

# Esperto Universitario

## Comunicazione Sociale



## Esperto Universitario Comunicazione Sociale

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-comunicazione-sociale](http://www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-comunicazione-sociale)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Struttura e contenuti

---

*pag. 12*

04

Metodologia

---

*pag. 18*

05

Titolo

---

*pag. 26*

# 01

# Presentazione

Lo studio della Comunicazione Sociale è fondamentale per i professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche, in quanto fornisce loro una conoscenza approfondita del modo in cui la società si relaziona e si esprime. Pertanto, la specializzazione in questo campo è di grande valore nel settore, poiché la comunicazione è la base della pubblicità. Così, durante questo programma di TECH, gli studenti impareranno a esprimersi in modo fluente ed efficace sia oralmente che per iscritto, sapendo utilizzare le risorse linguistiche più appropriate per ogni lavoro.



“

*Impara ad esprimerti con la competenza di uno specialista della comunicazione e usa gli strumenti linguistici a tua disposizione nei messaggi pubblicitari che progetti”*

L'acquisizione di una conoscenza avanzata in materia di Comunicazione Sociale è fondamentale per i professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche, in quanto permette loro di avere un'ottima padronanza del linguaggio, in linea con le esigenze dei messaggi e del pubblico di riferimento. L'Esperto Universitario in Comunicazione Sociale di TECH è quindi pensato per offrire ai giornalisti una conoscenza approfondita di questo settore, fondamentale per il loro sviluppo professionale.

Questo programma mira in particolare a sensibilizzare e consentire agli studenti di comprendere e analizzare in maniera critica la realtà sociale, sulla base dei contributi concettuali e teorici della Sociologia. L'industria richiede infatti professionisti 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.

TECH offre uno studio interdisciplinare sui concetti di base delle Scienze della Comunicazione per poi soffermarsi ad analizzare le ricerche condotte sul processo simbolico della comunicazione umana. Su questa base, il programma analizza 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.

Questo Esperto Universitario intende quindi fare un ripasso completo e concreto sulla Comunicazione Sociale, che consentirà agli studenti di lavorare nell'area pubblicitaria, sia a livello tecnico che manageriale, con maggiore sicurezza e precisione nell'uso di un linguaggio adeguato ai messaggi comunicativi che si vogliono indirizzare ai destinatari.

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

- ♦ Uso delle più recenti tecnologie nei 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 pratica online
- ♦ Sistemi di aggiornamento e riqualificazione permanente
- ♦ Apprendimento autoregolato che permette piena compatibilità con altri impegni
- ♦ Esercizi pratici per l'autovalutazione e la verifica dell'apprendimento
- ♦ Gruppi di appoggio e sinergie educative: domande agli esperti, forum di discussione e conoscenza
- ♦ Comunicazione con il personale docente e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Banche di documentazione complementare disponibili sempre



*La realizzazione di questo Esperto Universitario ti permetterà di capire, in modo chiaro, l'importanza della comunicazione nella società"*

“

*Iscriversi in TECH significa studiare in un'università del XXI secolo che scommette sulla modalità online per favorire la conoscenza dei suoi studenti”*

Il personale docente di questo programma è composto da professionisti provenienti da diversi ambiti legati alla disciplina. Ciò consente a TECH di raggiungere l'obiettivo di aggiornamento accademico stabilito. Un personale docente multidisciplinare di professionisti esperti in diversi settori, in grado di trasmettere efficacemente le conoscenze teoriche, ma soprattutto di mettere al servizio degli studenti le conoscenze pratiche derivanti dalla propria esperienza.

La conoscenza approfondita della disciplina è rafforzata dall'efficacia dell'impostazione metodologica. Sviluppato da un team multidisciplinare di esperti di e-learning, integra gli ultimi progressi nella tecnologia educativa. Lo studente potrà studiare avvalendosi di una serie di strumenti multimediali comodi e versatili, che gli daranno l'operatività di cui ha bisogno il suo processo di studio.

Il progetto di questo programma è incentrato sull'Apprendimento Basato sui Problemi. Un approccio che concepisce l'apprendimento come un processo eminentemente pratico. Al fine di raggiungere questo obiettivo in modalità remota, useremo la pratica online. Grazie all'aiuto di un innovativo sistema di video interattivo e del Learning From an Expert, lo studente potrà acquisire le conoscenze come se stesse affrontando un contesto reale. Un concetto che gli permetterà di integrare e assimilare l'apprendimento in modo più realistico e permanente.

*Specializzati in Comunicazione Sociale e metti in pratica queste conoscenze nel tuo lavoro quotidiano.*

*La metodologia didattica di questo programma ti permetterà di ottenere una visione molto più realistica della Comunicazione Sociale.*



# 02

## Obiettivi

TECH ha progettato un programma molto completo sulla Comunicazione Sociale con l'obiettivo principale di far comprendere agli studenti l'importanza di questo concetto per il loro sviluppo professionale, nonché l'evoluzione che la comunicazione ha avuto nel corso della storia. Un obiettivo che sarà raggiunto grazie a un programma di studio di alto livello accademico, che include gli aspetti più rilevanti di questo settore al fine di fornire agli studenti le qualifiche necessarie a migliorare la loro pratica quotidiana, ottenendo, a sua volta, una crescita personale e professionale.







“

*Migliora le tue competenze e ottieni  
la promozione che desideri grazie a  
questo Esperto Universitario”*



## Obiettivi generali

- ♦ Acquisire le conoscenze necessarie a realizzare un'adeguata comunicazione pubblicitaria utilizzando gli strumenti digitali più avanzati
- ♦ Imparare a gestire la comunicazione nelle organizzazioni e nelle aziende nei momenti di crisi



*Un percorso di specializzazione e crescita professionale che ti fornirà una maggiore competitività nel mercato del lavoro"*





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Sociologia generale

- ♦ Effettuare analisi critiche della realtà sociale sulla base di una lettura sociologica della stessa
- ♦ Esprimersi in modo fluente ed efficace nella comunicazione orale e scritta, sfruttando le risorse linguistiche più appropriate
- ♦ 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
- ♦ 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
- ♦ Riconoscere gli aspetti sociologici, economici e legali che influenzano la comunicazione pubblicitaria e lo sviluppo delle relazioni pubbliche
- ♦ Saper affrontare la divulgazione dei progressi scientifici in modo comprensibile ed efficace

### Modulo 2. Teoria della Comunicazione Sociale

- ♦ Conoscere i settori della pubblicità e delle pubbliche relazioni, i loro processi e le strutture organizzative
- ♦ Saper identificare i profili professionali di chi si occupa della pubblicità e delle relazioni pubbliche, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale
- ♦ Padroneggiare gli elementi, le forme e i processi dei linguaggi pubblicitari e di altre modalità di comunicazione, analizzando i vari livelli ed elementi che compongono il sistema linguistico, nonché i prodotti discorsivi che fanno parte delle diverse tipologie testuali
- ♦ Identificare i principi fondamentali della creatività umana e la sua applicazione nelle manifestazioni della comunicazione persuasiva
- ♦ Saper applicare i processi creativi al campo della comunicazione, in particolare nel settore della pubblicità e delle pubbliche relazioni

- ♦ Comprendere i sistemi di analisi delle campagne pubblicitarie e di pubbliche relazioni
- ♦ Saper descrivere la struttura delle agenzie pubblicitarie
- ♦ Delimitare ciascuna delle funzioni per la gestione dell'azienda pubblicitaria e di pubbliche relazioni, evidenziandone le principali applicazioni

### Modulo 3. Introduzione alla psicologia della comunicazione

- ♦ Permettere allo studente di mettere in relazione in modo coerente la pubblicità e le relazioni pubbliche con altre scienze sociali e umane
- ♦ Comprendere i concetti di base e i modelli teorici della comunicazione umana, i suoi elementi e le sue caratteristiche, nonché il ruolo che svolge nei processi psicologici della pubblicità e delle pubbliche relazioni
- ♦ Identificare e analizzare i processi psicosociali, cognitivi ed emotivi della comunicazione pubblicitaria e delle pubbliche relazioni

03

# Struttura e contenuti

Questo corso ha un programma completo che copre gli aspetti più rilevanti della Comunicazione Sociale, un'area di conoscenza fondamentale nella pubblicità e nelle relazioni pubbliche. Un programma creato da un personale docente di prim'ordine con un obiettivo chiaro: migliorare la qualificazione dei professionisti per aiutarli a ottenere un cambiamento positivo nella loro professione. È senza dubbio il miglior programma che i professionisti di questo settore accademico possano trovare sul mercato.





“

*Questo programma ti permetterà di svolgere uno studio approfondito sui principali aspetti della Comunicazione Sociale”*

## Modulo 1. Sociologia generale

- 1.1. La prospettiva sociologica
  - 1.1.1. La Sociologia come scienza
  - 1.1.2. Le origini della Sociologia: i primi sociologi
- 1.2. Azione, struttura e cambiamento sociale
  - 1.2.1. Teorie dell'azione sociale
  - 1.2.2. Struttura sociale
  - 1.2.3. Il cambiamento sociale
- 1.3. Persona, cultura e società
  - 1.3.1. Basi normative dell'azione sociale
  - 1.3.2. Basi idealiste e simboliche dell'azione sociale
  - 1.3.3. La cultura: una componente essenziale della società
  - 1.3.4. Diversità culturale
  - 1.3.5. Etnocentrismo e relatività culturale
- 1.4. Il processo di socializzazione
  - 1.4.1. Socializzazione
  - 1.4.2. Il processo di socializzazione
  - 1.4.3. Meccanismi di socializzazione
  - 1.4.4. Fasi del processo socializzazione
  - 1.4.5. Attori tradizionali della socializzazione
  - 1.4.6. Nuovi attori della socializzazione nella società globale
- 1.5. Adattamento e devianza sociale
  - 1.5.1. Adattamento e devianza sociale
  - 1.5.2. Devianza sociale
  - 1.5.3. Principali teorie della devianza
- 1.6. Disuguaglianza, stratificazione ed esclusione sociale
  - 1.6.1. Disuguaglianza sociale
  - 1.6.2. Disuguaglianza e stratificazione sociale
  - 1.6.3. Teorie della disuguaglianza e della stratificazione sociale
  - 1.6.4. Esclusione sociale



- 1.7. Famiglia e relazioni di coppia
  - 1.7.1. Concetti di base per l'analisi della famiglia
  - 1.7.2. Evoluzione dell'istituzione familiare
  - 1.7.3. Prospettive teoriche sulla famiglia
  - 1.7.4. Violenza in famiglia
  - 1.7.5. Cambio di famiglia
- 1.8. Società e politica
  - 1.8.1. Società e politica: una relazione multidimensionale
  - 1.8.2. Politica, Stato, potere e autorità
  - 1.8.3. Regimi politici
  - 1.8.4. Attori politici
- 1.9. Mezzi di Comunicazione Sociale
  - 1.9.1. Importanza sociale dei media
  - 1.9.2. Tappe culturali nei media
  - 1.9.3. Effetti dei mezzi di comunicazione
  - 1.9.4. Principali dimensioni dell'analisi dei media
  - 1.9.5. Contenuti, pubblico e globalizzazione dei media
- 1.10. La globalizzazione
  - 1.10.1. Che cos'è la globalizzazione?
  - 1.10.2. Il dibattito sulla globalizzazione
  - 1.10.3. L'accelerazione del processo di globalizzazione: le cause principali
  - 1.10.4. Alcune conseguenze della globalizzazione

## Modulo 2. Teoria della comunicazione sociale

- 2.1. Introduzione. La scienza della comunicazione come scienza sociale
  - 2.1.1. Introduzione: lo studio della comunicazione come scienza sociale
  - 2.1.2. La conoscenza
  - 2.1.3. Il metodo scientifico
  - 2.1.4. Concetti comuni nella ricerca scientifica
- 2.2. Elementi della comunicazione. Campi scientifici della comunicazione sociale
  - 2.2.1. Ricerca empirica sui fenomeni comunicativi
  - 2.2.2. Concetto di comunicazione
  - 2.2.3. Campi scientifici della comunicazione

- 2.3. Traiettorie della ricerca sulla comunicazione sociale
  - 2.3.1. Le origini dello studio della comunicazione
  - 2.3.2. Il periodo moderno: la scissione tra la teoria dell'argomentazione e l'arte della pronuncia
  - 2.3.3. Il XX secolo: la retorica dei mass media
- 2.4. Il comportamento comunicativo
  - 2.4.1. Excursus sul concetto di comportamento comunicativo
  - 2.4.2. L'etologia animale e lo studio della comunicazione umana
  - 2.4.3. I precedenti biologici della comunicazione
  - 2.4.4. La comunicazione intrapersonale
  - 2.4.5. Modelli di comportamento comunicativo
  - 2.4.6. Lo studio del comportamento comunicativo non verbale
- 2.5. La transazione comunicativa
  - 2.5.1. Scambio simbolico e cultura umana
  - 2.5.2. Analisi transazionale
- 2.6. Identità, concetto di sé e comunicazione
  - 2.6.1. Micropolitica transazionale e concetto di sé: l'interazione come negoziazione di identità
  - 2.6.2. La rappresentazione di sé nei rituali quotidiani
  - 2.6.3. La costruzione del concetto di sé e la sua espressione
  - 2.6.4. Concetto di sé motivato all'interazione
  - 2.6.5. Pragmatica conversazionale
- 2.7. Comunicazione nei gruppi e nelle organizzazioni
  - 2.7.1. Il gruppo sociale
  - 2.7.2. Reti sociali, sociometria e comunicazione intra e intergruppo
  - 2.7.3. Unità e livelli di analisi della comunicazione di gruppo
  - 2.7.4. Teoria della diffusione delle innovazioni
  - 2.7.5. La comunicazione nelle imprese
- 2.8. Comunicazione mediatica (I). Teorie sui potenti effetti dei media
  - 2.8.1. Comunicazione mediatica
  - 2.8.2. Caratteristiche dei media e dei loro messaggi
  - 2.8.3. I potenti effetti dei mass media

- 2.9. Comunicazione mediatica (II). Effetti limitati
  - 2.9.1. Approccio generale alla relativa innocuità dei media
  - 2.9.2. Elaborazione selettiva
  - 2.9.3. Gli usi e le gratificazioni della comunicazione di massa
- 2.10. La comunicazione computerizzata e la realtà virtuale come oggetti di studio emergenti
  - 2.10.1. La comunicazione mediata dal computer: il problema della sua integrazione teorica
  - 2.10.2. La comunicazione mediata dal computer: il problema della sua integrazione teorica
  - 2.10.3. Evoluzione della teoria degli usi e delle gratificazioni
  - 2.10.4. La realtà virtuale come oggetto di studio emergente

### Modulo 3 Introduzione alla psicologia della comunicazione

- 3.1. Storia della psicologia
  - 3.1.1. Introduzione allo studio della psicologia
  - 3.1.2. Scienza in evoluzione. Cambiamenti storici e di paradigma
  - 3.1.3. Paradigmi e fasi in psicologia
  - 3.1.4. Scienza cognitiva
- 3.2. Introduzione alla psicologia sociale
  - 3.2.1. Iniziamo lo studio della Psicologia sociale: l'influenza
  - 3.2.2. Empatia, altruismo e comportamento di sostegno
- 3.3. Cognizione sociale: l'elaborazione delle informazioni sociali
  - 3.3.1. Pensare e conoscere, bisogni vitali
  - 3.3.2. Cognizione sociale
  - 3.3.3. Organizzare le informazioni
  - 3.3.4. Pensiero: prototipico o categorico
  - 3.3.5. Gli errori che commettiamo nel pensare: i pregiudizi inferenziali
  - 3.3.6. Elaborazione automatica delle informazioni



- 3.4. Psicologia della personalità
  - 3.4.1. Cos'è l'io? Identità e personalità
  - 3.4.2. L'autocoscienza
  - 3.4.3. L'autostima
  - 3.4.4. La consapevolezza di sé
  - 3.4.5. Variabili interpersonali nella formazione della personalità
  - 3.4.6. Variabili macrosociali della configurazione della personalità
- 3.5. Le emozioni
  - 3.5.1. Di cosa parliamo quando siamo emozionati?
  - 3.5.2. Caratteristiche delle emozioni
  - 3.5.3. Emozioni e personalità
  - 3.5.4. Da un'altra prospettiva. Emozioni sociali
- 3.6. Psicologia della comunicazione. Persuasione e cambiamento di atteggiamento
  - 3.6.1. Introduzione alla psicologia della comunicazione
  - 3.6.2. Gli atteggiamenti
  - 3.6.3. Modelli storici nello studio della comunicazione persuasiva
  - 3.6.4. Il Modello di Probabilità di Elaborazione (elm)
  - 3.6.5. Processi di comunicazione per mezzo dei media
- 3.7. Il mittente
  - 3.7.1. La fonte della comunicazione persuasiva
  - 3.7.2. Caratteristiche della fonte. La credibilità
  - 3.7.3. Caratteristiche della fonte. L'attrazione
  - 3.7.4. Caratteristiche del trasmettitore. Il potere
  - 3.7.5. Processi di comunicazione persuasiva. Meccanismi basati sulla cognizione primaria
- 3.8. Il messaggio
  - 3.8.1. Cominciamo ad esaminare la composizione del messaggio
  - 3.8.2. Tipi di messaggi: razionali e emotivi
  - 3.8.3. Messaggi emotivi e comunicazione: messaggi che inducono alla paura
  - 3.8.4. Messaggi e comunicazione razionale
- 3.9. Il ricevente
  - 3.9.1. Il ruolo del ricevente secondo il Modello di Probabilità di Elaborazione
  - 3.9.2. Bisogni e motivazioni dei destinatari: il loro impatto sul cambiamento di atteggiamento
- 3.10. Nuove prospettive nello studio della comunicazione
  - 3.10.1. L'elaborazione non cosciente dell'informazione. Processi automatici
  - 3.10.2. Misurare i processi automatici nella comunicazione
  - 3.10.3. Primi passi nei nuovi paradigmi
  - 3.10.4. Teorie dei sistemi di elaborazione duale



*Un'esperienza di specializzazione  
unica e decisiva per crescere a  
livello professionale"*

04

# 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

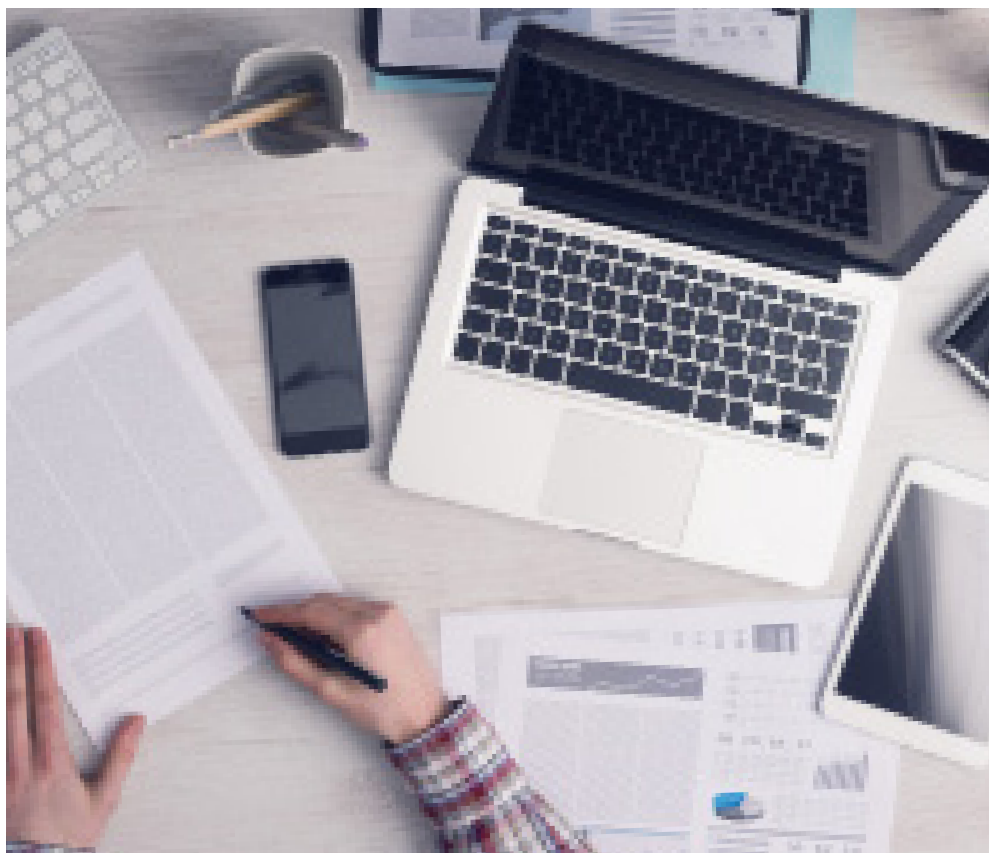
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*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.



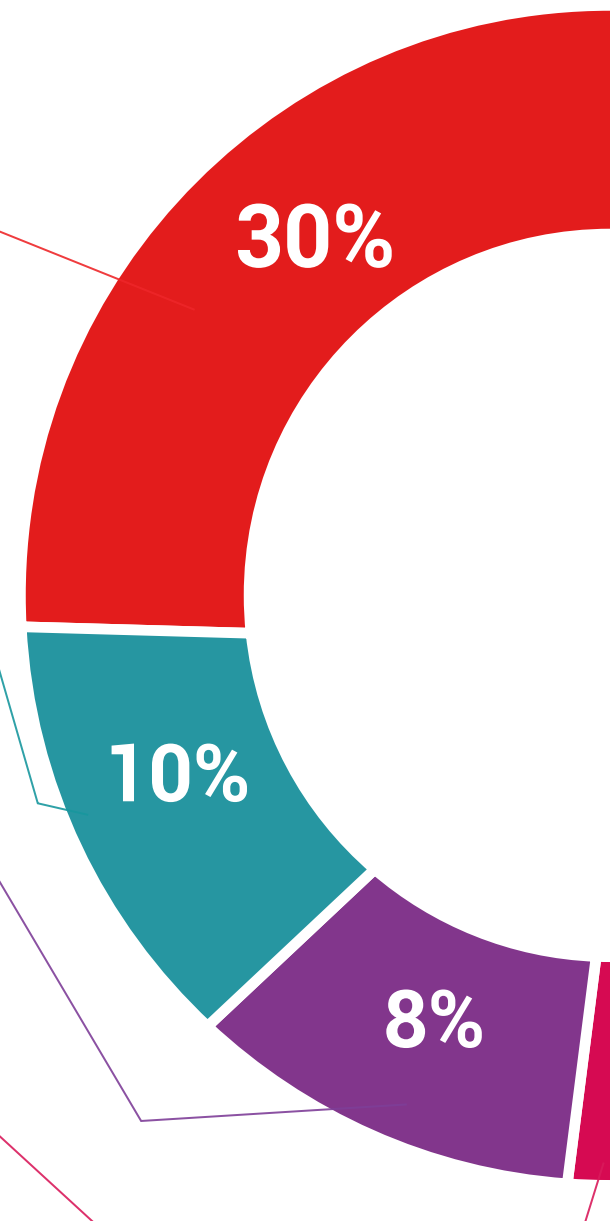
#### Pratiche di competenze e competenze

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.

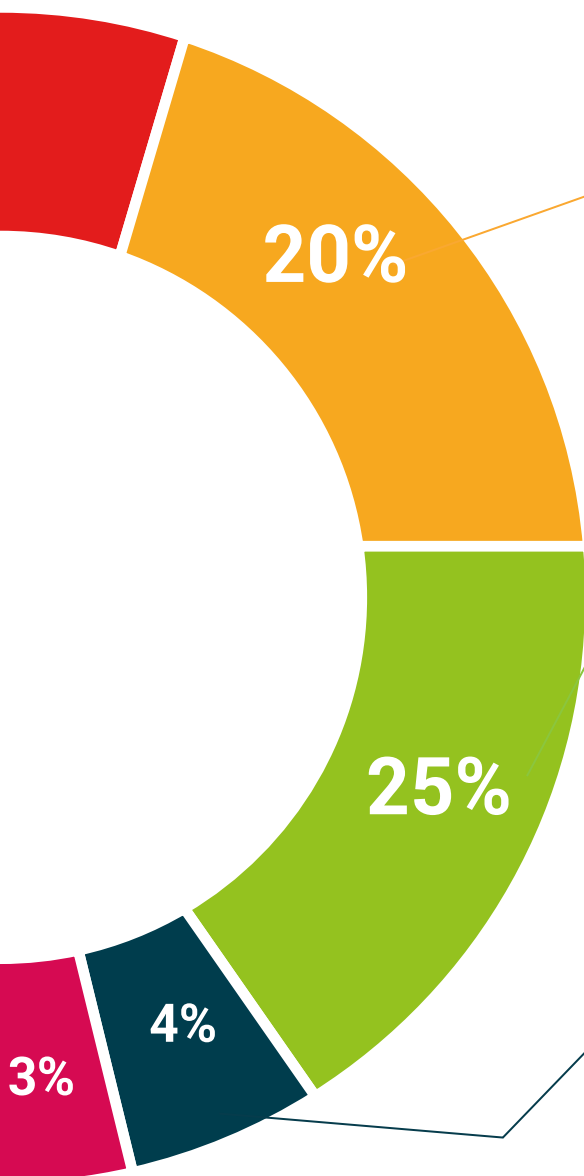


#### Letture complementari

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.



05

# 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 nell'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.

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

**tech** università  
tecnologica

**Esperto Universitario**  
**Comunicazione Sociale**

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

# Esperto Universitario

## Comunicazione Sociale