

Diplomado

Comunicación Política e Institucional



tech
universidad



Diplomado

Comunicación Política e Institucional

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/cursos-universitarios/comunicacion-politica-institucional



Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología de estudio

pág. 22

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

La comunicación política e institucional pone en juego diferentes factores que el profesional debe tener en cuenta tanto si trabaja desde la emisión de los mismos, como si esta comunicación es su fuente de información para su trabajo periodístico. Conocer este tipo de elementos de manera completa es la manera de trabajar eficazmente moviéndose con seguridad en territorios que, con frecuencia resultan complejos. Este programa ofrece una capacitación completa y de calidad en este interesante campo laboral para el profesional del periodismo.





“

Todas las claves de la comunicación política e institucional en una capacitación intensiva y de alta calidad para el profesional del periodismo”

El periodista juega un papel importante en lo que a la política se refiere, puesto que desde el punto de vista crítico se encarga de informar a la sociedad de lo que pasa y acontece dentro del gobierno y todo lo referente a las decisiones futuras.

De este modo el rol del periodista busca desde la comunicación entablar relaciones con los altos mandatarios con el fin de acceder a un dialogo que le permita mostrar con transparencia todo aquello que surge en la política y las instituciones públicas. De esta manera, la información será más eficaz y verdadera.

Por otra parte, si el periodista forma parte de una de las instituciones públicas o del mismo gobierno, está en su deber de ejercer con creces su rol, defendiendo desde un punto de vista crítico su ética profesional para contar la verdad de lo que acontece.

Este Diplomado con formato 100% online es una propuesta de TECH para todos los periodistas profesionales que deseen ampliar sus conocimientos en el sector de la política. Con su material didáctico, audiovisual e innovador, este programa ofrece las últimas actualizaciones del conocimiento en campo de la política.

Este **Diplomado en Comunicación Política e Institucional** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ Última tecnología en software de enseñanza online
- ♦ Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ♦ Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- ♦ Sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ♦ Enseñanza apoyada en la telepráctica
- ♦ Sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ♦ Aprendizaje autorregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones
- ♦ Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ♦ Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ♦ Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del programa



La experiencia de una universidad solvente y experta se pone a tu servicio en esta completa renovación”

“

Un Diplomado apoyado en la mejor tecnología, que te permitirá aprender de manera fluida y eficaz”

El personal docente está integrado por especialistas en activo. Un cuadro multidisciplinar de profesionales titulados y experimentados, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán al servicio del curso los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico, elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en e-learning que integran los últimos avances en tecnología educativa.

Para conseguir el éxito de este programa el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y mediante el cual podrá poner en prueba los sistemas de telepráctica y learning from an expert. Dos conceptos que le ayudarán a integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Un apasionante proceso que te permitirá trabajar en una de las áreas más dinámicas y apasionantes del periodismo actual.

Con profesores expertos en esta área de trabajo, esta especialización es una oportunidad única de desarrollo profesional.



02 Objetivos

El Diplomado en Comunicación Política e Institucional está dirigido a obtener un grado de especialización que permita al profesional de periodismo desarrollar su carrera en esta área de forma óptima. Para ello se ha desarrollado el imprescindible contenido teórico que servirá como fundamentación a la práctica, que se desarrollará de forma intensiva a lo largo de todo el programa.



“

Incluye en tu CV los conocimientos y capacidades necesarios para trabajar como Comunicación Política e Institucional en cualquier medio de comunicación”



Objetivos generales

- Elaborar y analizar discursos políticos destinados a diferentes entornos y audiencias, así como ejecutarlos verbalmente con eficacia comunicativa
- Identificar estrategias de comunicación aplicadas en los discursos políticos
- Analizar la retórica de los discursos políticos y las diferentes estrategias de persuasión en campañas políticas y electorales
- Desarrollar destreza en el uso de técnicas de expresión oral y escrita que permita al estudiante adquirir la capacidad de elaborar y analizar el discurso político
- Desarrollar habilidades de comunicación eficaces para convertirse en un excelente portavoz y comunicador en entorno profesional



*Objetivos realistas y alcanzables
que te permitirán cambiar tu futuro
profesional con un perfil laboral
mucho más competitivo"*





Objetivos específicos

- ♦ Desarrollar capacidad, habilidad y juicio crítico para establecer el plan de comunicación, fijar los objetivos, definir el público objetivo, plantear estrategias y controlar el presupuesto de comunicación
- ♦ Analizar los mecanismos mediante los cuales se diseñan las herramientas de comunicación política, tanto históricamente como en la actualidad y su aplicación a diferentes casos
- ♦ Determinar las funciones del responsable del área de comunicación de un organismo o empresa y establecer contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos
- ♦ Identificar las principales teorías para el análisis de la relación entre campañas electorales, medios de comunicación y comportamiento político
- ♦ Desarrollar habilidades y capacidades para investigar y analizar fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, tareas de asesoría, consultoría y mediación
- ♦ Evaluar y valorar la identidad, comunicación, imagen, reputación y marca de una organización, producto o persona
- ♦ Generar criterio propio para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes dentro del entorno de la comunicación política

03

Dirección del curso

El Diplomado en Comunicación Política e Institucional tiene un valor añadido que destaca sobre cualquier otra especialización similar. Los docentes que conforman el equipo de profesores conocen, de primera mano el funcionamiento real de la comunicación política. Por ello, se ha elaborado un programa especialmente enfocado al desarrollo profesional desde una perspectiva totalmente ajustada a la realidad del sector.



“

*Aprender de la mano de expertos en la materia
es la mejor forma de aprender a actuar con
seguridad en tu trabajo como periodista político”*

Dirección



D. Hernández De La Morena, Marcos

- ♦ Cargo: Periodista especializado en comunicación política
- ♦ Graduado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid-CU Villanueva
- ♦ Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Analista y columnista desde la perspectiva de la Comunicación Política en voz paralela
- ♦ Redactor económico especializado en periodismo de fuentes y análisis de datos en La Tribuna de Automoción
- ♦ Redactor web, analista SEO, y Community Manager en el Diario Expansión
- ♦ Responsable de prensa del club deportivo Escudería El Piélago, con realización de contenido web y en papel, redacción de comunicados, Community Manager, portadista, editor de fotografía, vídeo y cartelería
- ♦ Colaborador de prensa en Juventudes Socialistas de España
- ♦ Locutor y reportero para Cadena SER (cabecera Castilla-La Mancha)

Profesores

Dña. Cáceres, Karina

- ♦ Cargo: Responsable de estrategia digital de la Red de Politólogas
- ♦ Graduada en Relaciones Internacionales por la Universidad Católica de Córdoba
- ♦ Máster en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca
- ♦ Auxiliar de Comunicación e Investigación en la Universidad de Salamanca
- ♦ Asistente de investigación para la Organización de Estados Americanos (OEA)
- ♦ Analista de proyectos de investigación digital de forma autónoma



04

Estructura y contenido

Los contenidos de este programa han sido desarrollados por los diferentes profesores de este Diplomado con una finalidad clara: conseguir que el alumnado adquiriera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en un especialista de la Comunicación Política e Institucional. El contenido de esta titulación permitirá aprender todos los aspectos de las diferentes disciplinas implicadas en esta área.



“

Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje eficaz y rápido, compatible con tu vida personal y profesional”

Módulo 1. Comunicación política e institucional

- 1.1. La comunicación política
 - 1.1.1. No hay política sin comunicación
 - 1.1.2. Los intentos de definición de la comunicación política
 - 1.1.3. La noción de mensaje: concepción amplia de los actores y de los contenidos de comunicación
 - 1.1.4. La comunicación política como enfrentamiento de mensajes
 - 1.1.5. Las áreas de estudio de la comunicación política
 - 1.1.6. Modelo para el estudio de la comunicación política
 - 1.1.6.1. La acción dramática y la acción comunicativa
 - 1.1.7. Comunicación, política y opinión pública
 - 1.1.7.1. El papel de la comunicación en las elecciones democráticas: ¿Qué es y para qué sirve?
 - 1.1.8. Comunicación política y nuevos medios
 - 1.1.8.1. ¿Cómo cambia la concepción de la comunicación política las nuevas tecnologías/nuevos medios?
 - 1.1.9. Cambio social y cambio tecnológico
 - 1.1.9.1. ¿Cómo entender la influencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación?
 - 1.1.10. Mediatización y personalización de la comunicación política
- 1.2. Comunicación persuasiva
 - 1.2.1. Persuasión: perspectivas teóricas
 - 1.2.2. La fuente de persuasión: credibilidad, atractivo, el poder y otras
 - 1.2.3. El mensaje persuasivo: tipos, funciones, aspectos formales, preguntas retóricas
 - 1.2.4. El receptor: persuadibilidad, procesamiento del mensaje, ¿predicción de conductas?
 - 1.2.5. El contexto de la persuasión: canal y medios de comunicación, la persona como contexto, la influencia de otros
 - 1.2.6. Auto-persuasión: disonancia cognitiva, autopercepción, compromiso y coherencia
 - 1.2.7. Modelos teóricos en persuasión
 - 1.2.7.1. Modelo del aprendizaje
 - 1.2.7.2. Modelo de la respuesta cognitiva
 - 1.2.8. Modelos multi-proceso
 - 1.2.8.1. El modelo de probabilidad de elaboración
 - 1.2.8.2. Modelo meta-cognitivo
 - 1.2.9. Resistencia ante la persuasión: la teoría de la inoculación, distracción y prevención
 - 1.2.10. Persistencia de los efectos persuasivos: el apagamiento del impacto persuasivo. El efecto adormecimiento
- 1.3. Nuevos actores de la comunicación política
 - 1.3.1. La representación y la participación política
 - 1.3.1.1. Conceptos relevantes: ¿por qué algunos ciudadanos participan algunas veces en las instituciones y otras veces en las calles o redes sociales?
 - 1.3.2. El auge de la participación "no convencional" y de la política de la protesta en las sociedades contemporáneas
 - 1.3.3. Los cambios en la comunicación política: la profesionalización
 - 1.3.4. Los cambios en la sociedad (I)
 - 1.3.4.1. Fragmentación de audiencia y globalización
 - 1.3.5. Los cambios en la sociedad (II)
 - 1.3.5.1. Nuevas prioridades, valores e *Issues*
 - 1.3.6. Los cambios en los medios: modificaciones en el proceso de *Gatekeeping*
 - 1.3.7. Actores tradicionales (I)
 - 1.3.7.1. Los partidos políticos (organización y estructura)
 - 1.3.8. Actores tradicionales (II)
 - 1.3.8.1. El sistema de partido en España
 - 1.3.9. Actores no-tradicionales (I)
 - 1.3.9.1. Movimientos sociales
 - 1.3.10. Actores no-tradicionales (II)
 - 1.3.10.1. Grupos sociales que ven vulnerados sus derechos: mujeres y minorías
- 1.4. Técnicas para una comunicación efectiva: temas, discurso, *Storytelling* y agenda
 - 1.4.1. Técnicas para hacer más efectiva la comunicación
 - 1.4.2. La importancia de los valores, los marcos y las emociones
 - 1.4.3. El discurso
 - 1.4.3.1. Elementos necesarios para escribir un discurso
 - 1.4.3.2. Estructura y partes que lo integran (arranque, desarrollo, conclusión)
 - 1.4.4. Estilo y tipos de discurso

- 1.4.5. Técnicas retóricas de repetición; de elocuencia poética; retórica; usos de citas
- 1.4.6. *Storytelling* (o cómo contar historias que persuadan)
- 1.4.7. El lenguaje no verbal
- 1.4.8. La red de temas y el mensaje: la agenda política
- 1.4.9. Argumentos y eslóganes. Oratoria de campaña
- 1.4.10. Mitos y apelaciones emocionales
- 1.5. La Comunicación política de las instituciones
 - 1.5.1. Comunicación institucional. Intangibles. Notoriedad y reputación. Qué se comunica
 - 1.5.2. La gestión de la comunicación. La relación con los públicos
 - 1.5.3. El Director de comunicación (Dircom) y los gabinetes de comunicación
 - 1.5.3.1. Funciones y responsabilidades
 - 1.5.4. Las agencias de comunicación:
 - 1.5.4.1. Organigrama, funciones, principales agencias de comunicación
 - 1.5.5. Plan de comunicación (I)
 - 1.5.5.1. *Briefing* e investigación
 - 1.5.5.2. Auditoría y *Stakeholders*
 - 1.5.6. Plan de comunicación (II)
 - 1.5.6.1. Objetivos, misión, visión, estrategias y tácticas
 - 1.5.7. Calendario y presupuesto
 - 1.5.7.1. Evaluación y medición de resultados
 - 1.5.7.2. *Clipping* y ROI
 - 1.5.8. Formación de portavoces
 - 1.5.8.1. Enfrentarse a la entrevista
 - 1.5.9. Sala de prensa
 - 1.5.9.1. La gestión de redes sociales desde el ámbito institucional
 - 1.5.10. Tipos de actos institucionales
 - 1.5.10.1. Organización y difusión
- 1.6. Campañas electorales, medios de comunicación y decisión del voto
 - 1.6.1. ¡Sin elecciones, no hay democracia!
 - 1.6.1.1. La comunicación política como enfrentamientos de mensajes
 - 1.6.2. ¿Qué hacen las campañas electorales?
 - 1.6.2.1. Efectos de las campañas electorales sobre la decisión de voto, la participación política y la desmovilización
 - 1.6.3. La investigación sobre efectos de los medios y las campañas electorales en perspectiva comparada
 - 1.6.3.1. Principales preguntas de investigación, objetivos, teorías y hallazgos (*agenda setting, framing, priming*)
 - 1.6.4. Perfil del candidato: deseado vs. Real
 - 1.6.5. El análisis del contexto: delimitaciones, marco legal, segmentación del votante
 - 1.6.6. Elaboración del mensaje electoral: el componente partidista, el componente programático, el componente personal y el ajustado equilibrio del mensaje electoral
 - 1.6.7. La comunicación del mensaje electoral (I): logo, slogan y organización de eventos
 - 1.6.8. La comunicación del mensaje electoral (II): la publicidad electoral, la relación entre partidos políticos y medios de comunicación y marketing directo
 - 1.6.9. La nueva comunicación de los actores políticos y los medios
 - 1.6.10. El ataque en las campañas electorales
- 1.7. Candidatos, estrategias y organización de las campañas electorales
 - 1.7.1. Liderazgo
 - 1.7.1.1. Habilidades que debe tener un candidato para ser exitoso
 - 1.7.2. Diseño y planificación de las campañas
 - 1.7.2.1. ¿Cómo se hace una campaña electoral?
 - 1.7.2.2. Etapas. Diseño, planificación e implementación de las campañas
 - 1.7.3. Estructura organizativa de la campaña
 - 1.7.4. Recursos de movilización
 - 1.7.4.1. Centralización vs. Descentralización
 - 1.7.4.2. Profesionalización vs. Amateuismo
 - 1.7.5. Estrategias
 - 1.7.5.1. Mediáticas, programáticas y clientelares
 - 1.7.6. Implementación de la campaña
 - 1.7.6.1. Herramientas de movilización física: centradas en el contacto personal con el elector vs. Centradas en los medios de comunicación
 - 1.7.7. Estrategias organizativas I
 - 1.7.7.1. Campañas centradas en el candidato vs. Campañas centradas en el partido

- 1.7.8. Estrategias organizativas II
 - 1.7.8.1. Campañas centradas en el capital vs. Campañas centradas en el trabajo intensivo
- 1.7.9. La dimensión territorial de las campañas electorales
- 1.7.10. La dimensión digital de las campañas electorales
- 1.8. Spots, debates y campañas negativas
 - 1.8.1. Análisis de spots como una manera de identificar estrategias y conocer el modo en que se hace campaña
 - 1.8.2. El *frame analysis* (análisis de marcos) en el estudio de los *spots*
 - 1.8.3. Tipos: *framing* verbal, visual, aural
 - 1.8.4. ¿Para qué sirven los debates?
 - 1.8.5. Formatos de debate
 - 1.8.6. Estrategias de ataque y defensa
 - 1.8.7. Estilos discursivos
 - 1.8.8. Latiguillos
 - 1.8.9. Réplicas
 - 1.8.10. Campaña negativa: tácticas de ataque y contraataque
- 1.9. Comunicación gubernamental y de crisis
 - 1.9.1. "Gobierno bien, pero comunico mal". Definición de la comunicación de gobierno
 - 1.9.2. El objetivo de la comunicación gubernamental y de políticas públicas: legitimar más que publicitar
 - 1.9.3. El "mito de gobierno"
 - 1.9.4. El cambio de paradigma en la gestión y los procesos convergentes
 - 1.9.5. La gestión del día a día versus la estrategia de mediano plazo
 - 1.9.6. Los gobernautas y la relación gobierno-ciudadanos
 - 1.9.7. La definición de crisis, de conflicto y controversias
 - 1.9.8. Los escándalos públicos
 - 1.9.9. El proceso de gestión de la reputación personal e institucional y su relación con la comunicación gubernamental. La subjetividad
 - 1.9.10. Los equipos de gestión de crisis. El factor sorpresa





- 1.10. La política en el siglo XXI
 - 1.10.1. Redes sociales
 - 1.10.1.1. ¿Qué son?, ¿para qué sirven?, Estadísticas y Datos
 - 1.10.2. Análisis de redes sociales (ARS)
 - 1.10.2.1 Grafos, influencia, métricas
 - 1.10.3. Herramientas de medición y monitoreo
 - 1.10.4. Posicionamiento y técnicas de optimización: SEO
 - 1.10.5. Publicidad on-line (AdWords y nuevas plataformas)
 - 1.10.6. Estrategias de captación de seguidores
 - 1.10.7. Las estrategias comunicativas del activismo político en las redes sociales en España: mediación, monitorización y construcción inversa de la agenda
 - 1.10.8. Desarrollo e implementación de campañas 2.0
 - 1.10.9. Ciberpolítica y sus efectos sobre la participación y movilización de los jóvenes y la ciudadanía
 - 1.10.10. Retos y dilemas: la desinformación e infoxicación



Aprende a elaborar y descifrar la comunicación política e institucional con la habilidad de un profesional de alta competencia”

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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.



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.



Resúmenes interactivos

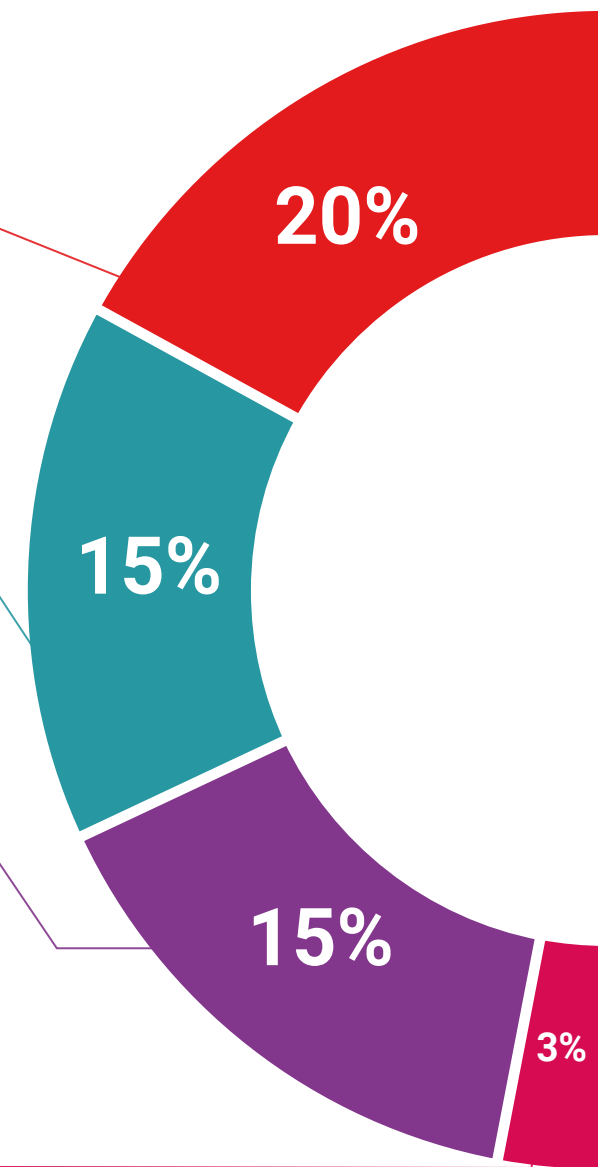
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

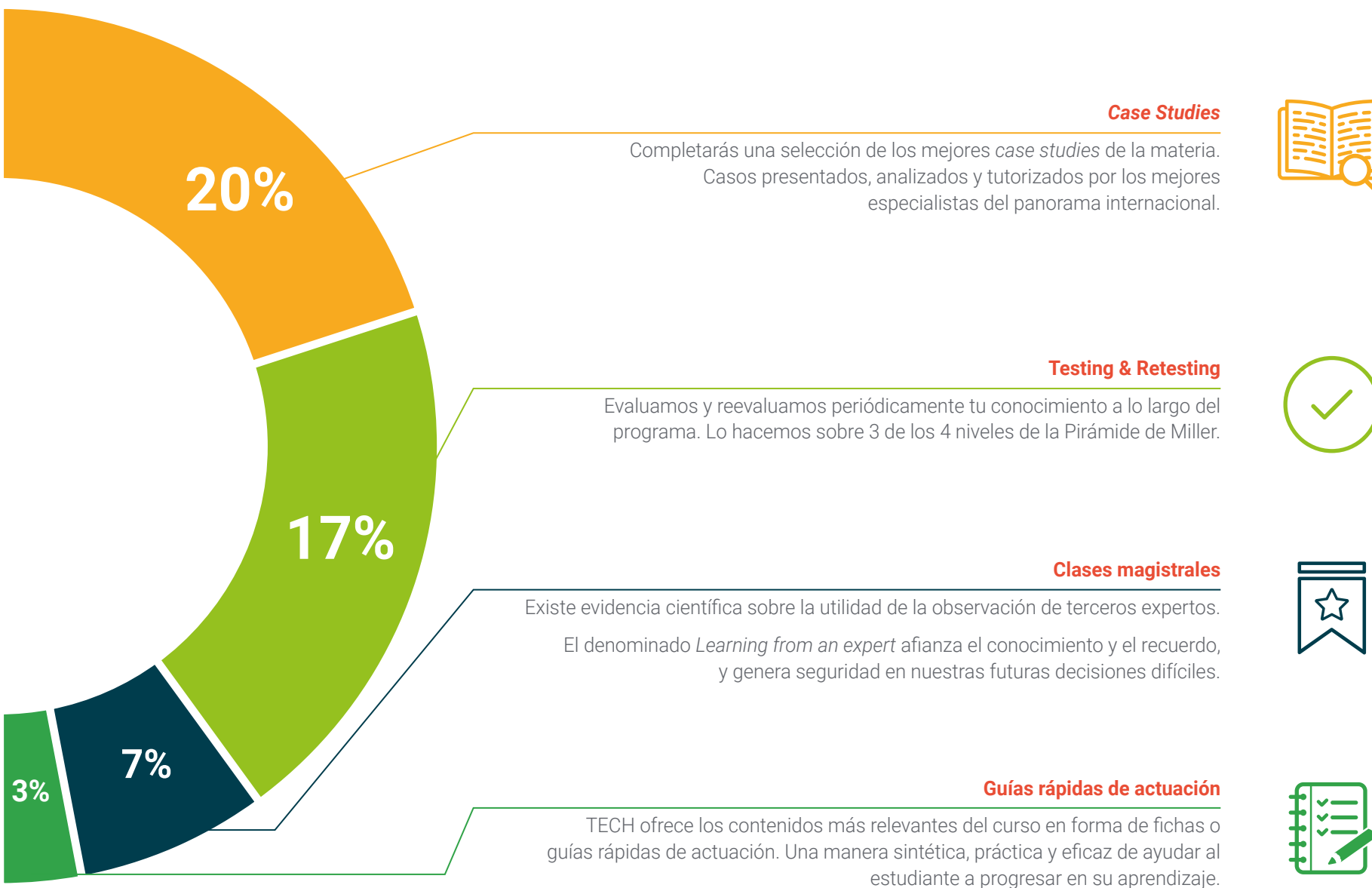
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





06

Titulación

El Diplomado en Comunicación Política e Institucional garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un Diplomado expedido por TECH Universidad.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Diplomado en Comunicación Política e Institucional** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Diplomado** emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Diplomado en Comunicación Política e Institucional**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 semanas**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Diplomado

Comunicación Política e Institucional

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Diplomado

Comunicación Política e Institucional