

Experto Universitario

Comunicación Social





Experto Universitario Comunicación Social

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Privada Peruano Alemana
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion-social

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología

pág. 18

05

Titulación

pág. 26

01

Presentación

El estudio de la Comunicación Social es fundamental para los profesionales de la publicidad y las relaciones públicas, al obtener un conocimiento profundo sobre la manera de relacionarse y expresarse de la sociedad. Por ello, la especialización en este campo adquiere un gran valor en este campo, puesto que la comunicación es la base de la publicidad. Así, durante los meses que dura este programa de TECH, el alumno aprenderá a expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos más adecuados para cada trabajo.



“

Aprende a expresarte con la solvencia de un especialista en comunicación y aplica todas las herramientas lingüísticas a tu alcance en los mensajes publicitarios que diseñes”

Adquirir un conocimiento avanzado en Comunicación Social es fundamental para los profesionales de la publicidad y las relaciones públicas, al adquirir un manejo de la lengua excelente y adaptado a las necesidades de los mensajes y al público al que va dirigido. De esta manera, este Experto Universitario en Comunicación Social de TECH está ideado para ofrecer a los periodistas un conocimiento exhaustivo sobre este campo, que será fundamental para su desarrollo profesional.

En concreto, este programa se orienta a sensibilizar y formar al alumnado en la comprensión y análisis crítico de la realidad social, a partir de las aportaciones conceptuales y teóricas de la Sociología. La cualificación de los profesionales en esta área exige dotarles de un adecuado conocimiento de las estructuras, procesos y relaciones presentes en los contextos sociales en donde acontece la vida cotidiana de personas, grupos y organizaciones. Su intervención especializada en estos ámbitos debe atender a la influencia y limitaciones que introducen en el comportamiento de las personas, en el devenir de las sociedades, las dimensiones sociopolíticas, económicas y culturales.

TECH realizará un estudio interdisciplinar de conceptos básicos de las Ciencias de la Comunicación para detenerse, posteriormente, en las investigaciones que se han realizado sobre el proceso simbólico de la comunicación humana. A partir de ahí, el programa analiza la función pública de la información y la estructura del sistema comunicativo, con especial atención a la responsabilidad que tienen los comunicadores con la sociedad. Este aprendizaje comporta el estudio de los efectos que tienen los medios de comunicación en la opinión pública y el control del proceso informativo.

De esta manera, este Experto Universitario pretende hacer un repaso completo y concreto sobre la Comunicación Social, lo que habilitará a los alumnos para ejercer en el área publicitaria, ya sea a nivel técnico o directivo, con mayor seguridad y precisión en el uso del lenguaje adaptado a los mensajes comunicativos que se quieran dirigir a los públicos objetivos.

Este **Experto Universitario en Comunicación Social** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El uso de la última tecnología en softwares de enseñanza online
- ♦ El sistema docente, intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- ♦ Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ♦ La enseñanza apoyada en la telepráctica
- ♦ Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ♦ El aprendizaje autorregulable, lo que favorece la total compatibilidad con otras ocupaciones
- ♦ Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ♦ Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ♦ La comunicación con el equipo docente y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente



La realización de este Experto Universitario te permitirá entender, de manera clara, la importancia de la comunicación en la sociedad”

“

Estudiar en TECH es estudiar en una universidad del siglo XXI que apuesta por la modalidad online para favorecer el conocimiento de sus alumnos”

El personal docente de este programa está integrado por profesionales de diferentes ámbitos relacionados con esta especialidad. De esta manera, TECH puede ofrecer el objetivo de actualización académica que tiene marcado. Un cuadro multidisciplinar de profesionales experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos, de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán a servicio de los alumnos 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, integra los últimos avances en tecnología educativa. Así, el alumno podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán la operatividad que necesita en su proceso de estudio.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas. Un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, se usa la telepráctica. Así, con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo, y el learning from an expert el alumno podrá adquirir los conocimientos como si estuviese enfrentándose a un supuesto real. Un concepto que le permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Especialízate en Comunicación Social y aplica todos estos conocimientos a tu práctica diaria.

La metodología didáctica de este programa te permitirá obtener una visión mucho más realista de la Comunicación Social.



02

Objetivos

TECH ha diseñado un completísimo programa sobre Comunicación Social con el principal objetivo de que los alumnos entiendan la importancia de este concepto para su desarrollo profesional, así como la evolución que ha vivido la comunicación a lo largo de la historia. Un objetivo que se verá cumplido gracias a un temario de gran nivel académico, que incluye los aspectos más relevantes sobre este campo para dotar al alumno de la cualificación necesaria para mejorar en su práctica diaria, logrando, a su vez, un crecimiento personal y profesional.



“

Logra la mejora profesional que deseas mejorando tu cualificación con la realización de este Experto Universitario”



Objetivos generales

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada comunicación publicitaria utilizando las herramientas digitales más avanzadas
- ♦ Aprender a gestionar la comunicación de organizaciones y empresas en momentos de crisis



Una vía de estudio y crecimiento profesional que te impulsará hacia una mayor competitividad en el mercado laboral





Objetivos específicos

Módulo 1. Sociología general

- ♦ Realizar análisis críticos de la realidad social a partir de su lectura sociológica
- ♦ Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos más adecuados
- ♦ Reconocer la estructura y transformación de la sociedad actual en su relación con los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas
- ♦ Comprender la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos, como expresiones de los modos de vida y de las culturas de las sociedades en las que desempeñan su función pública
- ♦ Reconocer los aspectos sociológicos, económicos y jurídicos que influyen en la comunicación publicitaria y en el desarrollo de las relaciones públicas
- ♦ Saber abordar el tratamiento informativo de los avances científicos de forma comprensible y eficaz

Módulo 2. Teoría de la comunicación social

- ♦ Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas
- ♦ Saber identificar los perfiles profesionales del publicitario y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional
- ♦ Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello el conocimiento de la lengua española, analizando los distintos niveles y componentes que integran el sistema lingüístico del español, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales

- ♦ Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva
- ♦ Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Comprender los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas
- ♦ Saber describir la estructura de las agencias de publicidad
- ♦ Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones

Módulo 3. Introducción a la psicología de la comunicación

- ♦ Capacitar al alumno para relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas
- ♦ Formar al alumno para entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que ésta desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas
- ♦ Preparar al alumno para identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas

03

Estructura y contenido

Este programa cuenta con un completísimo temario que abarca los aspectos más relevantes sobre la Comunicación Social, un área de conocimiento fundamental en la publicidad y las relaciones públicas. Un temario creado por un equipo docente de primer nivel con un objetivo claro: mejorar la cualificación de los profesionales para ayudarlos a lograr un cambio positivo en su profesión. Sin duda, el mejor programa que podrán encontrar los profesionales sobre este campo académico en el mercado.





“

Este temario te permitirá realizar un estudio inmersivo en los principales aspectos de la Comunicación Social”

Módulo 1. Sociología general

- 1.1. La perspectiva sociológica
 - 1.1.1. La Sociología como ciencia
 - 1.1.2. Los orígenes de la Sociología: los primeros sociólogos
- 1.2. Acción, estructura y cambio social
 - 1.2.1. La acción social
 - 1.2.2. La estructura social
 - 1.2.3. El cambio social
- 1.3. Persona, cultura y sociedad
 - 1.3.1. Bases normativas de la acción social
 - 1.3.2. Bases ideales y simbólicas de la acción social
 - 1.3.3. La cultura: componente esencial de la sociedad
 - 1.3.4. La diversidad cultural
 - 1.3.5. Etnocentrismo y relatividad cultural
- 1.4. El proceso de socialización
 - 1.4.1. La socialización
 - 1.4.2. El proceso de socialización
 - 1.4.3. Mecanismos de socialización
 - 1.4.4. Fases del proceso de socialización
 - 1.4.5. Agentes tradicionales de socialización
 - 1.4.6. Nuevos agentes de socialización en la sociedad global
- 1.5. Adaptación y desviación social
 - 1.5.1. Adaptación y conformidad social
 - 1.5.2. La desviación social
 - 1.5.3. Principales teorías de la desviación
- 1.6. Desigualdad, estratificación y exclusión social
 - 1.6.1. La desigualdad social
 - 1.6.2. Desigualdad y estratificación social
 - 1.6.3. Teorías sobre la desigualdad y estratificación social
 - 1.6.4. La exclusión social



- 
- 1.7. Familia y relaciones de pareja
 - 1.7.1. Conceptos básicos para el análisis de la familia
 - 1.7.2. La evolución histórica de la institución familiar
 - 1.7.3. Perspectivas teóricas sobre la familia
 - 1.7.4. La violencia en la familia
 - 1.7.5. El cambio familiar en España
 - 1.8. Sociedad y Política
 - 1.8.1. Sociedad y política: una relación multidimensional
 - 1.8.2. Política, Estado, poder y autoridad
 - 1.8.3. Regímenes políticos
 - 1.8.4. Los actores políticos
 - 1.9. Medios de Comunicación Social
 - 1.9.1. La importancia social de los medios de comunicación
 - 1.9.2. Etapas culturales en la evolución de los medios de comunicación
 - 1.9.3. Teorías sobre los medios de comunicación
 - 1.9.4. Dimensiones principales del análisis mediático
 - 1.9.5. Contenido, audiencia y globalización de los medios
 - 1.10. La globalización
 - 1.10.1. ¿Qué es la globalización?
 - 1.10.2. El debate alrededor de la globalización
 - 1.10.3. La aceleración del proceso de globalización: principales causas
 - 1.10.4. Algunas consecuencias de la globalización

Módulo 2. Teoría de la comunicación social

- 2.1. Introducción. La ciencia de la comunicación como ciencia social
 - 2.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
 - 2.1.2. El conocimiento
 - 2.1.3. Los métodos científicos
 - 2.1.4. Conceptos comunes en la investigación científica
- 2.2. Elementos de la comunicación. Ámbitos científicos de la comunicación social
 - 2.2.1. La investigación empírica de los fenómenos comunicativos
 - 2.2.2. El concepto de comunicación
 - 2.2.3. Ámbitos científicos de la comunicación

- 2.3. Trayectorias de la investigación en la comunicación social
 - 2.3.1. Los orígenes del estudio de la comunicación
 - 2.3.2. El periodo moderno: la escisión entre la teoría de la argumentación y el arte de la pronunciación
 - 2.3.3. El siglo XX: la retórica de los mass media
- 2.4. La conducta comunicativa
 - 2.4.1. Acotación del concepto de conducta comunicativa
 - 2.4.2. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
 - 2.4.3. Los antecedentes biológicos de la comunicación
 - 2.4.4. La comunicación intrapersonal
 - 2.4.5. Los patrones de conducta comunicativa
 - 2.4.6. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
- 2.5. La transacción comunicativa
 - 2.5.1. Intercambio simbólico y cultura humana
 - 2.5.2. El análisis transaccional
- 2.6. Identidad, autoconcepto y comunicación
 - 2.6.1. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
 - 2.6.2. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
 - 2.6.3. La construcción del autoconcepto y su expresión
 - 2.6.4. El autoconcepto motivado para interactuar
 - 2.6.5. Pragmática conversacional
- 2.7. La comunicación en grupos y organizaciones
 - 2.7.1. El grupo social
 - 2.7.2. Las redes sociales, la sociometría y la comunicación intra e intergrupales
 - 2.7.3. Unidades y niveles de análisis de la comunicación grupal
 - 2.7.4. La teoría de la difusión de las innovaciones
 - 2.7.5. La comunicación en las organizaciones
- 2.8. Comunicación mediática (I). Teorías sobre los efectos poderosos de los medios
 - 2.8.1. La comunicación mediática
 - 2.8.2. Características de los medios y de sus mensajes
 - 2.8.3. Los efectos poderosos de los medios de masas

- 2.9. Comunicación mediática (II). Los efectos limitados
 - 2.9.1. Planteamiento general sobre la inocuidad relativa de los medios
 - 2.9.2. Procesamiento selectivo
 - 2.9.3. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas
- 2.10. La comunicación computerizada y la realidad virtual como objetos de estudio emergentes
 - 2.10.1. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica
 - 2.10.2. Avances hacia la consolidación de un corpus teórico de la comunicación por ordenador
 - 2.10.3. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones
 - 2.10.4. La realidad virtual como objeto de estudio emergente

Módulo 3. Introducción a la psicología de la comunicación

- 3.1. Historia de la psicología
 - 3.1.1. Comenzamos con el estudio de la psicología
 - 3.1.2. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
 - 3.1.3. Paradigmas y etapas en la psicología
 - 3.1.4. La ciencia cognitiva
- 3.2. Introducción a la psicología social
 - 3.2.1. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
 - 3.2.2. Empatía, altruismo y conducta de ayuda
- 3.3. Cognición social: el procesamiento de la información social
 - 3.3.1. Pensar y conocer, necesidades vitales
 - 3.3.2. La cognición social
 - 3.3.3. Organizando la información
 - 3.3.4. El pensamiento: prototípico o categorial
 - 3.3.5. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
 - 3.3.6. El procesamiento automático de la información

- 3.4. Psicología de la personalidad
 - 3.4.1. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
 - 3.4.2. La autoconciencia
 - 3.4.3. La autoestima
 - 3.4.4. El autoconocimiento
 - 3.4.5. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
 - 3.4.6. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
- 3.5. Las emociones
 - 3.5.1. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
 - 3.5.2. La naturaleza de las emociones
 - 3.5.3. Emociones y personalidad
 - 3.5.4. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales
- 3.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
 - 3.6.1. Introducción a la psicología de la comunicación
 - 3.6.2. Las actitudes
 - 3.6.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
 - 3.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración (elm)
 - 3.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
- 3.7. El emisor
 - 3.7.1. La fuente de la comunicación persuasiva
 - 3.7.2. Características de la fuente. La credibilidad
 - 3.7.3. Características de la fuente. El atractivo
 - 3.7.4. Características del emisor. El poder
 - 3.7.5. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
- 3.8. El mensaje
 - 3.8.1. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
 - 3.8.2. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
 - 3.8.3. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo
 - 3.8.4. Mensajes racionales y comunicación

- 3.9. El receptor
 - 3.9.1. El papel del receptor según el Modelo de Probabilidad de Elaboración
 - 3.9.2. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
- 3.10. Nuevas perspectivas en el estudio de la comunicación
 - 3.10.1. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
 - 3.10.2. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
 - 3.10.3. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
 - 3.10.4. Las teorías de sistemas de procesamiento duales



*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional*

04

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“ *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

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

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el Periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



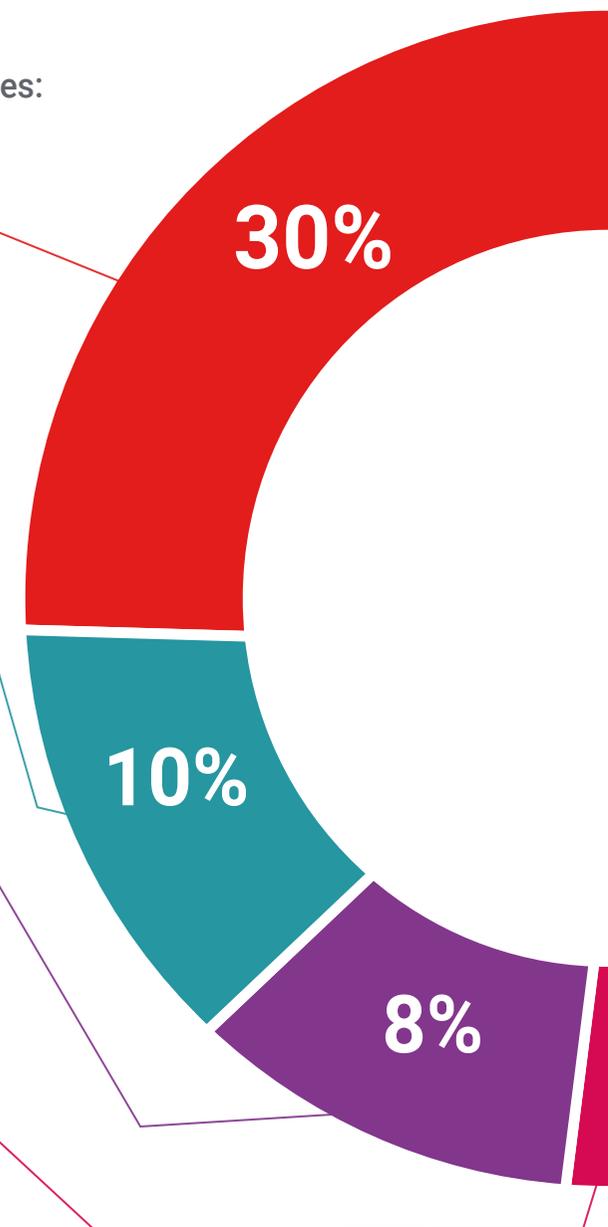
Prácticas de habilidades y competencias

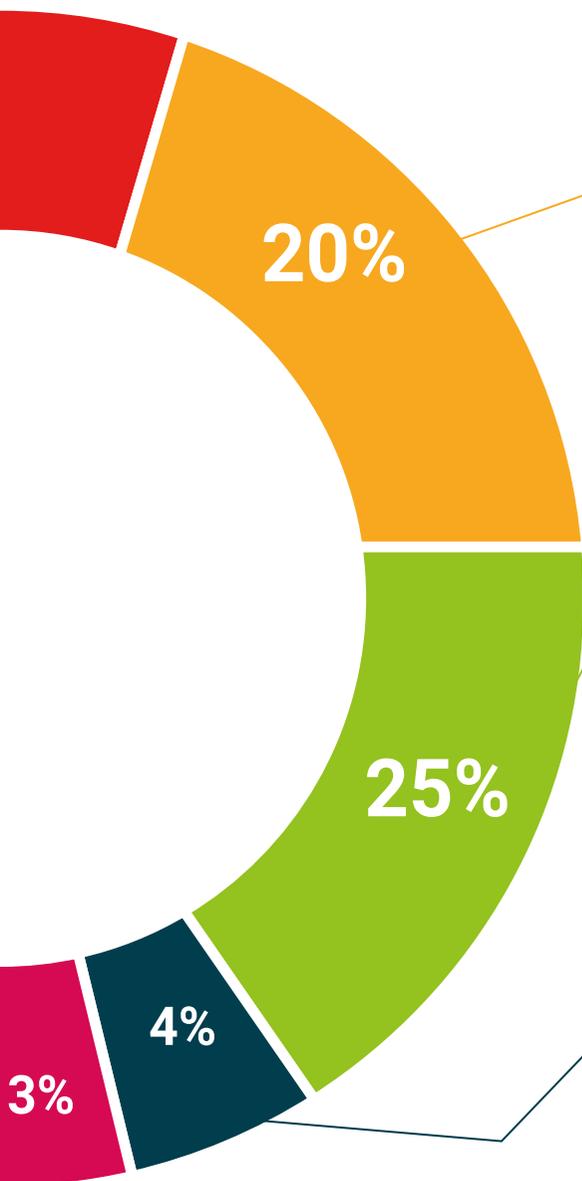
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



05

Titulación

El Experto Universitario en Comunicación Social garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por la Universidad Privada Peruano Alemana.



“

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

El programa del **Experto Universitario en Comunicación Social** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por la Universidad Privada Peruano Alemana.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad Privada Peruano Alemana garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Experto Universitario en Comunicación Social**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



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



Experto Universitario Comunicación Social

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Privada Peruano Alemana
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Comunicación Social