

# Experto Universitario

## Comunicación





## Experto Universitario Comunicación

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

Acceso web: [www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-comunicacion)

# 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

La Comunicación es imprescindible en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas, ya que los mensajes deben contar con una serie de características específicas que sirvan para persuadir al público e incitarlo hacia la compra. Este programa, ha sido ideado por TECH para ofrecer a los alumnos las últimas técnicas y herramientas comunicativas, así como los conocimientos más avanzados del sector, lo que será fundamental para su crecimiento personal y, sobre todo, profesional. Un programa de calidad superior que destaca por su completo y actualizado contenido y su eficaz metodología de aprendizaje.



“

*Accede a puestos de relevancia en el ámbito de la Comunicación al mejorar tus habilidades y competencias con este Experto Universitario”*

Este Experto Universitario pretende dotar a los alumnos de los instrumentos y conocimientos necesarios para obtener una visión global y exhaustiva sobre la Comunicación y entender el sistema de medios de Comunicación y su estructura en el panorama mundial y su contexto global. En el programa se abordará la configuración de la estructura de la Comunicación mundial compuesta por los grandes conglomerados mediáticos, las agencias de noticias, grupos publicitarios y la industria del cine. Así, los alumnos estudiarán quiénes forman parte del sistema de medios y qué empresas participan en el accionariado de las grandes compañías de Comunicación y las políticas de los organismos públicos nacionales y transnacionales respecto a los medios.

Por su parte, la Comunicación corporativa se ha convertido en uno de los pilares más importantes dentro de cualquier empresa. Todas las entidades quieren estar presentes en los medios de Comunicación o tener una mejor Comunicación con sus clientes, proveedores y empleados. En muchas ocasiones, este afán por comunicar a cualquier precio no sigue ninguna táctica para alcanzar una estrategia definida, sino que supone una improvisación que una empresa no puede permitirse. Por ello, es fundamental que los profesionales adquieran una cualificación superior en este campo, que les permita dominar las principales técnicas y herramientas comunicativas para ponerlas en práctica en su labor diaria, lo que les permitirá acceder a puestos de relevancia.

Para ello, este programa ofrece además al estudiante una pormenorizada panorámica del pensamiento creativo y de su aplicación al ámbito de la Comunicación, lo que permitirá al estudiante podrá comprender y asimilar cómo es el proceso de creación en cualquier circunstancia vital, poniendo especial atención a la Comunicación persuasiva. El objetivo es ofrecer teorías y técnicas para superar prejuicios, desarrollar la imaginación y despertar una actitud acorde para generar ideas originales en cualquier esfera comunicativa.

Este **Experto Universitario en Comunicación** contiene el programa universitario 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



*Conoce las particularidades de la Comunicación y conviértete en un experto en el sector”*

“ Este programa te enseñará a manejar con solvencia los aspectos fundamentales de la Comunicación”

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.

*Matricúlate en este Experto Universitario y accede de manera ilimitada a todos sus recursos académicos.*

*El uso de la telepráctica te dará la oportunidad de aprender mediante una experiencia inmersiva, que te proporcionará una integración más rápida y una visión mucho más realista de los contenidos.*



# 02 Objetivos

La realización de este Experto Universitario en Comunicación de TECH Universidad permitirá a los alumnos alcanzar sus objetivos académicos en esta área, de tal manera que podrán adquirir los conocimientos necesarios para trasladarlos de manera exitosa a su labor diaria, lo que supondrá un gran activo para lograr una mejora profesional en este campo. Sin duda, un programa que marcará un antes y un después en la capacitación de los alumnos.





INTERNATIONAL FEDERATION FOR  
HUMAN RIGHTS

“

*Si tu objetivo es reorientar tu capacitación  
hacia nuevos caminos de éxito y desarrollo,  
este es tu Experto Universitario”*



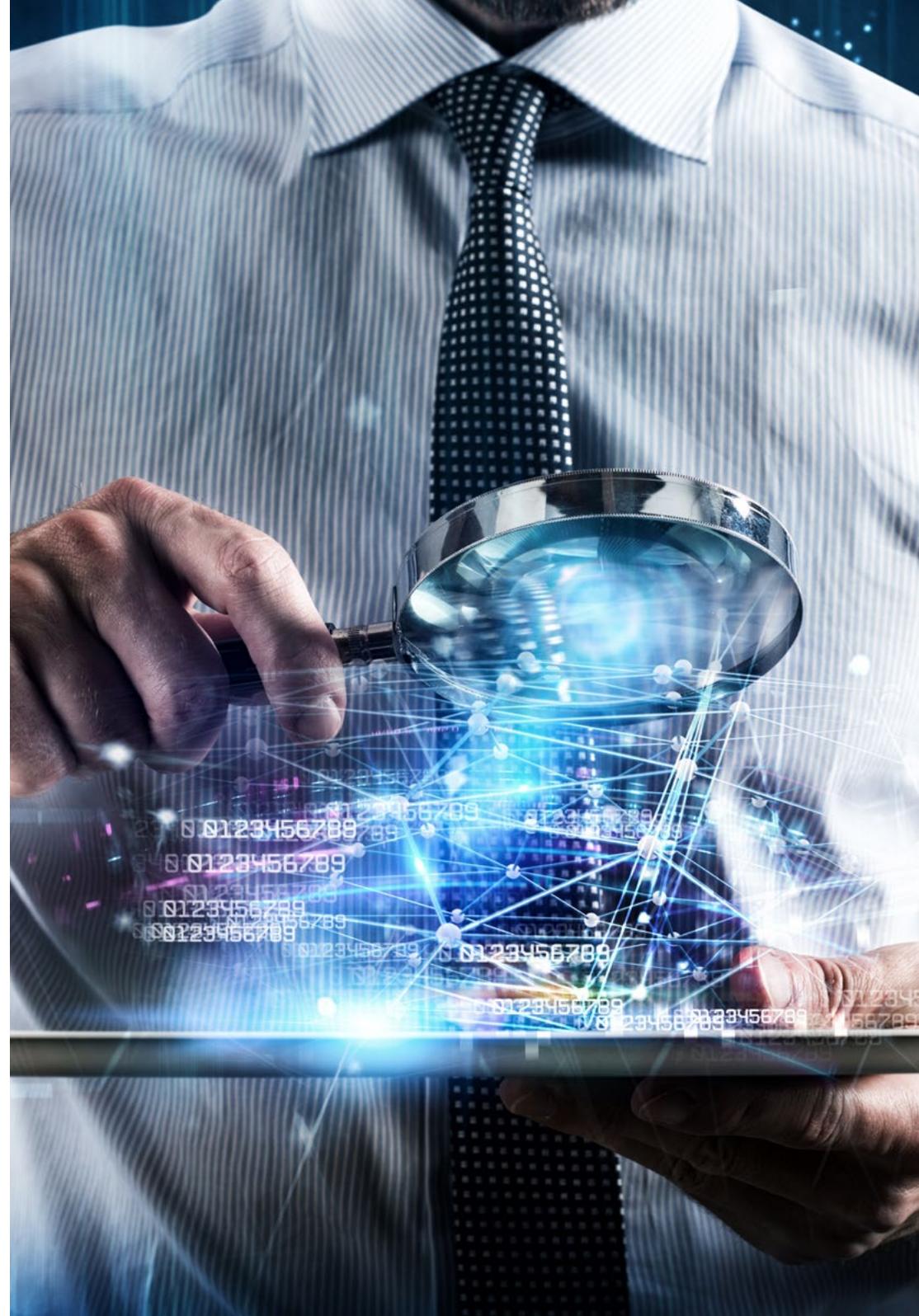
### Objetivo general

---

- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para realizar una adecuada Comunicación publicitaria utilizando las herramientas digitales más avanzadas



*Alcanza tus objetivos académicos en el ámbito de la Comunicación y desarróllate con éxito en este campo”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Estructura de la Comunicación

- ♦ Ser capaz de 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
- ♦ Tener la capacidad para contextualizar adecuadamente los sistemas de medios de Comunicación y en particular la estructura mundial de la Comunicación
- ♦ Saber describir las principales tendencias de investigación en la Comunicación social, así como sus diferentes modelos: behavioristas, funcionales, constructivistas y estructuralistas
- ♦ Saber definir el marco de actuación de los grandes grupos de medios y sus procesos de concentración

### Módulo 2. Comunicación institucional

- ♦ Conocer el departamento de Comunicación dentro de las empresas e instituciones
- ♦ Aplicar las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de Comunicación dentro de las empresas e instituciones
- ♦ Saber organizar eventos en el ámbito privado y en el ámbito público, siguiendo las directrices del protocolo
- ♦ Conocer las técnicas de investigación de la imagen corporativa y saber aplicar las herramientas de la Comunicación para gestionarla de manera eficaz en empresas y organizaciones públicas
- ♦ Aplicar las herramientas de análisis de la Identidad y reputación corporativas
- ♦ Analizar la naturaleza y el funcionamiento de los grupos de interés y de presión en las democracias actuales
- ♦ Entender la importancia de las redes sociales y el *e-mobile* como apoyo y revolución comercial y utilizar dichas herramientas para la consecución de objetivos publicitarios y de relaciones públicas

### Módulo 3. Creatividad en la Comunicación

- ♦ Conocer 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
- ♦ Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de Comunicación
- ♦ Conocer los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de Comunicación persuasiva
- ♦ Conocer las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas
- ♦ Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas
- ♦ 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
- ♦ Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la Comunicación persuasiva

### Módulo 4. Empresa publicitaria y de las relaciones públicas

- ♦ 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

Los contenidos de este Experto Universitario han sido desarrollados por los diferentes expertos con una finalidad clara: conseguir que el alumnado adquiriera las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos especialistas en Comunicación y aplicar todo lo aprendido a su labor diaria. Un programa completísimo y muy bien estructurado que elevará la capacitación de los alumnos hacia los más elevados estándares de calidad y éxito, de tal manera que puedan acceder a puestos de relevancia en el sector de la publicidad y las relaciones públicas.



“

*El temario está estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, que te permitirán realizar un recorrido académico exitoso en el ámbito de la Comunicación”*

## Módulo 1. Estructura de la Comunicación

- 1.1. Teoría, concepto y método de la estructura de la Comunicación
  - 1.1.2. El método estructuralista
  - 1.1.3. Definición y objeto de la estructura de la Comunicación
  - 1.1.4. Guía para el análisis de la estructura de la Comunicación
- 1.2. Nuevo Orden Internacional de la Comunicación
  - 1.2.1. Control y propiedad de la Comunicación
  - 1.2.2. Comercialización de la Comunicación
  - 1.2.3. Dimensión cultural de la Comunicación
- 1.3. Grandes agencias informativas
  - 1.3.1. Qué es una agencia informativa
  - 1.3.2. Información y noticias. Importancia del periodista
  - 1.3.3. Antes de internet, las grandes desconocidas
  - 1.3.4. Un mapa globalizado. De lo local a lo transnacional
  - 1.3.5. Las agencias de noticias se ven gracias a internet
  - 1.3.6. Las grandes agencias mundiales
- 1.4. La industria publicitaria y su relación con el sistema de medios
  - 1.4.1. Industria publicitaria, industrias de la conciencia
  - 1.4.2. La necesidad de la publicidad para los medios de Comunicación
  - 1.4.3. Estructura de la industria publicitaria
  - 1.4.4. Los medios y su relación con la industria de la publicidad
  - 1.4.5. Regulación y ética publicitarias
- 1.5. Cine y mercado de la cultura y el ocio
  - 1.5.1. Introducción
  - 1.5.2. La compleja naturaleza del cine
  - 1.5.3. El origen de la industria
  - 1.5.4. Hollywood, la capital mundial del cine
  - 1.5.5. El poder de Hollywood
  - 1.5.6. De los Óscar del Hollywood dorado al *Photocall* de las nuevas plataformas





- 1.6. Poder político y medios de Comunicación
  - 1.6.1. Influencia de los medios de Comunicación en la formación de la sociedad
  - 1.6.2. Medios de Comunicación y poder político
  - 1.6.3. Manipulación y poder (político)
- 1.7. Concentración de medios y políticas de Comunicación
  - 1.7.1. Planteamiento teórico sobre los procesos de crecimiento externo
  - 1.7.2. Competencia y políticas de Comunicación en la Unión Europea
- 1.8. Estructura de la Comunicación en España
  - 1.8.1. El sector de la Comunicación en el marco de la actividad económica de España
  - 1.8.2. El mercado de la Comunicación
  - 1.8.3. La Comunicación en el sistema productivo español: entre la competencia perfecta y el oligopolio
  - 1.8.4. El sector público y el sector privado de la Comunicación en España
  - 1.8.5. Principales sectores mediáticos en el mercado español de la información
  - 1.8.6. Estructura de la televisión en España
  - 1.8.7. La radio en España
  - 1.8.8. Prensa escrita y digital
  - 1.8.9. Los grupos de Comunicación y los suplementos
  - 1.8.10. El ocaso de la prensa gratuita y la emergente prensa digital
- 1.9. Estructura de la Comunicación en Hispanoamérica
  - 1.9.1. Introducción
  - 1.9.2. Aproximación histórica
  - 1.9.3. Bipolaridad del sistema de medios hispanoamericano
  - 1.9.4. Medios hispanos en Estados Unidos
- 1.10. Una perspectiva de la estructura de la Comunicación y el periodismo
  - 1.10.1. La digitalización y la nueva estructura de medios
  - 1.10.2. La estructura de la Comunicación en los países democráticos

## Módulo 2. Comunicación institucional

- 2.1. La dirección de Comunicación
- 2.2. Ética cultura y valores
- 2.3. Identidad e imagen corporativa
- 2.4. Publicidad y Comunicación
- 2.5. Comunicación digital
- 2.6. Gestión de eventos
- 2.7. Patrocinio y mecenazgo
- 2.8. Lobbies
- 2.9. Comunicación interna
- 2.10. Crisis
- 2.11. Comunicación financiera
- 2.12. Protocolo empresarial

## Módulo 3. Creatividad en la Comunicación

- 3.1. Crear es pensar
  - 3.1.1. El arte de pensar
  - 3.1.2. Pensamiento creador y creatividad
  - 3.1.3. Pensamiento y cerebro
  - 3.1.4. Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización
- 3.2. Naturaleza del proceso creativo
  - 3.2.1. Naturaleza de la creatividad
  - 3.2.2. La noción de creatividad: creación y creatividad
  - 3.2.3. La creación de ideas al servicio de una Comunicación persuasiva
  - 3.2.4. Naturaleza del proceso creativo en publicidad
- 3.3. La invención
  - 3.3.1. Evolución y análisis histórico del proceso de creación
  - 3.3.2. Naturaleza del canon clásico de la inventio
  - 3.3.3. La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas
  - 3.3.4. Invención, inspiración, persuasión

- 3.4. Retórica y Comunicación persuasiva
  - 3.4.1. Retórica y publicidad
  - 3.4.2. Las partes retóricas de la Comunicación persuasiva
  - 3.4.3. Figuras retóricas
  - 3.4.4. Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario
- 3.5. Comportamiento y personalidad creativa
  - 3.5.1. La creatividad como característica personal, como producto y como proceso
  - 3.5.2. Comportamiento creativo y motivación
  - 3.5.3. Percepción y pensamiento creador
  - 3.5.4. Elementos de la creatividad
- 3.6. Aptitudes y capacidades creativas
  - 3.6.1. Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa
  - 3.6.2. Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford
  - 3.6.3. Interacción entre factores y capacidades del intelecto
  - 3.6.4. Aptitudes para la creación
  - 3.6.5. Capacidades creativas
- 3.7. Las fases del proceso creativo
  - 3.7.1. La creatividad como proceso
  - 3.7.2. Las fases del proceso creativo
  - 3.7.3. Las fases del proceso creativo en publicidad
- 3.8. La solución de problemas
  - 3.8.1. La creatividad y la solución de problemas
  - 3.8.2. Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales
  - 3.8.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos
- 3.9. Los métodos del pensamiento creador
  - 3.9.1. El *Brainstorming* como modelo de creación de ideas
  - 3.9.2. Pensamiento vertical y pensamiento lateral
- 3.10. Creatividad y Comunicación publicitaria
  - 3.10.1. El proceso de creación como producto específico de la Comunicación publicitaria
  - 3.10.2. Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria
  - 3.10.3. Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria
  - 3.10.4. La creación publicitaria: del problema a la solución
  - 3.10.5. Creatividad y Comunicación persuasiva

**Módulo 4. Introducción a la psicología de la Comunicación**

- 4.1. Historia de la psicología
  - 4.1.1. Comenzamos con el estudio de la psicología
  - 4.1.2. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
  - 4.1.3. Paradigmas y etapas en la psicología
  - 4.1.4. La ciencia cognitiva
- 4.2. Introducción a la psicología social
  - 4.2.1. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
  - 4.2.2. Empatía, altruismo y conducta de ayuda
- 4.3. Cognición social: el procesamiento de la información social
  - 4.3.1. Pensar y conocer, necesidades vitales
  - 4.3.2. La cognición social
  - 4.3.3. Organizando la información
  - 4.3.4. El pensamiento: prototípico o categorial
  - 4.3.5. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
  - 4.3.6. El procesamiento automático de la información
- 4.4. Psicología de la personalidad
  - 4.4.1. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
  - 4.4.2. La autoconciencia
  - 4.4.3. La autoestima
  - 4.4.4. El autoconocimiento
  - 4.4.5. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
  - 4.4.6. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
- 4.5. Las emociones
  - 4.5.1. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
  - 4.5.2. La naturaleza de las emociones
  - 4.5.3. Emociones y personalidad
  - 4.5.4. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales
- 4.6. Psicología de la Comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
  - 4.6.1. Introducción a la psicología de la Comunicación
  - 4.6.2. Las actitudes
  - 4.6.3. Modelos históricos en el estudio de la Comunicación persuasiva
  - 4.6.4. El modelo de probabilidad de elaboración (ELM)
  - 4.6.5. Los procesos de Comunicación a través de los medios
- 4.7. El emisor
  - 4.7.1. La fuente de la Comunicación persuasiva
  - 4.7.2. Características de la fuente. La credibilidad
  - 4.7.3. Características de la fuente. El atractivo
  - 4.7.4. Características del emisor. El poder
  - 4.7.5. Procesos en la Comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
- 4.8. El mensaje
  - 4.8.1. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
  - 4.8.2. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
  - 4.8.3. Mensajes emocionales y Comunicación: mensajes inductores de miedo
  - 4.8.4. Mensajes racionales y Comunicación
- 4.9. El receptor
  - 4.9.1. El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración
  - 4.9.2. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
- 4.10. Nuevas perspectivas en el estudio de la Comunicación
  - 4.10.1. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
  - 4.10.2. La medición de los procesos automáticos en la Comunicación
  - 4.10.3. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
  - 4.10.4. Las teorías de sistemas de procesamiento duales



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

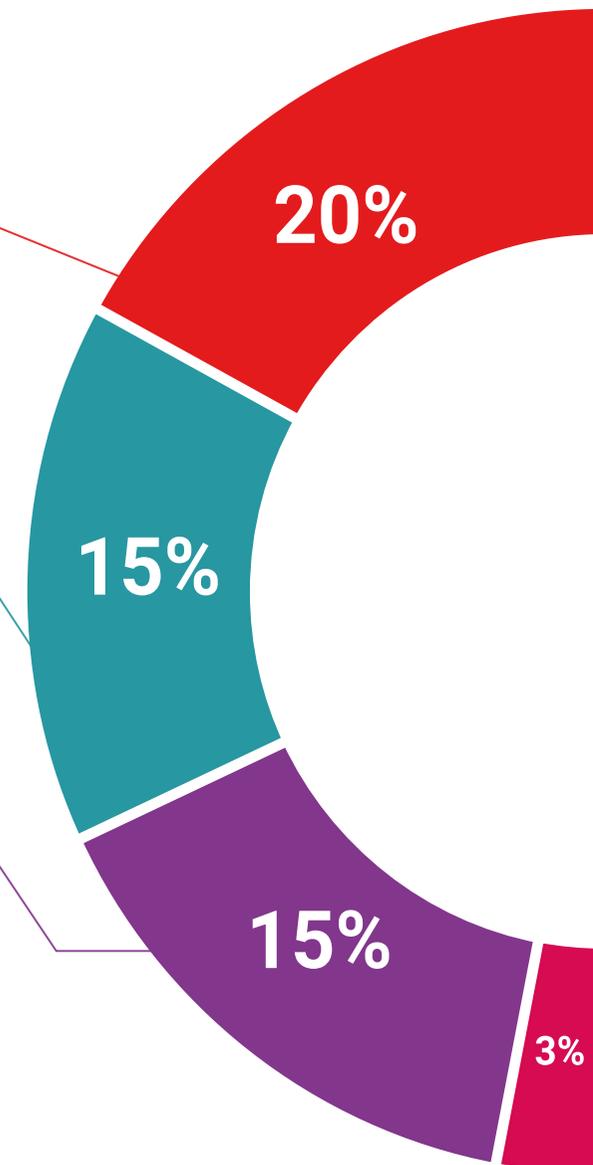
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

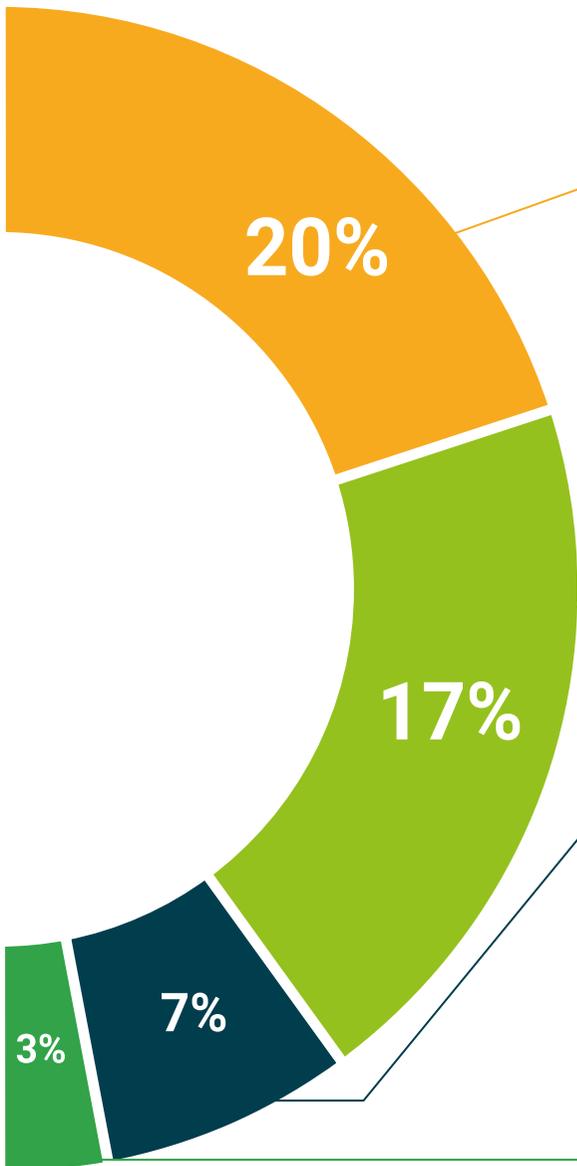
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

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





#### Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### 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 nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



05

# Titulación

El Experto Universitario en Comunicaciones garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Experto Universitario en Comunicación** 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: **Experto Universitario en Comunicación**

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.

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

**tech**  
universidad

## Experto Universitario Comunicación

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

# Experto Universitario

## Comunicación

