación online

MÓDULO 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Imagen y de comunicación de la empresa
2. Eventos en marketing y comunicación
3. Documentación interna de planificación
4. Atención especial a autoridades
5. Comunicación de eventos entre otros

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS.

1. Selección y negociación de ofertas
2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios
3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos
4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Supervisión y seguimiento de eventos
2. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico

3. Repercusión en los medios y Dossier de prensa
4. Calidad en los servicios de gestión de eventos
5. Evaluación de servicios requeridos por los eventos
6. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD.

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor
2. Diferenciación de conceptos clave
3. Regulación publicitaria en Internet
4. Códigos deontológicos en el sector

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS.

1. Plan de medios
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación
3. Modelos de planes de medios
4. Criterios de elección de medios y soportes
5. Formas específicas de publicidad en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Calendario de inserciones publicitarias
2. Presupuesto del plan de medios
3. Ejecución del plan de medios
4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias
5. Cursaje de emisión

MÓDULO 3. PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN PERSONAL Y CORPORATIVA.

1. Relaciones entre protocolo e imagen corporativa
2. Tipos de protocolo
3. Habilidades sociales y relaciones interpersonales
4. La imagen personal
5. Formas protocolares de expresión oral
6. Formas protocolares de expresión escrita
7. Atención a los medios de comunicación y prensa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CEREMONIAL DE ACTOS Y EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso
2. Ceremonial y protocolo institucional aplicado a eventos de empresas
3. Normas y usos habituales en actos protocolarios
4. Desarrollo de actos y eventos protocolarios

MÓDULO 4. EMPRESA Y PRESENTACIONES EFICACES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA IMPORTANCIA DE HABLAR BIEN

1. Introducción
2. La oratoria
3. Técnica y procedimiento de la oratoria: la retórica
4. Las ventajas de ser un buen orador
5. Objetivos del orador
6. La mejor forma de conectar con el público

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN ORAL

1. El lenguaje oral
2. La comunicación no verbal
3. La comunicación verbal y no verbal en la comunicación presencial
4. La comunicación telefónica
5. Normas de seguridad, registro y confidencialidad en la comunicación presencial y telefónica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CÓMO AFRONTAR EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

1. Timidez y ansiedad social
2. Técnicas para afrontar el miedo a hablar en público

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ASERTIVIDAD

1. Introducción
2. Técnicas de asertividad
3. Tipología de personas
4. Estrategias asertivas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CÓMO PREPARAR LA INTERVENCIÓN

1. La Preparación de la intervención
2. El estilo de la intervención
3. El factor tiempo
4. El público
5. El contexto de la intervención
6. El contenido
7. El día del acto
8. La intervención

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. El lenguaje no verbal
2. Relaciones entre la conducta verbal y no verbal
3. Entablar relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA PRESENTACIÓN

1. Preparación de la presentación
2. Desarrollo de la presentación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APOYOS TÉCNICOS

1. Apoyos técnicos a la eficacia de una charla
2. Los recursos audiovisuales
3. Las fichas de apoyo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. APLICACIONES Y MEDIOS INFORMÁTICOS QUE INTERVIENEN EN LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. El correo electrónico
2. La agenda electrónica
3. Procesador de textos

MÓDULO 5. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor
2. Diferenciación de conceptos clave
3. Regulación publicitaria en Internet
4. Códigos deontológicos en el sector

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS

1. Plan de medios
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
3. Modelos de planes de medios
4. Criterios de elección de medios y soportes
 1. - Tarifas y otros criterios de elección del mix del plan de medios
5. Formas específicas de publicidad en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Calendario de inserciones publicitarias
2. Presupuesto del plan de medios
3. Ejecución del plan de medios
4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias
5. Cursaje de emisión

MÓDULO 6. EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Conceptos clave para la medición de audiencia:
2. Indicadores de medición de audiencias e impacto:
3. Fuentes de medición de audiencias e impacto
4. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Técnicas y herramientas de control de emisión
2. Control de contenidos pagados y no pagados

3. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa:
4. Control del plan de medios en Internet

