



Esperto UniversitarioOpinione Pubblica

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 18 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-opinione-pubblica

Indice

 $\begin{array}{c|c} \hline 01 & 02 \\ \hline Presentazione & Obiettivi \\ \hline \hline 03 & 04 & 05 \\ \hline Struttura e contenuti & Metodologia & Titolo \\ \hline \hline \hline pag. 12 & pag. 18 & pag. 26 \\ \hline \end{array}$





tech 06 | Presentazione

L'Esperto Universitario in Opinione Pubblica di TECH si propone di sensibilizzare e preparare professionisti sulla comprensione e sull'analisi critica della realtà sociale, sulla base dei contributi concettuali e teorici della sociologia. La specializzazione di professionisti qualificati in quest'area richiede una conoscenza appropriata in merito alle strutture, ai processi e alle relazioni presenti nei contesti sociali in cui si svolge la vita quotidiana di persone, gruppi e organizzazioni. Il loro intervento in queste aree deve tenere conto dell'influenza e dei limiti che le dimensioni socio-politiche, economiche e culturali introducono nel comportamento delle persone e nell'evoluzione delle società.

Il programma tratterà inoltre lo sviluppo storico dell'opinione pubblica, le teorie che hanno tentato di spiegare questo concetto e la sua funzione nella società, nonché le discipline scientifiche che se ne sono occupate: scienze politiche, diritto, psicologia sociale, sociologia e scienze della comunicazione.

Il concetto di opinione pubblica, che recentemente è stato oggetto di frequenti controversie, verrà esaminato anche in termini di legame con la comunicazione di massa. A partire dalla Rivoluzione Francese, l'opinione pubblica si è trasformata in uno dei simboli della modernità politica in Europa, essendo associata a valori quali l'illuminismo, la razionalità, la libertà e la democrazia. Pertanto, possedere una conoscenza approfondita in questo campo sarà essenziale per comprendere la società a cui saranno indirizzate le campagne pubblicitarie.

Infine, verrà offerta allo studente una visione molto dettagliata in merito alle principali *Lobby*, con una percezione molto vicina e trasparente di come le relazioni pubbliche debbano essere gestite in relazione ai gruppi di influenza. In questo modo, lo studente acquisirà le competenze necessarie per gestire con successo la comunicazione pubblica, sapendo come gestire comunità e gruppi attraverso messaggi appropriati.

In sintesi, si tratta di un programma di grande valore accademico che aggiungerà qualità alla preparazione dei professionisti e che potrà essere seguito in una modalità 100% online, rendendo più facile lo studio e la sua conciliazione con il resto degli obblighi quotidiani.

Questo **Esperto Universitario in Opinione Pubblica** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- Uso delle più recenti tecnologie nei software di e-learning
- Sistema di insegnamento intensamente visivo, supportato da contenuti grafici e schematici di facile assimilazione e comprensione
- Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in attività
- Sistemi di video interattivi di ultima generazione
- Insegnamento supportato dalla pratica online
- Sistemi di aggiornamento e riqualificazione permanente
- Apprendimento autoregolato che permette piena compatibilità con altri impegni
- Esercizi pratici per l'autovalutazione e la verifica dell'apprendimento
- Gruppi di appoggio e sinergie educative: domande agli esperti, forum di discussione e conoscenza
- Comunicazione con il personale docente e lavoro di riflessione individuale
- Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet
- Banche di documentazione complementare disponibili permanentemente



Un Esperto Universitario che ti preparerà per lavorare con la solvibilità di un professionista di alto livello"



TECH mette a tua disposizione una moltitudine di risorse teoriche e pratiche, grazie alle quali sarai in beneficerai di uno studio coinvolgente e di alta qualità"

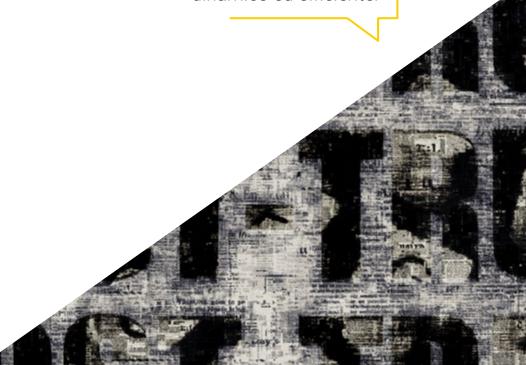
Il personale docente di questo programma è composto da professionisti provenienti da diversi ambiti legati alla disciplina. Ciò consente a TECH di raggiungere l'obiettivo di aggiornamento accademico stabilito. Un organico multidisciplinare di professionisti esperti in diversi settori, in grado di trasmettere efficacemente le conoscenze teoriche, ma soprattutto di mettere al servizio degli studenti le conoscenze pratiche derivanti dalla propria esperienza.

La conoscenza approfondita della disciplina è rafforzata dall'efficacia dell'impostazione metodologica. Elaborato da un team multidisciplinare di esperti di e-learning, il programma integra gli ultimi progressi della tecnologia educativa. Lo studente potrà così studiare con una serie di strumenti multimediali comodi e versatili, che gli daranno l'operatività di cui ha bisogno per studiare.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi. Un approccio che concepisce l'apprendimento come un processo eminentemente pratico. Al fine di raggiungere questo obiettivo in modalità remota, useremo la pratica online. Grazie all'aiuto di un innovativo sistema di video interattivo e del Learning From an Expert, gli studenti potrà acquisire le conoscenze come se si stessero confrontando con il contesto reale. Un concetto che permetterà di integrare e assimilare l'apprendimento in modo più realistico e permanente.

Questo programma si avvale dell'esperienza di professionisti attivi, esperti in Opinione Pubblica.

Il progetto metodologico di questo Esperto Universitario si basa su tecniche di insegnamento di comprovata efficacia, che consentono un apprendimento più dinamico ed efficiente.







tech 10 | Obiettivi



Obiettivo generale

• Acquisire le conoscenze necessarie per realizzare un'adeguata comunicazione pubblicitaria utilizzando gli strumenti digitali più avanzati





Obiettivi specifici

Modulo 1. Sociologia generale

- Effettuare un'analisi critica della realtà sociale sulla base di una lettura sociologica della stessa
- Esprimersi in modo fluente ed efficace nella comunicazione orale e scritta, sfruttando le risorse linguistiche più appropriate
- Riconoscere la struttura e la trasformazione della società odierna nel suo rapporto con gli elementi, le forme e i processi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche
- Comprendere la struttura dei media e i loro principali formati in quanto espressione degli stili di vita e delle culture delle società in cui svolgono la loro funzione pubblica
- Riconoscere gli aspetti sociologici, economici e legali che influenzano la comunicazione pubblicitaria e lo sviluppo delle relazioni pubbliche
- Saper approcciare la divulgazione dei progressi scientifici in modo comprensibile ed efficace

Modulo 2. Opinione pubblica

- Comprendere i concetti di base e i modelli teorici della comunicazione umana, i suoi elementi e le sue caratteristiche, nonché il ruolo che svolge nei processi psicologici della pubblicità e delle pubbliche relazioni
- Saper riflettere con solidità teorica e rigore empirico sui processi attraverso i quali il professionista della pubblicità e delle pubbliche relazioni contribuisce a costruire ed esprimere l'opinione pubblica
- Identificare le molteplici espressioni, i fenomeni e i processi dell'opinione pubblica
- Saper mettere in relazione la pubblicità e le relazioni pubbliche in modo coerente con le altre scienze sociali e umane

Modulo 3. Gruppi di pressione e persuasione

- Essere in grado di mettere in relazione la pubblicità e le relazioni pubbliche in modo coerente con le altre scienze sociali e umane
- Incoraggiare la creatività e la persuasione attraverso media e mezzi di comunicazione diversi
- Riconoscere i principali dibattiti e gli eventi mediatici derivanti dalla situazione attuale e come vengono generati e diffusi in base alle strategie di comunicazione e a interessi di ogni tipo
- Saper operare come professionista della pubblicità e delle pubbliche relazioni in conformità alle regole legali ed etiche della professione
- Riconoscere gli strumenti significativi e adeguati allo studio della pubblicità e delle pubbliche relazioni



Questo programma ti aiuterà ad essere più efficace nella creazione dei tuoi messaggi pubblicitari"





tech 14 | Struttura e contenuti

Modulo 1. Sociologia generale

- 1.1. Fondamenti storici della sociologia
 - 1.1.1. Origine
 - 1.1.2. Concetti e obiettivi
 - 1.1.3. Preliminari della preparazione
 - 1.1.3.1. Auguste Comte
 - 1.1.3.2. Herbert Spencer
 - 1.1.3.3. Emilio Durkheim
 - 1.1.3.4. Karl Marx
 - 1.1.3.5. Max Weber
 - 1.1.4. Sociologia e scienze sociali
- 1.2. Relazioni sociali predominanti
 - 1.2.1. Società e popolazione
 - 1.2.2. Gruppi sociali
 - 1.2.3. Ruolo sociale
 - 1.2.4. Tipi di relazioni sociali
 - 1.2.5. Classi sociali
- 1.3. Struttura e organizzazione sociale
 - 1.3.1. La famiglia
 - 1.3.2. La scuola
 - 133 I mezzi di comunicazione
 - 134 La nazione e lo Stato
 - 1.3.5. La chiesa
 - 1.3.6. Istruzione e processi di socializzazione
 - 1.3.7. Cultura, società e individuo
 - 1.3.8. Istituzioni sociali
- 1.4. Sviluppo ed evoluzione della sociologia del diritto
 - 1.4.1. Concetti di base
 - 1.4.1.1. Potere
 - 1.4.1.2. Legittimità
 - 1.4.1.3. Legalità
 - 1.4.2. Politica e relative implicazioni
 - 1.4.3. Origine e sviluppo della sociologia del diritto

- 1.5. Correnti della sociologia del diritto
 - 1.5.1. Vita sociale e vita giuridica
 - 1.5.2. Funzioni sociali del diritto
 - 1.5.3. La sociologia e il suo rapporto con il diritto
- 1.6. Norme e ruoli
 - 1.6.1. Avvocato
 - 1.6.2. Giudice
 - 1.6.3. Forze dell'ordine
 - 1.6.4. Ruoli e parti nei procedimenti giudiziari
 - 1.6.5. Fiscalità
 - 1.6.6. Protagonisti
 - 1.6.7. Imputati
 - 1.6.8. Vittime
 - 1.6.9. Pluralismo giuridico e gruppi indigeni
 - 1.6.10. Validità ed efficacia del diritto
 - 1.6.11. Controllo sociale
 - 1.6.12. Ordine contro la repressione
 - 1.6.13. La legge come strumento di controllo
- .7. Classi sociali e stratificazione sociale
 - 1.7.1. Concetto di stratificazione sociale
 - 1.7.2. Teoria delle classi sociali
- 1.8. Cambiamenti sociali
 - 1.8.1. Evoluzione e cambiamento sociale
 - .8.2. Fattori e condizioni del cambiamento sociale
 - 1.8.3. Agenti del cambiamento sociale
- 1.9. Istituzioni giuridiche sociali
 - 1.9.1. Rapporto Stato-Costituzione
 - 1.9.2. Amministrazione e distribuzione della giustizia
 - 1.9.3. Forze conservatrici e riformatrici della legge
 - 1.9.4. Forze sociali che agiscono sul diritto
 - 1.9.5. L'influenza sociale sul processo legislativo
 - 1.9.6. La visione sociale dell'applicazione della legge



Struttura e contenuti | 15 tech

- 1.10. Il pensiero contemporaneo in Messico
 - 1.10.1. Principali scuole sociologiche e relativi esponenti
 - 1.10.2. Tendenze sociologiche contemporanee
 - 1.10.3. Sviluppo ed evoluzione del pensiero sociale in Messico

Modulo 2. Opinione Pubblica

- 2.1. Il concetto di opinione pubblica
 - 2.1.1. Introduzione
 - 2.1.2. Definizione
 - 2.1.3. L'opinione pubblica come fenomeno razionale e come forma di controllo sociale
 - 2.1.4. Le tappe della crescita dell'opinione pubblica come disciplina
 - 2.1.5. II XX secolo
- 2.2. Quadro teorico dell'opinione pubblica
 - 2.2.1. Introduzione
 - 2.2.2. Prospettive della disciplina dell'opinione pubblica nel corso del XX secolo
 - 2.2.3. Gli autori del XX secolo
 - 2.2.4. Walter Lippmann: l'opinione pubblica distorta
 - 2.2.5. Jürgen Habermas: la prospettiva politico-valutativa
 - 2.2.6. Niklas Luhmann: l'opinione pubblica come modalità di comunicazione
- 2.3. Psicologia sociale e opinione pubblica
 - 2.3.1. Introduzione
 - 2.3.2. Variabili psicosociali nella relazione tra entità persuasive e pubblico
 - 2.3.3. Il nome
 - 2.3.4. Il conformismo
- 2.4. Modelli di influenza mediatica
 - 2.4.1. Introduzione
 - 2.4.2. Modelli di influenza mediatica
 - 2.4.3. Tipi di effetti dei mezzi di comunicazione
 - 2.4.4. La ricerca degli effetti dei mezzi
 - 2.4.5. Il potere delle parole

tech 16 | Struttura e contenuti

- 2.5. Opinione pubblica e comunicazione politica
 - 2.5.1. Introduzione
 - 2.5.2. Comunicazione politica elettorale. La propaganda
 - 2.5.3. La comunicazione politica del governo
- 2.6. Opinione pubblica ed elezioni
 - 2.6.1. Introduzione
 - 2.6.2. Le campagne elettorali influenzano l'opinione pubblica?
 - 2.6.3. L'effetto dei media nelle campagne elettorali come rinforzo delle opinioni
 - 2.6.4. Gli effetti Bandwagon e Underdog
- 2.7. Governo e opinione pubblica
 - 2.7.1. Introduzione
 - 2.7.2. I rappresentanti e i loro elettori
 - 2.7.3. Partiti politici e opinione pubblica
 - 2.7.4. Le politiche pubbliche come espressione dell'azione di governo
- 2.8. L'intermediazione politica della stampa
 - 2.8.1. Introduzione
 - 2.8.2. I giornalisti come intermediari politici
 - 2.8.3. Disfunzioni dell'intermediazione giornalistica
 - 2.8.4. Affidamento ai giornalisti come intermediari
- 2.9. Sfera pubblica e modelli emergenti di democrazia
 - 2.9.1. Introduzione
 - 2.9.2. La sfera pubblica nella società d'informazione
 - 2.9.3. La sfera pubblica nella società d'informazione
 - 2.9.4. Modelli emergenti di democrazia
- 2.10. Metodi e tecniche di ricerca sull'opinione pubblica
 - 2.10.1. Introduzione
 - 2.10.2. Sondaggi di opinione
 - 2.10.3. Tipi di indagini
 - 2.10.4. Analisi



Modulo 3. Gruppi di pressione e persuasione

- 3.1. Introduzione alle lobby
 - 3.1.1. Cos'è una lobby?
 - 3.1.2. Origini della lobby
 - 3.1.3. Le strategie di Public Affairs
- 3.2. Il Lobbista
 - 3.2.1. Una giornata nella vita professionale del lobbista
 - 3.2.2. Lobby, vocazione o preparazione
 - 3.2.3. Le dieci qualità del buon lobbista
- 3.3. Fondamenti della lobby
 - 3.3.1. Mobilitazione in ambienti digitali
 - 3.3.2. I clienti
 - 3.3.3. Lobbying e internazionalizzazione
- 3.4. La lobby nelle piccole imprese
 - 3.4.1. Associazione
 - 3.4.2. Avvicinamento
 - 3.4.3. Anticipazione
 - 3.4.4. Attivazione
 - 3.4.5 Accesso
 - 3.4.6. Valutazione
- 3.5 Casi di studio
 - 3.5.1. Collaborazione Pubblico-Privata: il Caso Foro PPP
 - 3.5.2. Casi di successo: l'introduzione alla tecnologia ibrida
 - 3.5.3. Caso "Varicella e salute pubblica"
- 3.6. Strategie della lobby
 - 3.6.1. Il punto di vista di un'amministrazione pre-legislativa sulle lobby
 - 3.6.2. L'effetto farfalla
 - 3.6.3. Luce e stenografi
- 3.7. Lobby nei media
 - 3.7.1. Lobbying su Internet e sui social network
 - 3.7.2. I social network più utilizzati dai lobbisti
 - 3.7.3. Lobbying sui media tradizionali

- 3.8. Tipi di gruppi
 - 3.8.1. Gruppi di opinione
 - 3.8.2. Gruppi di interesse
 - 3.8.3. Gruppi di potere
- 3.9. Classi dei gruppi d'influenza
 - 3.9.1. In base al loro aspetto organizzativo
 - 3.9.2. In base alla loro natura giuridica
 - 3.9.3. In base alle loro finalità, obiettivi e interessi
- 3.10. Aspetti positivi e negativi del lobbismo
 - 3.10.1. Aspetti positivi
 - 3.10.2. Aspetti negativi
 - 3.10.3. Visione dei lobbisti



Un'esperienza di specializzazione unica e decisiva per crescere a livello professionale"





tech 20 | Metodologia

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.



Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera"

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo
di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si
confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro
conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

tech 22 | Metodologia

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Metodologia | 23 tech

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

tech 24 | Metodologia

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Pratiche di competenze e competenze

Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.



Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.





Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



25%

20%





tech 28 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Esperto Universitario in Opinione Pubblica** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra (*bollettino ufficiale*). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: Esperto Universitario in Opinione Pubblica

Modalità: **online**Durata: **6 mesi**

Accreditamento: 18 ECTS



Dott ______, con documento d'identità ______ ha superat con successo e ottenuto il titolo di:

Esperto Universitario in Opinione Pubblica

Si tratta di un titolo di studio privato corrispondente a 450 horas di durata equivalente a 18 ECTS, con data di inizio dd/mm/aaaa e data di fine dd/mm/aaaa.

TECH Global University è un'università riconosciuta ufficialmente dal Governo di Andorra il 31 de gennaio 2024, appartenente allo Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA).

In Andorra la Vella, 28 febbraio 2024



tech global university Esperto Universitario Opinione Pubblica

» Modalità: online

» Durata: 6 mesi

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 18 ECTS

» Orario: a scelta

» Esami: online

