

Certificat Avancé

Communication Sociale



Certificat Avancé Communication Sociale

Langue: Français

Modalité: En ligne

Durée: 6 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 450 h.

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-communication-sociale

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Structure et contenu

page 20

06

Méthodologie

page 28

07

Profil de nos étudiants

page 36

08

Impact sur votre carrière

page 40

09

Bénéfices pour votre
entreprise

page 44

10

Diplôme

page 48

01

Accueil

Les relations entre les changements sociaux et communicatifs des personnes sont étudiées grâce à la Communication Sociale. Il s'agit d'analyser les médias utilisés pour transmettre un message, par exemple les médias écrits, audiovisuels et graphiques. Tous ces aspects peuvent être transposés dans l'environnement commercial grâce à la compréhension et à l'analyse des modèles de communication humaine, de leurs éléments et de leurs caractéristiques, ainsi que du rôle des processus psychologiques de la publicité. Par conséquent, ce programme s'attachera à fournir aux étudiants les outils et les connaissances nécessaires pour comprendre le système des médias et sa structure dans la communication globale.



Certificat Avancé en Communication Sociale.
TECH Université Technologique



“

*Être capable d'établir un lien cohérent
entre la publicité et les relations publiques
et les autres sciences sociales dans un
environnement commercial"*

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"*Microsoft Europe Success Story*" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.

“ À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique ”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.





“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

TECH offre une éducation de qualité par le biais de programmes conçus pour garantir l'excellence des étudiants dans tout domaine de spécialisation. Pour cette raison, ce programme aidera les étudiants à reconnaître les aspects sociologiques, économiques et juridiques qui influencent la publicité appliquée aux entreprises. À l'issue du programme, les étudiants seront en mesure de développer une identité d'entreprise qui transmet les valeurs et les objectifs d'une société.



“

Gérer l'équipe de communication d'une entreprise, en diffusant des messages appropriés en fonction de l'image de marque que l'entreprise souhaite projeter"

**TECH fait sien les objectifs de ses étudiants.
Ils travaillent ensemble pour les atteindre.**

Le **Certificat Avancé en Communication Sociale** permet à l'apprenant de:

01

Réaliser des analyses critiques de la réalité sociale à partir d'une lecture sociologique de celle-ci

02

S'exprimer avec aisance et efficacité à l'oral et à l'écrit, en sachant tirer parti des ressources linguistiques les plus appropriées

03

Reconnaître la structure et la transformation de la société actuelle dans sa relation avec les éléments, les formes et les processus de la communication publicitaire et de relations publiques

04

Comprendre la structure des médias et leurs principaux formats, en tant qu'expressions des modes de vie et des cultures des sociétés dans lesquelles ils exercent leur fonction publique



05

Reconnaître les aspects sociologiques, économiques qui influencent la communication publicitaire et le développement des relations publiques

06

Savoir aborder le traitement informatif des développements scientifiques de manière compréhensible et efficace

07

Connaître les domaines de la publicité et des relations publiques, leurs processus et leurs structures organisationnelles

08

Savoir identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle



9

Maîtriser les éléments, les formes et les processus des langues publicitaires et d'autres formes de communication, en utilisant les connaissances de la langue espagnole, en analysant les différents niveaux et composants qui composent le système linguistique espagnol, ainsi que les produits discursifs qui sont encadrés dans les différentes typologies textuelles

10

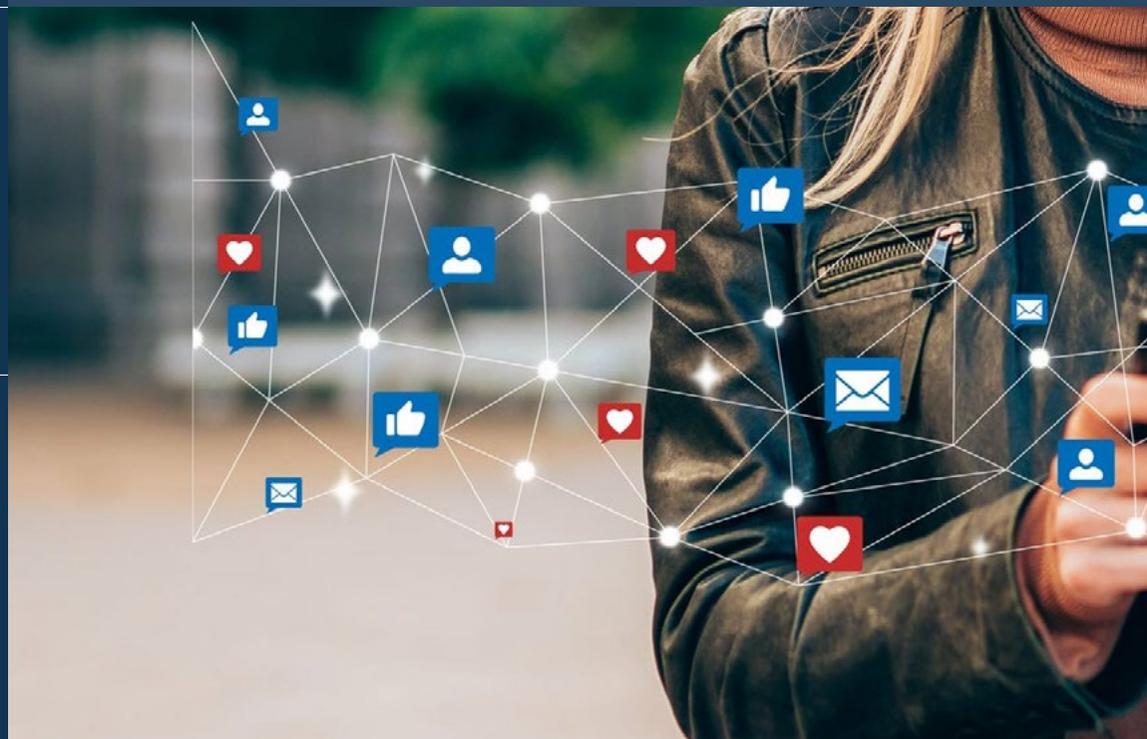
Identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et son application dans les manifestations de la communication persuasive

11

Savoir appliquer les processus créatifs au domaine de la communication, notamment dans le domaine de la publicité et des relations publiques

12

Comprendre les systèmes d'analyse des campagnes de publicité et de relations publiques



13

Savoir décrire la structure des agences de publicité

14

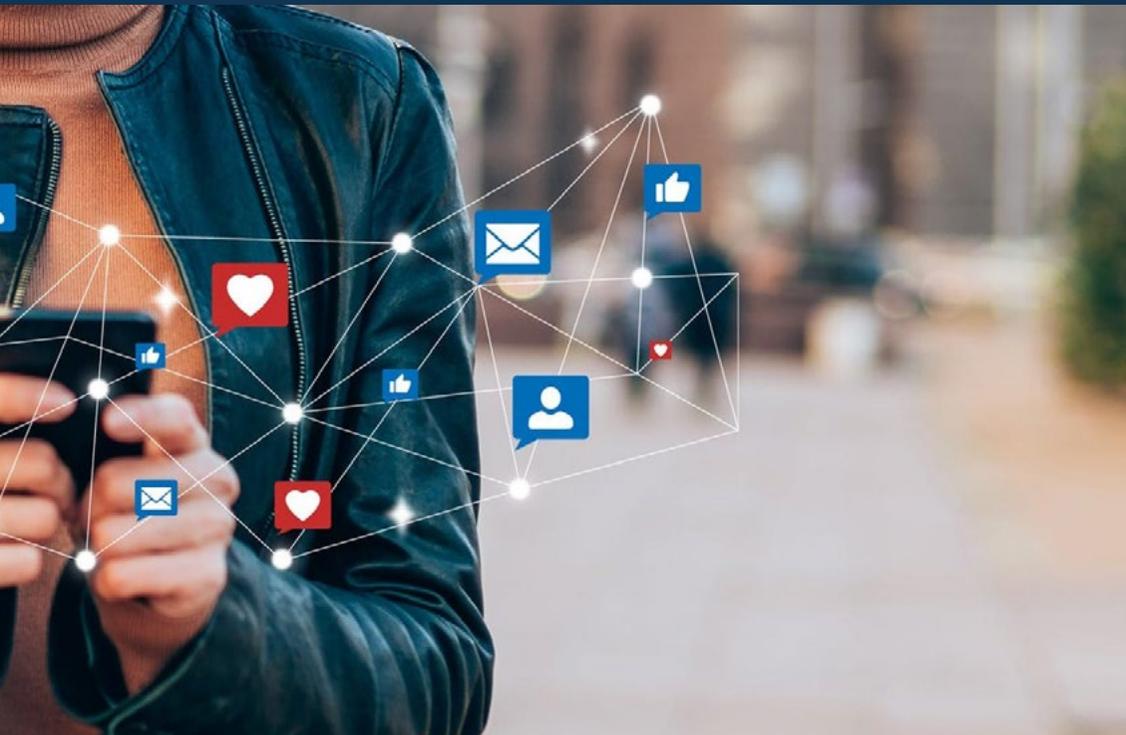
Définissez chacune des fonctions de gestion d'une entreprise de publicité et de relations publiques, en soulignant leurs principales applications

15

Pouvoir établir un lien cohérent entre la publicité et les relations publiques et les autres sciences sociales et humaines

16

Former les étudiants à comprendre les concepts de base et les modèles théoriques de la communication humaine, ses éléments et ses caractéristiques, ainsi que le rôle qu' joue dans les processus psychologiques de la publicité et des relations publiques



05

Structure et contenu

Ce programme est soigneusement conçu par des professionnels hautement qualifiés, qui ont transformé leur sagesse en ce programme d'études afin d'augmenter les options des étudiants pour développer leurs compétences en communication sociale. Ils seront capables d'identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et leur application dans les manifestations de la communication persuasive. Cette qualification peut être suivie pendant 6 mois d'un apprentissage unique et stimulant, en suivant des exemples pratiques et les conseils d'un personnel enseignant spécialisé dans ce domaine.



“

Grâce à son mode 100% en ligne, vous aurez la possibilité de suivre le Certificat Avancé en communication sociale au moment qui convient le mieux à votre emploi du temps professionnel et personnel"

Programme d'études

Le programme d'études du Certificat Avancé en Communication Sociale a été conçu pour développer une pensée critique sur la réalité sociale basée sur les apports conceptuels et théoriques de la sociologie. En ce sens, le secteur a besoin de professionnels qualifiés dans ce domaine, possédant une connaissance adéquate des structures, des processus et des relations présents dans les contextes sociaux dans lesquels se déroule la vie quotidienne des individus, des groupes et des organisations. L'intervention spécialisée dans ces domaines doit tenir compte de l'influence et des limites que les dimensions sociopolitiques, économiques et culturelles ont sur le comportement des personnes et sur le développement des sociétés.

Grâce à une analyse interdisciplinaire des concepts de base des sciences de la communication, l'étudiant sera en mesure de mieux comprendre les recherches qui ont été menées sur le processus symbolique de la communication humaine. De là, ils apprendront la fonction publique de l'information et la structure du système de communication, en accordant une attention particulière à la responsabilité des communicateurs envers la société.

Cet apprentissage implique l'étude des effets des médias sur l'opinion publique et le contrôle du processus d'information.

Au cours de 450 heures d'apprentissage, les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, ce qui leur permettra d'améliorer leurs qualifications et de s'immerger totalement dans le domaine de la communication sociale, de la sociologie générale et de la psychologie de la communication.

Les étudiants seront également motivés pour maîtriser les éléments, les formes et les processus du langage publicitaire et des autres formes de communication, en sachant tirer le meilleur parti des ressources linguistiques et littéraires qui conviennent le mieux à la marque à gérer. De cette manière, le programme se concentre sur les exigences actuelles de ce secteur et prépare les diplômés à relever les défis de la gestion d'un département dans ce domaine.

Ce Certificat Avancé se déroule sur 6 mois et est divisé en 3 modules:

Module 1

Sociologie générale

Module 2

Théorie de la communication sociale

Module 3

Introduction à la psychologie de la communication

Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce Certificat Avancé en Communication Sociale de manière totalement online. Pendant les 6 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel.*



Module 1. Sociologie générale

1.1. Fondements historiques de la sociologie

- 1.1.1. Origine
- 1.1.2. Concept et objectif
- 1.1.3. Préliminaires de sa formation
 - 1.1.3.1. Augusto Comte
 - 1.1.3.2. Herbert Spencer
 - 1.1.3.3. Emilio Durkheim
 - 1.1.3.4. Carl Marx
 - 1.1.3.5. Max Webber
- 1.1.4. La sociologie et sciences sociales

1.2. Relations sociales prédominantes

- 1.2.1. Société et population
- 1.2.2. Groupes sociaux
- 1.2.3. Rôle social
- 1.2.4. Types de relations sociales
- 1.2.5. Les classes sociales

1.3. Structure et organisation sociales

- 1.3.1. La famille
- 1.3.2. L'école
- 1.3.3. Les médias
- 1.3.4. La nation et l'État
- 1.3.5. L'Église
- 1.3.6. Processus d'éducation et de socialisation
- 1.3.7. Culture, société et individu
- 1.3.8. Institutions sociales

1.4. Développement et évolution de la sociologie du droit

- 1.4.1. Concepts de base
 - 1.4.1.1. Puissance
 - 1.4.1.2. Légitimité
 - 1.4.1.3. Légalité
- 1.4.2. La politique et ses implications
- 1.4.3. Origine et développement de la sociologie du droit

1.5. Les courants de la sociologie du droit

- 1.5.1. Vie sociale et vie juridique
- 1.5.2. Fonctions sociales du droit
- 1.5.3. La sociologie et ses rapports avec le droit

1.6. Normes et rôles

- 1.6.1. L'avocat
- 1.6.2. Du juge
- 1.6.3. De la police
- 1.6.4. Rôles et parties dans les procédures judiciaires
- 1.6.5. Fiscalité
- 1.6.6. Acteurs

- 1.6.7. Demandeurs
- 1.6.8. Victimes
- 1.6.9. Pluralisme juridique et groupes autochtones
- 1.6.10. Validité et efficacité de la loi
- 1.6.11. Contrôle social
- 1.6.12. Ordre contre répression
- 1.6.13. Le droit comme instrument de contrôle

1.7. Classes sociales et stratification sociale

- 1.7.1. Concept de stratification social
- 1.7.2. Théorie des classes sociales

1.8. Changement social

- 1.8.1. Évolution et changement social
- 1.8.2. Facteurs et conditions de changement social
- 1.8.3. Agents de changement social

1.9. Institutions juridiques et sociales

- 1.9.1. Rapport entre l'État et la Constitution
- 1.9.2. Administration et administration de la justice
- 1.9.3. Les forces conservatrices et réformatrices du droit
- 1.9.4. Les forces sociales agissant sur le droit
- 1.9.5. L'influence sociale sur le processus législatif
- 1.9.6. Vision sociale de l'application de la loi

1.10. La pensée contemporaine au Mexique

- 1.10.1. Les principales écoles sociologiques et leurs représentants
- 1.10.2. Tendances sociologiques contemporaines
- 1.10.3. Développement et évolution de la pensée sociale au Mexique

Module 2. Théorie de la communication sociale**2.1. L'art de communiquer**

- 2.1.1. Introduction: l'étude de la communication en tant que science sociale
- 2.1.2. Connaissances
 - 2.1.2.1. Les sources de la connaissance
- 2.1.3. Méthodes scientifiques
 - 2.1.3.1. La méthode déductive
 - 2.1.3.2. La méthode inductive
 - 2.1.3.3. La méthode hypothético-déductive
- 2.1.4. Concepts communs dans la recherche scientifique
 - 2.1.4.1. Variables dépendantes et indépendantes
 - 2.1.4.2. Hypothèses
 - 2.1.4.3. Opérationnalisation
 - 2.1.4.4. La loi ou la théorie de la couverture

2.2. Éléments de communication

- 2.2.1. Introduction
- 2.2.2. Éléments de communication
- 2.2.3. Recherche empirique
 - 2.2.3.1. Recherche fondamentale et recherche appliquée
 - 2.2.3.2. Paradigmes de recherche
 - 2.2.3.3. Les valeurs dans la recherche
 - 2.2.3.4. L'unité d'analyse
 - 2.2.3.5. Études transversales et longitudinales
- 2.2.4. Définir la communication

2.3. Trajectoires de la recherche en communication sociale

- 2.3.1. Introduction. La communication dans le monde antique
- 2.3.2. Théoriciens de la communication
 - 2.3.2.1. Grèce
 - 2.3.2.2. Les sophistes, premiers théoriciens de la communication
 - 2.3.2.3. La Rhétorique Aristotélicienne
 - 2.3.2.4. Cicéron et les canons de la rhétorique
 - 2.3.2.5. Quintilien: l'institution oratoire
- 2.3.3. La période moderne: la théorie de l'argumentation
 - 2.3.3.1. Humanisme anti-rhétorique
 - 2.3.3.2. Communication Baroque
 - 2.3.3.3. Des Lumières à la société de masse
- 2.3.4. Le 20e siècle: la rhétorique des Mass Media
 - 2.3.4.1. Communication avec les médias

2.4. Comportement communicatif

- 2.4.1. Introduction: le processus de communication
- 2.4.2. Comportement communicatif
 - 2.4.2.1. Léthologie animale et l'étude de la communication humaine
 - 2.4.2.2. Le contexte biologique de la communication
 - 2.4.2.3. Communication intrapersonnelle
 - 2.4.2.4. Modèles de comportement communicatif
- 2.4.3. L'étude du comportement communicatif non-verbal
 - 2.4.3.1. Le mouvement du corps comme modèle d'action communicative
 - 2.4.3.2. Le contenu de la communication non verbale: Déception dans les mouvements du corps

2.5. La transaction communicative

- 2.5.1. Introduction: la transaction communicative
- 2.5.2. Analyse transactionnelle
 - 2.5.2.1. Le moi-enfant
 - 2.5.2.2. Le moi-parent
 - 2.5.2.3. Le moi-adulte
- 2.5.3. Classification des transactions

2.6. Identité, concept de soi et communication

- 2.6.1. Introduction
- 2.6.2. Identité, concept de soi et communication
 - 2.6.2.1. Micropolitique transactionnelle et Concept de Soi: l'interaction comme négociation d'identités
 - 2.6.2.2. La stratégie des émotions négatives
 - 2.6.2.3. La stratégie des émotions positives

- 2.6.2.4. La stratégie consistant à susciter des émotions chez les autres
- 2.6.2.5. La stratégie de l'engagement mutuel
- 2.6.2.6. La stratégie de la pitié ou de la compréhension

- 2.6.3. La présentation de soi dans les rituels quotidiens
 - 2.6.3.1. Interactionnisme symbolique
- 2.6.4. Le constructivisme
- 2.6.5. Concept de Soi motivé pour interagir
 - 2.6.5.1. La théorie de l'action raisonnée
- 2.6.6. La pragmatique conversationnelle

2.7. La communication dans les groupes et les organisations

- 2.7.1. Introduction: le processus de communication
- 2.7.2. Comportement communicatif
 - 2.7.2.1. L'éthologie animale et l'étude de la communication humaine
 - 2.7.2.2. Le contexte biologique de la communication

- 2.7.2.3. Communication intrapersonnelle
- 2.7.2.4. Modèles de comportement communicatif
- 2.7.3. L'étude du comportement communicatif non-verbal
 - 2.7.3.1. Le mouvement du corps comme modèle d'action communicative
 - 2.7.3.2. Le contenu de la communication non verbale: Déception dans les mouvements du corps

2.8. Communication par les médias I

- 2.8.1. Introduction
- 2.8.2. Communication avec les médias
- 2.8.3. Caractéristiques des médias et de leurs messages
 - 2.8.3.1. Les médias de masse
 - 2.8.3.2. Fonctions médias
- 2.8.4. Les effets puissants des médias de masse
 - 2.8.4.1. Les médias nous disent ce qu'il faut penser et ce qu'il ne faut pas penser

2.9. Communication par les médias II

- 2.9.1. Introduction
- 2.9.2. La théorie de l'hypodermie
- 2.9.3. Les effets limités des médias
- 2.9.4. Les usages et les gratifications de la communication de masse
 - 2.9.4.1. Théorie des usages et des gratifications
 - 2.9.4.2. Origines et principes
 - 2.9.4.3. Objectifs de la théorie des usages et des récompenses
 - 2.9.4.4. Théorie de l'espérance

2.10. Communication par les médias III

- 2.10.1. Introduction
- 2.10.2. Communication informatisée et réalité virtuelle
 - 2.10.2.1. La communication médiatisée par ordinateur: le problème de son intégration théorique
 - 2.10.2.2. Définitions de la communication médiatisée par informatisée

- 2.10.3. Développements dans la théorie des usages et des gratifications
 - 2.10.3.1. Renforcements de la théorie de la dépendance à l'égard des médias
- 2.10.4. La réalité virtuelle comme nouvel objet d'étude
 - 2.10.4.1. L'immersion psychologique de l'utilisateur
- 2.10.5. Téléprésence

Module 3. Introduction à la psychologie de la communication
3.1. Histoire de la psychologie

- 3.1.1. Introduction
- 3.1.2. En commençant par l'étude de la psychologie
- 3.1.3. La science en évolution. Changements historiques et paradigmatiques
- 3.1.4. Paradigmes et étapes en psychologie
- 3.1.5. Sciences cognitives

3.2. Psychologie sociale

- 3.2.1. Introduction
- 3.2.2. Se lancer dans l'étude de la psychologie sociale: l'influence
- 3.2.3. Empathie, altruisme et comportement d'aide

3.3. Cognition sociale

- 3.3.1. Introduction
- 3.3.2. Penser et savoir, besoins vitaux
- 3.3.3. Cognition sociale
- 3.3.4. Organiser l'information

- 3.3.5. Pensée prototypique ou catégorique
- 3.3.6. Les erreurs que nous commettons en réfléchissant: les biais d'inférence
- 3.3.7. Traitement automatique de l'information

3.4. Psychologie de la personnalité

- 3.4.1. Introduction
- 3.4.2. Qu'est-ce que le soi? Identité et personnalité
- 3.4.3. Conscience de soi
- 3.4.4. Estime de soi
- 3.4.5. Conscience de soi
- 3.4.6. Les variables interpersonnelles dans la configuration de la personnalité
- 3.4.7. Les variables macro-sociales dans la configuration de la personnalité
- 3.4.8. Une nouvelle perspective dans l'étude de la personnalité. Personnalité narrative

3.5. Les émotions

- 3.5.1. Introduction
- 3.5.2. De quoi parle-t-on quand on est ému?
- 3.5.3. La nature des émotions
 - 3.5.3.1. L'émotion comme préparation à l'action
- 3.5.4. Émotions et personnalité
- 3.5.5. D'un autre point de vue. Les émotions sociales

3.6. Psychologie de la communication. Persuasion et changement d'attitude

- 3.6.1. Introduction
- 3.6.2. Les attitudes
- 3.6.3. Modèles historiques dans l'étude de la communication persuasive
- 3.6.4. Le modèle de probabilité d'élaboration
- 3.6.5. Processus de communication avec les médias
 - 3.6.5.1. Une perspective historique

3.7. L'expéditeur

- 3.7.1. Introduction
- 3.7.2. La source de la communication persuasive
- 3.7.3. Caractéristiques de la source. Crédibilité
- 3.7.4. Caractéristiques de la source. Attractivité
- 3.7.5. Caractéristiques de l'expéditeur. Puissance
- 3.7.6. Les processus de la communication persuasive. Mécanismes basés sur la cognition primaire
- 3.7.7. Nouveaux processus de communication. Mécanismes basés sur la cognition secondaire

3.8. Le message

- 3.8.1. Introduction
- 3.8.2. Nous commençons par examiner la composition du message
- 3.8.3. Types de messages: messages rationnels et messages émotionnels
- 3.8.4. Messages émotionnels et communication: les messages qui suscitent la peur

3.9. Le récepteur

- 3.9.1. Introduction
- 3.9.2. Le rôle du récepteur selon le modèle de probabilité d'élaboration
- 3.9.3. Besoins et motivations du récepteur: leur impact sur le changement d'attitude
- 3.9.4. Besoin d'estime et de communication

3.10. Nouvelles approches de l'étude de la communication

- 3.10.1. Introduction
- 3.10.2. Traitement non conscient de l'information. Processus automatiques
- 3.10.3. Mesure des processus automatiques dans la communication
- 3.10.4. Premiers pas vers de nouveaux paradigmes
- 3.10.5. Théories des systèmes à double traitement
 - 3.10.5.1. Principales limites des théories des systèmes doubles

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”



TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.

“ *Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels”*

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Le Certificat Avancé en Communication Sociale s'adresse aux professionnels de la publicité et des relations publiques qui souhaitent comprendre comment les campagnes promotionnelles influencent la société, en abordant des questions liées à la psychologie et à la sociologie. De cette manière, les professionnels auront l'opportunité d'acquérir une connaissance supérieure dans ce domaine qui sera fondamentale pour leur développement professionnel.





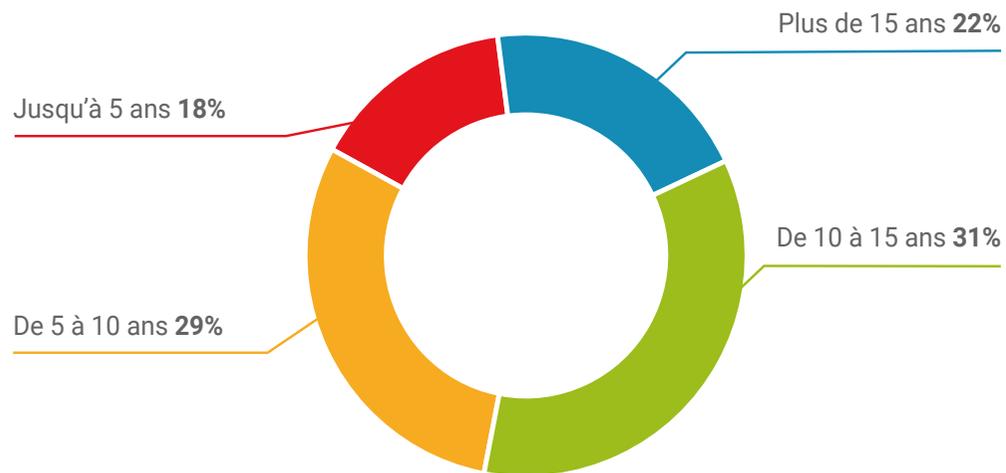
“

Préparez-vous à identifier et à analyser les processus psychosociaux, cognitifs et émotionnels de la communication publicitaire et des relations publiques, grâce à cette spécialisation en communication sociale”

Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

Années d'expérience



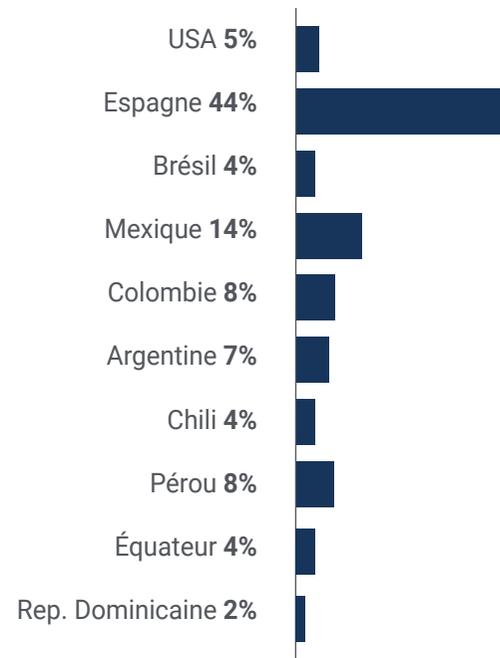
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Sonia Gutiérrez

Copywriter

"Ce programme est excellent pour ceux qui cherchent à améliorer leurs connaissances en matière de communication sociale, car il couvre différents domaines d'apprentissage qui sont essentiels dans ce secteur. De plus, comme j'ai pu le faire en ligne, j'ai pu appliquer les concepts presque immédiatement dans mon travail. C'est définitivement la meilleure option pour moi"

08

Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. Pour cette raison, l'objectif ultime sera toujours de fournir tous les outils nécessaires et une méthodologie innovante pour motiver les étudiants dans chaque classe. Cela vous garantira une insertion professionnelle réussie dans un secteur qui exige qualité et excellence.



“

Une spécialisation en Communication Sociale vous donnera les clés pour orienter vos messages de manière stratégique”

Réalisez le changement positif dont vous avez besoin pour dynamiser votre carrière et votre profession grâce au Certificat Avancé en Communication Sociale.

Prêt à franchir le pas?

Une excellente amélioration professionnelle est en attente

Le Certificat Avancé en Communication Sociale de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à développer des connaissances spécialisées dans ce domaine de connaissances qui leur permettent de créer des messages persuasifs axés sur un public cible. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aidant à réussir.

Ceux qui veulent s'améliorer, apporter un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs trouveront leur place dans cette institution.

Une voie vers l'éducation et la croissance professionnelle qui vous propulsera vers une plus grande compétitivité sur le marché du travail.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de **25,42%** pour nos étudiants



09

Bénéfices pour votre entreprise

Le Certificat Avancé en Communication Sociale contribue à élever le talent de l'organisation à son plein potentiel en formation des leaders de haut niveau.

Participer à ce programme est une occasion unique d'accéder à un réseau de contacts puissant où trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Comprendre les systèmes d'analyse des campagnes publicitaires et améliorer la communication de votre entreprise”

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce Certificat Avancé permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



10 Diplôme

Le Certificat Avancé en Communication Sociale garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un Certificat Avancé émis par TECH Université Technologique.





“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Certificat Avancé en Communication Sociale** contient le programme le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme correspondant de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la qualification obtenue dans le Certificat Avancé et, il répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Communication Sociale**

N.º d'Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Certificat Avancé Communication Sociale

Langue: Français

Modalité: En ligne

Durée: 6 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 450 h.

Certificat Avancé

Communication Sociale

