

Certificat Avancé

Communication Sociale



Certificat Avancé

Communication Sociale

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-communication-sociale

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie

page 18

05

Diplôme

page 26

01

Présentation

L'étude de la communication sociale est fondamentale pour les professionnels de la publicité et des relations publiques, car elle leur permet d'acquérir une connaissance approfondie de la manière dont la société se comporte et s'exprime. Par conséquent, la spécialisation dans ce domaine acquiert une grande valeur dans ce domaine, puisque la communication est la base de la publicité. Ainsi, pendant les mois que dure ce programme TECH, les étudiants apprendront à s'exprimer couramment et efficacement à l'oral et à l'écrit, en sachant tirer parti des ressources linguistiques les plus appropriées pour chaque emploi.



“

Apprenez à vous exprimer avec la compétence d'un spécialiste de la communication et à utiliser tous les outils linguistiques à votre disposition dans les messages publicitaires que vous concevez”

L'acquisition d'une connaissance avancée de la communication sociale est fondamentale pour les professionnels de la publicité et des relations publiques, car elle leur permet d'acquérir une excellente maîtrise de la langue, adaptée aux besoins des messages et du public cible. Ainsi, ce Certificat Avancé en Communication Sociale de TECH est conçu pour offrir aux journalistes une connaissance approfondie de ce domaine, qui sera fondamentale pour leur développement professionnel.

En Opinion Publique de l' former TECH vise à sensibiliser et à former des Élèves corps étudiant à la compréhension et à l'analyse critique de la réalité sociale, sur la base des contributions conceptuelles et théoriques de la sociologie. La qualification des professionnels dans ce domaine exige qu'ils aient une connaissance adéquate des structures, des processus et des relations présents dans les contextes sociaux dans lesquels se déroule la vie quotidienne des individus, des groupes et des organisations. Leur intervention spécialisée dans ces domaines doit tenir compte de l'influence et des limites que les dimensions sociopolitiques, économiques et culturelles introduisent dans le comportement des personnes et dans l'évolution des sociétés.

TECH effectuera une étude interdisciplinaire des concepts de base des sciences de la communication afin de se concentrer ensuite sur les recherches menées sur le processus symbolique de la communication humaine. À partir de là, le programme analyse la fonction publique de l'information et la structure du système de communication, en accordant une attention particulière à la responsabilité des communicateurs vis-à-vis de la société. Cet apprentissage implique l'étude des effets des médias sur l'opinion publique et le contrôle du processus d'information.

Ainsi, ce Certificat Avancé de l'Université vise à fournir une révision complète et spécifique de la Communication Sociale, qui permettra aux étudiants de travailler dans le domaine de la publicité, que ce soit à un niveau technique ou managérial, avec plus de sécurité et de précision dans l'utilisation d'un langage adapté aux messages communicatifs qu'ils souhaitent adresser à des publics cibles.

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

- ♦ L'utilisation des dernières technologies en matière de logiciels d'enseignement en ligne
- ♦ Le système d'enseignement, intensément visuel, s'appuie sur des contenus graphiques et schématiques faciles à assimiler et à comprendre
- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en exercice
- ♦ La dernière génération de systèmes vidéo interactifs
- ♦ Enseignement soutenu par la télépratique
- ♦ 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'équipement enseignant et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ Les banques de documentation complémentaire disponibles en permanence



L'achèvement de ce Certificat Avancé en vous permettra de comprendre, de manière claire, l'importance de la communication dans la société"

“ Étudier chez TECH, c'est étudier dans une université du XXIe siècle qui s'engage à utiliser la modalité en ligne pour promouvoir les connaissances de ses étudiants”

Le corps enseignant de ce programme est composé de professionnels issus de différents domaines liés à cette spécialité. De cette manière, TECH peut offrir l'objectif de mise à jour académique qu'elle s'est fixé. Une équipe pluridisciplinaire de professionnels expérimentés dans différents environnements, qui développeront les connaissances théoriques de manière efficace, mais qui, surtout, mettront au service des étudiants les connaissances pratiques issues de leur propre expérience.

Cette maîtrise du sujet est complétée par l'efficacité de la conception méthodologique. Conçu par une équipe pluridisciplinaire d'experts en elearning, il intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative. Ainsi, l'étudiant pourra étudier à l'aide d'une gamme d'outils multimédias confortables et polyvalents qui lui donneront l'opérabilité dont il a besoin dans son processus d'étude.

La conception de ce programme est axée sur l'apprentissage par problèmes. Une approche qui conçoit l'apprentissage comme un processus éminemment pratique. Pour y parvenir à distance, TECH utilise la télépratique. Ainsi, à l'aide d'un système vidéo interactif innovant et le learning from an expert, l'étudiant pourra acquérir les connaissances comme s'il était confronté à un cas réel. Un concept qui vous permet d'intégrer et de fixer votre apprentissage de manière plus réaliste et permanente.

Spécialisez-vous dans la communication sociale et appliquez toutes ces connaissances à votre pratique quotidienne.

La méthodologie didactique de ce programme vous permettra d'obtenir une vision beaucoup plus réaliste de la communication sociale.



02 Objectifs

TECH a conçu un programme très complet sur la Communication Sociale, avec pour objectif principal que les étudiants comprennent l'importance de ce concept pour leur développement professionnel, ainsi que l'évolution que la communication a connue au cours de l'histoire. Un objectif qui sera atteint grâce à un programme de haut niveau académique, qui inclut les aspects les plus pertinents de ce domaine afin de fournir aux étudiants les qualifications nécessaires pour améliorer leur pratique quotidienne, en réalisant, à son tour, un développement personnel et professionnel.



“

Obtenez le perfectionnement professionnel que vous souhaitez en améliorant votre qualification grâce à ce Certificat Avancé”



Objectifs généraux

- ♦ Acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser une communication publicitaire appropriée en utilisant les outils numériques les plus avancés
- ♦ Apprendre à gérer la communication dans les organisations et les entreprises en temps de crise



Une voie d'étude et de développement professionnel qui vous propulsera vers une plus grande compétitivité sur le marché du travail"





Objectifs spécifiques

Module 1. Sociologie générale

- ♦ Effectuer des analyses critiques de la réalité sociale sur la base de leurs lectures sociologiques
- ♦ S'exprimer avec aisance et efficacité à l'oral et à l'écrit, en utilisant les ressources linguistiques les plus appropriées
- ♦ Reconnaître la structure et la transformation de la société actuelle en relation avec les éléments, les formes et les processus de la publicité et de la communication des relations publiques
- ♦ Comprendre la structure des médias et leurs principaux formats, en tant qu'expressions des modes de vie et des cultures des sociétés dans lesquelles ils exercent leur fonction publique
- ♦ Reconnaître les aspects sociologiques, économiques et juridiques qui influencent la communication publicitaire et le développement des relations publiques
- ♦ Savoir traiter le traitement informatif des avancées scientifiques de manière compréhensible et efficace

Module 2. Théorie de la communication sociale

- ♦ Connaissance des domaines de la publicité et des relations publiques ainsi que de leurs structures et processus organisationnels
- ♦ Savoir identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle
- ♦ Maîtriser les éléments, les formes et les processus des langues publicitaires et d'autres formes de communication, en utilisant les connaissances de la langue espagnole, en analysant les différents niveaux et composantes qui composent le système linguistique espagnol, ainsi que les produits discursifs qui font partie des différentes typologies textuelles

- ♦ Identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et son application dans les manifestations de la communication persuasive
- ♦ Savoir appliquer les processus créatifs au domaine de la communication, notamment dans le domaine de la publicité et des relations publiques
- ♦ Comprendre les systèmes d'analyse des campagnes de publicité et de relations publiques
- ♦ Décrivez la structure des agences de publicité
- ♦ Définissez chacune des fonctions de gestion de l'entreprise de publicité et de relations publiques, en soulignant leurs principales applications

Module 3. Introduction à la psychologie de la communication

- ♦ Permettre aux étudiants d'établir un lien cohérent entre la publicité et les relations publiques et les autres sciences sociales et humaines
- ♦ Former l'étudiant à comprendre les concepts de base et les modèles théoriques de la communication humaine, ses éléments et ses caractéristiques, ainsi que le rôle qu'elle joue dans les processus psychologiques de la publicité et des relations publiques
- ♦ Préparer les étudiants à identifier et à analyser les processus psychosociaux, cognitifs et émotionnels de la communication publicitaire et des relations publiques

03

Structure et contenu

Ce programme propose un programme complet qui couvre les aspects les plus pertinents de la communication sociale, un domaine de connaissance fondamental dans le domaine de la publicité et des relations publiques. Un programme créé par une équipe d'enseignants de haut niveau avec un objectif clair: améliorer la qualification des professionnels afin de les aider à obtenir un changement positif dans leur profession. Sans aucun doute, le meilleur programme que les professionnels de ce domaine académique trouveront sur le marché.






“

*Ce programme vous permettra de réaliser
une étude immersive des principaux
aspects de la communication sociale”*

Module 1. Sociologie générale

- 1.1. La perspective sociologique
 - 1.1.1. La sociologie en tant que science
 - 1.1.2. Les origines de la sociologie: les premiers sociologues
- 1.2. Action, structure et changement social
 - 1.2.1. L'action sociale
 - 1.2.2. La structure sociale
 - 1.2.3. Changement social
- 1.3. Personne, culture et société
 - 1.3.1. Bases normatives de l'action sociale
 - 1.3.2. Bases idéales et symboliques de l'action sociale
 - 1.3.3. La culture: une composante essentielle de la société
 - 1.3.4. La diversité culturelle
 - 1.3.5. Ethnocentrisme et relativité culturelle
- 1.4. Le processus de socialisation
 - 1.4.1. La socialisation
 - 1.4.2. Le processus de socialisation
 - 1.4.3. Mécanismes de socialisation
 - 1.4.4. Phases du processus de socialisation
 - 1.4.5. Agents Traditionnel de socialisation
 - 1.4.6. Nouveaux agents de socialisation dans la société globale
- 1.5. Adaptation et déviance sociale
 - 1.5.1. Adaptation et conformité sociale
 - 1.5.2. Déviance sociale
 - 1.5.3. Principales théories de la déviance
- 1.6. Inégalité, stratification et exclusion sociale
 - 1.6.1. L'inégalité sociale
 - 1.6.2. Inégalité et stratification sociale
 - 1.6.3. Théories sur l'inégalité et la stratification sociale
 - 1.6.4. L'exclusion sociale



- 
- 1.7. Relations familiales et de couple
 - 1.7.1. Concepts de base pour l'analyse de la famille
 - 1.7.2. L'évolution historique de l'institution familiale
 - 1.7.3. Perspectives théoriques sur la famille
 - 1.7.4. La violence dans la famille
 - 1.7.5. L'évolution de la famille en Espagne
 - 1.8. Société et politique
 - 1.8.1. Société et politique: une relation multidimensionnelle
 - 1.8.2. Politique, État, pouvoir et autorité
 - 1.8.3. Régimes politiques
 - 1.8.4. Acteurs politiques
 - 1.9. Les médias
 - 1.9.1. L'importance sociale des médias
 - 1.9.2. Étapes culturelles de l'évolution des médias
 - 1.9.3. Théories des médias
 - 1.9.4. Principales dimensions de l'analyse des médias
 - 1.9.5. Contenu, audience et mondialisation des médias
 - 1.10. Mondialisation
 - 1.10.1. Qu'est-ce que la mondialisation?
 - 1.10.2. Le débat sur la mondialisation
 - 1.10.3. L'accélération du processus de mondialisation: les principales causes
 - 1.10.4. Quelques conséquences de la mondialisation

Module 2. Théorie de la communication sociale

- 2.1. Introduction Les sciences de la communication en tant que sciences sociales
 - 2.1.1. Introduction: L'étude de la communication en tant que science sociale
 - 2.1.2. Connaissances
 - 2.1.3. Méthodes scientifiques
 - 2.1.4. Concepts communs dans la recherche scientifique
- 2.2. Éléments de communication. Domaines scientifiques de la communication sociale
 - 2.2.1. Recherche empirique sur les phénomènes de communication
 - 2.2.2. Le concept de communication
 - 2.2.3. Domaines scientifiques de la communication
- 2.3. Trajectoires de la recherche en communication sociale
 - 2.3.1. Les origines de l'étude de la communication
 - 2.3.2. La période moderne: le clivage entre la théorie de l'argumentation et l'art de la prononciation
 - 2.3.3. Le 20e siècle: la rhétorique des médias de masse
- 2.4. Comportement communicatif
 - 2.4.1. Un aperçu du concept de comportement communicatif
 - 2.4.2. L'éthologie animale et l'étude de la communication humaine
 - 2.4.3. Le contexte biologique de la communication
 - 2.4.4. Communication intrapersonnelle
 - 2.4.5. Modèles de comportement communicatif
 - 2.4.6. L'étude du comportement communicatif non-verbal
- 2.5. La transaction communicative
 - 2.5.1. Échange symbolique et culture humaine
 - 2.5.2. Analyse transactionnelle
- 2.6. Identité, concept de soi et communication
 - 2.6.1. Micro-politique transactionnelle et concept de soi: l'interaction comme négociation des identités
 - 2.6.2. La présentation de soi dans les rituels quotidiens
 - 2.6.3. La construction du concept de soi et son expression
 - 2.6.4. Le concept de soi motivé pour interagir
 - 2.6.5. Pragmatique conversationnelle
- 2.7. La communication dans les groupes et les organisations
 - 2.7.1. Le groupe social
 - 2.7.2. Réseaux sociaux, sociométrie et communication intra et intergroupe
 - 2.7.3. Unités et niveaux d'analyse de la communication de groupe
 - 2.7.4. Théorie de la diffusion des innovations
 - 2.7.5. La communication dans les organisations
- 2.8. Communication par les médias (I) Théories sur les effets puissants des médias
 - 2.8.1. Communication avec les médias
 - 2.8.2. Caractéristiques des médias et de leurs messages
 - 2.8.3. Les effets puissants des médias de masse
- 2.9. Communication par les médias (II). Effets limités
 - 2.9.1. Approche générale de l'innocuité relative des médias
 - 2.9.2. Traitement sélectif
 - 2.9.3. Les usages et les gratifications de la communication de masse
- 2.10. La communication médiatisée par informatisée et la réalité virtuelle comme nouveaux objets d'étude
 - 2.10.1. La communication médiatisée par ordinateur: le problème de son intégration théorique
 - 2.10.2. Progrès vers la consolidation d'un corpus théorique sur la communication médiatisée par ordinateur
 - 2.10.3. Progrès vers la consolidation d'un corpus théorique sur la communication médiatisée par ordinateur
 - 2.10.4. La réalité virtuelle comme nouvel objet d'étude

Module 3. Introduction à la psychologie de la communication

- 3.1. Histoire de la psychologie
 - 3.1.1. Nous commençons par l'étude de la psychologie.
 - 3.1.2. La science en évolution. Changements historiques et paradigmatiques
 - 3.1.3. Paradigmes et étapes en psychologie
 - 3.1.4. Sciences cognitives
- 3.2. Introduction à la psychologie sociale
 - 3.2.1. Se lancer dans l'étude de la psychologie sociale: l'influence
 - 3.2.2. Empathie, altruisme et comportement d'aide
- 3.3. Cognition sociale: traitement de l'information sociale
 - 3.3.1. Penser et savoir, besoins vitaux
 - 3.3.2. Cognition sociale
 - 3.3.3. Organiser l'information
 - 3.3.4. Pensée: prototypique ou catégorique
 - 3.3.5. Les erreurs que nous commettons en réfléchissant: les biais d'inférence
 - 3.3.6. Traitement automatique de l'information
- 3.4. Psychologie de la personnalité
 - 3.4.1. Qu'est-ce que le soi? Identité et personnalité
 - 3.4.2. Conscience de soi
 - 3.4.3. L'estime de soi
 - 3.4.4. Conscience de soi
 - 3.4.5. Les variables interpersonnelles dans la configuration de la personnalité
 - 3.4.6. Les variables macro-sociales dans la configuration de la personnalité
- 3.5. Les émotions
 - 3.5.1. De quoi parle-t-on quand on est ému?
 - 3.5.2. La nature des émotions
 - 3.5.3. Émotions et personnalité
 - 3.5.4. D'un autre point de vue. Les émotions sociales
- 3.6. Psychologie de la communication. Persuasion et changement d'attitude
 - 3.6.1. Introduction à la psychologie de la communication
 - 3.6.2. Attitudes
 - 3.6.3. Modèles historiques dans l'étude de la communication persuasive
 - 3.6.4. Le modèle de probabilité d'élaboration (elm)
 - 3.6.5. Processus de communication avec les médias
- 3.7. L'expéditeur
 - 3.7.1. La source de la communication persuasive
 - 3.7.2. Caractéristiques de la source. Crédibilité
 - 3.7.3. Caractéristiques de la source. Attractivité
 - 3.7.4. Caractéristiques de l'expéditeur. Puissance
 - 3.7.5. Les processus de la communication persuasive. Mécanismes basés sur la cognition primaire
- 3.8. Le message
 - 3.8.1. Nous commençons par examiner la composition du message
 - 3.8.2. Types de messages: messages rationnels et messages émotionnels
 - 3.8.3. Messages émotionnels et communication: les messages qui suscitent la peur
 - 3.8.4. Messages et communication rationnels
- 3.9. Le récepteur
 - 3.9.1. Le rôle du récepteur selon le modèle de probabilité d'élaboration
 - 3.9.2. Besoins et motivations du récepteur: leur impact sur le changement d'attitude
- 3.10. Nouvelles perspectives dans l'étude de la communication
 - 3.10.1. Traitement non-conscient de l'information. Processus automatiques
 - 3.10.2. Mesure des processus automatiques dans la communication
 - 3.10.3. Premiers pas vers de nouveaux paradigmes
 - 3.10.4. Théories des systèmes à double traitement



*Une expérience éducative unique,
clé et décisive pour stimuler votre
développement professionnel et
sauter le pas"*

04

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.



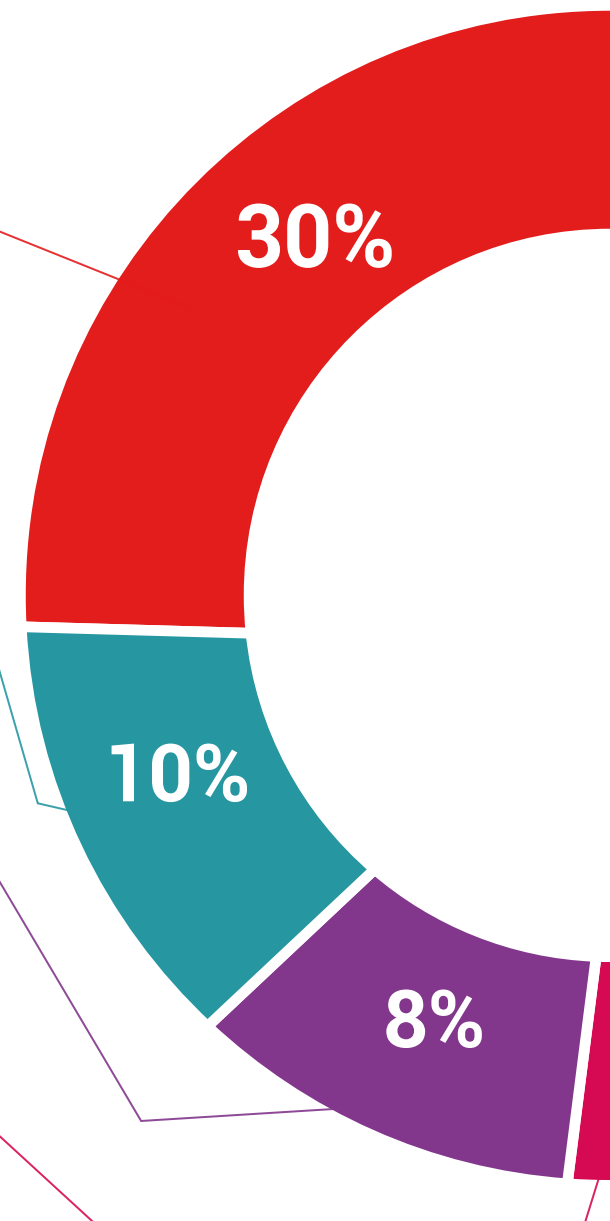
Pratiques en compétences et aptitudes

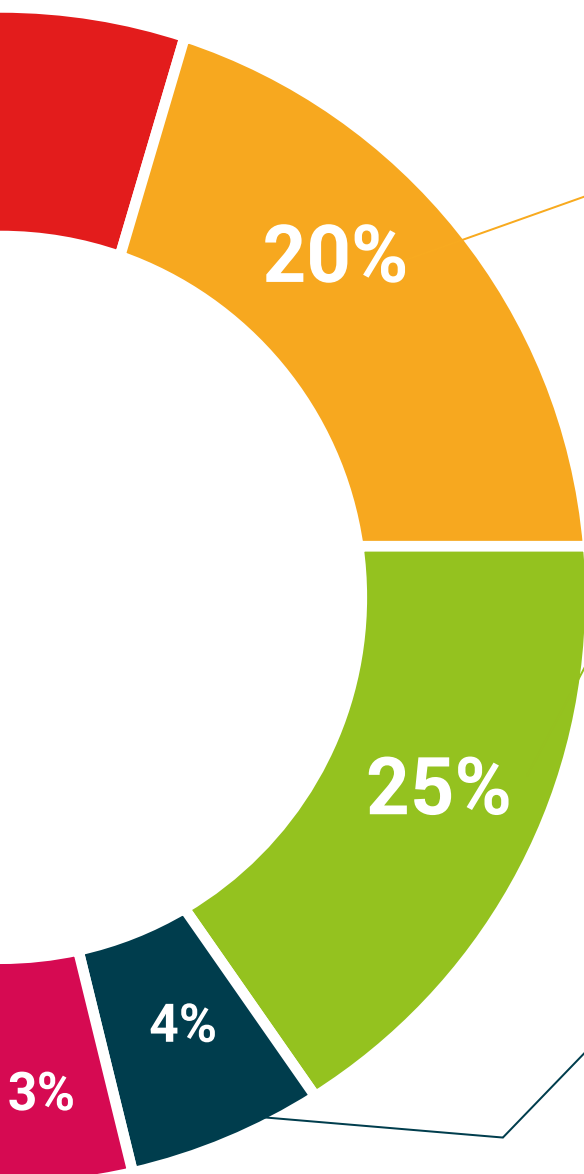
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



05 Diplôme

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



“

Complétez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à voyager ou à passer par des procédures lourdes”

Ce **Certificat Avancé en Communication Sociale** 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 Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Certificat Avancé en Communication Sociale**

N° d'heures officielles: **450 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

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé

Communication Sociale

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Communication Sociale