

# Universitätsexperte

## Soziale Kommunikation



## Universitätsexperte

### Soziale Kommunikation

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-soziale-kommunikation](http://www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-soziale-kommunikation)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

---

Seite 12

04

Methodologie

---

Seite 18

05

Qualifizierung

---

Seite 26

# 01

# Präsentation

Das Studium der Sozialen Kommunikation ist für Werbe- und PR-Fachleute von grundlegender Bedeutung, da es ihnen ein umfassendes Wissen darüber vermittelt, wie sich die Gesellschaft verhält und ausdrückt. Eine Spezialisierung in diesem Bereich ist daher von großem Wert, da Kommunikation die Grundlage der Werbung ist. In den Monaten dieses Programms von TECH lernt der Student daher, sich mündlich und schriftlich fließend und effektiv auszudrücken und die für die jeweilige Aufgabe am besten geeigneten sprachlichen Mittel zu verwenden.



“

*Lernen Sie, sich mit der Kompetenz eines Kommunikationsspezialisten auszudrücken und alle Ihnen zur Verfügung stehenden sprachlichen Mittel in Ihren Werbebotschaften einzusetzen”*

Der Erwerb von fortgeschrittenen Kenntnissen im Bereich der sozialen Kommunikation ist für Werbe- und PR-Fachleute von grundlegender Bedeutung, da sie eine hervorragende Beherrschung der Sprache erwerben, die an die Bedürfnisse der Botschaften und des Zielpublikums angepasst ist. Der Universitätsexperte in Soziale Kommunikation von TECH soll den Journalisten ein umfassendes Wissen in diesem Bereich vermitteln, das für ihre berufliche Entwicklung von grundlegender Bedeutung ist.

Das Programm zielt insbesondere darauf ab, das Bewusstsein zu schärfen und den Studenten das Verständnis und die kritische Analyse der sozialen Realität auf der Grundlage der konzeptuellen und theoretischen Beiträge der Soziologie zu vermitteln. Die Qualifizierung von Fachkräften in diesem Bereich setzt voraus, dass sie über angemessene Kenntnisse der Strukturen, Prozesse und Beziehungen in den sozialen Kontexten verfügen, in denen sich das tägliche Leben von Individuen, Gruppen und Organisationen abspielt. Ihr fachliches Handeln in diesen Bereichen muss den Einfluss und die Grenzen berücksichtigen, die sozio-politische, ökonomische und kulturelle Dimensionen auf das Verhalten von Menschen und die Entwicklung von Gesellschaften haben.

TECH wird eine interdisziplinäre Untersuchung der Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaften durchführen, um sich dann auf die Erforschung des symbolischen Prozesses der menschlichen Kommunikation zu konzentrieren. Darauf aufbauend analysiert das Programm die öffentliche Funktion der Information und die Struktur des Kommunikationssystems unter besonderer Berücksichtigung der Verantwortung der Kommunikatoren gegenüber der Gesellschaft. Dieser Studienbereich umfasst die Untersuchung des Einflusses der Medien auf die öffentliche Meinung und die Kontrolle des Informationsprozesses.

Auf diese Weise soll ein umfassender und spezifischer Überblick über die soziale Kommunikation vermittelt werden, der es den Studenten ermöglicht, im Bereich der Werbung, sei es auf technischer oder auf Managementebene, mit größerer Sicherheit und Präzision im Gebrauch der Sprache zu arbeiten, die an die kommunikativen Botschaften angepasst ist, die sie an die Zielgruppen richten wollen.

Dieser **Universitätsexperte in Soziale Kommunikation** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Einsatz neuester Technologien in der *E-Learning*-Software
- Intensiv visuelles Lehrsystem, unterstützt durch grafische und schematische Inhalte, die leicht zu erfassen und zu verstehen sind
- Erarbeitung von Fallstudien, die von erfahrenen Experten präsentiert werden
- Hochmoderne interaktive Videosysteme
- Unterstützung des Unterrichts durch Telepraxis
- Systeme zur ständigen Aktualisierung und Überarbeitung
- Selbstgesteuertes Lernen, das eine vollständige Kompatibilität mit anderen Tätigkeiten ermöglicht
- Praktische Übungen zur Selbstbeurteilung und Überprüfung des Gelernten
- Selbsthilfegruppen und Bildungssynergien: Fragen an den Experten, Diskussions- und Wissensforen
- Kommunikation mit dem Dozententeam und individuelle Reflexionsarbeit
- Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- Ständig verfügbare Dokumentationsbanken



*Die Absolvierung dieses Universitätsexperten wird Sie befähigen, die Bedeutung der Kommunikation in der Gesellschaft zu verstehen"*

“

*Ein Studium an der TECH bedeutet, an einer Universität des 21. Jahrhunderts zu studieren, die sich der Online-Modalität zur Förderung des Wissens ihrer Studenten verschrieben hat"*

Das Dozententeam dieses Programms setzt sich aus Spezialisten aus verschiedenen Bereichen zusammen, die mit dem Fachgebiet in Verbindung stehen. Auf diese Weise kann TECH das vorgeschlagene Ziel der Weiterbildung gewährleisten. Ein multidisziplinäres Team von erfahrenen Fachleuten aus verschiedenen Bereichen, die in der Lage sind, die theoretischen Kenntnisse auf effiziente Weise zu vermitteln, aber vor allem die praktischen Kenntnisse aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst der Studenten zu stellen.

Diese Beherrschung der Materie wird ergänzt durch die Effizienz der Methodik. Es wurde von einem multidisziplinären Team von *E-Learning*-Experten entwickelt und integriert die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie. Es ermöglicht den Studenten, mit einer Reihe von komfortablen und vielseitigen Multimedia-Tools zu studieren, die ihnen die nötige Handlungsfähigkeit in ihrem Studienprozess geben.

Das Konzept des Programms ist auf problemorientiertes Lernen ausgerichtet. Ein Ansatz, der das Studium als einen sehr praktischen Prozess betrachtet. Um dies aus der Ferne zu erreichen, setzt TECH die Telepraxis ein. Mit Hilfe eines innovativen Systems interaktiver Videos und dem *Learning From an Expert* kann sich der Student das Wissen so aneignen, als ob er mit einem realen Fall konfrontiert wäre. Ein Konzept, das es ihm ermöglicht, das Gelernte auf realistischere und nachhaltigere Weise zu integrieren und zu festigen.

*Spezialisieren Sie sich auf soziale Kommunikation und wenden Sie dieses Wissen in Ihrer täglichen Praxis an.*

*Die didaktische Methodik dieses Programms ermöglicht es Ihnen, eine viel realistischere Sicht der sozialen Kommunikation zu gewinnen.*



# 02 Ziele

TECH hat ein sehr umfassendes Programm in sozialer Kommunikation entwickelt, mit dem Hauptziel, dass die Studenten die Bedeutung dieses Konzepts für ihr berufliches Fortkommen sowie die Entwicklung der Kommunikation im Laufe der Geschichte verstehen. Dieses Ziel wird durch einen Lehrplan auf hohem akademischen Niveau erreicht, der die wichtigsten Aspekte dieses Bereichs abdeckt, um den Studenten die notwendigen Qualifikationen zu vermitteln, um ihre tägliche Praxis zu verbessern, was wiederum zu ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung führt.





“

*Erreichen Sie den gewünschten beruflichen Aufstieg, indem Sie Ihre Qualifikationen mit diesem Universitätsexperten verbessern”*



## Allgemeine Ziele

- Erwerben der notwendigen Kenntnisse, um eine angemessene Werbekommunikation unter Verwendung der modernsten digitalen Tools durchzuführen
- Lernen, wie man die Kommunikation in Organisationen und Unternehmen in Krisenzeiten managt



*Ein Weg zum Studium und zur beruflichen Weiterentwicklung, der Ihnen zu mehr Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt verhilft"*





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Allgemeine Soziologie

- ♦ Durchführen von kritischen Analysen der sozialen Realität auf der Grundlage soziologischer Lektüre
- ♦ Ausdrücken auf fließende und effektive Weise in der mündlichen und schriftlichen Kommunikation und Wissen, wie man die am besten geeigneten sprachlichen Mittel einsetzt
- ♦ Erkennen der Struktur und des Wandels der heutigen Gesellschaft in Bezug auf die Elemente, Formen und Prozesse der Werbe- und Public Relations-Kommunikation
- ♦ Verstehen der Struktur der Medien und ihrer wichtigsten Formate als Ausdruck der Lebensweisen und Kulturen der Gesellschaften, in denen sie ihre öffentliche Funktion erfüllen
- ♦ Erkennen der soziologischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Aspekte, die die Werbekommunikation und die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit beeinflussen
- ♦ Fähig sein, den informativen Umgang mit wissenschaftlichen Fortschritten auf verständliche und effektive Weise zu behandeln

### Modul 2. Theorie der sozialen Kommunikation

- ♦ Kennen der Bereiche Werbung und Public Relations sowie deren Abläufe und Organisationsstrukturen
- ♦ Kennenlernen der Berufsprofile von Werbe- und Public Relations-Fachleuten sowie der wichtigsten Fähigkeiten, die sie in ihrer beruflichen Praxis benötigen
- ♦ Beherrschen der Elemente, Formen und Prozesse der Werbesprache und anderer Kommunikationsformen unter Anwendung der Kenntnisse der spanischen Sprache, Analyse der verschiedenen Ebenen und Komponenten, aus denen sich das spanische Sprachsystem zusammensetzt, sowie der diskursiven Produkte, die zu den verschiedenen Texttypologien gehören

- ♦ Erkennen der grundlegenden Prinzipien der menschlichen Kreativität und ihrer Anwendung in den Erscheinungsformen überzeugender Kommunikation
- ♦ Wissen, wie man kreative Prozesse im Bereich der Kommunikation anwendet, insbesondere im Bereich der Werbung und Public Relations
- ♦ Verstehen der Systeme zur Analyse von Werbe- und Public Relations-Kampagnen
- ♦ Beschreiben der Struktur von Werbeagenturen
- ♦ Definieren einzelner Funktionen für das Management eines Unternehmens für Werbung und Public Relations unter Hervorhebung ihrer wichtigsten Anwendungen

### Modul 3. Einführung in die Psychologie der Kommunikation

- ♦ Fähig sein, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit auf kohärente Weise mit anderen Sozial- und Humanwissenschaften in Beziehung zu setzen
- ♦ Erlernen der grundlegenden Konzepte und theoretischen Modelle der menschlichen Kommunikation, ihre Elemente und Merkmale sowie die Rolle, die sie in den psychologischen Prozessen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit spielt
- ♦ Vorbereiten auf die Identifizierung und Analyse der psychosozialen, kognitiven und emotionalen Prozesse in der Kommunikation von Werbung und Public Relations

03

# Struktur und Inhalt

Dieser Studiengang umfasst einen kompletten Lehrplan, der die wichtigsten Aspekte der sozialen Kommunikation abdeckt, ein grundlegendes Wissensgebiet der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Programm, das von einem erstklassigen Dozententeam mit einem klaren Ziel entwickelt wurde: die Qualifikation von Fachleuten zu verbessern, um ihnen zu helfen, eine positive Veränderung in ihrem Beruf zu erreichen. Es ist zweifellos das beste Programm, das Fachleute in diesem akademischen Bereich auf dem Markt finden können.



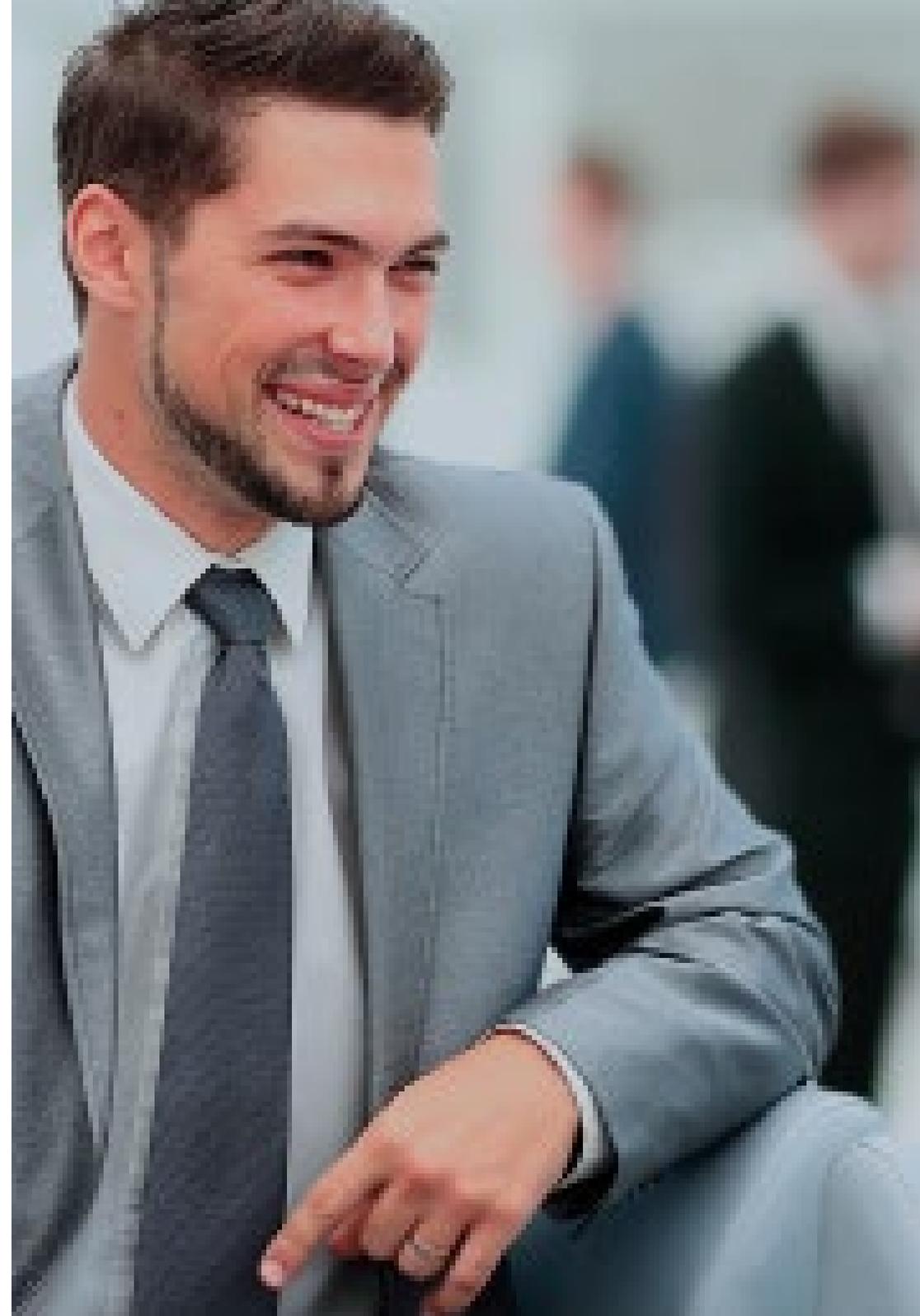


“

*Dieser Lehrplan wird es Ihnen ermöglichen, sich intensiv mit den wichtigsten Aspekten der sozialen Kommunikation zu befassen"*

## Modul 1. Allgemeine Soziologie

- 1.1. Soziologische Perspektiven
  - 1.1.1. Soziologie als Wissenschaft
  - 1.1.2. Die Ursprünge der Soziologie: Die ersten Soziologen
- 1.2. Aktion, Struktur und sozialer Wandel
  - 1.2.1. Soziales Handeln
  - 1.2.2. Soziale Struktur
  - 1.2.3. Sozialer Wandel
- 1.3. Person, Kultur und Gesellschaft
  - 1.3.1. Grundlagen sozialen Handelns
  - 1.3.2. Ideelle und symbolische Grundlagen des sozialen Handelns
  - 1.3.3. Kultur: ein wesentlicher Bestandteil der Gesellschaft
  - 1.3.4. Kulturelle Vielfalt
  - 1.3.5. Ethnozentrismus und kulturelle Relativität
- 1.4. Der Sozialisierungsprozess
  - 1.4.1. Sozialisierung
  - 1.4.2. Der Sozialisierungsprozess
  - 1.4.3. Sozialisierungsmechanismen
  - 1.4.4. Die Phasen des Sozialisierungsprozesses
  - 1.4.5. Traditionelle Agenten der Sozialisierung
  - 1.4.6. Neue Sozialisierungsagenten in der globalen Gesellschaft
- 1.5. Anpassung und soziale Abweichung
  - 1.5.1. Anpassung und soziale Konformität
  - 1.5.2. Soziale Abweichung
  - 1.5.3. Die wichtigsten Theorien der Abweichung
- 1.6. Ungleichheit, Schichtung und soziale Ausgrenzung
  - 1.6.1. Soziale Ungleichheit
  - 1.6.2. Ungleichheit und soziale Stratifizierung
  - 1.6.3. Theorien über Ungleichheit und soziale Stratifizierung
  - 1.6.4. Soziale Ausgrenzung



- 
- 1.7. Familie und Paarbeziehungen
    - 1.7.1. Grundlegende Konzepte für die Analyse der Familie
    - 1.7.2. Die historische Entwicklung der Institution Familie
    - 1.7.3. Theoretische Perspektiven zur Familie
    - 1.7.4. Gewalt in der Familie
    - 1.7.5. Der Wandel der Familie in Spanien
  - 1.8. Gesellschaft und Politik
    - 1.8.1. Gesellschaft und Politik: eine multidimensionale Beziehung
    - 1.8.2. Politik, Staat, Macht und Autorität
    - 1.8.3. Politische Regime
    - 1.8.4. Politische Akteure
  - 1.9. Lokale Medien
    - 1.9.1. Die gesellschaftliche Bedeutung der Medien
    - 1.9.2. Kulturelle Etappen in die Entwicklung der Medien
    - 1.9.3. Medientheorien
    - 1.9.4. Hauptdimensionen der Medienanalyse
    - 1.9.5. Inhalt, Publikum und Globalisierung der Medien
  - 1.10. Globalisierung
    - 1.10.1. Was ist Globalisierung?
    - 1.10.2. Die Debatte über die Globalisierung
    - 1.10.3. Die Beschleunigung des Globalisierungsprozesses: die wichtigsten Ursachen
    - 1.10.4. Einige Folgen der Globalisierung

## Modul 2. Theorie der sozialen Kommunikation

- 2.1. Einleitung. Wissenschaft der Kommunikation als Sozialwissenschaft
  - 2.1.1. Einführung: Das Studium der Kommunikation als Sozialwissenschaft
  - 2.1.2. Wissen
  - 2.1.3. Wissenschaftliche Methoden
  - 2.1.4. Gemeinsame Konzepte in der wissenschaftlichen Forschung
- 2.2. Elemente der Kommunikation. Wissenschaftliche Bereiche der sozialen Kommunikation
  - 2.2.1. Empirische Forschung zu kommunikativen Phänomenen
  - 2.2.2. Konzept der Kommunikation
  - 2.2.3. Wissenschaftliche Bereiche der Kommunikation

- 2.3. Die Entwicklung der sozialen Kommunikationsforschung
  - 2.3.1. Die Ursprünge des Studiums der Kommunikation
  - 2.3.2. Die Neuzeit: die Spaltung zwischen der Theorie der Argumentation und der Kunst der Aussprache
  - 2.3.3. 20. Jahrhundert: die Rhetorik der Massenmedien
- 2.4. Kommunikatives Verhalten
  - 2.4.1. Ein Überblick über das Konzept des kommunikativen Verhaltens
  - 2.4.2. Tierethologie und das Studium der menschlichen Kommunikation
  - 2.4.3. Biologischer Hintergrund der Kommunikation
  - 2.4.4. Intrapersonelle Kommunikation
  - 2.4.5. Muster des kommunikativen Verhaltens
  - 2.4.6. Studium des nonverbalen kommunikativen Verhaltens
- 2.5. Kommunikative Transaktion
  - 2.5.1. Symbolischer Austausch und menschliche Kultur
  - 2.5.2. Transaktionsanalyse
- 2.6. Identität, Selbstkonzept und Kommunikation
  - 2.6.1. Transaktionale Mikropolitik und Selbstkonzept: Interaktion als Aushandlung von Identitäten
  - 2.6.2. Die Selbstdarstellung in alltäglichen Ritualen
  - 2.6.3. Die Konstruktion des Selbstkonzepts und sein Ausdruck
  - 2.6.4. Selbstkonzept motiviert zur Interaktion
  - 2.6.5. Konversationelle Pragmatik
- 2.7. Kommunikation in Gruppen und Organisationen
  - 2.7.1. Die soziale Gruppe
  - 2.7.2. Soziale Netzwerke, Soziometrie und Kommunikation innerhalb und zwischen Gruppen
  - 2.7.3. Einheiten und Ebenen der Analyse von Gruppenkommunikation
  - 2.7.4. Die Theorie der Verbreitung von Innovationen
  - 2.7.5. Kommunikation in Unternehmen

- 2.8. Medienkommunikation (I). Theorien über starke Medieneffekte
  - 2.8.1. Medienkommunikation
  - 2.8.2. Merkmale der Medien und ihrer Botschaften
  - 2.8.3. Die starke Wirkung der Massenmedien
- 2.9. Medienkommunikation (II). Begrenzte Auswirkungen
  - 2.9.1. Allgemeiner Ansatz für die relative Sicherheit von Medien
  - 2.9.2. Selektive Verarbeitung
  - 2.9.3. Der Nutzen und die Belohnung der Massenkommunikation
- 2.10. Computergestützte Kommunikation und Virtuelle Realität als neuer Studiengegenstand
  - 2.10.1. Computervermittelte Kommunikation: das Problem ihrer theoretischen Integration
  - 2.10.2. Fortschritte bei der Konsolidierung eines theoretischen Korpus für computervermittelte Kommunikation
  - 2.10.3. Entwicklung des Nutzen- und Belohnungsansatzes
  - 2.10.4. Virtuelle Realität als neuer Studiengegenstand

### Modul 3. Einführung in die Psychologie der Kommunikation

- 3.1. Geschichte der Psychologie
  - 3.1.1. Wir beginnen mit dem Studium der Psychologie
  - 3.1.2. Die Wissenschaft entwickelt sich weiter. Historische und paradigmatische Veränderungen
  - 3.1.3. Paradigmen und Phasen in der Psychologie
  - 3.1.4. Kognitionswissenschaft
- 3.2. Einführung in die Sozialpsychologie
  - 3.2.1. Beginn des Studiums der Sozialpsychologie: Einfluss der Sozialpsychologie
  - 3.2.2. Empathie, Altruismus und helfendes Verhalten

- 3.3. Soziale Kognition: die Verarbeitung von sozialen Informationen
  - 3.3.1. Denken und Wissen, lebenswichtige Bedürfnisse
  - 3.3.2. Soziale Kognition
  - 3.3.3. Information organisieren
  - 3.3.4. Denken: prototypisch oder kategorial
  - 3.3.5. Die Fehler, die wir beim Denken machen: Schlussfolgerungsfehler
  - 3.3.6. Automatische Informationsverarbeitung
- 3.4. Psychologie der Persönlichkeit
  - 3.4.1. Was ist das Ich? Identität und Persönlichkei
  - 3.4.2. Selbstwahrnehmung
  - 3.4.3. Selbstwertgefühl
  - 3.4.4. Selbstkenntnis
  - 3.4.5. Zwischenmenschliche Variablen bei der Gestaltung der Persönlichkeit
  - 3.4.6. Makro-soziale Variablen in der Persönlichkeitsformung
- 3.5. Die Emotionen
  - 3.5.1. Worüber sprechen wir, wenn wir emotional werden?
  - 3.5.2. Die Natur der Gefühle
  - 3.5.3. Emotionen und Persönlichkeit
  - 3.5.4. Aus einer anderen Perspektive. Soziale Emotionen
- 3.6. Psychologie der Kommunikation. Überzeugungsarbeit und Verhaltensänderung
  - 3.6.1. Einführung in die Psychologie der Kommunikation
  - 3.6.2. Die Einstellungen
  - 3.6.3. Historische Modelle in der Untersuchung der persuasiven Kommunikation
  - 3.6.4. Das Elaborationswahrscheinlichkeitsmodell (elm)
  - 3.6.5. Kommunikationsprozesse über die Medien
- 3.7. Der Sender
  - 3.7.1. Die Quelle der überzeugenden Kommunikation
  - 3.7.2. Merkmale der Quelle. Glaubwürdigkeit
  - 3.7.3. Merkmale der Quelle. Die Attraktivität
  - 3.7.4. Merkmale des Senders. Die Macht
  - 3.7.5. Prozesse in der persuasiven Kommunikation. Auf primärer Kognition basierende Mechanismen
- 3.8. Die Botschaft
  - 3.8.1. Wir beginnen mit einem Blick auf die Zusammensetzung der Botschaft
  - 3.8.2. Arten von Botschaften: rationale vs. emotionale Botschaften
  - 3.8.3. Emotionale Botschaften und Kommunikation: Angst auslösende Botschaften
  - 3.8.4. Rationale Botschaften und Kommunikation
- 3.9. Der Empfänger
  - 3.9.1. Die Rolle des Empfängers nach dem Elaborationswahrscheinlichkeitsmodell
  - 3.9.2. Bedürfnisse und Motive der Empfänger: ihr Einfluss auf die Veränderung von Einstellungen
- 3.10. Neue Perspektiven für das Studium der Kommunikation
  - 3.10.1. Unbewusste Verarbeitung von Informationen. Automatische Prozesse
  - 3.10.2. Messung automatischer Prozesse in der Kommunikation
  - 3.10.3. Erste Schritte in den neuen Paradigmen
  - 3.10.4. Theorien über duale Verarbeitungssysteme



*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert"*

04

# Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

## Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

*Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt”*



*Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.*



*Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.*

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

**“** *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

## Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

*Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.*

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



#### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



#### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



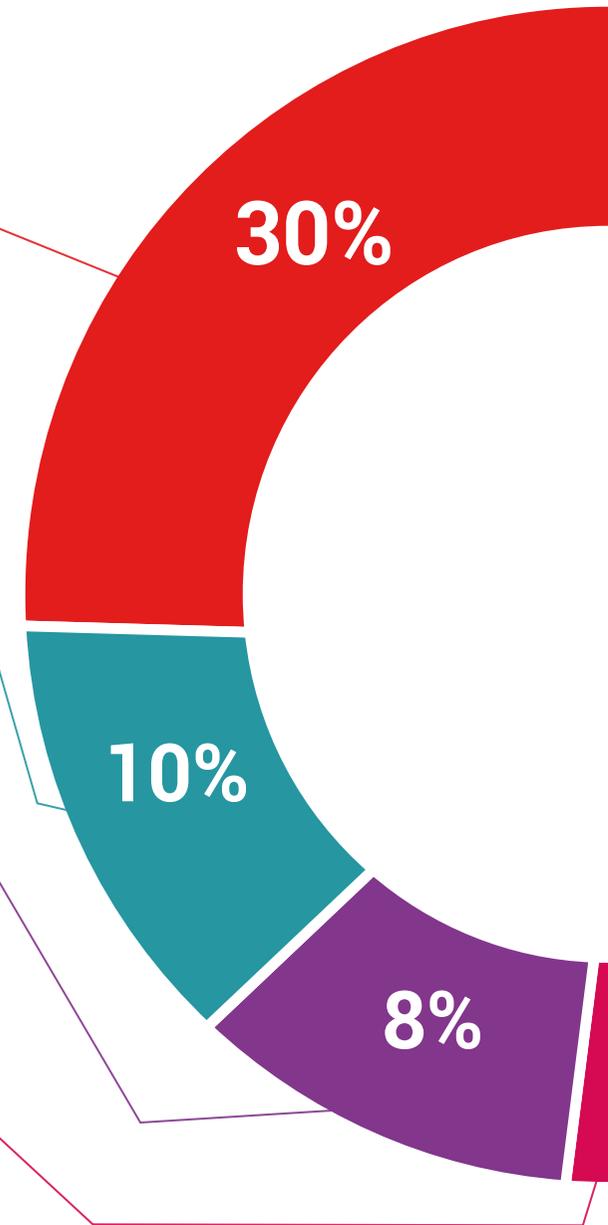
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

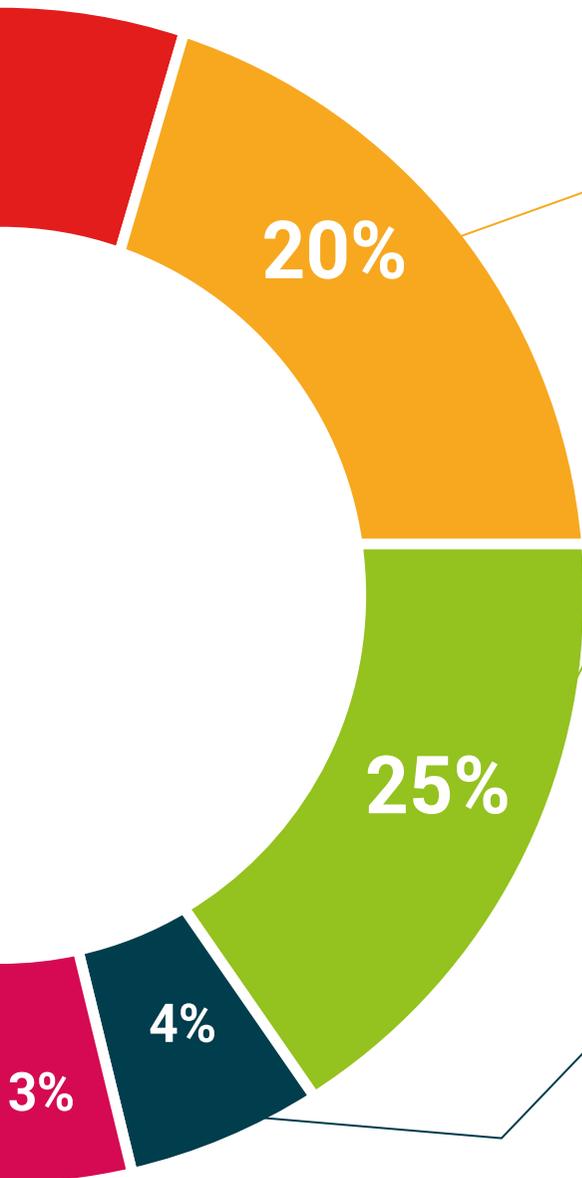
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





**Case Studies**

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



**Interaktive Zusammenfassungen**

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



**Testing & Retesting**

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



05

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Soziale Kommunikation garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm  
erfolgreich ab und erhalten Sie  
Ihren Universitätsabschluss ohne  
lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser **Universitätsexperte in Soziale Kommunikation** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Soziale Kommunikation**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen  
erziehung information tutoren  
garantie akkreditierung unterricht  
institutionen technologie lernen  
gemeinschaft verpflichtung  
persönliche betreuung innovationen  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

Universitätsexperte

Soziale Kommunikation

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Universitätsexperte

## Soziale Kommunikation