

Esperto Universitario

Comunicazione Pubblicitaria





tech università
tecnologica

Esperto Universitario Comunicazione Pubblicitaria

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

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-comunicazione-pubblicitaria

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il
nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Struttura e contenuti

pag. 20

06

Metodologia

pag. 28

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 36

08

Impatto sulla tua carriera

pag. 40

09

Benefici per la tua azienda

pag. 44

10

Titolo

pag. 48

01 Benvenuto

La pubblicità è una grande fonte per attirare i consumatori, poiché, attraverso le strategie di comunicazione più persuasive, suscita il necessario livello di interesse per incitare al consumo. Questo programma fornisce agli studenti una panoramica sui fondamenti del sistema pubblicitario, sulle caratteristiche del processo creativo e sulla pianificazione, nonché sugli effetti sociali che esso comporta. Il piano di studi si concentra quindi sulla creatività nella comunicazione, offrendo agli studenti una panoramica del pensiero creativo e della sua applicazione nel campo della comunicazione. Attraverso questo corso accademico, gli studenti saranno in grado di comprendere e assimilare il processo di creazione di una campagna pubblicitaria, prestando particolare attenzione alla comunicazione persuasiva, sviluppando così la loro immaginazione e risvegliando l'attitudine a generare idee originali in qualsiasi ambito comunicativo.



Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria.
TECH Università Tecnologica



“

Seguendo questo programma di TECH potrai diventare un esperto di comunicazione pubblicitaria, uno dei profili creativi più richiesti al giorno d'oggi”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico”

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04

Obiettivi

Questo programma è pensato per gli studenti che vogliono rafforzare le proprie competenze nel settore della comunicazione pubblicitaria, sviluppando nuove competenze e migliorando le proprie capacità, per promuovere una crescita accademica e professionale in un ambiente altamente competitivo. La comunicazione pubblicitaria richiede quindi un profilo che sappia difendere gli interessi del marchio di cui gestisce la comunicazione, sapendo comprendere il pubblico con cui interagisce e il prodotto o servizio che vende. Dopo aver completato il programma, il professionista sarà così in grado di prendere decisioni in base a un approccio globale, una prospettiva innovativa e una visione internazionale.



“

Analizzerai i diversi livelli e componenti del sistema linguistico, nonché i prodotti discorsivi inquadrati nelle diverse tipologie testuali, ed elaborerai copy con successo”

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

L'Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria prepara gli alunni a:

01

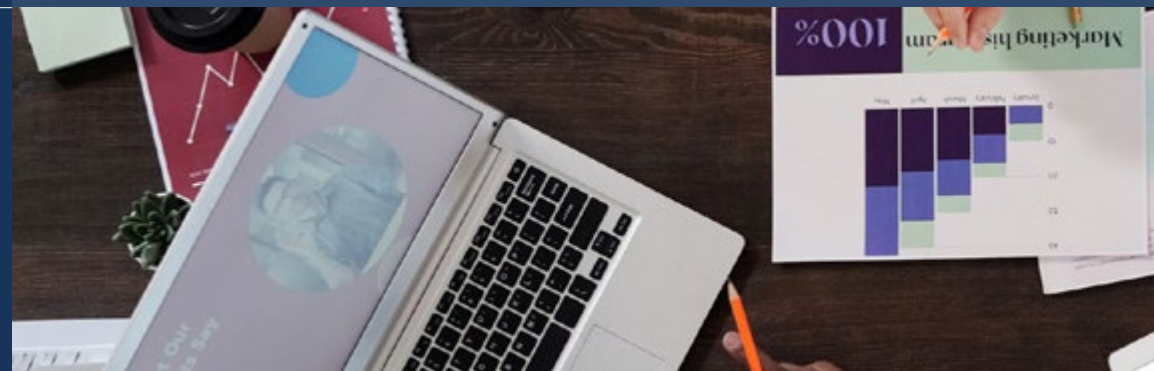
Conoscere i settori della pubblicità e delle pubbliche relazioni, i loro processi e le strutture organizzative

04

Saper applicare i processi creativi al campo della comunicazione, in particolare nel settore della pubblicità e delle pubbliche relazioni

02

Identificare i profili professionali dei professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale



03

Identificare i principi fondamentali della creatività umana e la loro applicazione nelle manifestazioni della comunicazione persuasiva

05

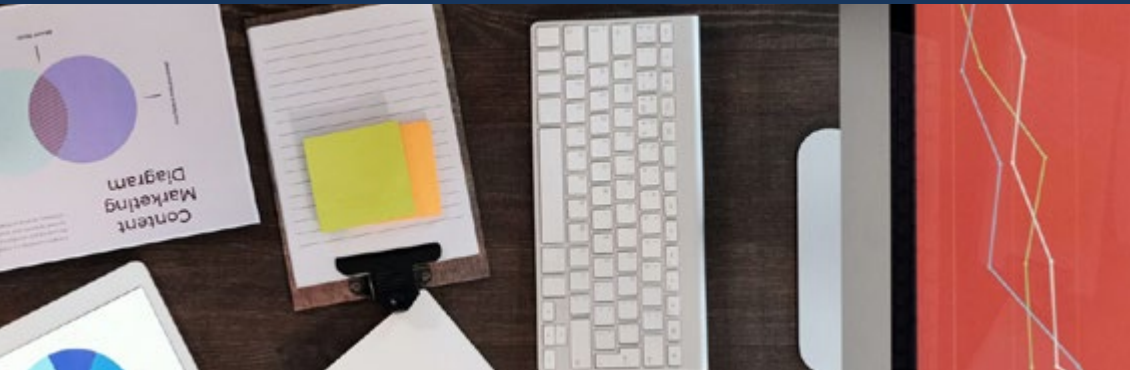
Saper descrivere la struttura delle agenzie pubblicitarie

06

Identificare i processi e le strutture organizzative del processo di pubblicità e pubbliche relazioni

08

Riconoscere gli elementi, le forme e i processi del linguaggio pubblicitario e di altre forme di comunicazione persuasiva



09

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

07

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

10

Incoraggiare la creatività e la persuasione attraverso diversi media e mezzi di comunicazione

11

Riconoscere gli strumenti significativi e appropriati per lo studio della pubblicità e delle relazioni pubbliche

12

Comprendere la struttura e la trasformazione della società odierna in relazione agli elementi, alle forme e ai processi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche

13

Conoscere gli strumenti significativi e appropriati per lo studio della pubblicità e delle relazioni pubbliche





14

Conoscere i settori della pubblicità e delle relazioni pubbliche e le loro strutture e processi organizzativi

15

Identificare i profili professionali dei professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale

16

Acquisire le conoscenze necessarie per realizzare una comunicazione adeguata in tutti i settori, canali e reti, utilizzando i linguaggi adeguati per ogni stile comunicativo

05

Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria possiede un programma completo strutturato in tre moduli, i cui contenuti sono stati elaborati da specialisti del settore, in modo tale che lo studente possa effettivamente approfondire i concetti relativi al linguaggio dei media digitali, consapevole del funzionamento e del potere delle diverse vie di comunicazione delle quali si avvale. Il professionista potrà così apprendere gli aspetti che strutturano la comunicazione, attraverso contenuti di qualità in modo che possa fare la differenza in un ambiente competitivo.



“

Esprimi la tua creatività! Questo programma guida lo studente verso i confini creativi della persuasione attraverso diversi media e mezzi di comunicazione”

Piano di studi

L'Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara lo studente ad affrontare le decisioni nell'ambito della comunicazione focalizzata all'ambito pubblicitario.

I contenuti dell'Esperto Universitario sono stati ideati per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che permettano agli studenti di intraprendere un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti, affrontando le sfide imprenditoriali che possano presentarsi nel campo della comunicazione di cui si avvale la pubblicità per posizionare un prodotto, un servizio o un'azienda.

Durante le 450 ore del corso, lo studente analizzerà una gran varietà di casi pratici mediante il lavoro individuale. Si tratta quindi di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale, che aiuterà il professionista a posizionare il proprio profilo.

In questo modo, l'Esperto Universitario si concentra sulla struttura della comunicazione con particolare attenzione alla creatività del linguaggio pubblicitario, utilizzando il lessico per vendere un'idea. Un piano di studi ideato per specializzare i professionisti dell'ambiente imprenditoriale al fine di orientarli su questo settore da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Questo programma è stato perciò ideato pensando nello studente, focalizzato sul suo miglioramento professionale, per consentirgli di raggiungere l'eccellenza in un ambiente digitale caratterizzato dalla persuasione, grazie a contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, e supportato dalla migliore metodologia educativa e da un eccezionale personale docente, che gli fornirà le competenze per portare a crescere con successo in questo ambiente.

Questo Esperto Universitario ha la durata di 6 mesi ed è suddiviso in 3 moduli:

Modulo 1.

Teoria della pubblicità

Modulo 2.

Linguaggio pubblicitario

Modulo 3.

Creatività nella comunicazione



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità ai loro studenti di svolgere questo programma completamente online. Nel corso dei 6 mesi di specializzazione, gli studenti potranno accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che consentirà di autogestire il tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la crescita
professionale e dare una
svolta definitiva.*

Modulo 1. Teoria della pubblicità

1.1. Fondamenti della Pubblicità

- 1.1.1. Introduzione
- 1.1.2. Le basi della pubblicità e del Marketing
- 1.1.3. Pubblicità, relazioni pubbliche e propaganda
- 1.1.4. Dimensioni e portata sociale della pubblicità contemporanea
- 1.1.5. Pubblicità di successo: KFC

1.2. Storia della pubblicità

- 1.2.1. Introduzione
- 1.2.2. Origine
- 1.2.3. La Rivoluzione Industriale e la pubblicità
- 1.2.4. Lo sviluppo dell'industria pubblicitaria
- 1.2.5. La Pubblicità nel mondo Internet
- 1.2.6. Pubblicità di successo: il caso della Coca Cola

1.3. La pubblicità e i suoi protagonisti I: l'inserzionista

- 1.3.1. Introduzione
- 1.3.2. Il funzionamento dell'industria pubblicitaria
- 1.3.3. Tipi di inserzionisti
- 1.3.4. Pubblicità nell'organigramma aziendale
- 1.3.5. Pubblicità di successo: il caso Facebook

1.4. La pubblicità e i suoi protagonisti II: le agenzie pubblicitarie

- 1.4.1. Introduzione
- 1.4.2. L'agenzia pubblicitaria: i professionisti della comunicazione pubblicitaria
- 1.4.3. La struttura organizzativa delle agenzie pubblicitarie
- 1.4.4. Tipi di agenzie pubblicitarie
- 1.4.5. Gestione delle commissioni nelle agenzie pubblicitarie
- 1.4.6. Pubblicità di successo: Nike

1.5. La pubblicità e i suoi protagonisti III: il destinatario della pubblicità

- 1.5.1. Introduzione
- 1.5.2. Il destinatario della pubblicità e il suo contesto
- 1.5.3. Il destinatario della pubblicità come consumatore
- 1.5.4. Bisogni e desideri in pubblicità
- 1.5.5. Pubblicità e memoria: sull'efficacia della pubblicità
- 1.5.6. Pubblicità di successo: studio del caso Ikea

1.6. Il processo di creazione della pubblicità I: dall'inserzionista ai media

- 1.6.1. Introduzione
- 1.6.2. Aspetti preliminari del processo creativo pubblicitario
- 1.6.3. Il brief pubblicitario o di comunicazione
- 1.6.4. La strategia creativa
- 1.6.5. Strategia dei media

1.7. Il processo di creazione della pubblicità II: creatività e pubblicità

- 1.7.1. Introduzione
- 1.7.2. Fondamenti del lavoro creativo dei pubblicitari
- 1.7.3. La creatività pubblicitaria e il suo statuto comunicativo
- 1.7.4. Processo creativo nella pubblicità
- 1.7.5. Pubblicità di successo: il caso Real Madrid

1.8. Il processo di creazione della pubblicità III: ideazione e sviluppo del manifesto pubblicitario

- 1.8.1. Introduzione
- 1.8.2. La concezione creativa e la strategia
- 1.8.3. Il processo di concezione creativa
- 1.8.4. I dieci percorsi fondamentali della creatività secondo Lluís Bassat: i generi pubblicitari
- 1.8.5. Formati pubblicitari
- 1.8.6. Pubblicità di successo: McDonald's

1.9. Pianificazione dei media pubblicitari

- 1.9.1. Introduzione
- 1.9.2. Media e pianificazione
- 1.9.3. Mezzi pubblicitari e loro classificazione
- 1.9.4. Strumenti di pianificazione dei media
- 1.9.5. Pubblicità di successo: Pepsi

1.10. Pubblicità, società e cultura

- 1.10.1. Introduzione
- 1.10.2. Il rapporto tra pubblicità e società
- 1.10.3. Pubblicità ed emozioni
- 1.10.4. Pubblicità, soggetti e cose
- 1.10.5. Pubblicità di successo: Burger King

Modulo 2. Linguaggio pubblicitario

2.1. Pensare e scrivere: definizione

- 2.1.1. Definizione di copywriting
- 2.1.2. Cenni storici del copywriting e fasi di professionalizzazione

2.2. Copywriting e creatività

- 2.2.1. Vincoli del copywriting
- 2.2.2. Competenza linguistica
- 2.2.3. Funzioni del copywriter
- 2.2.4. Definizione delle funzioni del copywriter

2.3. Il principio di coerenza e la concettualizzazione della campagna

- 2.3.1. Il principio dell'unità della campagna
- 2.3.2. Il team creativo
- 2.3.3. Il processo di concettualizzazione: la creatività nascosta
- 2.3.4. Che cos'è un concetto?
- 2.3.5. Applicazioni del processo di concettualizzazione
- 2.3.6. Il concetto di pubblicità
- 2.3.7. Utilità e vantaggi del concetto di pubblicità

2.4. Pubblicità e retorica

- 2.4.1. Copywriting e retorica
- 2.4.2. Posizione della retorica
- 2.4.3. Le fasi della retorica

2.5. Fondamenti e caratteristiche del copywriting

- 2.5.1. La correzione
- 2.5.2. L'adattamento
- 2.5.3. L'efficacia
- 2.5.4. Le caratteristiche del copywriting
- 2.5.5. Morfologiche: la nominalizzazione
- 2.5.6. Sintattiche: la destrutturazione
- 2.5.7. Grafiche: punteggiatura enfatica

2.6. Strategie di argomentazione

- 2.6.1. La descrizione
- 2.6.2. L'entimema
- 2.6.3. La narrazione
- 2.6.4. L'intertestualità

2.7. Stili e slogan nel copywriting

- 2.7.1. La lunghezza della frase
- 2.7.2. Gli stili
- 2.7.3. Lo slogan
- 2.7.4. Una frase di origine bellica
- 2.7.5. Le caratteristiche dello slogan
- 2.7.6. L'elocutio dello slogan
- 2.7.7. Le forme dello slogan
- 2.7.8. Le funzioni dello slogan

2.8. Principi di copywriting applicato e il binomio *Reason Why+USP*

- 2.8.1. Rigore, chiarezza, precisione
- 2.8.2. Sintesi e semplicità
- 2.8.3. I determinanti del testo pubblicitario
- 2.8.4. L'applicazione del binomio *Reason Why+USP*

2.9. Copywriting su media convenzionali e non convenzionali

- 2.9.1. La divisione *above-the-line/below-the-line*
- 2.9.2. Integrazione: superare la controversia ATL-BTL
- 2.9.3. Copywriting televisivo
- 2.9.4. Copywriting radiofonico
- 2.9.5. Copywriting per la stampa
- 2.9.6. Copywriting per mezzi esterni
- 2.9.7. Copywriting su media non convenzionali
- 2.9.8. Redazione Pubblicitaria nel Marketing Diretto
- 2.9.9. Copywriting per mezzi interattivi

2.10. Criteri di valutazione di un testo pubblicitario e di altri casi di scrittura

- 2.10.1. Modelli classici di analisi pubblicitaria
- 2.10.2. Impatto e rilevanza
- 2.10.3. La *check-list* del copywriter
- 2.10.4. Traduzione e adattamento di testi pubblicitari
- 2.10.5. Nuove tecnologie, nuovi linguaggi
- 2.10.6. Scrivere per il web 2.0
- 2.10.7. *Naming*, guerrilla advertising e altri casi di copywriting

Modulo 3. Creatività nella comunicazione

3.1. Creare è pensare

- 3.1.1. L'arte di pensare
- 3.1.2. Pensiero creativo e creatività
- 3.1.3. Pensiero e cervello
- 3.1.4. Le linee di ricerca sulla creatività: sistematizzazione

3.2. Natura del processo creativo

- 3.2.1. Natura della creatività
- 3.2.2. Nozione di creatività: creazione e creatività
- 3.2.3. La creazione di idee al servizio della comunicazione persuasiva
- 3.2.4. Natura del processo creativo in pubblicità

3.3. L'invenzione

- 3.3.1. Evoluzione e analisi storica del processo di creazione
- 3.3.2. La natura del canone classico di inventio
- 3.3.3. La visione classica dell'ispirazione nell'origine delle idee
- 3.3.4. Invenzione, ispirazione, persuasione

3.4. Retorica e comunicazione persuasiva

- 3.4.1. Retorica e pubblicità
- 3.4.2. Le parti retoriche della comunicazione persuasiva
- 3.4.3. Figure retoriche
- 3.4.4. Leggi retoriche e funzioni del linguaggio pubblicitario

3.5. Comportamento e personalità creativa

- 3.5.1. La creatività come caratteristica personale, come prodotto e come processo
- 3.5.2. Comportamento creativo e motivazione
- 3.5.3. Percezione e pensiero creativo
- 3.5.4. Elementi di creatività

3.6. Capacità e abilità creative

- 3.6.1. Sistemi di pensiero e modelli di intelligenza creativa
- 3.6.2. Il modello tridimensionale di Guilford della struttura dell'intelletto
- 3.6.3. Interazione tra fattori e capacità dell'intelletto
- 3.6.4. Capacità creative
- 3.6.5. Capacità creative

3.7. Le fasi del processo creativo

- 3.7.1. La creatività come processo
- 3.7.2. Le fasi del processo creativo
- 3.7.3. Le fasi del processo creativo nella pubblicità

3.8. Risoluzione dei problemi

- 3.8.1. Creatività e risoluzione dei problemi
- 3.8.2. Blocchi percettivi ed emotivi
- 3.8.3. Metodologia dell'invenzione: programmi e metodi creativi

3.9. I metodi del pensiero creativo

- 3.9.1. Il *brainstorming* come modello per la creazione di idee
- 3.9.2. Pensiero verticale e pensiero laterale
- 3.9.3. Metodologia dell'invenzione: programmi e metodi creativi

3.10. Creatività e comunicazione pubblicitaria

- 3.10.1. Il processo creativo come prodotto specifico della comunicazione pubblicitaria
- 3.10.2. Natura del processo creativo in pubblicità: creatività e processo di creazione pubblicitaria
- 3.10.3. Principi metodologici ed effetti della creazione di pubblicità
- 3.10.4. Creazione di pubblicità: dal problema alla soluzione
- 3.10.5. Creatività e comunicazione persuasiva



06

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”

La Business School di TECH utilizza il 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”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



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

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 aziendale più attuali.

“*Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali*”

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 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business 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. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto 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.



Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager 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 tutorati dai migliori specialisti in senior management 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.



07

Profilo dei nostri studenti

Questo Esperto Universitario si rivolge a professionisti del giornalismo, della comunicazione e dell'economia che vogliono distinguersi nel settore della comunicazione pubblicitaria. In modo che possano apprendere i concetti e le strategie più appropriate per creare campagne persuasive che indirizzate a un pubblico più ampio. La presenza di studenti provenienti da paesi diversi contribuisce a fornire a questo programma un approccio multidisciplinare.





“

Riorienta la tua carriera verso la comunicazione pubblicitaria e ti aprirà un'ampia gamma di possibilità di carriera”

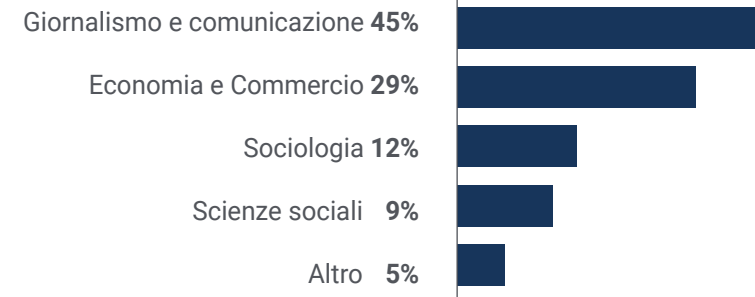
Età media

Da **35** a **45** anni

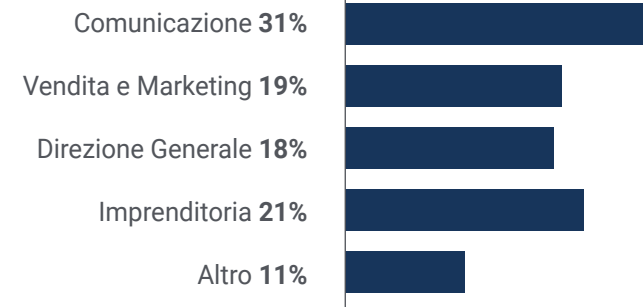
Anni di esperienza



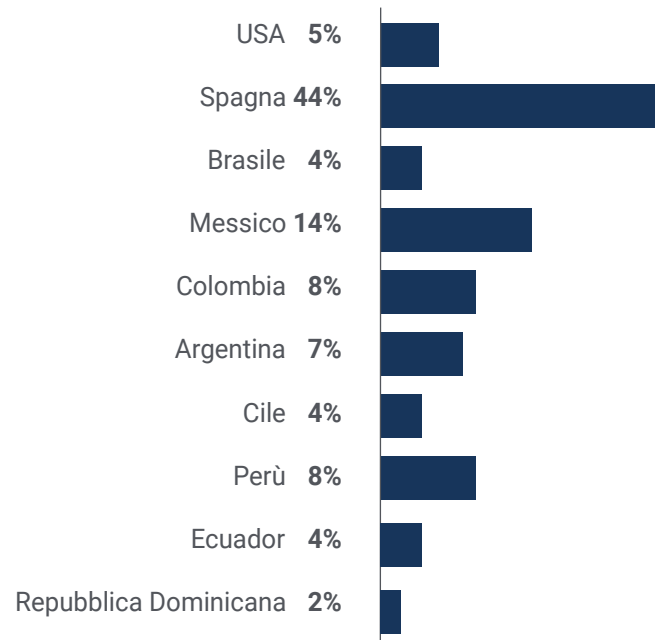
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Julio Ponce

Freelance Copywriter

"Recentemente ho indirizzato la mia carriera verso il copywriting e avevo bisogno di saperne di più sulle tecniche pubblicitarie veramente persuasive per far risaltare il mio lavoro da freelance in un settore sempre più competitivo. Questo Esperto Universitario ha più che soddisfatto le mie aspettative, sono molto contento del risultato"

08

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande impegno dovrebbe quindi essere la crescita professionale, affinché l'inserimento o la promozione del professionista in questo settore sia in linea con le sue aspettative. TECH si impegna a raggiungere questo obiettivo grazie alla progettazione di programmi competitivi e ai migliori esperti del settore.



“

*Studia con TECH e aumenta le tue
possibilità di successo nel mondo
del lavoro”*

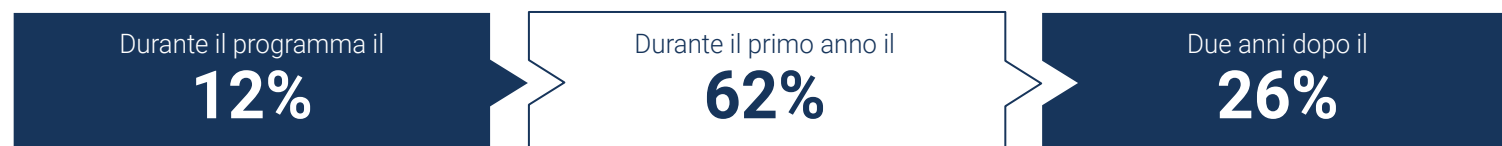
Sei pronto a fare questo passo? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

L'Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria di TECH è un programma intensivo che prepara lo studente ad affrontare sfide e decisioni aziendali nell'ambiente della comunicazione pubblicitaria, specializzandolo in un settore globale e con un linguaggio specifico. Pertanto, il suo obiettivo è quello di promuovere la crescita personale e professionale dello studente in modo che possa raggiungere il successo in questo settore di lavoro.

Prima inizierai questo programma, e prima raggiungerai il tuo obiettivo di carriera.

Se cerchi un miglioramento nella tua professione, il nostro Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria ti aiuterà a ottenerlo.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,55%**



09

Benefici per la tua azienda

L'Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria contribuisce ad elevare il talento dell'azienda al suo massimo potenziale mediante la specializzazione di leader di alto livello.

Partecipare a questo Esperto Universitario è un'opportunità unica per avere accesso a una potente rete di contatti in cui trovare futuri soci professionali, clienti o fornitori.



“

Porta la tua creatività all'estremo e vivi secondo le tue idee. Specializzati in Comunicazione Pubblicitaria con TECH e ottieni l'avanzamento di carriera che meriti”

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista introdurrà nell'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono dar vita a cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e gli apre nuove vie di crescita professionale all'interno della stessa.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o svilupparne di nuovi nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo Esperto Universitario fornirà ai professionisti le competenze necessarie ad affrontare nuove sfide e far crescere la propria azienda.

10 Titolo

L'Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria 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 Pubblicitaria** 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 Pubblicitaria**

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.



Esperto Universitario Comunicazione Pubblicitaria

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

Esperto Universitario

Comunicazione Pubblicitaria

