

Corso Universitario

Comunicazione Politica e Istituzionale





Corso Universitario Comunicazione Politica e Istituzionale

- » Modalità: online
- » Durata: 6 settimane
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/corso-universitario/comunicazione-politica-istituzionale

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 16

05

Metodologia

pag. 22

06

Titolo

pag. 30

01

Presentazione

La comunicazione politica e istituzionale mette in gioco diversi fattori che il professionista deve prendere in considerazione sia se lavora come portavoce, sia nel caso in cui tale comunicazione sia la fonte di informazioni per il suo lavoro giornalistico. Conoscere questi elementi in modo completo è il modo migliore per lavorare efficacemente muovendosi con sicurezza in territori che spesso si rivelano complessi. Questo programma offre al giornalista una preparazione completa e di qualità in questo interessante settore.





“

Una specializzazione intensiva e di alta qualità che offre al giornalista tutte le chiavi della comunicazione politica e istituzionale”

Il giornalista svolge un ruolo importante in merito alla politica, in quanto ha il compito critico di informare la società su ciò che accade all'interno del governo e su tutto ciò che riguarda le decisioni future.

Il ruolo del giornalista cerca, sulla base della comunicazione, di stabilire relazioni con i dirigenti di alto rango che gli permettano di mostrare con trasparenza tutto ciò che concerne la politica e le istituzioni pubbliche. In questo modo l'informazione sarà più efficace e veritiera.

Inoltre, se il giornalista fa parte di una istituzione pubblica o del governo stesso, è suo dovere esercitare al meglio il suo ruolo, difendendo da un punto di vista critico la sua etica professionale per raccontare la verità su ciò che accade.

Questo Corso Universitario 100% online è una proposta che TECH rivolge a tutti i giornalisti che desiderino ampliare le loro conoscenze nel settore della politica. Grazie al suo materiale didattico, audiovisivo e innovativo, questo programma offre gli ultimi aggiornamenti delle conoscenze nel campo della politica.

Questo **Corso Universitario in Comunicazione Politica e Istituzionale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Ultima tecnologia nel software di e-learning
- ♦ Sistema di insegnamento intensamente visivo, supportato da contenuti grafici e schematici di facile assimilazione e comprensione
- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in attività
- ♦ Sistemi di video interattivi di ultima generazione
- ♦ Insegnamento supportato dalla telepratica
- ♦ Sistemi di aggiornamento permanente
- ♦ Apprendimento autoregolato: conciliabile al massimo con altre occupazioni
- ♦ Esercizi pratici per l'autovalutazione e la verifica dell'apprendimento
- ♦ Gruppi di sostegno e sinergie educative: domande all'esperto, forum di discussione e conoscenza
- ♦ Comunicazione con l'insegnante e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Banche dati di supporto permanentemente disponibili, anche dopo aver portato a termine il programma



TECH Università Tecnologica mette a tua disposizione la sua grande esperienza in questo aggiornamento davvero completo"

“

Un Corso Universitario supportato dalla migliore tecnologia, che ti permetterà di apprendere in modo scorrevole ed efficiente”

Il nostro personale docente è composto da specialisti in attività. Una squadra multidisciplinare di professionisti ed esperti, che svilupperanno efficacemente le conoscenze teoriche, ma, soprattutto, metteranno al servizio del corso le conoscenze pratiche derivate dalla propria esperienza.

Questa padronanza della materia è completata dall'efficacia del disegno metodologico, realizzato da una squadra multidisciplinare di esperti di e-learning, che integra gli ultimi progressi della tecnologia educativa.

Per ottenere buoni risultati in questo programma, il professionista avrà a sua disposizione un innovativo sistema di video interattivi, mediante il quale potrà mettere a prova i sistemi di telepratica e di learning from an expert. Due concetti che lo aiuteranno ad integrare e memorizzare l'apprendimento in modo più realistico e permanente.

Un percorso entusiasmante che ti permetterà di lavorare in una delle aree più dinamiche e appassionanti del giornalismo di oggi.

Grazie a docenti esperti del settore, questa specializzazione rappresenta un'opportunità unica di sviluppo professionale.



02

Obiettivi

Il Corso Universitario in Comunicazione Politica e Istituzionale è volto al conseguimento di una qualifica specialistica che consenta al giornalista di sviluppare in modo ottimale la propria carriera in questo settore. A tal fine, sono stati sviluppati i contenuti teorici essenziali, che serviranno come base per il lavoro pratico, il quale sarà svolto in modo intensivo durante tutto il programma.



“

Includi nel tuo CV le conoscenze e le competenze necessarie per lavorare nel campo della Comunicazione Politica e Istituzionale in qualsiasi mezzo di comunicazione"



Obiettivi generali

- ♦ Sviluppare e analizzare discorsi politici rivolti a diversi ambienti e audience, nonché esprimerli oralmente con efficacia comunicativa
- ♦ Identificare le strategie di comunicazione applicate nei discorsi politici
- ♦ Analizzare la retorica dei discorsi politici e le diverse strategie di persuasione nelle campagne politiche ed elettorali
- ♦ Sviluppare competenze nell'uso di tecniche di espressione orale e scritta che consentano allo studente di acquisire la capacità di elaborare e analizzare il discorso politico
- ♦ Sviluppare capacità di comunicazione efficace per diventare un eccellente portavoce e comunicatore in un ambiente professionale



Obiettivi realistici e raggiungibili che ti permetteranno di ottenere un profilo lavorativo molto più competitivo e di dare una svolta al tuo futuro professionale"





Obiettivi specifici

- ♦ Sviluppare la capacità, le competenze e il giudizio critico per stabilire il piano di comunicazione, fissare gli obiettivi, definire il pubblico di riferimento, pianificare le strategie e controllare il budget per la comunicazione
- ♦ Analizzare i meccanismi di progettazione degli strumenti di comunicazione politica, sia storici che attuali, e la loro applicazione a diversi casi
- ♦ Determinare le funzioni del responsabile dell'area comunicazione di un'organizzazione o di un'azienda e stabilire contatti con i diversi pubblici, sia interni che esterni
- ♦ Identificare le principali teorie per l'analisi del rapporto tra campagne elettorali, media e comportamento politico
- ♦ Sviluppare competenze e capacità di ricerca e analisi dei fenomeni e dei processi di comunicazione per tutti i tipi di organizzazioni pubbliche e private, dei compiti di consulenza e di mediazione
- ♦ Valutare l'identità, la comunicazione, l'immagine, la reputazione e il marchio di un'organizzazione, di un prodotto o di una persona
- ♦ Generare criteri propri per la ricerca e l'analisi di informazioni provenienti da fonti diverse nell'ambito della comunicazione politica

03

Direzione del corso

Il Corso Universitario in Comunicazione Politica e Istituzionale ha un valore aggiunto che lo distingue da qualsiasi altra specializzazione del settore. Gli insegnanti che compongono il personale docente conoscono in prima persona il funzionamento della comunicazione politica. Per questo motivo, è stato preparato un programma con un'attenzione particolare allo sviluppo professionale da una prospettiva completamente in linea con la realtà del settore.





“

Imparare da esperti in materia è il modo più sicuro per poter lavorare al meglio come giornalista politico”

Direzione



Dott. Hernández De La Morena, Marcos

- ♦ Cariche: Giornalista specializzato in comunicazione politica
- ♦ Laurea in Giornalismo presso l'Università Complutense di Madrid-CU Villanueva
- ♦ Master in Studi Avanzati in Comunicazione politica presso l'Università Complutense di Madrid
- ♦ Analista ed editorialista di Comunicazione Politica da una prospettiva parallela
- ♦ Redattore economico specializzato in sourcing journalism e analisi dei dati presso La Tribuna de Automoción
- ♦ Web editor, analista SEO e Community Manager presso il quotidiano Expansión
- ♦ Addetto stampa della società sportiva Escudería El Piélago, dove si è occupato di creazione di contenuti per il web e la stampa, redazione di comunicati stampa, Community Manager, designer di copertine, editor di foto, video e poster
- ♦ Collaboratore stampa presso Juventudes Socialistas de España
- ♦ Speaker e reporter presso Cadena SER (stazione radiofonica di Castiglia-La Mancia)

Personale docente

Dott.ssa Cáceres, Karina

- ♦ Cariche: Responsabile della strategia digitale della Rete delle Politologhe
- ♦ Laurea in Relazioni Internazionali presso l'Università Cattolica di Cordoba
- ♦ Master in Studi sull'America Latina presso l'Università di Salamanca
- ♦ Assistente alla Comunicazione e alla Ricerca presso l'Università di Salamanca
- ♦ Assistente di ricerca per l'Organizzazione degli Stati Americani (OSA)
- ♦ Analista freelance di progetti di ricerca digitale



04

Struttura e contenuti

I contenuti di questo programma sono stati sviluppati da diversi docenti di questo corso con un chiaro obiettivo: permettere agli alunni di ottenere le competenze necessarie per diventare specialisti della Comunicazione Politica e Istituzionale. I contenuti di questa qualifica permetteranno di apprendere gli aspetti delle diverse discipline coinvolte in questo settore.





“ *Un programma d'insegnamento molto completo, strutturato in unità didattiche ben sviluppate, orientato a un apprendimento efficace e compatibile con il tuo stile di vita professionale*”

Modulo 1. Comunicazione politica e istituzionale

- 1.1. Comunicazione politica
 - 1.1.1. Non c'è politica senza comunicazione
 - 1.1.2. Tentativi di definire la comunicazione politica
 - 1.1.3. La nozione di messaggio: concezione ampia degli attori e del contenuto della comunicazione
 - 1.1.4. La comunicazione politica come confronto di messaggi
 - 1.1.5. Aree di studio della comunicazione politica
 - 1.1.6. Modello per lo studio della comunicazione politica
 - 1.1.6.1. Azione drammaturgica e azione comunicativa
 - 1.1.7. Comunicazione, politica e opinione pubblica
 - 1.1.7.1. Il ruolo della comunicazione nelle elezioni democratiche: Cos'è e a cosa serve?
 - 1.1.8. Comunicazione politica e nuovi media
 - 1.1.8.1. Come le nuove tecnologie e i nuovi media cambiano la concezione della comunicazione politica?
 - 1.1.9. Cambiamento sociale e cambiamento tecnologico
 - 1.1.9.1. Come comprendere l'influenza delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione?
 - 1.1.10. Mediatizzazione e personalizzazione della comunicazione politica
- 1.2. Comunicazione persuasiva
 - 1.2.1. Persuasione: prospettive teoriche
 - 1.2.2. Le fonti della persuasione: credibilità, attrazione, potere e altro.
 - 1.2.3. Il messaggio persuasivo: tipologie, funzioni, aspetti formali, domande retoriche
 - 1.2.4. Il ricevente: persuasione, elaborazione del messaggio, previsione comportamentale?
 - 1.2.5. Il contesto della persuasione: il canale e i mezzi di comunicazione, la persona come contesto, l'influenza degli altri
 - 1.2.6. Autopersuasione: dissonanza cognitiva, autopercezione, impegno e coerenza
 - 1.2.7. Modelli teorici della persuasione
 - 1.2.7.1. Modelli di apprendimento
 - 1.2.7.2. Modello di risposta cognitiva
 - 1.2.8. Modelli multiprocesso
 - 1.2.8.1. Il modello di probabilità di elaborazione
 - 1.2.8.2. Modello metacognitivo
 - 1.2.9. Resistenza alla persuasione: la teoria dell'inoculazione, della distrazione e della prevenzione
 - 1.2.10. Persistenza degli effetti persuasivi: l'attenuazione dell'impatto persuasivo. L'effetto di assuefazione
- 1.3. Nuovi attori della comunicazione politica
 - 1.3.1. Rappresentanza e partecipazione politica
 - 1.3.1.1. Concetti rilevanti: Perché alcuni cittadini partecipano a volte nelle istituzioni e a volte nelle strade o nei social network?
 - 1.3.2. L'ascesa della partecipazione "non convenzionale" e la politica della protesta nelle società contemporanee
 - 1.3.3. Cambiamenti nella comunicazione politica: la professionalizzazione
 - 1.3.4. I cambiamenti nella società (I)
 - 1.3.4.1. Frammentazione del pubblico e globalizzazione
 - 1.3.5. I cambiamenti nella società (II)
 - 1.3.5.1. Nuove priorità, valori e *Issues*
 - 1.3.6. Cambiamenti nei media: cambiamenti nel processo di *Gatekeeping*
 - 1.3.7. Attori tradizionali (I)
 - 1.3.7.1. Partiti politici (organizzazione e struttura)
 - 1.3.8. Attori tradizionali (II)
 - 1.3.8.1. Il sistema dei partiti in Spagna
 - 1.3.9. Attori non tradizionali (I)
 - 1.3.9.1. Movimenti sociali
 - 1.3.10. Attori non tradizionali (II)
 - 1.3.10.1. Gruppi sociali i cui diritti sono violati: donne e minoranze

- 1.4. Tecniche per una comunicazione efficace: argomenti, discorso, *Storytelling* ordine del giorno
 - 1.4.1. Tecniche per rendere più efficace la comunicazione
 - 1.4.2. L'importanza dei valori, dei contesti e delle emozioni
 - 1.4.3. Il discorso
 - 1.4.3.1. Elementi necessari per scrivere un discorso
 - 1.4.3.2. Struttura e parti costitutive (inizio, sviluppo, conclusione)
 - 1.4.4. Stile e tipi di discorso
 - 1.4.5. Tecniche retoriche di ripetizione; di eloquenza poetica; retorica; uso delle citazioni
 - 1.4.6. *Storytelling* (o come raccontare storie che persuadono)
 - 1.4.7. Linguaggio non verbale
 - 1.4.8. La rete tematica e il messaggio: l'agenda politica
 - 1.4.9. Argomenti e slogan. Discorso nella campagna
 - 1.4.10. Miti e richiami emotivi
- 1.5. La comunicazione politica delle istituzioni
 - 1.5.1. Comunicazione istituzionale. Immateriali. Notorietà e reputazione. Cosa viene comunicato
 - 1.5.2. Gestione della comunicazione. Rapporto con i pubblici
 - 1.5.3. Il Direttore della Comunicazione e i Dipartimenti di Comunicazione
 - 1.5.3.1. Ruoli e responsabilità
 - 1.5.4. Le agenzie di comunicazione:
 - 1.5.4.1. Organigramma, funzioni, principali agenzie di comunicazione
 - 1.5.5. Piano di Comunicazione (I)
 - 1.5.5.1. *Briefing* e ricerca
 - 1.5.5.2. *Audit* e *Stakeholders*
 - 1.5.6. Piano di Comunicazione (II)
 - 1.5.6.1. Obiettivi, missione, visione, strategie e tattiche
 - 1.5.7. Calendario e budget
 - 1.5.7.1. Valutazione e misurazione dei risultati
 - 1.5.7.2. *Clipping* e ROI
- 1.5.8. Preparazione dei portavoce
 - 1.5.8.1. Affrontare l'intervista
- 1.5.9. Sala stampa
 - 1.5.9.1. La gestione dei social media da una prospettiva istituzionale
- 1.5.10. Tipi di eventi istituzionali
 - 1.5.10.1. Organizzazione e diffusione
- 1.6. Campagne elettorali, media e decisioni di voto
 - 1.6.1. Senza elezioni non c'è democrazia!
 - 1.6.1.1. La comunicazione politica come confronto di messaggi
 - 1.6.2. Cosa fanno le campagne elettorali?
 - 1.6.2.1. Effetti delle campagne elettorali sulle decisioni di voto, sulla partecipazione politica e sulla smobilitazione
 - 1.6.3. Ricerca sugli effetti dei media e delle campagne elettorali in prospettiva comparativa
 - 1.6.3.1. Principali domande di ricerca, obiettivi, teorie e risultati (*agenda setting, framing, priming*)
 - 1.6.4. Profilo del candidato: ideale vs. Reale
 - 1.6.5. Analisi del contesto: delimitazioni, quadro giuridico, segmentazione degli elettori
 - 1.6.6. Elaborazione del messaggio elettorale: la componente partitica, la componente programmatica, la componente personale e l'equilibrio fine del messaggio elettorale
 - 1.6.7. La comunicazione del messaggio elettorale (I): logo, slogan e organizzazione dell'evento
 - 1.6.8. La comunicazione del messaggio elettorale (II): pubblicità elettorale, rapporto tra partiti politici e media e direct marketing
 - 1.6.9. La nuova comunicazione degli attori politici e dei media
 - 1.6.10. Attacco in campagna elettorale
- 1.7. Candidati, strategie e organizzazione delle campagne elettorali
 - 1.7.1. Leadership
 - 1.7.1.1. Competenze che un candidato deve possedere per avere successo
 - 1.7.2. Progettazione e pianificazione delle campagne
 - 1.7.2.1. Come si conduce una campagna elettorale?
 - 1.7.2.2. Tappe. Progettazione, pianificazione e attuazione della campagna

- 1.7.3. Struttura organizzativa della campagna
- 1.7.4. Risorse di mobilitazione
 - 1.7.4.1. Centralizzazione vs. Decentralizzazione
 - 1.7.4.2. Professionalizzazione vs. Dilettantismo
- 1.7.5. Strategie
 - 1.7.5.1. Mediatiche, programmatiche e clientelari
- 1.7.6. Implementazione della campagna
 - 1.7.6.1. Strumenti di mobilitazione fisica: attenzione al contatto personale con l'elettore rispetto a quello Centrato sui mezzi di comunicazione
- 1.7.7. Strategie organizzative I
 - 1.7.7.1. Campagne incentrate sul candidato vs. Campagne incentrate sul partito
- 1.7.8. Strategie organizzative II
 - 1.7.8.1. Campagne incentrate sul capitale vs. Campagne incentrate sul lavoro intensivo
- 1.7.9. La dimensione territoriale delle campagne elettorali
- 1.7.10. La dimensione digitale delle campagne elettorali
- 1.8. Spot, dibattiti e campagne negative
 - 1.8.1. L'analisi degli spot come strumento per identificare le strategie e comprendere il modo in cui si svolgono le campagne
 - 1.8.2. Il *frame analysis* nello studio degli *spot*
 - 1.8.3. Tipologie: *framing* verbale, visuale, aurale
 - 1.8.4. A cosa servono i dibattiti?
 - 1.8.5. Formati dei dibattiti
 - 1.8.6. Strategie di attacco e di difesa
 - 1.8.7. Stili discorsivi
 - 1.8.8. Espressioni ripetute
 - 1.8.9. Risposte
 - 1.8.10. Campagna negativa: tattiche di attacco e contrattacco
- 1.9. Comunicazione governativa e di crisi
 - 1.9.1. "Governo bene, ma comunico male". Definizioni di comunicazione di governo
 - 1.9.2. L'obiettivo della comunicazione del governo e delle politiche pubbliche: legittimare piuttosto che pubblicizzare
 - 1.9.3. Il "mito del governo"





- 1.9.4. Il cambio di paradigma nella gestione e i processi convergenti
- 1.9.5. Gestione quotidiana e strategia a medio termine
- 1.9.6. I governatori e il rapporto governo-cittadino
- 1.9.7. La definizione di crisi, conflitto e controversie
- 1.9.8. Scandali pubblici
- 1.9.9. Il processo di gestione della reputazione personale e istituzionale e il suo rapporto con la comunicazione di governo. La soggettività
- 1.9.10. Gruppi di gestione delle crisi. Il fattore sorpresa
- 1.10. La politica nel XXI secolo
 - 1.10.1. Social network
 - 1.10.1.1. Cosa sono e a cosa servono? Statistiche e dati
 - 1.10.2. Analisi dei social network
 - 1.10.2.1 Reti, influenza, metriche
 - 1.10.3. Strumenti di misurazione e monitoraggio
 - 1.10.4. Tecniche di posizionamento e ottimizzazione: SEO
 - 1.10.5. Pubblicità online (AdWords e nuove piattaforme)
 - 1.10.6. Strategie per attrarre follower
 - 1.10.7. Le strategie comunicative dell'attivismo politico nei social network in Spagna: mediazione, monitoraggio e costruzione inversa dell'agenda
 - 1.10.8. Sviluppo e implementazione di campagne 2.0
 - 1.10.9. La cyberpolitica e i suoi effetti sulla partecipazione e la mobilitazione dei giovani e sulla cittadinanza
 - 1.10.10. Sfide e dilemmi: disinformazione e infoxication



Impara ad elaborare e a decifrare la comunicazione politica e istituzionale con la competenza di un professionista altamente qualificato"

05

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”

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”



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi reali.

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 professionale più attuali.

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

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 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università 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. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi 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.



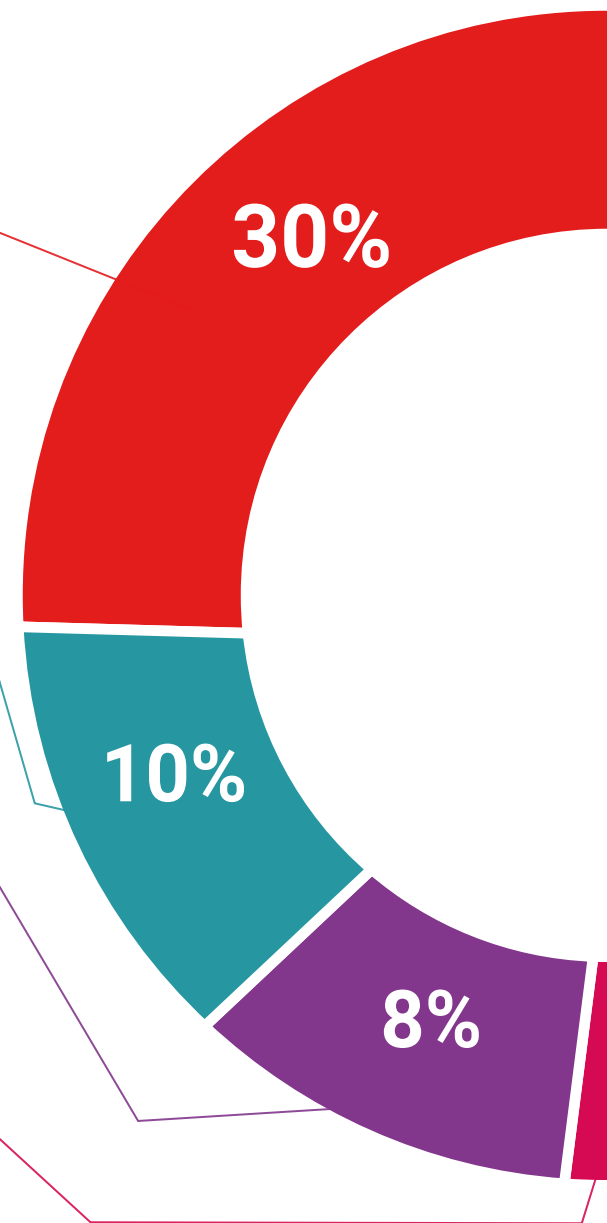
Pratiche di competenze e competenze

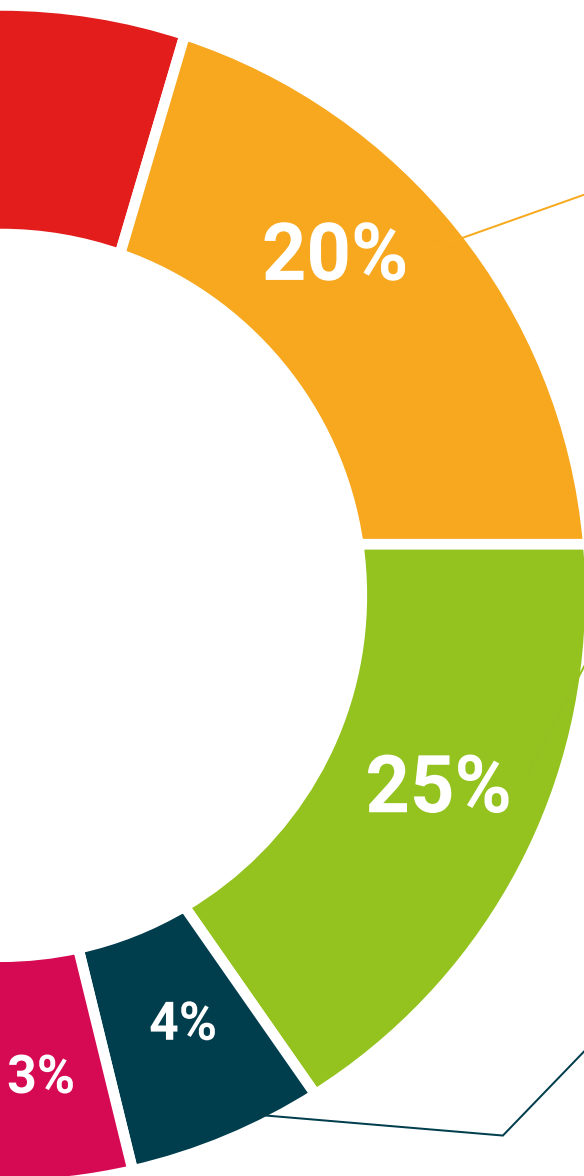
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 monitorati dai migliori specialisti 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.



06

Titolo

Il Corso Universitario in Comunicazione Politica e Istituzionale ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Corso Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **Corso Universitario in Comunicazione Politica e Istituzionale** 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 **Corso Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Corso Universitario in Comunicazione Politica e Istituzionale**

N.° Ore Ufficiali: **150 o.**



*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.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata inn
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech università
tecnologica

Corso Universitario
Comunicazione Politica
e Istituzionale

- » Modalità: online
- » Durata: 6 settimane
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Corso Universitario

Comunicazione Politica e Istituzionale

