

Universitätsexperte

Soziale Kommunikation



Universitätsexperte Soziale Kommunikation

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-soziale-kommunikation

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH
studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 20

06

Methodik

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

Seite 36

08

Auswirkung auf Ihre
Karriere

Seite 40

09

Vorteile für Ihr
Unternehmen

Seite 44

10

Qualifizierung

Seite 48

01 Willkommen

Die Beziehungen zwischen sozialen und kommunikativen Veränderungen von Menschen werden dank der Sozialen Kommunikation untersucht. Sie befasst sich mit der Analyse der Medien, die zur Vermittlung einer Botschaft verwendet werden, z.B. schriftliche, audiovisuelle und grafische Medien. All diese Aspekte können durch das Verständnis und die Analyse menschlicher Kommunikationsmodelle, ihrer Elemente und Eigenschaften sowie der Rolle psychologischer Prozesse in der Werbung in das Unternehmensumfeld eingebracht werden. Daher wird sich dieses Programm darauf konzentrieren, den Studenten die notwendigen Werkzeuge und Kenntnisse zu vermitteln, um das Mediensystem und seine Struktur in der globalen Kommunikation zu verstehen.



Universitätsexperte in Soziale Kommunikation.
TECH Technologische Universität



“

*Lernen Sie, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
in einer kohärenten Weise mit anderen
Sozialwissenschaften in einem geschäftlichen
Umfeld in Beziehung zu setzen"*

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Ausbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa", für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

95%

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

+100.000

Jährlich geschulte Manager

+200

verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500

Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



Lerne mit den Besten

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben“

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können“

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

70% der Teilnehmer an dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

45% der Auszubildenden werden intern befördert.

05

Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und den Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden und oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigorese Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.

08

Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Lehrern zu spezialisieren.

04 Ziele

TECH bietet eine qualitativ hochwertige Weiterbildung durch Programme, die die Exzellenz der Studenten in jedem Fachbereich garantieren. Aus diesem Grund wird dieses Programm den Studenten helfen, die soziologischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Aspekte zu erkennen, die die Werbung in Unternehmen beeinflussen. Nach Erwerb des Programms werden die Studenten in der Lage sein, eine Corporate Identity zu entwickeln, die die Werte und Ziele eines Unternehmens vermittelt.



“

Leiten Sie das Kommunikationsteam eines Unternehmens und geben Sie angemessene Botschaften heraus, die dem Image entsprechen, das das Unternehmen vermitteln möchte"

**TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.
Wir arbeiten mit Ihnen zusammen, um sie zu erreichen.**

Der **Universitätsexperte in Soziale Kommunikation** befähigt die Studenten zu Folgendem:

01

Durchführen von kritischen Analysen der sozialen Realität auf der Grundlage soziologischer Lektüre

04

Verstehen der Struktur der Medien und ihrer wichtigsten Formate als Ausdruck der Lebensweisen und Kulturen der Gesellschaften, in denen sie ihre öffentliche Funktion erfüllen

02

Ausdrücken auf fließende und effektive Weise in der mündlichen und schriftlichen Kommunikation und Wissen, wie man die am besten geeigneten sprachlichen Mittel einsetzt

03

Erkennen der Struktur und des Wandels der heutigen Gesellschaft in Bezug auf die Elemente, Formen und Prozesse der Werbe- und Public Relations-Kommunikation



05

Erkennen von soziologischen und wirtschaftlichen Aspekten, die die Werbekommunikation und die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit beeinflussen

06

Fähig sein, den informativen Umgang mit wissenschaftlichen Fortschritten auf verständliche und effektive Weise zu behandeln

07

Kennen der Bereiche Werbung und Public Relations sowie deren Abläufe und Organisationsstrukturen

08

Kennen der Berufsprofile von Werbe- und Public Relations-Fachleuten sowie der wichtigsten Fähigkeiten, die sie in ihrer beruflichen Praxis benötigen



09

Erkennen der grundlegenden Prinzipien der menschlichen Kreativität und ihrer Anwendung in den Erscheinungsformen überzeugender Kommunikation

10

Wissen, wie man kreative Prozesse im Bereich der Kommunikation anwendet, insbesondere im Bereich der Werbung und Public Relations

11

Verstehen der Systeme zur Analyse von Werbe- und Public Relations-Kampagnen

12

Wissen, wie man die Struktur von Werbeagenturen beschreibt



13

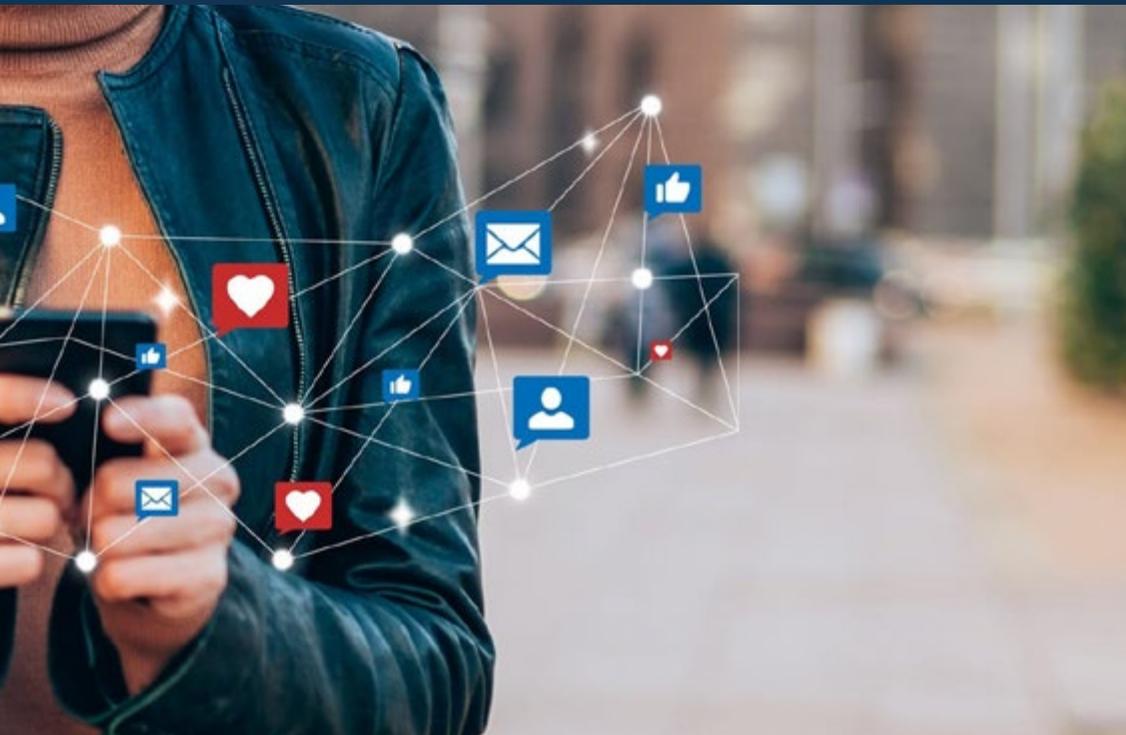
Definieren der einzelnen Funktionen für das Management eines Unternehmens für Werbung und Public Relations unter Hervorhebung ihrer wichtigsten Anwendungen

14

In der Lage sein, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit auf kohärente Weise mit anderen Sozial- und Humanwissenschaften in Beziehung zu setzen

15

Befähigen des Studenten zum Verständnis der grundlegenden Konzepte und theoretischen Modelle der menschlichen Kommunikation, ihrer Elemente und Merkmale sowie der Rolle, die sie in den psychologischen Prozessen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit spielt



05

Struktur und Inhalt

Dieses Programm wurde sorgfältig von hochqualifizierten Fachleuten entworfen, die ihr Wissen in diesen Studienplan einfließen ließen, um die Möglichkeiten der Studenten zur Entwicklung ihrer sozialen Kommunikationsfähigkeiten zu verbessern. Sie werden in der Lage sein, die grundlegenden Prinzipien der menschlichen Kreativität und deren Anwendung in den Erscheinungsformen überzeugender Kommunikation zu erkennen. Diese Qualifikation kann über einen Zeitraum von 6 Monaten absolviert werden, in denen man anhand von praktischen Beispielen und unter der Anleitung von Experten in diesem Bereich lernt.



“

Dank des 100%igen Online-Modus haben Sie die Möglichkeit, den Universitätsexperten in Sozialer Kommunikation zu einem Zeitpunkt zu absolvieren, der am besten zu Ihrem beruflichen und persönlichen Zeitplan passt"

Lehrplan

Der Lehrplan des Universitätsexperten in Sozialer Kommunikation wurde entwickelt, um kritisches Denken über die soziale Realität auf der Grundlage der konzeptionellen und theoretischen Beiträge der Soziologie zu entwickeln. In diesem Sinne benötigt die Branche qualifizierte Fachleute in diesem Bereich, die über angemessene Kenntnisse der Strukturen, Prozesse und Beziehungen in den sozialen Kontexten verfügen, in denen sich das tägliche Leben von Einzelpersonen, Gruppen und Organisationen abspielt. Spezialisierte Interventionen in diesen Bereichen müssen den Einfluss und die Grenzen berücksichtigen, die sozio-politische, wirtschaftliche und kulturelle Dimensionen auf das Verhalten der Menschen und die Entwicklung von Gesellschaften haben.

Durch eine interdisziplinäre Analyse der grundlegenden Konzepte der Kommunikationswissenschaften wird der Student in der Lage sein, die Forschung, die über den symbolischen Prozess der menschlichen Kommunikation durchgeführt wurde, besser zu verstehen. Von dort aus lernt er etwas über die öffentliche Funktion von Informationen und die Struktur des kommunikativen Systems, mit besonderem Augenmerk auf die Verantwortung, die Kommunikatoren gegenüber der Gesellschaft haben.

Dabei geht es um die Untersuchung der Auswirkungen der Medien auf die öffentliche Meinung und die Kontrolle des Informationsprozesses.

In 450 Lernstunden wird der Student in Einzelarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle analysieren, die es ihm ermöglichen, seine Qualifikationen zu verbessern und vollständig in den Bereich der sozialen Kommunikation, der allgemeinen Soziologie und der Psychologie der Kommunikation einzutauchen.

Der Student wird auch motiviert, die Elemente, Formen und Prozesse der Werbesprache und anderer Kommunikationsformen zu beherrschen und zu wissen, wie man die sprachlichen und literarischen Mittel am besten für die zu verwaltende Marke einsetzt. Auf diese Weise konzentriert sich das Programm auf die aktuellen Anforderungen dieses Sektors und bereitet die Studenten darauf vor, sich den Herausforderungen der Leitung einer Abteilung in diesem Bereich zu stellen.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 3 Module unterteilt:

Modul 1

Allgemeine Soziologie

Modul 2

Theorie der sozialen Kommunikation

Modul 3

Einführung in die Psychologie der Kommunikation



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Soziale Kommunikation vollständig online zu studieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Allgemeine Soziologie

1.1. Historische Grundlagen der Soziologie

- 1.1.1. Ursprung
- 1.1.2. Konzept und Objekt
- 1.1.3. Vorbereitende Maßnahmen zur Gründung
 - 1.1.3.1. Auguste Comte
 - 1.1.3.2. Herbert Spencer
 - 1.1.3.3. Emilio Durkheim
 - 1.1.3.4. Karl Marx
 - 1.1.3.5. Max Webber
- 1.1.4. Soziologie und die Sozialwissenschaften

1.2. Vorherrschende soziale Beziehungen

- 1.2.1. Gesellschaft und Bevölkerung
- 1.2.2. Soziale Gruppen
- 1.2.3. Soziale Rolle
- 1.2.4. Arten von sozialen Beziehungen
- 1.2.5. Soziale Schichten

1.3. Soziale Struktur und Organisation

- 1.3.1. Familie
- 1.3.2. Die Schule
- 1.3.3. Die Medien
- 1.3.4. Die Nation und der Staat
- 1.3.5. Die Kirche
- 1.3.6. Bildung und Sozialisationsprozesse
- 1.3.7. Kultur, Gesellschaft und das Individuum
- 1.3.8. Soziale Einrichtungen

1.4. Entstehung und Entwicklung der Soziologie des Rechts

- 1.4.1. Grundlegende Konzepte
 - 1.4.1.1. Macht
 - 1.4.1.2. Legitimität
 - 1.4.1.3. Rechtmäßigkeit
- 1.4.2. Politik und ihre Auswirkungen
- 1.4.3. Ursprung und Entwicklung der Soziologie des Rechts

1.5. Strömungen in der Soziologie des Rechts

- 1.5.1. Soziales Leben und Rechtsleben
- 1.5.2. Soziale Funktionen des Rechts
- 1.5.3. Soziologie und ihre Beziehung zum Recht

1.6. Normen und Rollen

- 1.6.1. Des Anwalts
- 1.6.2. Des Richters
- 1.6.3. Der Polizei
- 1.6.4. Rollen und Parteien in Gerichtsverfahren
- 1.6.5. Staatsanwälte
- 1.6.6. Akteure

- 1.6.7. Befragte
- 1.6.8. Opfer
- 1.6.9. Rechtspluralismus und indigene Gruppen
- 1.6.10. Gültigkeit und Wirksamkeit des Gesetzes
- 1.6.11. Soziale Kontrolle
- 1.6.12. Ordnung versus Unterdrückung
- 1.6.13. Das Gesetz als Instrument der Kontrolle

1.7. Soziale Klassen und soziale Schichtung

- 1.7.1. Konzept der sozialen Schichtung
- 1.7.2. Theorie der sozialen Klassen

1.8. Sozialer Wandel

- 1.8.1. Evolution und sozialer Wandel
- 1.8.2. Faktoren und Bedingungen des sozialen Wandels
- 1.8.3. Agenten des sozialen Wandels

1.9. Zeitgenössisches Denken in Mexiko

- 1.9.1. Die wichtigsten soziologischen Schulen und ihre Vertreter
- 1.9.2. Zeitgenössische soziologische Trends
- 1.9.3. Entwicklung und Evolution des sozialen Denkens in Mexiko

Modul 2. Theorie der sozialen Kommunikation

2.1. Die Kunst der Kommunikation

- 2.1.1. Einführung: Das Studium der Kommunikation als Sozialwissenschaft
- 2.1.2. Wissen
 - 2.1.2.1. Die Quellen des Wissens
- 2.1.3. Wissenschaftliche Methoden
 - 2.1.3.1. Deduktive Methode
 - 2.1.3.2. Induktive Methode
 - 2.1.3.3. Hypothetisch-deduktive Methode
- 2.1.4. Gemeinsame Konzepte in der wissenschaftlichen Forschung
 - 2.1.4.1. Abhängige und unabhängige Variablen
 - 2.1.4.2. Hypothesen
 - 2.1.4.3. Operationalisierung
 - 2.1.4.4. Das Gesetz oder die Theorie des Hedging

2.2. Elemente der Kommunikation

- 2.2.1. Einleitung.
- 2.2.2. Elemente der Kommunikation
- 2.2.3. Empirische Forschung
 - 2.2.3.1. Grundlagenforschung versus angewandte Forschung
 - 2.2.3.2. Paradigmen der Forschung
 - 2.2.3.3. Werte in der Forschung
 - 2.2.3.4. Die Einheit der Analyse
 - 2.2.3.5. Querschnitts- und Längsschnittstudien
- 2.2.4. Definition von Kommunikation

2.3. Die Entwicklung der sozialen Kommunikationsforschung

- 2.3.1. Einleitung. Kommunikation in der Antike
- 2.3.2. Theoretiker der Kommunikation
 - 2.3.2.1. Griechenland
 - 2.3.2.2. Die Sophisten, die frühen Kommunikationstheoretiker
 - 2.3.2.3. Aristotelische Rhetorik
 - 2.3.2.4. Cicero und der Kanon der Rhetorik
 - 2.3.2.5. Quintilian: die oratorische Institution
- 2.3.3. Die Neuzeit: die Theorie der Argumentation
 - 2.3.3.1. Antirhetorischer Humanismus
 - 2.3.3.2. Kommunikation im Barock
 - 2.3.3.3. Von der Aufklärung zur Massengesellschaft
- 2.3.4. 20. Jahrhundert: die Rhetorik der Massenmedien
 - 2.3.4.1. Medienkommunikation

2.4. Kommunikatives Verhalten

- 2.4.1. Einführung: der kommunikative Prozess
- 2.4.2. Kommunikatives Verhalten
 - 2.4.2.1. Tierethologie und das Studium der menschlichen Kommunikation
 - 2.4.2.2. Biologischer Hintergrund der Kommunikation
 - 2.4.2.3. Intrapersonelle Kommunikation
 - 2.4.2.4. Muster des kommunikativen Verhaltens
- 2.4.3. Studium des nonverbalen kommunikativen Verhaltens
 - 2.4.3.1. Bewegung des Körpers als Muster der kommunikativen Handlung
 - 2.4.3.2. Der verborgene Inhalt der nonverbalen Kommunikation: Täuschung bei Körperbewegungen

2.5. Kommunikative Transaktion

- 2.5.1. Einführung: die kommunikative Transaktion
- 2.5.2. Transaktionsanalyse
 - 2.5.2.1. Das Kind-Ich
 - 2.5.2.2. Das Eltern-Ich
 - 2.5.2.3. Das Erwachsenen-Ich
- 2.5.3. Klassifizierung der Transaktionen

2.6. Identität, Selbstkonzept und Kommunikation

- 2.6.1. Einführung
- 2.6.2. Identität, Selbstkonzept und Kommunikation
 - 2.6.2.1. Transaktionale Mikropolitik und Selbstkonzept: Interaktion als Aushandlung von Identitäten
 - 2.6.2.2. Strategie der negativen Emotionen
 - 2.6.2.3. Strategie der positiven Emotionen

- 2.6.2.4. Strategie der Erzeugung von Emotionen bei anderen
- 2.6.2.5. Strategie des gegenseitigen Engagements
- 2.6.2.6. Strategie des Mitleids oder des Verständnisses

- 2.6.3. Die Selbstdarstellung in alltäglichen Ritualen
 - 2.6.3.1. Symbolischer Interaktionismus
- 2.6.4. Konstruktivismus
- 2.6.5. Selbstkonzept motiviert zur Interaktion
 - 2.6.5.1. Theorie des überlegten Handelns
- 2.6.6. Konversationelle Pragmatik

2.7. Kommunikation in Gruppen und Organisationen

- 2.7.1. Einführung: der kommunikative Prozess
- 2.7.2. Kommunikatives Verhalten
 - 2.7.2.1. Tierethologie und das Studium der menschlichen Kommunikation
 - 2.7.2.2. Biologischer Hintergrund der Kommunikation

- 2.7.2.3. Intrapersonelle Kommunikation
- 2.7.2.4. Muster des kommunikativen Verhaltens
- 2.7.3. Studium des nonverbalen kommunikativen Verhaltens
 - 2.7.3.1. Bewegung des Körpers als Muster der kommunikativen Handlung
 - 2.7.3.2. Der verborgene Inhalt der nonverbalen Kommunikation: Täuschung bei Körperbewegungen

2.8. Medienkommunikation I

- 2.8.1. Einführung
- 2.8.2. Medienkommunikation
- 2.8.3. Merkmale der Medien und ihrer Botschaften
 - 2.8.3.1. Die Massenmedien
 - 2.8.3.2. Medienfunktionen
- 2.8.4. Die starke Wirkung der Massenmedien
 - 2.8.4.1. Die Medien sagen uns, was wir denken sollen und was nicht

2.9. Medienkommunikation II

- 2.9.1. Einführung
- 2.9.2. Hypodermic-Needle-Modell
- 2.9.3. Die begrenzte Wirkung der Medien
- 2.9.4. Der Nutzen und die Belohnung der Massenkommunikation
 - 2.9.4.1. Nutzen- und Belohnungsansatz
 - 2.9.4.2. Ursprünge und Prinzipien
 - 2.9.4.3. Ziele des Nutzen- und Belohnungsansatzes
 - 2.9.4.4. Erwartungstheorie

2.10. Medienkommunikation III

- 2.10.1. Einführung
- 2.10.2. Computergestützte Kommunikation und virtuelle Realität
 - 2.10.2.1. Computervermittelte Kommunikation: das Problem ihrer theoretischen Integration
 - 2.10.2.2. Definitionen der computergestützten Kommunikation

- 2.10.3. Entwicklung des Nutzen- und Belohnungsansatzes
 - 2.10.3.1. Bestärkung der Theorie der Medienabhängigkeit
- 2.10.4. Virtuelle Realität als neuer Studiengegenstand
 - 2.10.4.1. Psychologisches Eintauchen des Benutzers
- 2.10.5. Telepräsenz

Modul 3. Einführung in die Psychologie der Kommunikation

3.1. Geschichte der Psychologie

- 3.1.1. Einführung
- 3.1.2. Wir beginnen mit dem Studium der Psychologie
- 3.1.3. Die Wissenschaft entwickelt sich weiter. Historische und paradigmatische Veränderungen
- 3.1.4. Paradigmen und Phasen in der Psychologie
- 3.1.5. Kognitionswissenschaft

3.2. Sozialpsychologie

- 3.2.1. Einführung
- 3.2.2. Beginn des Studiums der Sozialpsychologie: Einfluss der Sozialpsychologie
- 3.2.3. Empathie, Altruismus und helfendes Verhalten

3.3. Soziale Kognition

- 3.3.1. Einführung
- 3.3.2. Denken und Wissen, lebenswichtige Bedürfnisse
- 3.3.3. Soziale Kognition
- 3.3.4. Information organisieren
- 3.3.5. Denken: prototypisch oder kategoriell
- 3.3.6. Die Fehler, die wir beim Denken machen: Schlussfolgerungsfehler
- 3.3.7. Automatische Informationsverarbeitung

3.4. Psychologie der Persönlichkeit

- 3.4.1. Einführung
- 3.4.2. Was ist das Ich? Identität und Persönlichkeit
- 3.4.3. Selbstwahrnehmung
- 3.4.4. Selbstwertgefühl
- 3.4.5. Selbstkenntnis
- 3.4.6. Zwischenmenschliche Variablen bei der Gestaltung der Persönlichkeit
- 3.4.7. Makro-soziale Variablen in der Persönlichkeitsformung
- 3.4.8. Eine neue Perspektive für das Studium der Persönlichkeit. Die erzählende Persönlichkeit

3.5. Die Emotionen

- 3.5.1. Einführung
- 3.5.2. Worüber sprechen wir, wenn wir emotional werden?
- 3.5.3. Die Natur der Gefühle
 - 3.5.3.1. Emotionen als Vorbereitung zum Handeln
- 3.5.4. Emotionen und Persönlichkeit
- 3.5.5. Aus einer anderen Perspektive. Soziale Emotionen

3.6. Psychologie der Kommunikation. Überzeugungsarbeit und Verhaltensänderung

- 3.6.1. Einführung
- 3.6.2. Die Einstellungen
- 3.6.3. Historische Modelle in der Untersuchung der persuasiven Kommunikation
- 3.6.4. Das Elaborationswahrscheinlichkeitsmodell
- 3.6.5. Kommunikationsprozesse über die Medien
 - 3.6.5.1. Eine historische Perspektive

3.7. Der Sender

- 3.7.1. Einführung
- 3.7.2. Die Quelle der überzeugenden Kommunikation
- 3.7.3. Merkmale der Quelle. Glaubwürdigkeit
- 3.7.4. Merkmale der Quelle. Die Attraktivität
- 3.7.5. Merkmale des Senders. Die Macht
- 3.7.6. Prozesse in der persuasiven Kommunikation. Auf primärer Kognition basierende Mechanismen
- 3.7.7. Neue Prozesse in der Kommunikation. Mechanismen, die auf sekundärer Kognition basieren

3.8. Die Botschaft

- 3.8.1. Einführung
- 3.8.2. Wir beginnen mit einem Blick auf die Zusammensetzung der Botschaft
- 3.8.3. Arten von Botschaften: rationale vs. emotionale Botschaften
- 3.8.4. Emotionale Botschaften und Kommunikation: Angst auslösende Botschaften

3.9. Der Empfänger

- 3.9.1. Einführung
- 3.9.2. Die Rolle des Empfängers nach dem Modell der Elaborationswahrscheinlichkeit
- 3.9.3. Bedürfnisse und Motive der Empfänger: ihr Einfluss auf die Veränderung von Einstellungen
- 3.9.4. Bedürfnis nach Wertschätzung und Kommunikation

3.10. Neue Ansätze für das Studium der Kommunikation

- 3.10.1. Einführung
- 3.10.2. Unbewusste Verarbeitung von Informationen. Automatische Prozesse
- 3.10.3. Messung automatischer Prozesse in der Kommunikation
- 3.10.4. Erste Schritte in den neuen Paradigmen
- 3.10.5. Theorien über duale Verarbeitungssysteme
 - 3.10.5.1. Die wichtigsten Einschränkungen der Theorien des dualen Systems

06 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Die TECH Wirtschaftsschule verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“

Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen“

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



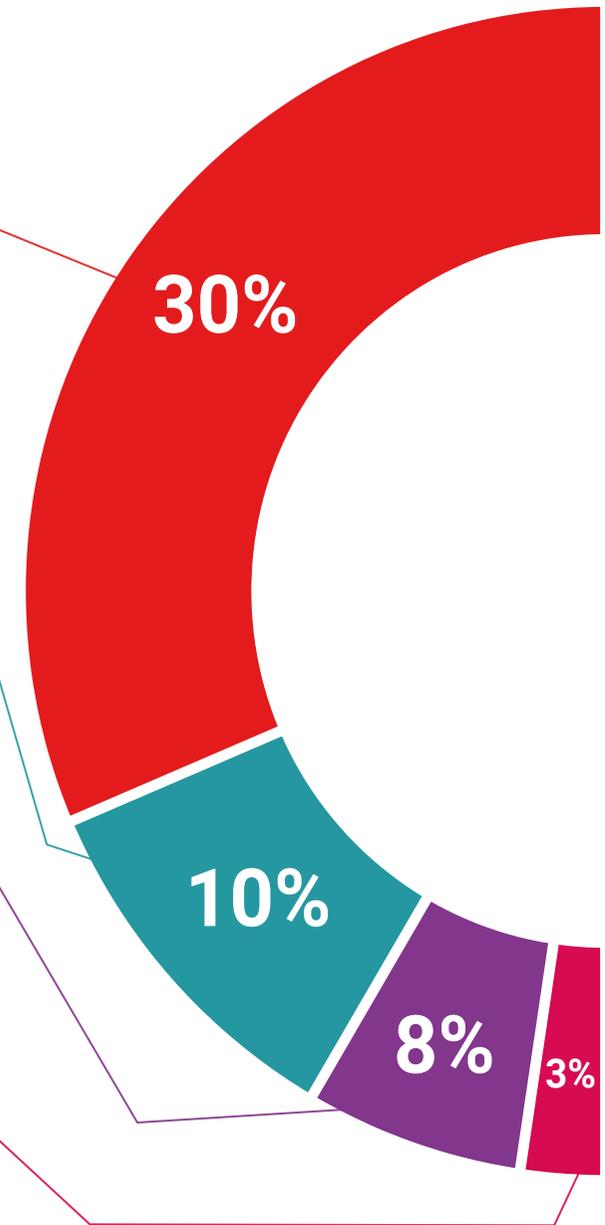
Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



07

Profil unserer Studenten

Der Universitätsexperte für Soziale Kommunikation richtet sich an Fachleute aus den Bereichen Werbung und Public Relations, die verstehen möchten, wie Werbekampagnen die Gesellschaft beeinflussen, und die sich mit Fragen der Psychologie und Soziologie befassen wollen. Auf diese Weise haben Fachleute die Möglichkeit, sich ein hervorragendes Wissen in diesem Bereich anzueignen, das für ihre berufliche Entwicklung von grundlegender Bedeutung ist.





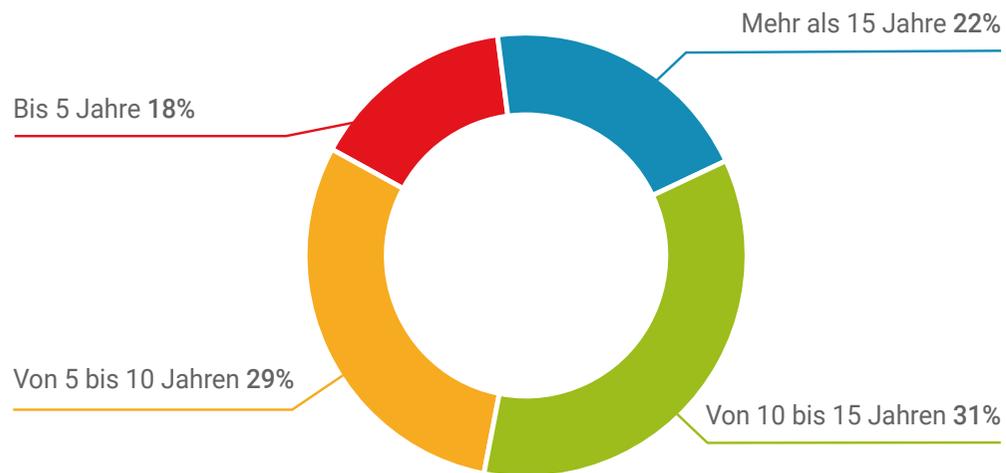
“

Bereiten Sie sich dank dieser Spezialisierung auf Soziale Kommunikation darauf vor, die psychosozialen, kognitiven und emotionalen Prozesse der Werbekommunikation und der Öffentlichkeitsarbeit zu erkennen und zu analysieren"

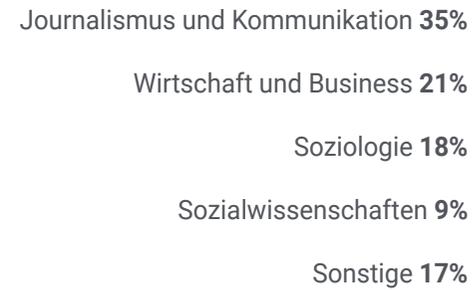
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

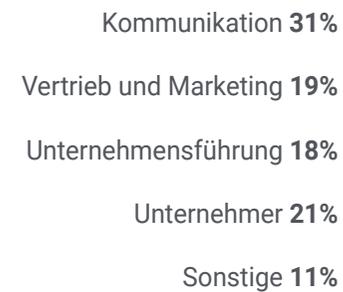
Jahre der Erfahrung



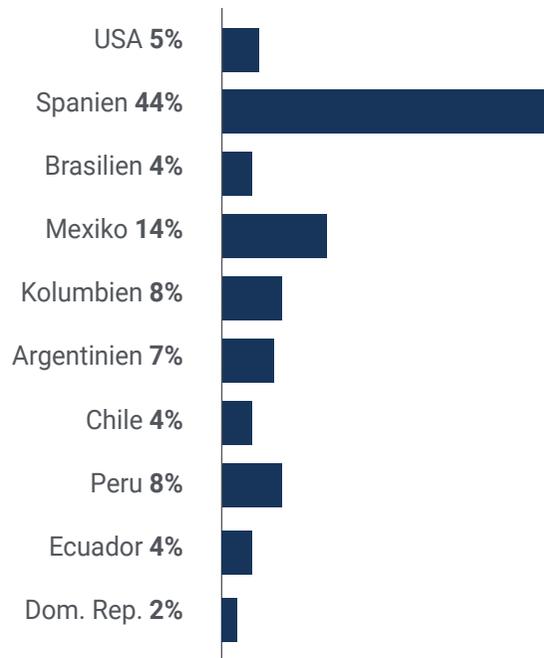
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Sonia Gutiérrez

Copywriter

"Dieses Programm eignet sich hervorragend für alle, die ihre Kenntnisse im Bereich der sozialen Kommunikation vertiefen möchten, da es verschiedene Lernbereiche abdeckt, die in diesem Sektor unerlässlich sind. Außerdem konnte ich die Konzepte durch die Möglichkeit, sie online zu bearbeiten, fast sofort bei meiner Arbeit anwenden. Definitiv die beste Option für mich"

08

Auswirkung auf Ihre Karriere

Wir sind uns bewusst, dass die Durchführung eines Programms mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition bedeutet. Aus diesem Grund wird das oberste Ziel immer sein, alle notwendigen Werkzeuge und eine innovative Methodik bereitzustellen, um die Studenten in jeder Unterrichtseinheit zu motivieren. Dies garantiert eine erfolgreiche Jobvermittlung in einem Sektor, der Qualität und Exzellenz verlangt.





“

Die Spezialisierung auf soziale Medien gibt Ihnen den Schlüssel, um Ihre Botschaften strategisch auszurichten"

Erreichen Sie die positive Veränderung, die Sie brauchen, um Ihre Karriere und Ihren Beruf voranzubringen, mit dem Universitätsexperten in Soziale Kommunikation.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der TECH-Universitätsexperte in sozialer Kommunikation ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, spezielle Kenntnisse in diesem Wissensbereich zu entwickeln, die es ihnen ermöglichen, überzeugende Botschaften zu verfassen, die auf ein Zielpublikum ausgerichtet sind. Das Hauptziel ist es, seine persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

Diejenigen, die sich selbst verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten interagieren möchten, werden in dieser Einrichtung ihren Platz finden.

Ein Weg zu einer Weiterbildung und beruflichem Wachstum, der Ihnen zu mehr Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt verhilft.

Zeit für Veränderungen



Art der Änderung



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als 25,42%



09

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in Soziale Kommunikation trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Fortbildung von hochrangigen Führungskräften auf ihr volles Potenzial zu bringen.

Die Teilnahme an diesem Programm ist eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Kontaktnetz zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

Verstehen Sie die Systeme zur Analyse von Werbekampagnen und verbessern Sie das Corporate Messaging Ihres Unternehmens”

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und den Fachkräften und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Sie werden in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich der Forschung und Entwicklung oder der Geschäftsentwicklung Ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieser Universitätsexperte wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

10

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Soziale Kommunikation garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Soziale Kommunikation** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Soziale Kommunikation**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



Universitätsexperte Soziale Kommunikation

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Soziale Kommunikation

