Experto Universitario
Comunicación Social



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Comunicación Social

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-comunicacion-social**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Estructura y contenido — pág. 18

06 Metodología — pág. 26

07 Perfil de nuestros alumnos — pág. 34

08 Impacto para tu carrera — pág. 38

09 Beneficios para tu empresa — pág. 42

10 Titulación — pág. 46

01

Bienvenida

Las relaciones entre los cambios sociales y comunicativos de las personas se estudian gracias a la Comunicación Social. Se ocupa de analizar los medios que se usan para transmitir un mensaje, por ejemplo, los escritos, audiovisuales y gráficos. Todos estos aspectos pueden llevarse al ámbito empresarial por medio de la comprensión y análisis de los modelos de comunicación humana, sus elementos y características, así como el papel que los procesos psicológicos de la publicidad. Por consiguiente, el este programa se centrará en brindarle los instrumentos y conocimientos necesarios a los estudiantes para entender el sistema de medios de comunicación y su estructura en la comunicación mundial.



Experto Universitario en Comunicación Social.
TECH Universidad Tecnológica



Capacítate para relacionar la publicidad y las relaciones publicas de manera coherente con otras ciencias sociales en un ambiente empresarial”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial"

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

TECH brinda una educación de calidad por medio de programas diseñados para garantizar la excelencia de los estudiantes en cualquier área de especialización. Por tal motivo, este programa ayudará a los estudiantes a reconocer los aspectos sociológicos, económicos y jurídicos que influyen en la publicidad aplicada a empresas. Tras finalizar el programa, el alumno podrá desarrollar una identidad corporativa que transmita los valores y metas de una empresa.





Dirige el equipo de comunicaciones de una empresa emitiendo mensajes acertados y acordes a la imagen empresarial que se desea proyectar”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **Experto Universitario en Comunicación Social** capacitará a los alumnos para:

01 Realizar análisis críticos de la realidad social a partir de su lectura sociológica

02 Expresar con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos más adecuados

03 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

04 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



05 Reconocer los aspectos sociológicos, económicos y jurídicos que influyen en la comunicación publicitaria y en el desarrollo de las relaciones públicas



06 Saber abordar el tratamiento informativo de los avances científicos de forma comprensible y eficaz

07 Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas

08 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

09 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

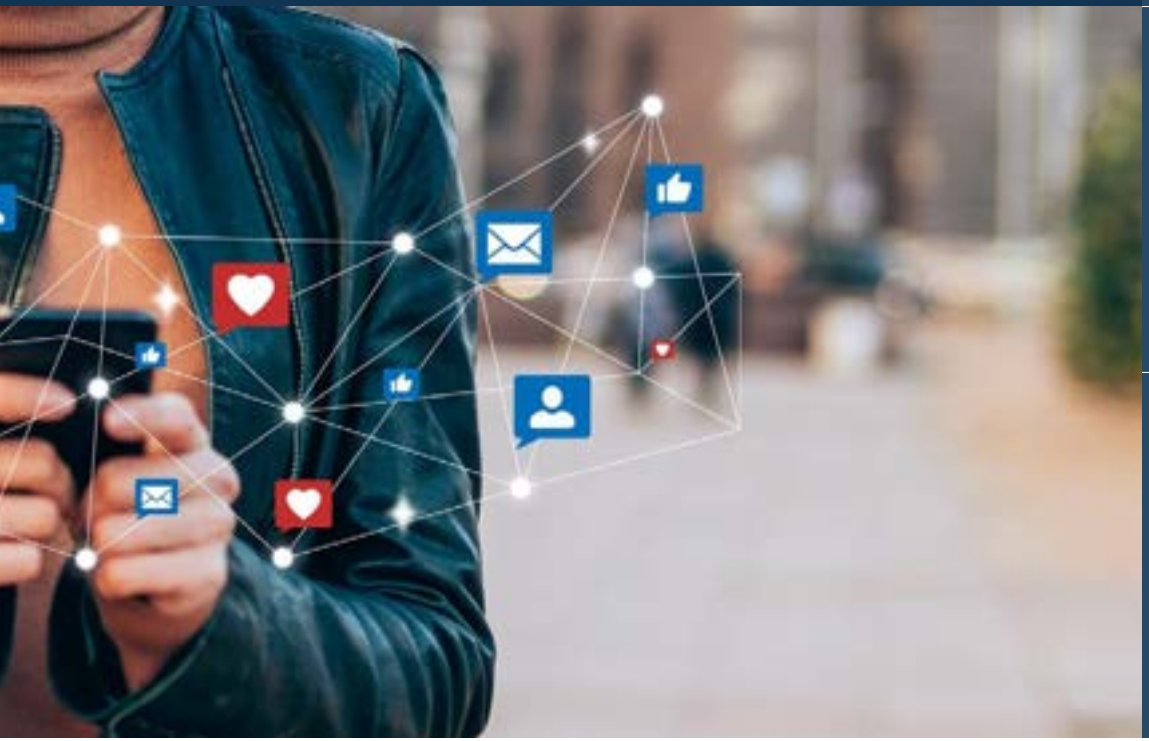
10 Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva

11 Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas

12 Comprender los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas



13 Saber describir la estructura de las agencias de publicidad



14 Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones

15 Capacitar al alumno para relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas

16 Capacitar 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 desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas

05

Estructura y contenido

Este programa está diseñado cuidadosamente por profesionales con un alto nivel de cualificación, que han transformado su sabiduría en este plan de estudios para aumentar las opciones de los estudiantes de desarrollar sus habilidades en comunicación social. Así, podrán identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva. Esta titulación se podrá cursar 6 meses de aprendizaje único y estimulante, siguiendo ejemplos prácticos y la guía de un cuerpo docente especialista en esta área.





Gracias a su modalidad 100% online, tendrás la posibilidad de cursar el Experto Universitario en comunicación social en el momento que mejor se adapte a tu horario laboral y personal"

Plan de estudios

El plan de estudio del Experto Universitario en Comunicación Social se ha diseñado para desarrollar un pensamiento crítico de la realidad social a partir de las aportaciones conceptuales y teóricas de la sociología. En este sentido, la industria exige contar con profesionales cualificados en esta área, y que alberguen 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. La intervención especializada en estos ámbitos debe atender a la influencia y limitaciones que introducen en el comportamiento de las personas y en el devenir de las sociedades, las dimensiones sociopolíticas, económicas y culturales.

Por medio de un análisis interdisciplinario de los conceptos básicos de las ciencias de las comunicaciones, el estudiante podrá comprender mejor las investigaciones que se han realizado sobre el proceso simbólico de la comunicación humana. A partir de ahí, se conocerá 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.

A lo largo de 450 horas de aprendizaje, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante un trabajo individual, lo que le permitirá mejorar su cualificación y adentrarse de lleno en el ámbito de la comunicación social, la sociología general y la psicología de la comunicación.

Asimismo, también se motivará al alumno a dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, sabiendo aprovechar en todo momento los recursos lingüísticos y literarios que mejor se adecuen a la marca que se gestione. De esta forma, se constituye un programa centrado en las demandas actuales de este sector y que preparara a los egresados para afrontar los retos de dirección de un departamento en este campo.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1	Sociología general
Módulo 2	Teoría de la comunicación social
Módulo 3	Introducción a la psicología de la comunicación



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Comunicación Social de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Sociología general

1.1. Fundamentos históricos de la sociología
1.1.1. Origen
1.1.2. Concepto y objeto
1.1.3. Preliminares de su formación
1.1.3.1. Augusto Comte
1.1.3.2. Herbert Spencer
1.1.3.3. Emilio Durkheim
1.1.3.4. Carl Marx
1.1.3.5. Max Webber
1.1.4. La sociología y las ciencias sociales

1.2. Relaciones sociales predominantes
1.2.1. Sociedad y población
1.2.2. Grupos sociales
1.2.3. Rol social
1.2.4. Tipos de relaciones sociales
1.2.5. Clases sociales

1.3. Estructura y organización social
1.3.1. La familia
1.3.2. La escuela
1.3.3. Los medios de comunicación
1.3.4. La nación y el estado
1.3.5. La iglesia
1.3.6. Educación y procesos de socialización
1.3.7. Cultura, sociedad e individuo
1.3.8. Instituciones sociales

1.4. Desarrollo y evolución de la sociología del derecho
1.4.1. Conceptos básicos
1.4.1.1. Poder
1.4.1.2. Legitimidad
1.4.1.3. Legalidad
1.4.2. Política y sus implicaciones
1.4.3. Origen y desarrollo de la sociología del derecho

1.5. Corrientes de la sociología jurídica
1.5.1. Vida social y vida jurídica
1.5.2. Funciones sociales del derecho
1.5.3. La sociología y su relación con el derecho

1.6. Normas y roles
1.6.1. Del abogado
1.6.2. Del juzgador
1.6.3. De la policía
1.6.4. Roles y partes en los procesos jurídicos
1.6.5. Fiscales
1.6.6. Actores
1.6.7. Demandados
1.6.8. Víctimas
1.6.9. El pluralismo jurídico y los grupos indígenas
1.6.10. Validez y eficacia del derecho
1.6.11. Control social
1.6.12. Orden contra represión
1.6.13. El derecho como instrumento de control

1.7. Clases sociales y estratificación social
1.7.1. Concepto de estratificación social
1.7.2. Teoría de clases sociales

1.8. Cambio social
1.8.1. Evolución y cambio social
1.8.2. Factores y condiciones del cambio social
1.8.3. Agentes de cambio social

1.9. Instituciones jurídicas sociales
1.9.1. Relación estado-constitución
1.9.2. Administración e impartición de justicia
1.9.3. Fuerzas conservadoras y reformadoras del derecho
1.9.4. Fuerzas sociales que actúan sobre la legislación
1.9.5. Influencia social en el proceso de creación normativa
1.9.6. Visión social de la aplicación de la ley

1.10. Pensamiento contemporáneo en México
1.10.1. Principales escuelas sociológicas y sus exponentes
1.10.2. Tendencias sociológicas contemporáneas
1.10.3. Desarrollo y evolución del pensamiento social en México

Módulo 2. Teoría de la comunicación social

2.1. El arte de comunicar

2.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
2.1.2. El conocimiento
2.1.2.1. Las fuentes del conocimiento
2.1.3. Los métodos científicos
2.1.3.1. El método deductivo
2.1.3.2. El método inductivo
2.1.3.3. El método hipotético - deductivo
2.1.4. Conceptos comunes en la investigación científica
2.1.4.1. Variables dependientes e independientes
2.1.4.2. Hipótesis
2.1.4.3. La operacionalización
2.1.4.4. La ley o teoría de cobertura

2.2. Elementos de la comunicación

2.2.1. Introducción.
2.2.2. Elementos de la comunicación
2.2.3. La investigación empírica
2.2.3.1. Investigación básica versus investigación aplicada
2.2.3.2. Los paradigmas de investigación
2.2.3.3. Los valores en la investigación
2.2.3.4. La unidad de análisis
2.2.3.5. Estudios trasversales y longitudinales
2.2.4. Definir la comunicación

2.3. Trayectorias de la investigación en comunicación social

2.3.1. Introducción. La comunicación en el mundo antiguo
2.3.2. Teóricos de la comunicación
2.3.2.1. Grecia
2.3.2.2. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación
2.3.2.3. La retórica aristotélica
2.3.2.4. Cicerón y los cánones de la retórica
2.3.2.5. Quintiliano: la institución oratoria
2.3.3. El periodo moderno: la teoría de la argumentación
2.3.3.1. El humanismo antirretoricista
2.3.3.2. La comunicación en el Barroco
2.3.3.3. De la Ilustración a la sociedad de masas
2.3.4. El siglo XX: la retórica de los mass media
2.3.4.1. La comunicación mediática

2.4. La conducta comunicativa

2.4.1. Introducción: el proceso comunicativo
2.4.2. La conducta comunicativa
2.4.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
2.4.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación
2.4.2.3. La comunicación intrapersonal
2.4.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
2.4.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
2.4.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
2.4.3.2. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

2.5. La transacción comunicativa

2.5.1. Introducción: la transacción comunicativa
2.5.2. El análisis transaccional
2.5.2.1. El yo-niño
2.5.2.2. El yo-padre
2.5.2.3. El yo-adulto
2.5.3. Clasificación de las transacciones

2.6. Identidad, autoconcepto y comunicación

2.6.1. Introducción
2.6.2. Identidad, autoconcepto y comunicación
2.6.2.1. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
2.6.2.2. La estrategia de las emociones negativas
2.6.2.3. La estrategia de las emociones positivas
2.6.2.4. La estrategia de inducción de emociones en los otros
2.6.2.5. La estrategia de compromiso mutuo
2.6.2.6. La estrategia de la lástima o la comprensión
2.6.3. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
2.6.3.1. El interaccionismo simbólico
2.6.4. El constructivismo
2.6.5. El autoconcepto motivado para interactuar
2.6.5.1. La teoría de la acción razonada
2.6.6. Pragmática conversacional

2.7. La comunicación en grupos y organizaciones

2.7.1. Introducción: el proceso comunicativo
2.7.2. La conducta comunicativa
2.7.2.1. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
2.7.2.2. Los antecedentes biológicos de la comunicación
2.7.2.3. La comunicación intrapersonal
2.7.2.4. Los patrones de conducta comunicativa
2.7.3. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
2.7.3.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
2.7.3.2. El contenido latente de la comunicación no verbal: Engaño en los movimientos corporales

2.8. Comunicación mediática I

2.8.1. Introducción
2.8.2. La comunicación mediática
2.8.3. Características de los medios y de sus mensajes
2.8.3.1. Los medios de comunicación de masas
2.8.3.2. Las funciones de los medios
2.8.4. Los efectos poderosos de los medios de masas
2.8.4.1. Los medios nos dicen qué debemos pensar y qué no debemos pensar

2.9. Comunicación mediática II

2.9.1. Introducción
2.9.2. La teoría hipodérmica
2.9.3. Los efectos limitados de los medios de comunicación
2.9.4. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas
2.9.4.1. Teoría de usos y gratificaciones
2.9.4.2. Orígenes y principios
2.9.4.3. Objetivos de la teoría de usos y gratificaciones
2.9.4.4. Teoría de la expectativa

2.10. Comunicación mediática III

2.10.1. Introducción
2.10.2. La comunicación computarizada y la realidad virtual
2.10.2.1. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica
2.10.2.2. Definiciones de la comunicación computerizada
2.10.3. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones
2.10.3.1. Refuerzos de la teoría de la dependencia mediática
2.10.4. La realidad virtual como objeto de estudio emergente
2.10.4.1. La inmersión psicológica del usuario
2.10.5. La telepresencia

Módulo 3. Introducción a la psicología de la comunicación

3.1. Historia de la psicología
3.1.1. Introducción
3.1.2. Comenzamos con el estudio de la psicología
3.1.3. La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
3.1.4. Paradigmas y etapas en la psicología
3.1.5. La ciencia cognitiva

3.2. Psicología social
3.2.1. Introducción
3.2.2. Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
3.2.3. Empatía, altruismo y conducta de ayuda

3.3. Cognición social
3.3.1. Introducción
3.3.2. Pensar y conocer, necesidades vitales
3.3.3. La cognición social
3.3.4. Organizando la información
3.3.5. El pensamiento: prototípico o categorial
3.3.6. Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
3.3.7. El procesamiento automático de la información

3.4. Psicología de la personalidad
3.4.1. Introducción
3.4.2. ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
3.4.3. La autoconciencia
3.4.4. La autoestima
3.4.5. El autoconocimiento
3.4.6. Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
3.4.7. Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
3.4.8. Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa

3.5. Las emociones
3.5.1. Introducción
3.5.2. ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
3.5.3. La naturaleza de las emociones
3.5.3.1. La emoción como preparación para la acción
3.5.4. Emociones y personalidad
3.5.5. Desde otra perspectiva. Las emociones sociales

3.6. Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
3.6.1. Introducción
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
3.6.5. Los procesos de comunicación a través de los medios
3.6.5.1. Una perspectiva histórica

3.7. El emisor
3.7.1. Introducción
3.7.2. La fuente de la comunicación persuasiva
3.7.3. Características de la fuente. La credibilidad
3.7.4. Características de la fuente. El atractivo
3.7.5. Características del emisor. El poder
3.7.6. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
3.7.7. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria

3.8. El mensaje
3.8.1. Introducción
3.8.2. Comenzamos estudiando la composición del mensaje
3.8.3. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
3.8.4. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo

3.9. El receptor
3.9.1. Introducción
3.9.2. El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración
3.9.3. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
3.9.4. Necesidad de estima y comunicación

3.10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación
3.10.1. Introducción
3.10.2. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
3.10.3. La medición de los procesos automáticos en la comunicación
3.10.4. Primeros pasos en los nuevos paradigmas
3.10.5. Las teorías de sistemas de procesamiento duales
3.10.5.1. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

06

Metodología

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

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





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

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

> *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales"*

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

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

Relearning Methodology

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

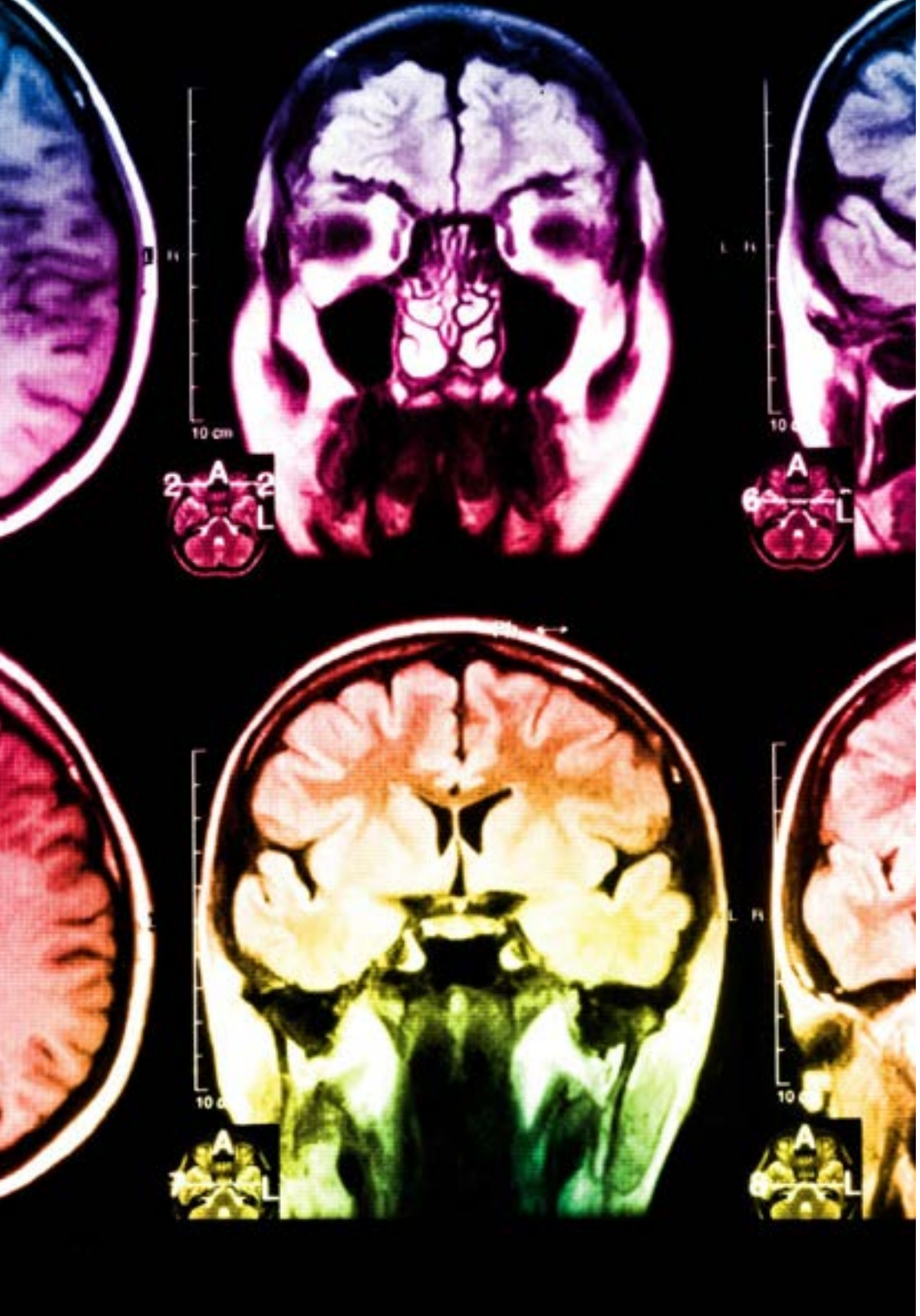
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

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

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





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

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

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

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

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

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

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

Clases magistrales

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

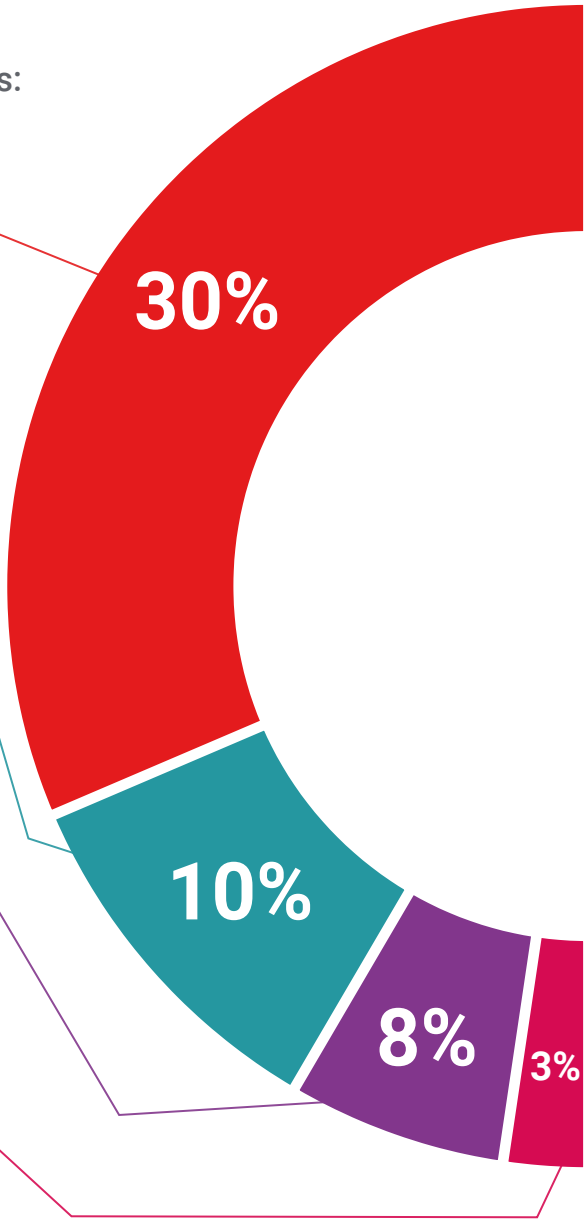
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

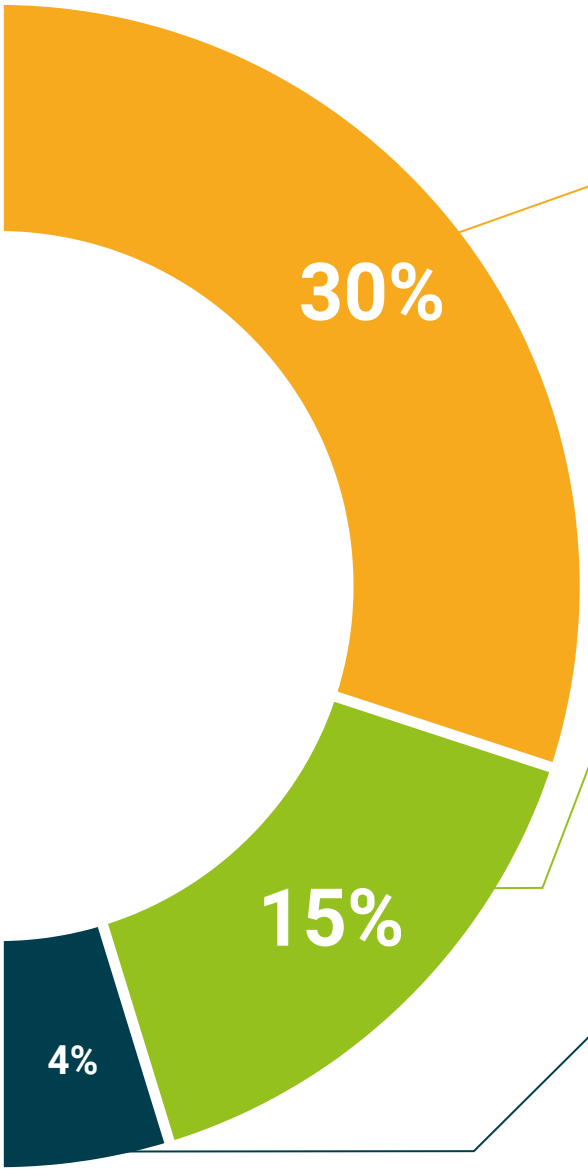
Prácticas de habilidades directivas

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

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

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

07

Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario en Comunicación Social está dirigido a profesionales de la publicidad y las relaciones públicas que deseen entender cómo influyen las campañas promocionales en la sociedad, atendiendo a cuestiones relacionadas con la psicología y sociología. De esta manera, los profesionales tendrán la oportunidad de adquirir un conocimiento superior en este ámbito que será fundamental para su desarrollo profesional.



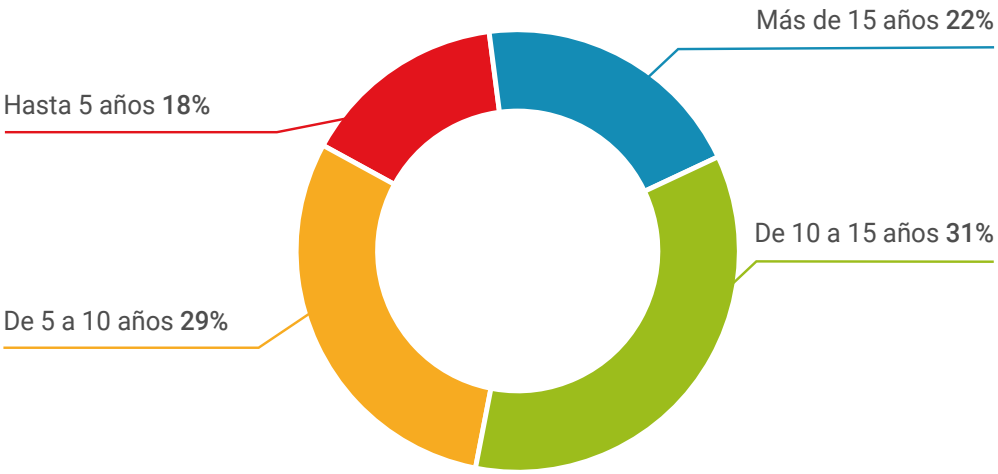


Prepárate para identificar y analizar los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas, gracias a esta especialización en comunicación social"

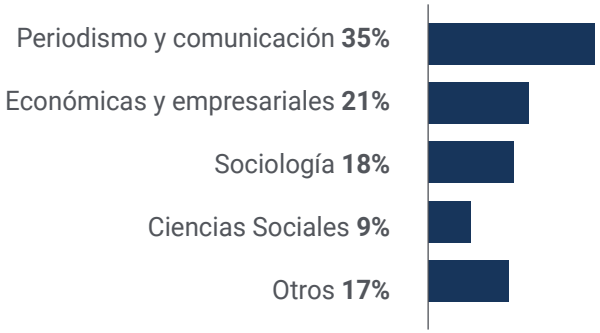
Edad media

Entre **35** y **45** años

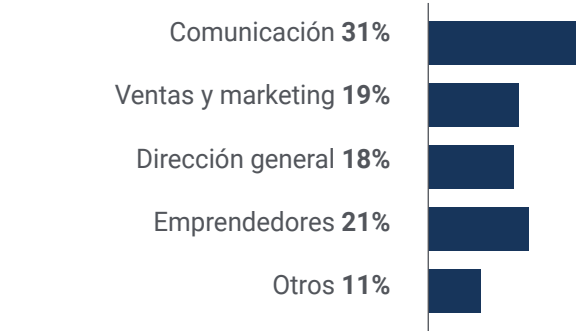
Años de experiencia



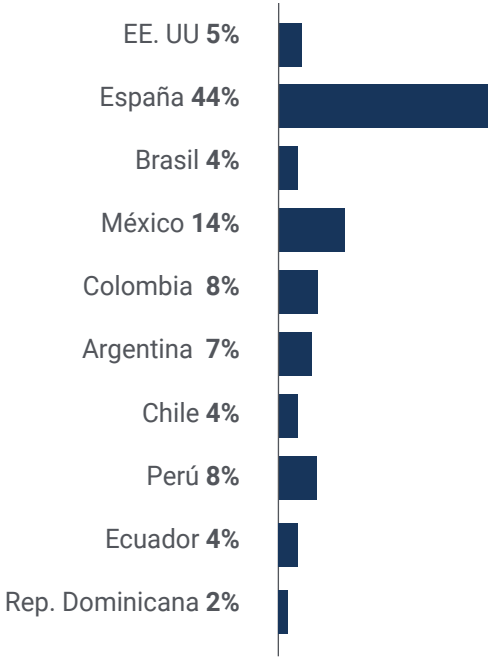
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Sonia Gutiérrez

Copywriter

"Este programa es excelente para quienes busquen potenciar sus conocimientos sobre comunicación social, ya que abarca diferentes áreas de aprendizaje que son fundamentales en el sector. Además, al poder realizarlo de manera online, he podido aplicar los conceptos de manera casi inmediata en mi trabajo. Definitivamente, la mejor opción para mi"

08

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. Por esta razón, el objetivo final siempre será brindar todas las herramientas necesarias y una metodología innovadora para motivar a los estudiantes en cada clase. Esto garantizará una inserción laboral satisfactoria en un sector que demanda calidad y excelencia.





Especializarte en comunicación social te aportará las claves para dirigir tus mensajes de manera estratégica"

Logra el cambio positivo que necesitas para impulsar tu carrera y profesión con el Experto Universitario en Comunicación Social.

¿Preparado para dar el salto?
Una excelente mejora profesional está esperando

El Experto Universitario en Comunicación Social de TECH es un programa intensivo que prepara a los alumnos para desarrollar un conocimiento especializado sobre esta área del conocimiento que permita crear mensajes persuasivos y enfocados a un público objetivo. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

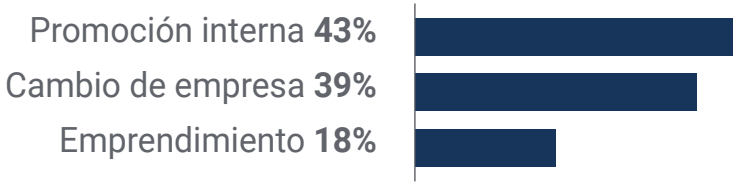
Quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en esta institución.

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

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,42%**



09

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Comunicación Social contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este programa supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Comprende los sistemas de análisis de las campañas de publicidad y mejora los mensajes corporativos de tu empresa”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Experto Universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

10

Titulación

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





Supera con éxito esta capacitación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Comunicación Social** contiene el programa 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 **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Experto Universitario en Comunicación Social**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Comunicación Social

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

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

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Comunicación Social

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario
Comunicación Social



tech universidad tecnológica