

Experto Universitario Comunicación Social



Experto Universitario Comunicación Social

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

Acceso web: www.techtute.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 de estudio

pág. 18

05

Titulación

pág. 28

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 desees
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 intergrupar
 - 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 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 en la plataforma de reseñas Trustpilot, 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

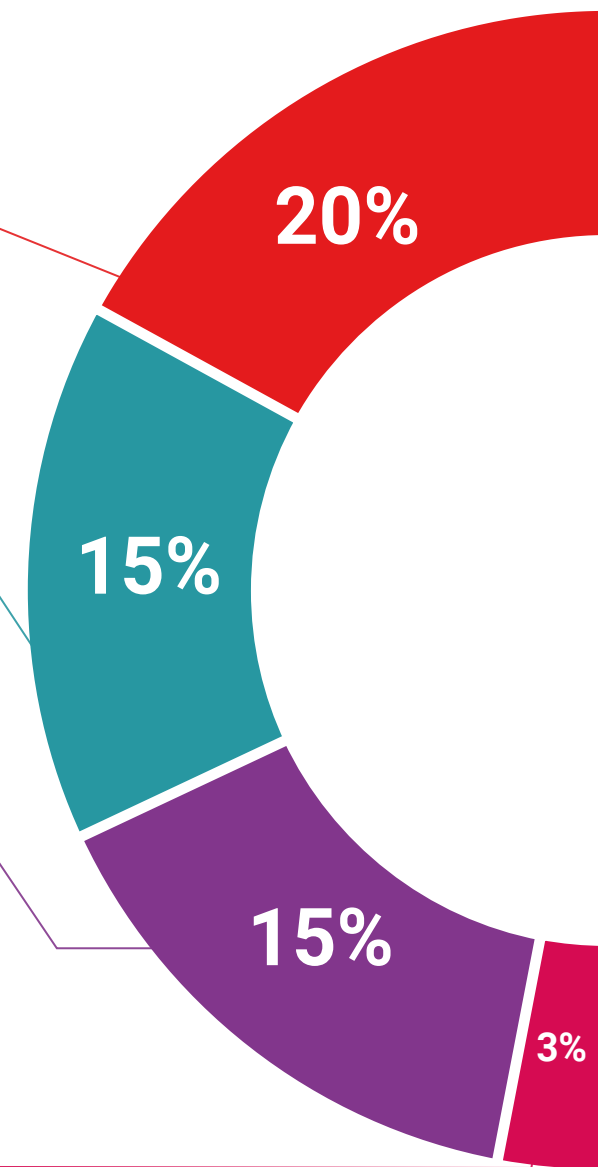
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

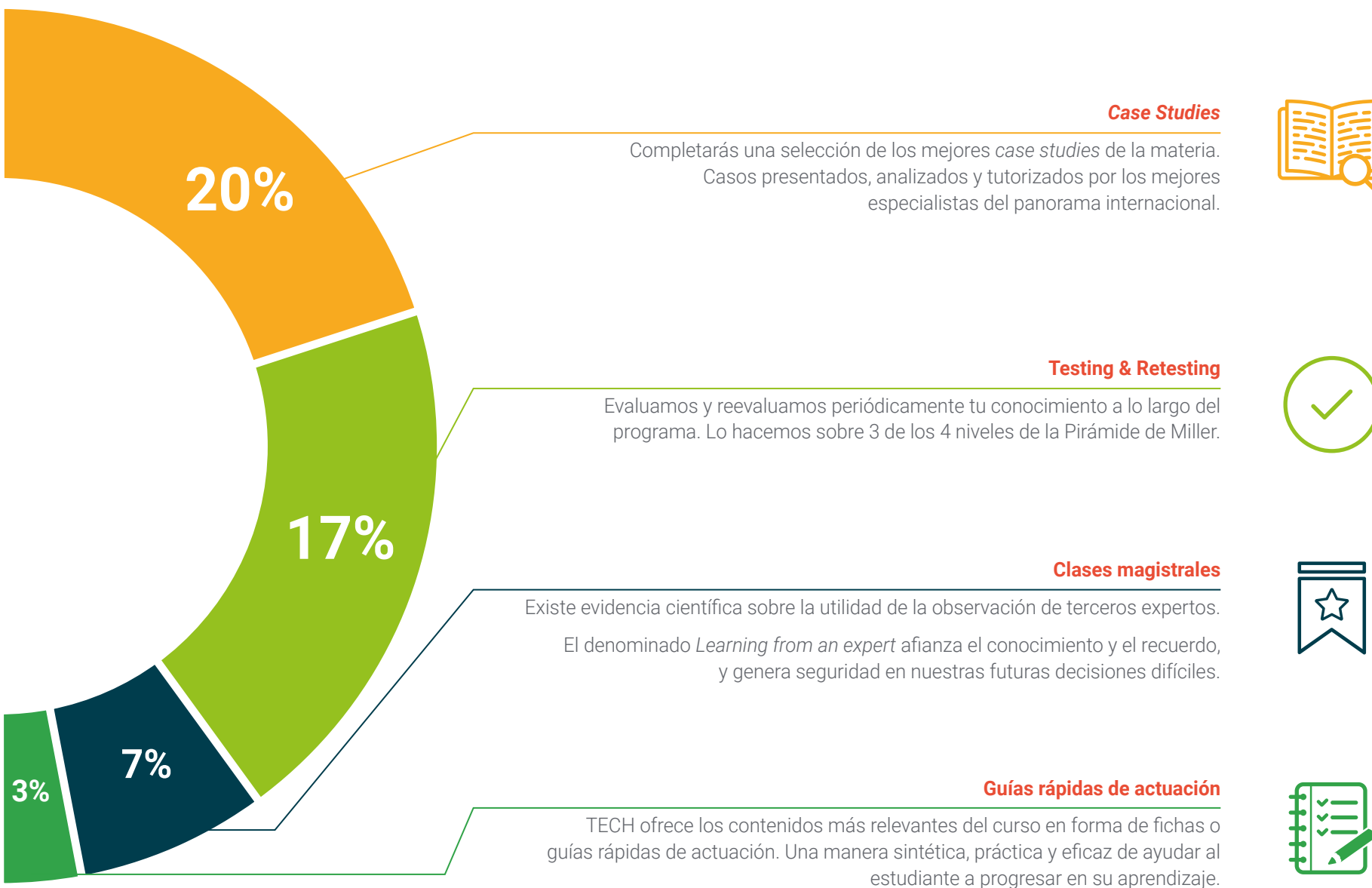
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





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 Universidad FUNDEPOS.



“

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 Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS 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**



futuro
salud confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web form
aula virtual idiomas

tech universidad
FUNDEPOS

Experto Universitario Comunicación Social

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

Experto Universitario Comunicación Social