

Certificat

Communication Politique et Institutionnelle





Certificat

Communication Politique et Institutionnelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 semaines
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/cours/communication-politique-institutionnelle

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 16

05

Méthodologie

page 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

La communication politique et institutionnelle met en jeu différents facteurs que le professionnel doit prendre en compte, qu'il travaille à la diffusion ou que cette communication soit la source d'information de son travail journalistique. Une connaissance complète de ces éléments est le moyen de travailler efficacement et en toute confiance dans un territoire souvent complexe. Ce programme offre une formation complète et de haute qualité dans ce domaine de travail intéressant pour le professionnel du journalisme.





“

Toutes les clés de la communication politique et institutionnelle dans une formation intensive et de qualité pour le professionnel du journalisme”

Les journalistes jouent un rôle important dans la politique, car d'un point de vue critique, ils informent la société sur ce qui se passe au sein du gouvernement et sur les décisions futures.

De cette manière, le rôle du journaliste cherche, par le biais de la communication, à établir des relations avec les hauts fonctionnaires afin d'accéder à un dialogue qui lui permette de montrer de manière transparente tout ce qui se passe dans la politique et les institutions publiques. De cette façon, l'information sera plus efficace et plus véridique.

D'autre part, si le journaliste fait partie d'une des institutions publiques ou du gouvernement lui-même, il a le devoir d'exercer son rôle, en défendant d'un point de vue critique son éthique professionnelle pour dire la vérité de ce qui se passe.

Cette Certificat 100% en ligne est une proposition de TECH pour tous les journalistes professionnels qui souhaitent élargir leurs connaissances dans le secteur politique. Avec son support didactique, audiovisuel et innovant, ce programme offre les dernières mises à jour des connaissances dans le domaine de la politique.

Ce **Certificat en Communication Politique et Institutionnelle** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Dernières technologies en matière de softwares d'enseignement en ligne
- ♦ Système d'enseignement intensément visuel, soutenu par des contenus graphiques et schématiques faciles à assimiler et à comprendre
- ♦ Développement d'études de cas présentées par des experts actifs
- ♦ Systèmes vidéo interactifs de pointe
- ♦ Enseignement basé sur la télé-pratique
- ♦ Systèmes de mise à jour et de recyclage continus
- ♦ Apprentissage autorégulé: compatibilité totale avec d'autres professions
- ♦ Exercices pratiques pour l'auto-évaluation et la vérification de l'apprentissage
- ♦ Groupes de soutien et synergies éducatives: questions à l'expert, forums de discussion et de connaissances
- ♦ Communication avec l'enseignant et travail de réflexion individuel
- ♦ Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ Banques de documents justificatifs disponibles en permanence, y compris après le programme



L'expérience d'une université solvable et experte est à votre service dans cette rénovation complète"

“

Un Certificat soutenu par la meilleure technologie, qui vous permettra d'apprendre de manière fluide et efficace”

Le corps enseignant est composé de spécialistes actifs. Une équipe pluridisciplinaire de professionnels qualifiés et expérimentés, qui développeront efficacement les connaissances théoriques, mais surtout, mettront au service du cours les connaissances pratiques issues de leur propre expérience.

Cette maîtrise du sujet est complétée par l'efficacité de la conception méthodologique, développée par une équipe pluridisciplinaire d'experts en e-learning qui intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative.

Pour assurer le succès de ce programme, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant, grâce auquel il pourra tester la télépratique et le learning from an expert. Deux concepts qui vous aideront à intégrer et à ancrer l'apprentissage d'une manière plus réaliste et permanente.

Un processus passionnant qui vous permettra de travailler dans l'un des domaines les plus dynamiques et les plus passionnants du journalisme actuel.

Avec des professeurs experts dans ce domaine, cette spécialisation est une occasion unique de développement professionnel.



02 Objectifs

Le Certificat en Communication Politique et Institutionnelle vise l'obtention d'un diplôme de spécialisation qui permet au professionnel du journalisme de développer sa carrière dans ce domaine de manière optimale. À cette fin, le contenu théorique essentiel a été élaboré et servira de base à la pratique, qui sera développée de manière intensive tout au long du programme.



“

Incluez dans votre CV les connaissances et les compétences nécessaires pour travailler comme communicateur politique et institutionnel dans n'importe quel média"



Objectifs généraux

- Élaborer et analyser des discours politiques destinés à des environnements et des publics différents, et les exécuter oralement avec une efficacité communicative
- Identifier les stratégies de communication appliquées dans les discours politiques
- Analyser la rhétorique des discours politiques et les différentes stratégies de persuasion dans les campagnes politiques et électorales
- Développer des compétences dans l'utilisation des techniques d'expression orale et écrite qui permettront à l'étudiant d'acquérir la capacité d'élaborer et d'analyser un discours politique
- Développer des compétences de communication efficaces pour devenir un excellent porte-parole et communicateur dans un environnement professionnel



Des objectifs réalistes et réalisables qui vous permettront de changer votre avenir professionnel avec un profil d'emploi beaucoup plus compétitifs"





Objectifs spécifiques

- ◆ Développer la capacité, les compétences et le jugement critique pour établir un plan de communication, fixer des objectifs, définir le public cible, planifier des stratégies et contrôler le budget de communication
- ◆ Analyser les mécanismes par lesquels les outils de communication politique sont conçus, tant historiquement qu'actuellement, et leur application à différents cas
- ◆ Déterminer les fonctions de la personne chargée du secteur de la communication d'une organisation ou d'une entreprise et établir des contacts avec les différents publics, tant internes qu'externes
- ◆ Identifier les principales théories pour l'analyse de la relation entre les campagnes électorales, les médias et le comportement politique
- ◆ Développer les compétences et les capacités à rechercher et analyser les phénomènes et processus de communication pour tous les types d'organisations publiques et privées, les tâches de conseil, de consultation et de médiation
- ◆ Évaluer et apprécier l'identité, la communication, l'image, la réputation et la marque d'une organisation, d'un produit ou d'une personne
- ◆ Générer ses propres critères pour rechercher et analyser des informations provenant de différentes sources dans l'environnement de la communication politique

03

Direction de la formation

Le Certificat en Communication Politique et Institutionnelle a une valeur ajoutée qui se distingue de toute autre spécialisation similaire. Les enseignants qui composent l'équipe de professeurs ont une connaissance de première main des rouages réels de la communication politique. C'est pour cette raison qu'un programme a été élaboré, mettant l'accent sur le développement professionnel dans une perspective totalement adaptée à la réalité du secteur.





“

Apprendre auprès d'experts en la matière est le meilleur moyen d'apprendre à agir avec confiance dans votre travail de journaliste politique"

Direction



M. Hernandez De La Morena, Marcos

- ♦ Poste : Journaliste spécialisée dans la communication politique
- ♦ Diplômé en Journalisme à l'Université Complutense de Madrid - Université Complutense de Madrid-CU Villanueva
- ♦ Master d'Etudes Avancées en Communication Politique de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Analyste et chroniqueur du point de vue de la Communication Politique en voix parallèle
- ♦ Rédacteur économique spécialisé dans le journalisme de source et l'analyse de données à La Tribune des Automobiles
- ♦ Rédacteur web, analyste SEO et Community Manager au journal Expansión
- ♦ Attaché de presse du club sportif Escuderia El Piélago, avec création de contenus web et imprimés, rédaction de communiqués de presse, Community Manager, concepteur de couvertures, éditeur de photos, vidéos et affiches
- ♦ Collaborateur de presse pour Juventudes Socialistas d'Espagne
- ♦ Radiodiffuseur et reporter pour Cadena SER (titre Castilla-La Mancha)

Professeurs

Mme Caceres, Karina

- ♦ Poste: Responsable de la stratégie numérique pour le Réseau de Politologues
- ♦ Diplômée en Relations Internationales de l'Université Catholique de Cordoba
- ♦ Master en Études Latino américaines de l'Université de Salamanque
- ♦ Assistante de Communication et de Recherche à l'Université de Salamanque
- ♦ Assistante de recherche pour l'Organisation des États américains (OEA)
- ♦ Analyste indépendant de projets de recherche numérique



04

Structure et contenu

Le contenu de ce programme a été élaboré par les différents professeurs de ce Certificat avec un objectif clair: faire en sorte que les étudiants acquièrent chacune des compétences nécessaires pour devenir un spécialiste de la communication politique et institutionnelle. Le contenu de ce Certificat permettra d'apprendre tous les aspects des différentes disciplines impliquées dans ce domaine.





“

Un programme d'enseignement très complet, structuré en unités didactiques très développées, orienté vers un apprentissage efficace et, compatible avec votre vie personnelle et professionnelle”

Module 1. Communication politique et institutionnelle

- 1.1. Communication politique
 - 1.1.1. Pas de politique sans communication
 - 1.1.2. Les tentatives de définition de la communication politique
 - 1.1.3. La notion de message: une conception large des acteurs et des contenus de la communication
 - 1.1.4. La communication politique comme confrontation de messages
 - 1.1.5. Les domaines d'étude de la communication politique
 - 1.1.6. Modèle pour l'étude de la communication politique
 - 1.1.6.1. l'action dramaturgique et l'action communicative
 - 1.1.7. Communication, politique et opinion publique
 - 1.1.7.1. Le rôle de la communication dans les élections démocratiques: Qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert?
 - 1.1.8. Communication politique et nouveaux médias
 - 1.1.8.1. Comment les nouvelles technologies/nouveaux médias modifient-ils la conception de la communication politique?
 - 1.1.9. Changement social et changements technologie
 - 1.1.9.1. Comment comprendre l'influence des nouvelles technologies de l'information et de la communication?
 - 1.1.10. Médiatisation et personnalisation de la communication politique
- 1.2. Communication persuasive
 - 1.2.1. Persuasion: perspectives théoriques
 - 1.2.2. La source de la persuasion: crédibilité, attractivité, pouvoir et autres
 - 1.2.3. Le message persuasif: types, fonctions, aspects formels, questions rhétoriques
 - 1.2.4. Le récepteur: capacité de persuasion, traitement du message, prédiction du comportement?
 - 1.2.5. Le contexte de la persuasion: canal et médias, la personne comme contexte, l'influence des autres
 - 1.2.6. Autopersuasion: dissonance cognitive, perception de soi, engagement et cohérence
 - 1.2.7. Modèles théoriques en matière de persuasion
 - 1.2.7.1. Modèle d'apprentissage
 - 1.2.7.2. Modèle de réponse cognitive
 - 1.2.8. Modèles multi-processus
 - 1.2.8.1. Le modèle de probabilité d'élaboration
 - 1.2.8.2. Modèle méta-cognitif
 - 1.2.9. Résistance à la persuasion: la théorie de l'inoculation, de la distraction et de l'évitement
 - 1.2.10. Persistencia de los efectos persuasivos: el apagamiento del impacto persuasivo. L'effet d'engourdissement
- 1.3. Les nouveaux acteurs de la communication politique
 - 1.3.1. La représentation et la participation politique
 - 1.3.1.1. Concepts pertinents: Pourquoi certains citoyens participent-ils parfois aux institutions et parfois à la rue ou aux réseaux sociaux?
 - 1.3.2. La montée de la participation "non conventionnelle" et la politique de protestation dans les sociétés contemporaines
 - 1.3.3. Les changements dans la communication politique: la professionnalisation
 - 1.3.4. Les changements dans la société (I)
 - 1.3.4.1. Fragmentation et mondialisation de l'audience
 - 1.3.5. Les changements dans la société (II)
 - 1.3.5.1. Nouvelles priorités, valeurs et *Issues*
 - 1.3.6. Changements dans les médias: changements dans le processus de *Gatekeeping*
 - 1.3.7. Acteurs traditionnels (I)
 - 1.3.7.1. Les partis politiques (organisation et structure)
 - 1.3.8. Acteurs traditionnels (II)
 - 1.3.8.1. Le système de partis en Espagne
 - 1.3.9. Acteurs non traditionnels (I)
 - 1.3.9.1. Mouvements sociaux
 - 1.3.10. Acteurs non traditionnels (II)
 - 1.3.10.1. Groupes sociaux dont les droits sont violés: femmes et minorités
- 1.4. Techniques pour une communication efficace: questions, discours, *Storytelling* et agenda
 - 1.4.1. Techniques pour rendre la communication plus efficace
 - 1.4.2. L'importance des valeurs, des cadres et des émotions
 - 1.4.3. Le discours
 - 1.4.3.1. Éléments nécessaires à la rédaction d'un discours
 - 1.4.3.2. La structure et ses éléments constitutifs (début, développement conclusion)

- 1.4.4. Style et types de discours
- 1.4.5. Techniques rhétoriques de répétition; éloquence poétique; rhétorique; utilisation des citations
- 1.4.6. *Storytelling* (ou comment raconter des histoires qui persuadent)
- 1.4.7. Le langage non verbal
- 1.4.8. Le réseau de questions et le message: l'agenda politique
- 1.4.9. Arguments et slogans. Campagne Oratoire
- 1.4.10. Mythes et appels émotionnels
- 1.5. La Communication politique des institutions
 - 1.5.1. Communication institutionnelle. Intangibles. Notoriété et réputation. Qu'est-ce qui est communiqué?
 - 1.5.2. La gestion de la communication. La relation avec les publics
 - 1.5.3. Le Directeur de la Communication (Dircom) et les Bureaux de Communication
 - 1.5.3.1. Rôles et responsabilités
 - 1.5.4. Les agences de communication:
 - 1.5.4.1. Organigramme, fonctions, principales agences de communication
 - 1.5.5. Plan de communication (I)
 - 1.5.5.1. *Briefing* et recherche
 - 1.5.5.2. Auditorat et *stakeholders*
 - 1.5.6. Plan de communication (II)
 - 1.5.6.1. Objectifs, mission, vision, stratégies et tactiques
 - 1.5.7. Calendrier et budget
 - 1.5.7.1. Évaluation et mesure des résultats
 - 1.5.7.2. *Clipping* et ROI
 - 1.5.8. Formation de porte-paroles
 - 1.5.8.1. Gérer l'entretien
 - 1.5.9. Salle de presse
 - 1.5.9.1. La gestion des médias sociaux d'un point de vue institutionnel
 - 1.5.10. Types d'événements institutionnels
 - 1.5.10.1. Organisation et diffusion
- 1.6. Campagnes électorales, médias et choix du vote
 - 1.6.1. Pas d'élections, pas de démocratie!
 - 1.6.1.1. La communication politique en tant qu'affrontement de messages
 - 1.6.2. Que font les campagnes électorales?
 - 1.6.2.1. Effets des campagnes électorales sur les décisions de vote, la participation politique et la démobilisation
 - 1.6.3. La recherche sur les effets des médias et les campagnes électorales dans une perspective comparative
 - 1.6.3.1. Les principales questions de recherche, les objectifs, les théories et les résultats (*agenda setting, framing, priming*)
 - 1.6.4. Profil du candidat: souhaité vs Réel
 - 1.6.5. L'analyse du contexte: délimitations, cadre juridique, segmentation de l'électorat
 - 1.6.6. Élaboration du message électoral: la composante partisane, la composante programmatique, la composante personnelle et l'équilibre fin du message électoral
 - 1.6.7. La communication du message électoral (I): logo, slogan et organisation d'événements
 - 1.6.8. La communication du message électoral (II): la publicité électorale, les relations entre les partis politiques et les médias et le marketing direct
 - 1.6.9. La nouvelle communication des acteurs politiques et des médias
 - 1.6.10. L'attaque dans les campagnes électorales
- 1.7. Candidats, stratégies et organisation des campagnes électorales
 - 1.7.1. Leadership
 - 1.7.1.1. Compétences que le candidat doit avoir pour réussir
 - 1.7.2. Conception et planification de la campagne
 - 1.7.2.1. Comment mène-t-on une campagne électorale?
 - 1.7.2.2. Étapes. Conception, planification et mise en œuvre de la campagne
 - 1.7.3. Structure organisationnelle de la campagne
 - 1.7.4. Ressources de mobilisation
 - 1.7.4.1. Centralisation vs. Décentralisation
 - 1.7.4.2. Professionnalisation vs. Amateurisme
 - 1.7.5. Stratégies
 - 1.7.5.1. Stratégies médias, programmatiques et clientélistes

- 1.7.6. Mise en œuvre de la campagne
 - 1.7.6.1. Outils de mobilisation physique: accent sur le contact personnel avec l'électeur vs. Axé sur les médias
- 1.7.7. Stratégies organisationnelles I
 - 1.7.7.1. Campagnes centrées sur les candidats vs. Campagnes axées sur les partis
- 1.7.8. Stratégies organisationnelles II
 - 1.7.8.1. Campagnes centrées sur le capital vs. Campagnes centrées sur le travail intensif
- 1.7.9. La dimension territoriale des campagnes électorales
- 1.7.10. La dimension numérique des campagnes électorales
- 1.8. Spots, débats et campagnes négatives
 - 1.8.1. Analyse des spots comme moyen d'identifier les stratégies et de comprendre comment se déroule une campagne
 - 1.8.2. Le *frame* dans l'étude des *spots*
 - 1.8.3. Types: *framing* verbal, visuel, auditif
 - 1.8.4. A quoi servent les débats?
 - 1.8.5. Formats de débats
 - 1.8.6. Stratégies d'attaque et de défense
 - 1.8.7. Styles discursifs
 - 1.8.8. Abréviations
 - 1.8.9. Répliques
 - 1.8.10. Campagne négative: tactiques d'attaque et de contre-attaque
- 1.9. Communication gouvernementale et communication de crise
 - 1.9.1. "Je gouverne bien, mais je communique mal". Définition de la communication gouvernementale
 - 1.9.2. L'objectif de la communication des gouvernements et des politiques publiques: légitimer plutôt que publiciser
 - 1.9.3. Le "mythe du gouvernement"
 - 1.9.4. Le changement de paradigme dans la gestion et les processus convergents
 - 1.9.5. La gestion au jour le jour et la stratégie à moyen terme
 - 1.9.6. Les gouvernants et la relation gouvernement-citoyen
 - 1.9.7. La définition de la crise, du conflit et des différends



- 1.9.8. Les scandales publics
- 1.9.9. Le processus de gestion de la réputation personnelle et institutionnelle et sa relation avec la communication gouvernementale. La subjectivité
- 1.9.10. Les équipes de gestion de crise. L'élément de surprise
- 1.10. La politique au XXIe siècle
 - 1.10.1. Les réseaux sociaux
 - 1.10.1.1. Qu'est-ce qu'ils sont, à quoi servent-ils, les statistiques et les données?
 - 1.10.2. Analyse des réseaux sociaux (ARS)
 - 1.10.2.1. Graphiques, influence, métriques
 - 1.10.3. Outils de mesure et de suivi
 - 1.10.4. Techniques de positionnement et d'optimisation: SEO
 - 1.10.5. Publicité en ligne (AdWords et nouvelles plateformes)
 - 1.10.6. Stratégies pour attirer des adeptes
 - 1.10.7. Les stratégies communicatives de l'activisme politique dans les réseaux sociaux en Espagne: médiation, surveillance et construction inverse de l'agenda
 - 1.10.8. Développement et mise en œuvre de campagnes 2.0
 - 1.10.9. La cyberpolitique et ses effets sur la participation et la mobilisation des jeunes et la citoyenneté
 - 1.10.10. Défis et dilemmes: désinformation et intoxication



Apprenez à élaborer et à décrypter la communication politique et institutionnelle avec les compétences d'un professionnel hautement qualifié"

05

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



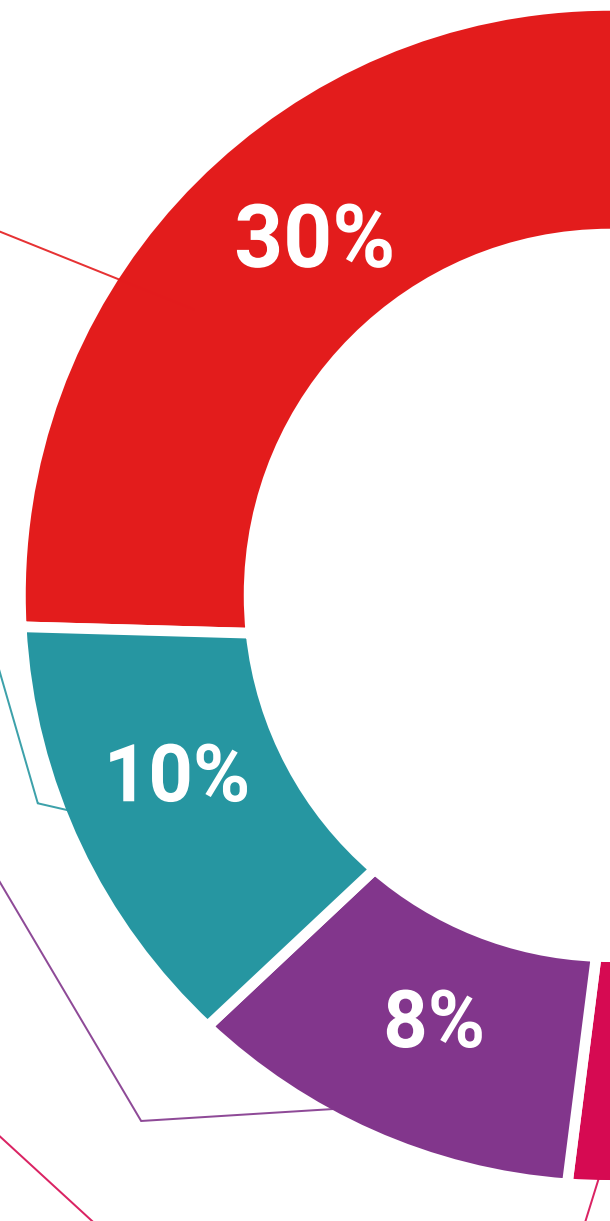
Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



06 Diplôme

Le Certificat en Communication Politique et Institutionnelle vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat délivré par TECH Université Technologique.



“

*Finalisez cette formation avec succès
et recevez votre Certificat sans avoir
à vous soucier des déplacements ou
des démarches administratives”*

Ce **Certificat en Communication Politique et Institutionnelle** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat en Communication Politique et Institutionnelle**

N.º d'heures Officielles: **150 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

tech université
technologique

Certificat

Communication Politique
et Institutionnelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 semaines
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat

Communication Politique et Institutionnelle

