

Esperto Universitario

Corporate Communication,
Brand and Reputation Strategy

E C C B R S



tech università
tecnologica



tech università
tecnologica

Esperto Universitario Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-corporate-communication-brand-reputation-strategy

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. 18

06

Metodologia

pag. 24

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 32

08

Direzione del corso

pag. 36

09

Impatto sulla tua carriera

pag. 42

10

Benefici per la tua azienda

pag. 46

11

Titolo

pag.50

01 Benvenuto

Questo Esperto Universitario di TECH ha l'obiettivo di preparare i professionisti di vari settori del business nella comunicazione aziendale e nella costruzione dell'immagine del brand, una specialità altamente necessaria per chiunque sia interessato ad accedere a posizioni di responsabilità all'interno di qualsiasi azienda. Nel corso ci si occuperà, tra gli altri argomenti particolarmente rilevanti, degli uffici stampa, della gestione della reputazione e di come affrontare le crisi. Con le conoscenze fornite durante il corso, lo studente saprà controllare tutti gli aspetti comunicativi di un'organizzazione, potendo così assumere maggiori, e meglio remunerate, responsabilità all'interno della propria struttura aziendale.



Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy.
TECH Università Tecnologica

“

Sapendo come le aziende comunicano con il loro pubblico, potrai assumere maggiori responsabilità all'interno dell'azienda, potendo curare il suo aspetto più importante, la sua immagine pubblica"

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 offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea più riconosciuta a livello internazionale) con i "casi di studio" della Harvard Business School. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



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.



Grazie a TECH potrai disporre dei casi di studio proposti dalla Harvard Business School

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

Il professionista troverà in questa specializzazione un'opportunità unica per acquisire conoscenze chiave dell'ambiente aziendale, potendo diventare più visibile al pubblico, all'interno dell'azienda stessa. Questo lo porterà ad optare per posizioni di maggiore responsabilità o a candidarsi per promozioni di interesse dimostrando le proprie capacità professionali grazie ad un insieme di competenze che lo distingueranno dagli altri candidati.



“

Padroneggia la comunicazione aziendale per aggiungere professionalità al tuo set di competenze”

**TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti
Lavoriamo insieme per raggiungerli.**

L'Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy ti preparerà a:

01

Progettare strategie di comunicazione efficienti per organizzazioni che operano in ambienti economicamente competitivi e culturalmente diversi

04

Implementare piani, azioni e produzione di elementi di comunicazione specifici in ognuna delle varianti in cui questa si sviluppa, sia all'esterno che all'interno dell'organizzazione

02

Influenzare le opinioni, gli atteggiamenti e i comportamenti del pubblico interno ed esterno all'organizzazione

05

Spiegare le interrelazioni strategiche e il feedback costante che esistono tra le diverse forme di comunicazione aziendale

03

Gestire adeguatamente l'immagine aziendale, la pubblicità e l'identità

06

Scegliere i canali e i mezzi di comunicazione più adeguati, d'accordo con la marca e il posizionamento aziendale



07

Verificare l'immagine e la reputazione dell'azienda applicando diversi modelli metodologici

08

Analizzare l'opinione pubblica come fonte di informazione per il posizionamento della marca

09

Fare gli aggiustamenti strategici necessari per correggere i problemi derivati dall'identità desiderata, proiettata e percepita

05

Struttura e contenuti

Questo Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy viene offerto completamente online, quindi è lo studente che adegua il materiale didattico al proprio orario e alla propria disponibilità. Nel corso dei 6 mesi della specializzazione, verranno poste le basi più importanti affinché il professionista possa ricoprire posizioni come responsabile della comunicazione e dell'immagine aziendale.



“

Una specializzazione completa, di elevato interesse per il professionista e che gli permetterà di competere tra i migliori del settore”

Piano di studi

L'Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide comunicative di qualsiasi tipo inerenti all'ambito aziendale. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 375 ore di studio, lo studente si confronterà con una serie di casi pratici attraverso il lavoro individuale, che gli permetterà di acquisire le competenze necessarie per sviluppare con successo la sua attività quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo programma si occupa in profondità delle principali aree dell'azienda ed è stato ideato affinché i professionisti comprendano l'importanza della comunicazione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano progettato per il professionista, focalizzato sul suo miglioramento professionale e che prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito della gestione del brand e della comunicazione aziendale. Un programma che comprende le tue esigenze e quelle della tua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze; un ambiente supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che ti fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo Esperto Universitario ha la durata di 6 mesi e si divide in 4 moduli:

Modulo 1	Comunicazione aziendale: strategia del marchio e reputazione
Modulo 2	Pianificazione strategica in comunicazione aziendale
Modulo 3	Aspetti manageriali della comunicazione aziendale
Modulo 4	Etica e responsabilità sociale aziendale



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 tua crescita
professionale e dare una
svolta definitiva.*

Modulo 1. Comunicazione aziendale: strategia del marchio e reputazione

<p>1.1. Identità aziendale e visione strategica</p> <p>1.1.1. Identità e ridefinizione dei valori aziendali</p> <p>1.1.2. Cultura aziendale</p> <p>1.1.3. Sfide del Dipartimento di Comunicazione</p> <p>1.1.4. Immagine e proiezione pubblica</p>	<p>1.2. Strategia di marca aziendale</p> <p>1.2.1. Immagine pubblica e <i>Stakeholders</i></p> <p>1.2.2. Strategia e gestione del <i>branding</i> corporativo</p> <p>1.2.3. Strategia di comunicazione aziendale in linea con l'identità della marca</p>	<p>1.3. Teoria della reputazione</p> <p>1.3.1. La reputazione come paradigma della buona azienda</p> <p>1.3.2. Il concetto di reputazione aziendale</p> <p>1.3.3. La reputazione interna</p> <p>1.3.4. L'influenza dell'internazionalizzazione nella reputazione aziendale</p>	<p>1.4. Valutazione della reputazione</p> <p>1.4.1. La revisione della reputazione aziendale</p> <p>1.4.2. <i>Listed Companies Reputation Monitor</i></p> <p>1.4.3. Indice di buona governance reputazionale</p> <p>1.4.4. Analisi della reputazione settoriale</p>
<p>1.5. Gestione della reputazione</p> <p>1.5.1. La gestione della reputazione aziendale</p> <p>1.5.2. L'approccio alla brand reputation</p> <p>1.5.3. La gestione reputazionale della leadership</p>	<p>1.6. Gestione dei rischi di reputazione e la crisi</p> <p>1.6.1. Ascoltare e gestire percezioni</p> <p>1.6.2. Procedure, manuale di crisi e piani di contingenza</p> <p>1.6.3. Educazione di portavoce in situazioni di emergenza</p>	<p>1.7. Sostenibilità etica</p> <p>1.7.1. Strategia e criteri sostenibili</p> <p>1.7.2. Campagne di comunicazione con criteri di sostenibilità</p> <p>1.7.3. Posizionamento e immagine della marca sostenibile</p>	<p>1.8. Metriche e analitiche di marca e reputazione</p> <p>1.8.1. Introduzione alle metriche del corporate brand</p> <p>1.8.2. Indici di misurazione interna ed esterna</p> <p>1.8.3. Strumenti di gestione della marca</p> <p>1.8.4. <i>Rankings</i> e valutazione del marchio</p>

Modulo 2. Pianificazione strategica in comunicazione aziendale

<p>2.1. Pianificazione strategica</p> <p>2.1.1. Pianificazione strategica: origini e funzioni</p> <p>2.1.2. Lo <i>Strategic Planner</i> in aziende pubblicitarie, consulenze strategiche e aziende di comunicazione</p> <p>2.1.3. Gestione degli <i>stakeholder</i></p>	<p>2.2. Modelli e scuole per la pianificazione</p> <p>2.2.1. Modelli per la gestione dei beni immateriali</p> <p>2.2.2. Beni immateriali e piano strategico</p> <p>2.2.3. Valutazione dei beni immateriali</p> <p>2.2.4. Reputazione e beni immateriali</p>	<p>2.3. Ricerca qualitativa nella pianificazione strategica</p> <p>2.3.1. Rilevamento di <i>insights</i></p> <p>2.3.2. Focus <i>Group</i> per la pianificazione strategica</p> <p>2.3.3. Pianificazione di colloqui strategici</p>	<p>2.4. Ricerca quantitativa nella pianificazione strategica</p> <p>2.4.1. Analizzare dati e trarre conclusioni</p> <p>2.4.2. Uso di tecniche psicometriche</p> <p>2.4.3. Sfide della ricerca applicata alla comunicazione aziendale</p>
<p>2.5. Formulazione della strategia creativa</p> <p>2.5.1. Esplorare alternative strategiche</p> <p>2.5.2. <i>Counterbriefing</i> o <i>briefing</i> creativo</p> <p>2.5.3. <i>Branding</i> e <i>Positioning</i></p>	<p>2.6. Utilità strategica dei diversi mezzi</p> <p>2.6.1. Campagne a 360°</p> <p>2.6.2. Lancio di nuovi prodotti</p> <p>2.6.3. Tendenze sociali</p> <p>2.6.4. Valutazione dell'effettività</p>	<p>2.7. Tendenze nella comunicazione aziendale</p> <p>2.7.1. Creazione e distribuzione di contenuti corporativi</p> <p>2.7.2. Comunicazione aziendale nel web 2.0</p> <p>2.7.3. Incremento di metriche nel processo di comunicazione</p>	<p>2.8. Sponsorizzazione e patrocinio</p> <p>2.8.1. Strategie di azione nella sponsorizzazione, nel patrocinio e nella pubblicità sociale</p> <p>2.8.2. Opportunità di comunicazione e ritorni materiali e immateriali</p> <p>2.8.3. Azioni di ospitalità e collaborazione</p>

Modulo 3. Aspetti manageriali della comunicazione aziendale

<p>3.1. La comunicazione nelle imprese</p> <p>3.1.1. Le imprese, le persone e la società</p> <p>3.1.2. Evoluzione storica del comportamento aziendale</p> <p>3.1.3. Comunicazione bidirezionale</p> <p>3.1.4. Barriere della comunicazione</p>	<p>3.2. Struttura, gestione e sfide della direzione della comunicazione</p> <p>3.2.1. Struttura dipartimentale della direzione della comunicazione</p> <p>3.2.2. Tendenze attuali nei modelli di gestione</p> <p>3.2.3. Integrazione dei beni immateriali</p> <p>3.2.4. Sfide del Dipartimento di Comunicazione</p>	<p>3.3. Piano di comunicazione integrale</p> <p>3.3.1. Revisione e diagnosi</p> <p>3.3.2. Elaborazione del piano di comunicazione</p> <p>3.3.3. Misurazione dei risultati: ICP e ROI</p>	<p>3.4. Effetti dei mezzi di comunicazione</p> <p>3.4.1. Efficacia della comunicazione commerciale e pubblicitaria</p> <p>3.4.2. Teorie sugli effetti dei mezzi</p> <p>3.4.3. Modelli sociali e di co-creazione</p>
---	--	---	--

<p>3.5. Uffici stampa e relazioni con i media</p> <p>3.5.1. Identificazione di opportunità e necessità informative</p> <p>3.5.2. Gestione dei servizi e delle interviste ai portavoce</p> <p>3.5.3. <i>Press-room</i> virtuale ed e-comunicazione</p> <p>3.5.4. Acquisto di spazi pubblicitari</p>	<p>3.6. Pubbliche relazioni</p> <p>3.6.1. Strategie e pratica di pubbliche relazioni</p> <p>3.6.2. Norme di protocollo e cerimoniale</p> <p>3.6.3. Organizzazione di atti e gestione creativa</p>	<p>3.7. Lobby e gruppi di pressione</p> <p>3.7.1. Gruppi di opinione e la loro azione in imprese e istituzioni</p> <p>3.7.2. Relazioni istituzionali e <i>lobby</i></p> <p>3.7.3. Aree di intervento, strumenti regolatori, strategia e mezzi di diffusione</p>	<p>3.8. Comunicazione interna</p> <p>3.8.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane</p> <p>3.8.2. Strumenti e aiuti di comunicazione interna</p> <p>3.8.3. Il piano di comunicazione interna</p>
<p>3.9. Branding & Naming</p> <p>3.9.1. Gestione del marchio e coordinazione nel lancio di nuovi prodotti</p> <p>3.9.2. Riposizionamento del marchio</p>	<p>3.10. Previsione di revisioni e fonti di dati</p> <p>3.10.1. Unità di misurazione e profili di revisione</p> <p>3.10.2. Affinità, <i>Share</i>, <i>Rating</i> e <i>GrPs</i></p> <p>3.10.3. Fornitori attuali nel mercato della pubblicità</p>		

Modulo 4. Etica e responsabilità sociale aziendale

<p>4.1. La funzione direttiva e la CSR</p> <p>4.1.1. Visione strategica della Responsabilità Sociale Aziendale</p> <p>4.1.2. Scheda di valutazione bilanciata</p> <p>4.1.3. Sistemi e modelli per l'implementazione di CSR</p> <p>4.1.4. Organizzazione della CSR: Ruoli e responsabilità</p>	<p>4.2. Responsabilità aziendale</p> <p>4.2.1. Creazione di valore in un'economia di beni immateriali</p> <p>4.2.2. CSR: Impegno imprenditoriale</p> <p>4.2.3. Impatto sociale, ambientale ed economico</p>	<p>4.3. Finanza e investimenti responsabili</p> <p>4.3.1. Sostenibilità e responsabilità del direttore finanziario</p> <p>4.3.2. Trasparenza dell'informazione</p> <p>4.3.3. Finanziamenti e investimenti responsabili</p> <p>4.3.4. Economia sociale, cooperativismo e responsabilità sociale delle imprese</p>	<p>4.4. Impresa e ambiente</p> <p>4.4.1. Sviluppo sostenibile</p> <p>4.4.2. Sviluppi legislativi nella responsabilità ambientale</p> <p>4.4.3. Risposta delle imprese alle problematiche ambientali</p> <p>4.4.4. Rifiuti ed emissioni</p>
<p>4.5. Packaging e ambiente</p> <p>4.5.1. <i>Packaging</i> come strategia aziendale di differenziazione</p> <p>4.5.2. Animazione e comunicazione nel punto di vendita</p> <p>4.5.3. Design del <i>packaging</i> e tendenze future</p>	<p>4.6. Sistemi e strumenti di gestione responsabili</p> <p>4.6.1. Sistemi di gestione della responsabilità sociale</p> <p>4.6.2. Integrazione dei sistemi</p> <p>4.6.3. Sistemi di gestione della qualità, dell'ambiente e della salute e sicurezza sul lavoro</p> <p>4.6.4. Revisioni</p>	<p>4.7. Etica d'impresa</p> <p>4.7.1. Comportamento etico aziendale</p> <p>4.7.2. Deontologia e codice etico</p> <p>4.7.3. Frode e conflitto d'interessi</p>	<p>4.8. Multinazionali e diritti umani</p> <p>4.8.1. Globalizzazione, diritti umani e aziende multinazionali</p> <p>4.8.2. Multinazionali di fronte al diritto internazionale</p> <p>4.8.3. Strumenti giuridici specifici</p>
<p>4.9. Ambiente legale e governance</p> <p>4.9.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione</p> <p>4.9.2. Proprietà intellettuale e industriale</p> <p>4.9.3. Diritto internazionale del lavoro</p>			

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”

In TECH Business School impieghiamo il Metodo Casistico di Harvard

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

“

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo"



Siamo la prima Università online che combina lo studio di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento 100 % online basato sulla ripetizione.



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 intensivo della Business School di TECH Università Tecnologica prepara gli studenti ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale. Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i *casì di studio* di Harvard, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.

“ *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 solo la legge sulla base del contenuto teorico, il Metodo Casistico consisteva nel presentare situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giudicare 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 reali. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

La nostra Università è la prima al mondo a coniugare lo *studio di casi clinici* di Harvard con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di elementi diversi in ogni lezione.

TECH perfeziona il *metodo casistico* di Harvard con la migliore metodologia di insegnamento del momento, 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 disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a 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 Business School è l'unica scuola di lingua spagnola 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 spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, 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 contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, 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 prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

La denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



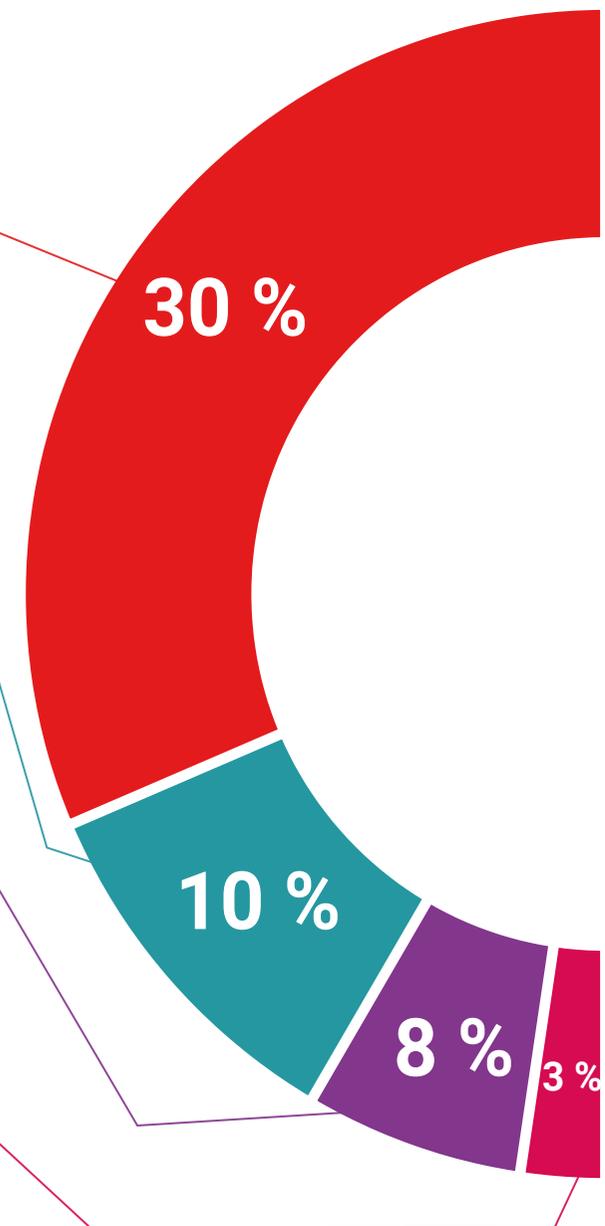
Pratica di competenze manageriali

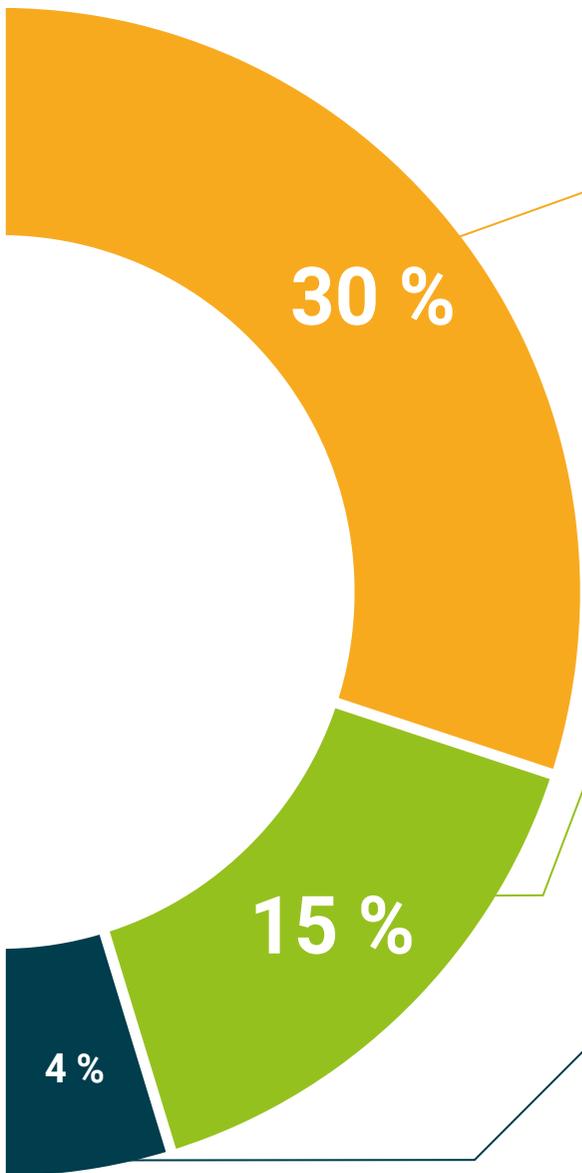
Realizzerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 formazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi aziendali usati alla Harvard Business School. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti dell'alta direzione in America Latina.



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 formazione 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 di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07

Profilo dei nostri studenti

L'Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy è un programma rivolto a professionisti relazionati con la comunicazione, che vogliono aggiornare le loro conoscenze, scoprire nuove forme di gestire le informazioni e la comunicazione aziendale, e avanzare nella loro carriera professionale. La varietà dei partecipanti, con profili accademici differenti e di diverse nazionalità, costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma, che è senza dubbio un vantaggio per chiunque voglia sviluppare le proprie conoscenze in un ambiente internazionale.





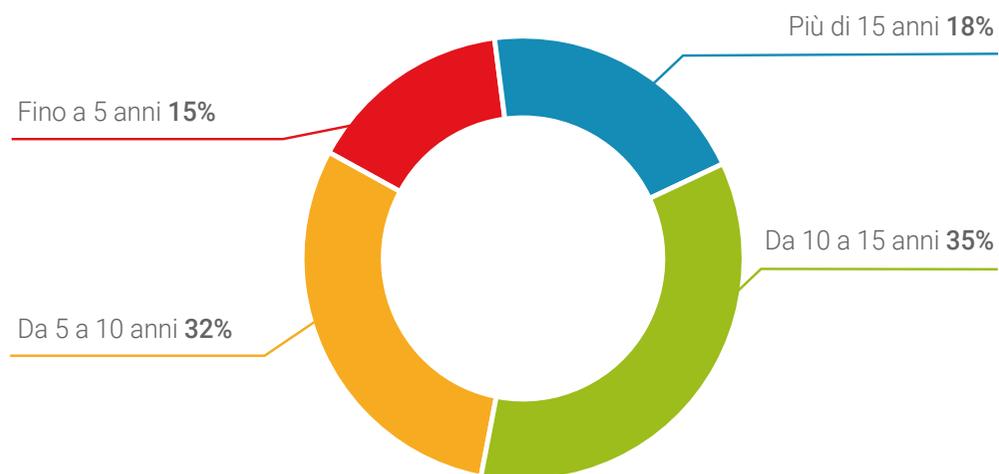
“

Se hai esperienza nell'area della comunicazione e sei alla ricerca di un interessante miglioramento della tua carriera pur continuando a lavorare, questo è il programma adatto a te"

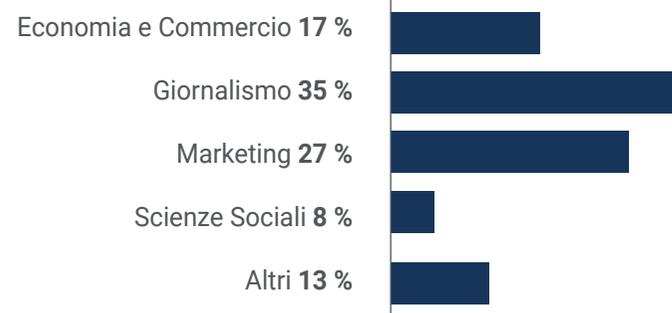
Età media

Da **35** e **45** anni

Anni di esperienza



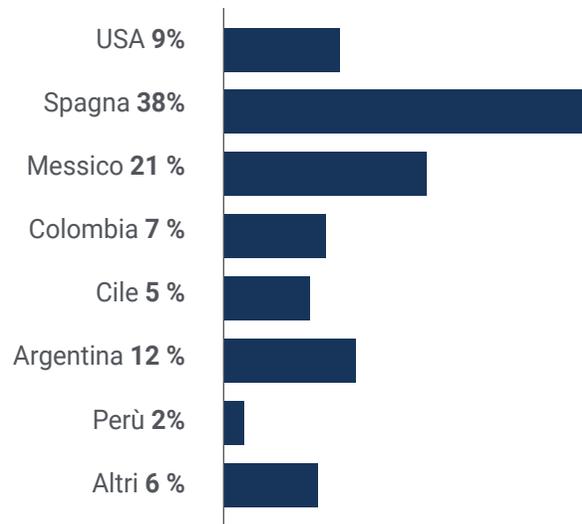
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



José Huertas

Direttore di comunicazione

"Grazie a questo Esperto Universitario ho potuto capire meglio come gestire la comunicazione nell'azienda in cui lavoro, e mi sono subito fatto notare dai miei superiori, che non hanno esitato a darmi una posizione di maggiore responsabilità poco dopo aver finito il corso"

08

Direzione del corso

Nella nostra Università disponiamo di professionisti specializzati in ogni area di conoscenza, che apportano l'esperienza del loro lavoro ai nostri corsi di specializzazione. Un team multidisciplinare di riconosciuto prestigio che si è riunito per offrirvi tutta la sua conoscenza in questo campo.



“

Il nostro personale docente esperto in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy ti aiuterà a raggiungere il successo nella tua professione"

Direttore ospite internazionale

Wendy Thole-Muir, vincitrice degli “International Content Marketing Awards” per la creatività, la leadership e la qualità dei suoi contenuti informativi, è una rinomata direttrice della comunicazione altamente specializzata nel campo della Gestione della Reputazione.

In questo senso, ha sviluppato una solida carriera professionale di oltre due decenni in questo campo, che l'ha portata a far parte di prestigiose entità di riferimento internazionali come Coca-Cola. Il suo ruolo prevede la supervisione e la gestione della comunicazione aziendale, nonché il controllo dell'immagine organizzativa. Tra i suoi principali contributi, ha guidato l'implementazione della piattaforma di interazione interna Yammer. Grazie ad essa, i dipendenti hanno aumentato il loro impegno nei confronti del marchio e hanno creato una comunità che ha migliorato significativamente la trasmissione delle informazioni.

Inoltre, è stato incaricato di gestire la comunicazione degli investimenti strategici dell'azienda in diversi Paesi africani. Ne è un esempio il fatto che abbia gestito i dialoghi intorno a investimenti significativi in Kenya, dimostrando l'impegno delle entità per lo sviluppo economico e sociale del Paese. A sua volta, ha ottenuto numerosi riconoscimenti per la sua capacità di gestire la percezione delle aziende in tutti i mercati in cui opera. In questo modo, ha fatto in modo che le aziende mantenessero un profilo elevato e che i consumatori le associassero a un'alta qualità.

Inoltre, come parte del suo fermo impegno verso l'eccellenza, ha partecipato attivamente a rinomati Congressi e Simposi su scala globale con l'obiettivo di aiutare i professionisti dell'informazione a rimanere all'avanguardia nelle tecniche più sofisticate per sviluppare piani di comunicazione strategica di successo. Ha quindi aiutato numerosi esperti ad anticipare le situazioni di crisi istituzionali e a gestire efficacemente gli eventi avversi.



Dott.ssa Thole-Muir, Wendy

- Direttrice della Comunicazione Strategica e della Reputazione Aziendale presso Coca-Cola, Sudafrica
- Responsabile della Comunicazione e della Reputazione Aziendale presso ABI at SABMiller di Lovania, Belgio
- Consulente di Comunicazione presso ABI, Belgio
- Consulente di Third Door per la Reputazione e Comunicazione presso Gauteng, Sudafrica
- Master in Studi del comportamento sociale da Università del Sudafrica
- Master in Arti con specializzazione in Sociologia e Psicologia presso l'Università del Sudafrica
- Laurea in Scienze Politiche e Sociologia Industriale presso l'Università di KwaZulu-Natal
- Laurea in Psicologia presso l'Università del Sudafrica

“

*Grazie a TECH potrai
apprendere con i migliori
professionisti del mondo”*

Direzione



Dott. Larrosa Guirao, Salvador

- ◆ Professore specializzato in finanza con una vasta esperienza in questo campo e nell'insegnamento

Professori

Dott.ssa Gomis Noriega, Silvia

- ◆ Docente di innovazione
- ◆ Dottoressa con ampia esperienza e un lungo curriculum didattico



Elements of Complete Plan

- Executive Summary
- Company Summary
- Products and Services
- Market Analysis
- Management
- Financial Plan
- Appendix
- Tables



Key to Success

Product and Services

09

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente personale. Perciò, l'obiettivo finale di questo grande sforzo deve essere la crescita professionale. A tal fine, si garantisce l'accesso ai contenuti didattici e agli strumenti più avanzati del settore, attraverso la metodologia più moderna del mercato.





“

TECH ti fornisce gli strumenti e la metodologia comunicativa migliori del mercato affinché possa contraddistinguerti sul tuo lavoro”

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

L'Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy è un programma intensivo che prepara lo studente a guidare team di lavoro che si occupano della communication strategy dell'impresa, migliorando la qualità dei risultati finali. Il suo obiettivo principale è quello di favorire la tua crescita personale e professionale, aiutandoti a raggiungere il successo nella tua carriera.

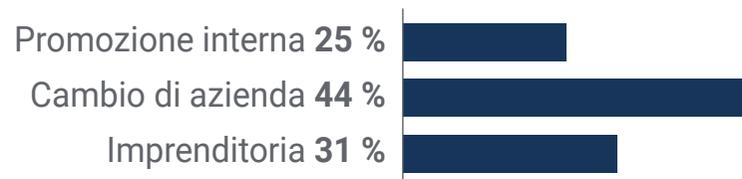
La promozione interna è una delle migliori opzioni per migliorare professionalmente, perciò non dubitare e formati per il successo nella tua impresa.

Ottieni un cambiamento positivo nella tua carriera grazie alla realizzazione di questo programma di specializzazione.

Momento del cambiamento professionale dei nostri alunni

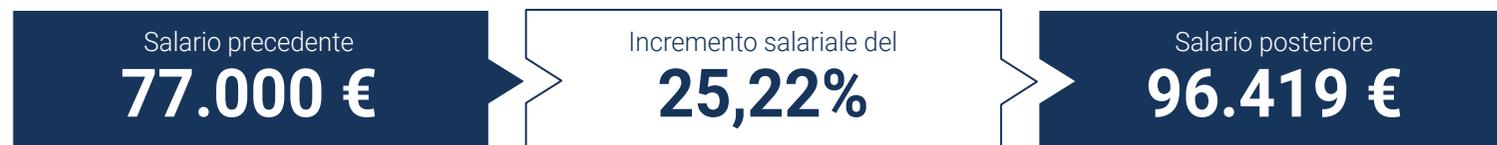


Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

I nostri studenti che hanno portato a termine questo programma hanno ottenuto un incremento salariale superiore al **25%**



10

Benefici per la tua azienda

L'Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy aiuta ad elevare il talento dell'azienda al suo massimo potenziale, attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Partecipare a questo programma è un'opportunità unica per avere accesso a una potente rete di contatti dove si possono trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

*TECH ti permetterà di conoscere
i principali strumenti per muoverti
con scioltezza nella tua professione”*

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Conferirai all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare 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 manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.

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 a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Potrai lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della tua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà agli studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e dare un impulso all'organizzazione.

11 Titolo

Il corso per Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy garantisce, oltre alla formazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso al Esperto Universitario rilasciato dalla TECH Università Tecnologica.



“

*Supera con successo questo corso e ricevi il tuo titolo
universitario senza spostamenti o fastidiose formalità”*

Questo **Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy** possiede il programma più completo e aggiornato presente sul mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, il suo corrispondente titolo **Esperto Univeristario** rilasciato da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** indica la qualifica ottenuta nel Esperto Univeristario e soddisfa i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy**

N.º Ore Ufficiali: **375 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 Corporate Communication, Brand and Reputation Strategy

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

Esperto Universitario

Corporate Communication, Brand
and Reputation Strategy