

Esperto Universitario

Comunicazione Sociale



tech università
tecnologica

Esperto Universitario Comunicazione Sociale

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: **TECH Università
Tecnologica**
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-comunicazione-sociale

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Struttura e contenuti

pag. 20

06

Metodologia

pag. 28

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 36

08

Impatto sulla tua carriera

pag. 40

09

Benefici per la tua azienda

pag. 44

10

Titolo

pag. 48

01

Benvenuto

Le relazioni tra i cambiamenti sociali e comunicativi delle persone sono studiate dalla Comunicazione Sociale. Si occupa di analizzare i mezzi di comunicazione utilizzati per trasmettere messaggi, ad esempio quelli scritti, audiovisivi e grafici. Tutti questi aspetti possono essere inseriti nell'ambiente aziendale mediante la comprensione e l'analisi dei modelli di comunicazione umana, dei loro elementi e delle loro caratteristiche, nonché del ruolo dei processi psicologici nella pubblicità. Pertanto, questo programma si concentrerà sul fornire agli studenti gli strumenti e le conoscenze necessarie a comprendere il sistema dei media e la sua struttura nella comunicazione globale.



Esperto Universitario in Comunicazione Sociale.
TECH Università Tecnologica



“

Preparati per mettere in relazione la pubblicità e le relazioni pubbliche in modo coerente con altre scienze sociali in un ambiente aziendale”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

TECH fornisce un'istruzione di qualità attraverso programmi progettati per garantire l'eccellenza degli studenti in qualsiasi area di specializzazione. Il programma aiuterà quindi gli studenti a riconoscere gli aspetti sociologici, economici e legali che influenzano la pubblicità aziendale. Al termine del programma, lo studente sarà in grado di sviluppare un'identità aziendale che trasmetta i valori e gli obiettivi di un'azienda.



“

Guida il team di comunicazione di un'azienda, trasmettendo messaggi accurati e in linea con l'immagine aziendale che si desidera proiettare"

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

L'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale prepara gli studenti a:

01

Effettuare analisi critiche della realtà sociale sulla base di una lettura sociologica della stessa

02

Esprimersi in modo fluente ed efficace nella comunicazione orale e scritta, sfruttando le risorse linguistiche più appropriate

03

Riconoscere la struttura e la trasformazione della società odierna nel suo rapporto con gli elementi, le forme e i processi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche

04

Comprendere la struttura dei media e i loro principali formati, in quanto espressione degli stili di vita e delle culture delle società in cui svolgono la loro funzione pubblica



05

Riconoscere gli aspetti sociologici ed economici che influenzano la comunicazione pubblicitaria e lo sviluppo delle relazioni pubbliche

06

Saper affrontare la divulgazione dei progressi scientifici in modo comprensibile ed efficace

07

Conoscere i settori della pubblicità e delle pubbliche relazioni, i loro processi e le strutture organizzative

08

Saper identificare i profili professionali di chi si occupa della pubblicità e delle relazioni pubbliche, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale



09

Identificare i principi fondamentali della creatività umana e la sua applicazione nelle manifestazioni della comunicazione persuasiva

10

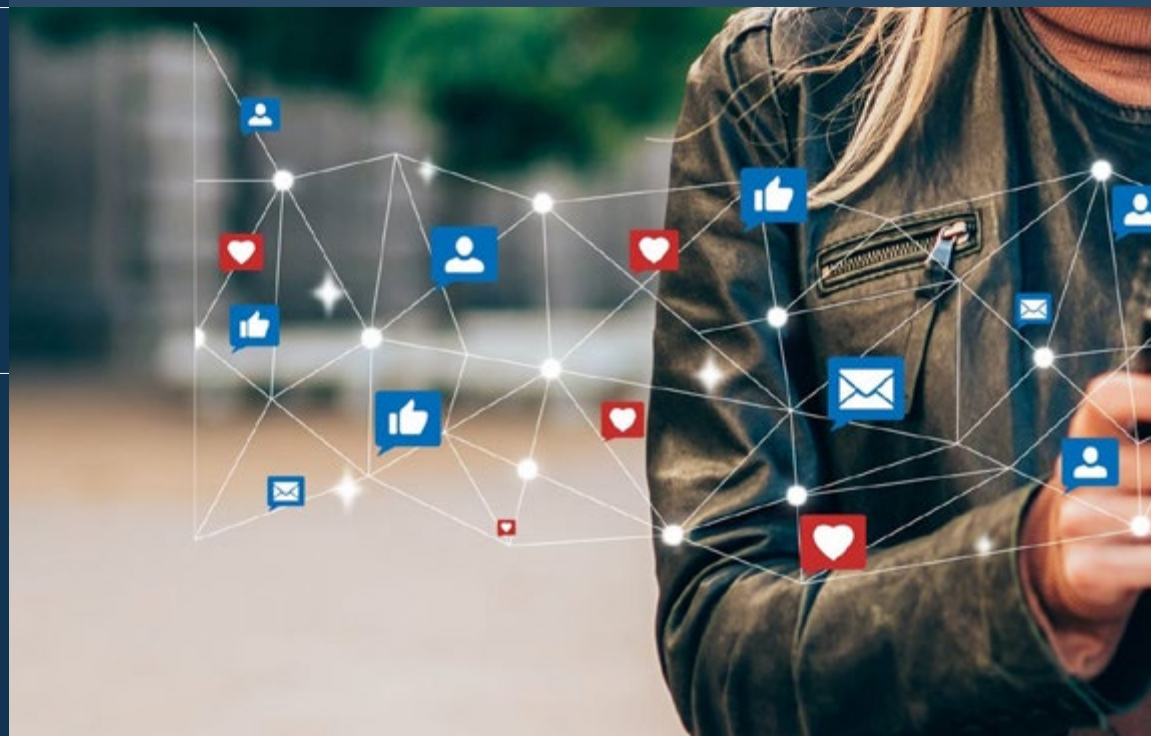
Saper applicare i processi creativi al campo della comunicazione, in particolare nel settore della pubblicità e delle pubbliche relazioni

11

Comprendere i sistemi di analisi delle campagne pubblicitarie e di pubbliche relazioni

12

Saper descrivere la struttura delle agenzie pubblicitarie



13

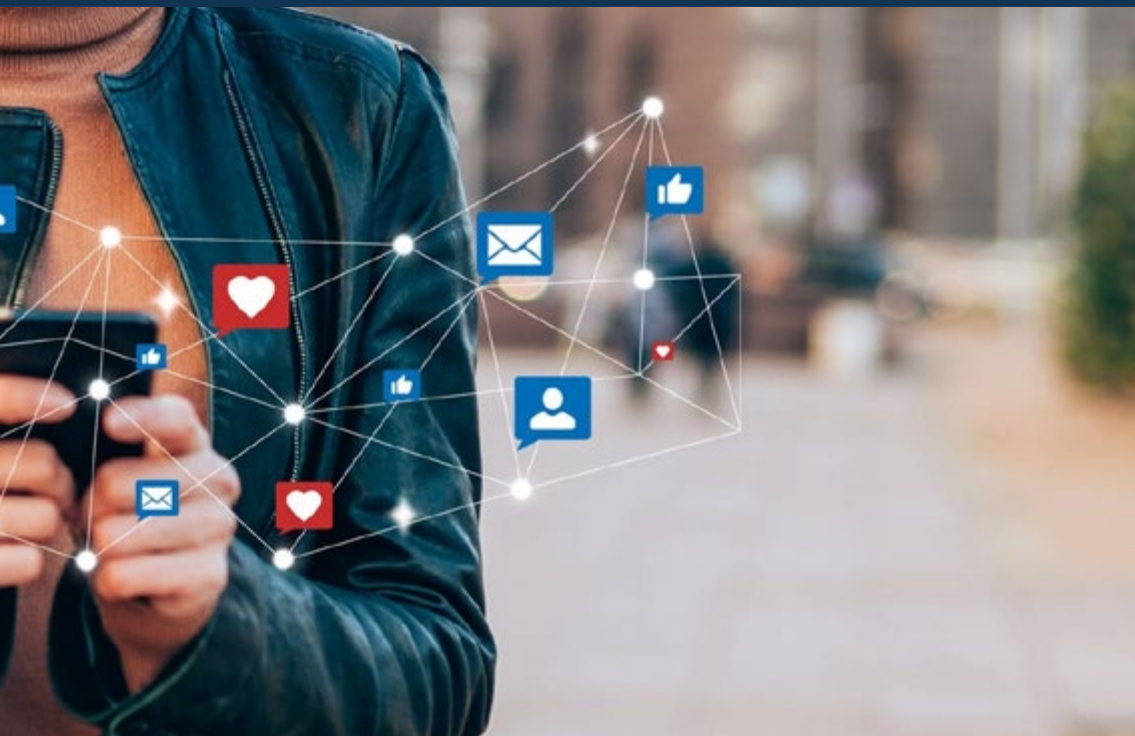
Delimitare ciascuna delle funzioni per la gestione dell'azienda pubblicitaria e di pubbliche relazioni, evidenziandone le principali applicazioni

14

Consentire allo studente di mettere in rapporto in modo coerente la pubblicità e le relazioni pubbliche con le altre scienze sociali e umane

15

Preparare lo studente a comprendere i concetti di base e i modelli teorici della comunicazione umana, i suoi elementi e le sue caratteristiche, nonché il ruolo che essa svolge nei processi psicologici della pubblicità e delle relazioni pubbliche



05

Struttura e contenuti

Questo programma è stato accuratamente progettato da professionisti altamente qualificati, che hanno immesso le loro conoscenze in questo programma di studio per aumentare le possibilità degli studenti di sviluppare le loro capacità di comunicazione sociale. Saranno così in grado di identificare i principi fondamentali della creatività umana e la loro applicazione nelle attività proprie della comunicazione persuasiva. Il programma offre in 6 mesi un apprendimento unico e stimolante, seguendo esempi pratici e con la guida di un personale docente specializzato in questo settore.



“

Grazie alla modalità 100% online, avrai la possibilità di frequentare l'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale nei momenti che meglio si adattano ai tuoi impegni lavorativi e personali"

Piano di studi

Il programma dell'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale è stato ideato per favorire lo sviluppo di un pensiero critico sulla realtà sociale basato sui contributi concettuali e teorici della sociologia. L'industria richiede infatti professionisti qualificati in questo settore, con un'adeguata conoscenza delle strutture, dei processi e delle relazioni presenti nei contesti sociali in cui si svolge la vita quotidiana di individui, gruppi e organizzazioni. L'intervento specializzato in queste aree deve tenere conto dell'influenza e dei limiti che le dimensioni socio-politiche, economiche e culturali impongono al comportamento delle persone e allo sviluppo delle società.

Attraverso un'analisi interdisciplinare dei concetti di base delle scienze della comunicazione, lo studente sarà in grado di comprendere meglio le ricerche condotte sul processo simbolico della comunicazione umana. Su questa base, comprenderà la funzione pubblica dell'informazione e la struttura del sistema di comunicazione, con particolare attenzione alla responsabilità dei comunicatori nei confronti della società.

Questo apprendimento implica lo studio degli effetti dei media sull'opinione pubblica e il controllo del processo di informazione.

Durante le 450 ore di apprendimento, lo studente analizzerà una gran varietà di casi pratici attraverso un lavoro individuale, che gli permetterà di migliorare la sua qualifica e di entrare a pieno titolo nel campo della comunicazione sociale, della sociologia generale e della psicologia della comunicazione.

Gli studenti saranno inoltre motivati a padroneggiare gli elementi, le forme e i processi del linguaggio pubblicitario e di altre forme di comunicazione, sapendo sfruttare al meglio le risorse linguistiche e letterarie che si adattano di più al marchio da gestire. In questo modo, viene creato un programma che si concentra sulle attuali esigenze del settore e prepara i professionisti ad affrontare le sfide della gestione di un dipartimento in questo campo.

Questo Esperto Universitario ha la durata di 6 mesi ed è suddiviso in 3 moduli:

Modulo 1.

Sociologia generale

Modulo 2.

Teoria della comunicazione sociale

Modulo 3.

Introduzione alla psicologia della comunicazione



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Esperto Universitario in Comunicazione Sociale completamente online. Durante i 6 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Sociologia generale

1.1. Fondamenti storici della sociologia

- 1.1.1. Origine
- 1.1.2. Concetti e obiettivi
- 1.1.3. Precedenti al suo avvento
 - 1.1.3.1. Augusto Comte
 - 1.1.3.2. Herbert Spencer
 - 1.1.3.3. Emile Durkheim
 - 1.1.3.4. Karl Marx
 - 1.1.3.5. Max Weber
- 1.1.4. Sociologia e scienze sociali

1.2. Relazioni sociali predominanti

- 1.2.1. Società e popolazione
- 1.2.2. Gruppi sociali
- 1.2.3. Il ruolo sociale
- 1.2.4. Tipi di relazioni sociali
- 1.2.5. Classi sociali

1.3. Struttura e organizzazione sociale

- 1.3.1. La famiglia
- 1.3.2. La scuola
- 1.3.3. I mezzi di comunicazione
- 1.3.4. La nazione e lo Stato
- 1.3.5. La chiesa
- 1.3.6. Educazione e processo di socializzazione
- 1.3.7. Cultura, società e individuo
- 1.3.8. Istituzioni sociali

1.4. Sviluppo ed evoluzione della sociologia del diritto

- 1.4.1. Concetti di base
 - 1.4.1.1. Potere
 - 1.4.1.2. Legittimità
 - 1.4.1.3. Legalità
- 1.4.2. La politica e le sue implicazioni
- 1.4.3. Origine e sviluppi della sociologia del diritto

1.5. Correnti della sociologia giuridica

- 1.5.1. Vita sociale e vita giuridica
- 1.5.2. Funzioni sociali del diritto
- 1.5.3. La sociologia e la sua relazione con la giurisprudenza

1.6. Regole e ruoli

- 1.6.1. Dell'avvocato
- 1.6.2. Del giudice
- 1.6.3. Della polizia
- 1.6.4. Ruoli e parti nei procedimenti legali
- 1.6.5. Fiscali
- 1.6.6. Protagonisti

- 1.6.7. Denunciati
- 1.6.8. Vittime
- 1.6.9. Pluralismo giuridico e gruppi indigeni
- 1.6.10. Validità ed efficacia della legge
- 1.6.11. Controllo sociale
- 1.6.12. Ordine contro repressione
- 1.6.13. La giurisprudenza come strumento di controllo

1.7. Classi sociali e stratificazione sociale

- 1.7.1. Concetto di stratificazione sociale
- 1.7.2. Teoria delle classi sociali

1.8. Cambiamenti sociali

- 1.8.1. Evoluzione e cambiamento sociale
- 1.8.2. Fattori e condizioni del cambiamento sociale
- 1.8.3. Agenti di cambiamento sociale

1.9. Il pensiero contemporaneo in Messico

- 1.9.1. Le principali scuole sociologiche e i loro esponenti
- 1.9.2. Tendenze sociologiche contemporanee
- 1.9.3. Sviluppo ed evoluzione del pensiero sociale in Messico

Modulo 2. Teoria della comunicazione sociale

2.1. L'arte di comunicare

- 2.1.1. Introduzione: lo studio della comunicazione come scienza sociale
- 2.1.2. La conoscenza
 - 2.1.2.1. Le fonti della conoscenza
- 2.1.3. Il metodo scientifico
 - 2.1.3.1. Il metodo deduttivo
 - 2.1.3.2. Il metodo induttivo
 - 2.1.3.3. Il metodo ipotetico-deduttivo
- 2.1.4. Concetti comuni nella ricerca scientifica
 - 2.1.4.1. Variabili dipendenti e indipendenti
 - 2.1.4.2. Ipotesi
 - 2.1.4.3. Operatività
 - 2.1.4.4. La legge o teoria della copertura

2.2. Elementi della comunicazione

- 2.2.1. Introduzione.
- 2.2.2. Elementi della comunicazione
- 2.2.3. La ricerca empirica
 - 2.2.3.1. Ricerca di base vs applicata
 - 2.2.3.2. I paradigmi di ricerca
 - 2.2.3.3. I valori nella ricerca
 - 2.2.3.4. L'unità di analisi
 - 2.2.3.5. Studi trasversali e longitudinali
- 2.2.4. Definire la comunicazione

2.3. Traiettorie della ricerca sulla comunicazione sociale

- 2.3.1. Introduzione. La comunicazione nell'antichità
- 2.3.2. Teorici della comunicazione
 - 2.3.2.1. Grecia
 - 2.3.2.2. I sofisti, primi teorici della comunicazione
 - 2.3.2.3. La retorica aristotelica
 - 2.3.2.4. Cicerone e i canoni della retorica
 - 2.3.2.5. Quintiliano: l'istituzione oratoria
- 2.3.3. Il periodo moderno: la teoria dell'argomentazione
 - 2.3.3.1. Umanesimo antiretorico
 - 2.3.3.2. La comunicazione nel Barocco
 - 2.3.3.3. Dall'Illuminismo alla società di massa
- 2.3.4. Il XX secolo: la retorica dei mass media
 - 2.3.4.1. Comunicazione mediatica

2.4. Il comportamento comunicativo

- 2.4.1. Introduzione: il processo comunicativo
- 2.4.2. Comportamento comunicativo
 - 2.4.2.1. Etologia animale e studio della comunicazione umana
 - 2.4.2.2. Il contesto biologico della comunicazione
 - 2.4.2.3. Comunicazione intrapersonale
 - 2.4.2.4. Modelli di comportamento comunicativo
- 2.4.3. Lo studio del comportamento comunicativo non verbale
 - 2.4.3.1. Il movimento del corpo come modello di azione comunicativa
 - 2.4.3.2. Il contenuto latente della comunicazione non verbale: Inganno nei movimenti del corpo

2.5. La transazione comunicativa

- 2.5.1. Introduzione: la transazione comunicativa
- 2.5.2. Analisi transazionale
 - 2.5.2.1. L'io-bambino
 - 2.5.2.2. L'io-genitore
 - 2.5.2.3. L'io-adulto
- 2.5.3. Classificazione delle transazioni

2.6. Identità, concetto di sé e comunicazione

- 2.6.1. Introduzione
- 2.6.2. Identità, concetto di sé e comunicazione
 - 2.6.2.1. Micropolitica transazionale e concetto di sé: l'interazione come negoziazione di identità

- 2.6.2.2. La strategia delle emozioni negative
- 2.6.2.3. La strategia delle emozioni positive
- 2.6.2.4. La strategia di indurre emozioni negli altri
- 2.6.2.5. La strategia dell'impegno reciproco
- 2.6.2.6. La strategia della pietà o della comprensione

- 2.6.3. La rappresentazione di sé nei rituali quotidiani
 - 2.6.3.1. Interazionismo simbolico
- 2.6.4. Il costruttivismo
- 2.6.5. Concetto di sé motivato all'interazione
 - 2.6.5.1. La teoria dell'azione ragionata
- 2.6.6. Pragmatica conversazionale

2.7. Comunicazione nei gruppi e nelle organizzazioni

- 2.7.1. Introduzione: il processo comunicativo
- 2.7.2. Comportamento comunicativo
 - 2.7.2.1. Etologia animale e studio della comunicazione umana
 - 2.7.2.2. Il contesto biologico della comunicazione
 - 2.7.2.3. Comunicazione intrapersonale
 - 2.7.2.4. Modelli di comportamento comunicativo
- 2.7.3. Lo studio del comportamento comunicativo non verbale
 - 2.7.3.1. Il movimento del corpo come modello di azione comunicativa
 - 2.7.3.2. Il contenuto latente della comunicazione non verbale: Inganno nei movimenti del corpo

2.8. Comunicazione mediatica I

- 2.8.1. Introduzione
- 2.8.2. Comunicazione mediatica
- 2.8.3. Caratteristiche dei media e dei loro messaggi
 - 2.8.3.1. I mezzi di comunicazione di massa
 - 2.8.3.2. Funzioni dei media
- 2.8.4. I potenti effetti dei mass media
 - 2.8.4.1. I media ci dicono cosa dobbiamo o non dobbiamo pensare

2.9. Comunicazione mediatica II

- 2.9.1. Introduzione
- 2.9.2. La teoria ipodermica
- 2.9.3. Gli effetti limitati dei media
- 2.9.4. Gli usi e le gratificazioni della comunicazione di massa
 - 2.9.4.1. Teoria degli usi e delle gratificazioni
 - 2.9.4.2. Origini e principi
 - 2.9.4.3. Obiettivi della teoria degli usi e delle gratificazioni
 - 2.9.4.4. Teoria delle aspettative

2.10. Comunicazione mediatica III

- 2.10.1. Introduzione
- 2.10.2. Comunicazione computerizzata e realtà virtuale
 - 2.10.2.1. La comunicazione mediata dal computer: il problema della sua integrazione teorica
 - 2.10.2.2. Definizioni di comunicazione mediata dal computer
- 2.10.3. Evoluzione della teoria degli usi e delle gratificazioni
 - 2.10.3.1. Rafforzamento della teoria della dipendenza dai media
- 2.10.4. La realtà virtuale come oggetto di studio emergente
 - 2.10.4.1. Immersione psicologica dell'utente
- 2.10.5. Tele-presenza

Modulo 3. Introduzione alla psicologia della comunicazione

3.1. Storia della psicologia

- 3.1.1. Introduzione
- 3.1.2. Introduzione allo studio della psicologia
- 3.1.3. Scienza in evoluzione. Cambiamenti storici e di paradigma
- 3.1.4. Paradigmi e fasi in psicologia
- 3.1.5. Scienza cognitiva

3.2. Psicologia Sociale

- 3.2.1. Introduzione
- 3.2.2. Iniziamo lo studio della Psicologia sociale: l'influenza
- 3.2.3. Empatia, altruismo e comportamento di sostegno

3.3. Cognizione sociale

- 3.3.1. Introduzione
- 3.3.2. Pensare e conoscere, bisogni vitali
- 3.3.3. Cognizione sociale
- 3.3.4. Organizzare le informazioni
- 3.3.5. Pensiero: prototipico o categorico
- 3.3.6. Gli errori che commettiamo nel pensare: i pregiudizi inferenziali
- 3.3.7. Elaborazione automatica delle informazioni

3.4. Psicologia della personalità

- 3.4.1. Introduzione
- 3.4.2. Cos'è l'io? Identità e personalità
- 3.4.3. L'autocoscienza
- 3.4.4. L'autostima
- 3.4.5. La consapevolezza di sé
- 3.4.6. Variabili interpersonali nella formazione della personalità
- 3.4.7. Variabili macrosociali della configurazione della personalità
- 3.4.8. Una nuova prospettiva sullo studio della personalità. La personalità narrativa

3.5. Le emozioni

- 3.5.1. Introduzione
- 3.5.2. Di cosa parliamo quando siamo emozionati?
- 3.5.3. Caratteristiche delle emozioni
 - 3.5.3.1. L'emozione come preparazione all'azione
- 3.5.4. Emozioni e personalità
- 3.5.5. Da un'altra prospettiva. Emozioni sociali

3.6. Psicologia della comunicazione. Persuasione e cambiamento di atteggiamento

- 3.6.1. Introduzione
- 3.6.2. Gli atteggiamenti
- 3.6.3. Modelli storici nello studio della comunicazione persuasiva
- 3.6.4. Il Modello di probabilità di elaborazione
- 3.6.5. Processi di comunicazione per mezzo dei media
 - 3.6.5.1. Una prospettiva storica

3.7. Il mittente

- 3.7.1. Introduzione
- 3.7.2. La fonte della comunicazione persuasiva
- 3.7.3. Caratteristiche della fonte. La credibilità
- 3.7.4. Caratteristiche della fonte. L'attrazione
- 3.7.5. Caratteristiche del trasmettitore. Il potere
- 3.7.6. Processi di comunicazione persuasiva. Meccanismi basati sulla cognizione primaria
- 3.7.7. Nuovi processi di comunicazione. Meccanismi basati sulla cognizione secondaria

3.8. Il messaggio

- 3.8.1. Introduzione
- 3.8.2. Cominciamo ad esaminare la composizione del messaggio
- 3.8.3. Tipi di messaggi: messaggi razionali e messaggi emotivi
- 3.8.4. Messaggi emotivi e comunicazione: messaggi che inducono alla paura

3.9. Il ricevente

- 3.9.1. Introduzione
- 3.9.2. Il ruolo del ricevente secondo il modello della probabilità di elaborazione
- 3.9.3. Bisogni e motivazioni dei destinatari: il loro impatto sul cambiamento di atteggiamento
- 3.9.4. Bisogno di stima e comunicazione

3.10. Nuovi approcci allo studio della comunicazione

- 3.10.1. Introduzione
- 3.10.2. L'elaborazione non cosciente dell'informazione. Processi automatici
- 3.10.3. Misurare i processi automatici nella comunicazione
- 3.10.4. Primi passi nei nuovi paradigmi
- 3.10.5. Teorie dei sistemi di elaborazione duale
 - 3.10.5.1. Principali limiti delle teorie del sistema duale



“

*Un programma completo strutturato
in unità didattiche ben sviluppate
che porteranno il tuo apprendimento
a un livello superiore”*

06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07

Profilo dei nostri studenti

L'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale si rivolge a professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche che desiderino comprendere il modo in cui le campagne promozionali influenzino la società, affrontando temi legati alla psicologia e alla sociologia. In questo modo, i professionisti avranno l'opportunità di acquisire conoscenze superiori in questo campo che saranno fondamentali per il loro sviluppo professionale.





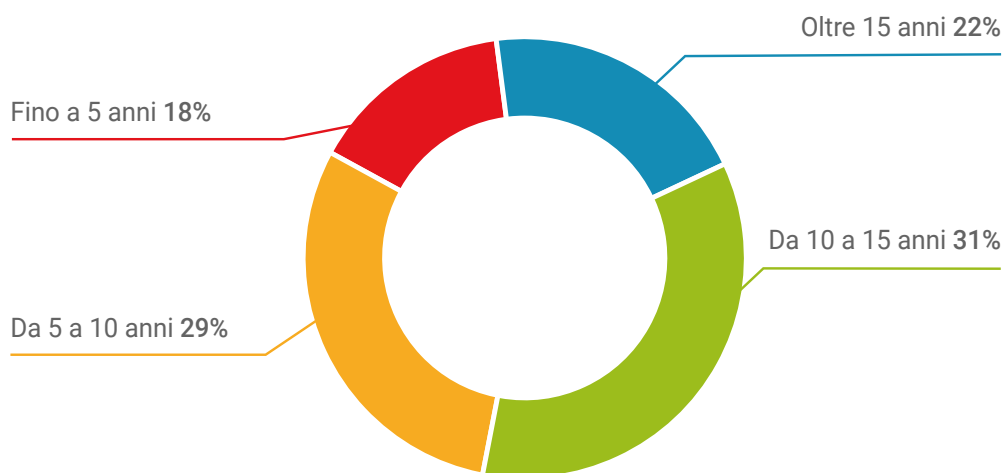
“

Preparati a identificare e analizzare i processi psicosociali, cognitivi ed emotivi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche grazie a questa specializzazione in comunicazione sociale”

Età media

Da **35** a **45** anni

Anni di esperienza



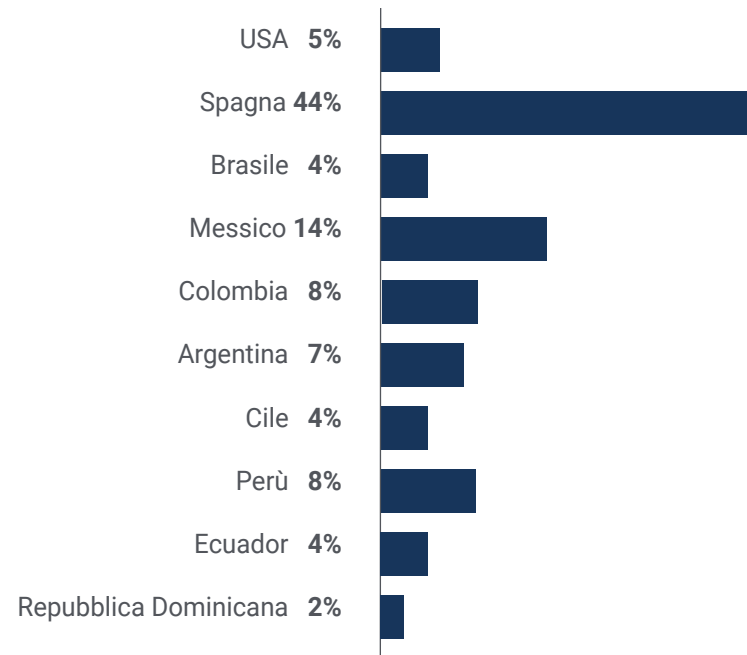
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Sonia Gutiérrez

Copywriter

"Questo programma è eccellente per chi vuole migliorare le proprie capacità di comunicazione sociale, poiché tratta diverse aree di apprendimento che sono essenziali nel settore. Inoltre, potendo farlo online, ho potuto applicare i concetti quasi immediatamente nel mio lavoro. Sicuramente l'opzione migliore per me"

08

Impatto sulla tua carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. Per questo motivo, l'obiettivo finale sarà sempre quello di fornire tutti gli strumenti necessari e una metodologia innovativa per motivare gli studenti in ogni classe. Questo garantirà un inserimento lavorativo di successo in un settore che richiede qualità ed eccellenza.



“

*La specializzazione in comunicazione sociale
ti fornirà gli strumenti chiave per indirizzare i
tuo i messaggi in modo strategico"*

Sei pronto a fare questo passo? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

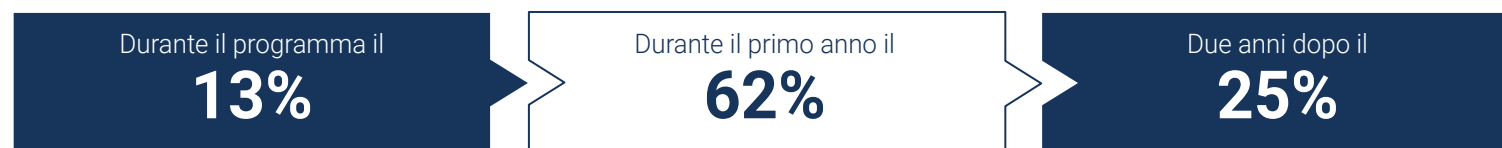
L'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale di TECH è un programma intensivo che prepara gli studenti a sviluppare conoscenze specialistiche in quest'area del sapere per creare messaggi persuasivi rivolti a un pubblico target. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

Per coloro che desiderino superare sé stessi, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, questo è il posto che fa per loro.

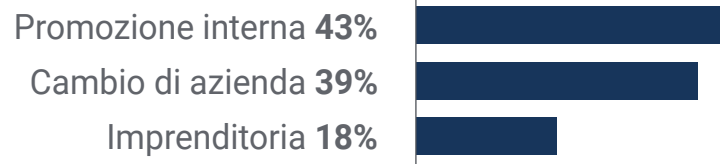
Un percorso di studio e di crescita professionale che ti spingerà verso una maggiore competitività all'interno del mercato lavorativo.

Raggiungi il cambiamento positivo di cui hai bisogno per dare impulso alla tua carriera e alla tua professione grazie a questo Esperto Universitario in Comunicazione Sociale.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,42%**



09

Benefici per la tua azienda

L'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale contribuisce ad elevare il talento dell'azienda al suo massimo potenziale mediante la preparazione di leader di alto livello.

Partecipare a questo programma è un'opportunità unica per avere accesso a una potente rete di contatti dove si possono trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

Comprendi i sistemi di analisi delle campagne pubblicitarie e migliora il messaggio aziendale”

Sviluppare e trattenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista introdurrà nell'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono dar vita a cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e gli apre nuove vie di crescita professionale all'interno della stessa.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o svilupparne di nuovi nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo Esperto Universitario fornirà ai professionisti le competenze necessarie ad affrontare nuove sfide e far crescere la propria azienda.

10 Titolo

L'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Comunicazione Sociale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Comunicazione Sociale**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Esperto Universitario Comunicazione Sociale

- » Modalità: **online**
- » Durata: **6 mesi**
- » Titolo: **TECH Università
Tecnologica**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Esperto Universitario Comunicazione Sociale

