

# Esperto Universitario Comunicazione e Branding nelle Industrie Creative





## Esperto Universitario Comunicazione e Branding nelle Industrie Creative

- » 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/design/specializzazione/specializzazione-branding-industrie-creative](http://www.techtitute.com/it/design/specializzazione/specializzazione-branding-industrie-creative)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Direzione del corso

---

*pag. 12*

04

Struttura e contenuti

---

*pag. 18*

05

Metodologia

---

*pag. 24*

06

Titolo

---

*pag. 32*

01

# Presentazione

Le industrie creative stanno crescendo di numero e quindi la competitività è in aumento. La loro differenziazione dovrebbe concentrarsi sulla qualità dei prodotti, ma è essenziale creare un marchio che sia rappresentativo e riconosciuto dai consumatori. Pertanto, i progettisti che desiderano acquisire posizioni di responsabilità in questo tipo di aziende devono essere consapevoli che la comunicazione e il *Branding* devono costituire una parte essenziale della loro qualificazione. TECH ha pertanto ideato questo programma, che sarà fondamentale per la futura carriera e il loro successo in questo campo.





“

*Specializzati in comunicazione e branding  
in aziende creative e diventa un esperto  
in grado di progettare un marchio che  
piaccia al pubblico”*

Il branding e la strategia di comunicazione sono elementi essenziali per qualsiasi impresa, ancor più se parliamo di industrie del settore creativo. Il *Branding* può essere quindi definito come il processo di costruzione di un marchio, mentre la strategia di comunicazione come la scelta dei messaggi per raggiungere un obiettivo specifico. La sua importanza è tale che una preparazione di livello superiore da parte dei professionisti in questo campo assume una grande rilevanza. TECH ha pertanto progettato questo programma accademico che si concentra pertanto sulla preparazione di designer in grado di guidare e gestire questi processi, promuovendo la creatività, la gestione delle idee e la messa in atto delle migliori opzioni a seconda degli obiettivi dell'azienda.

Il programma analizza in modo approfondito il concetto di *Branding* e le sue principali strategie. Verrà definito questo processo e le diverse fasi che portano un marchio a diventare ciò che è. L'obiettivo è dare peso e mostrare tutte le qualità che il marchio stesso possiede, in modo che il cliente possa conoscere i valori e la visione che l'azienda ha e che servono a differenziarla dagli altri. Inoltre, la comunicazione in questo settore sarà affrontata da una prospettiva globale, includendo il processo strategico, la scelta del pubblico, la pianificazione strategica e i mezzi di *Marketing* più appropriati per metterla in pratica, tra gli altri aspetti di grande rilevanza in questo campo.

Un Esperto Universitario 100% online che consentirà agli studenti di distribuire autonomamente il proprio tempo di studio, senza essere condizionati da orari fissi o dalla necessità di recarsi in una sede fisica, con la possibilità di accedere a tutti i contenuti in qualsiasi momento della giornata, conciliando la vita lavorativa e personale con quella accademica.

Questo **Esperto Universitario in Comunicazione e Branding nelle Industrie Creative** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti nella direzione e nella gestione delle imprese creative
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Speciale enfasi sulle metodologie innovative nella comunicazione e nel *branding* di imprese creative
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Creare campagne di comunicazione di successo consentirà di far conoscere il tuo brand e di creare una reputazione in linea con gli obiettivi dell'azienda"*

“

*Il futuro di ogni azienda dipende in larga misura dalle sue campagne di comunicazione e di branding, quindi la specializzazione in questo campo sarà un valore aggiunto per il tuo CV”*

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti nell'ambito del design, così come riconosciuti esperti appartenenti a società e università di prestigio, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato. Ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Questa Esperto Universitario ha una metodologia didattica innovativa, che permetterà agli studenti di studiare in modo contestuale, come se stessero affrontando situazioni reali.*

*Il programma più completo sulla comunicazione e sul branding nelle industrie creative, progettato per favorire la crescita personale e professionale.*



# 02 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario in Comunicazione e Branding nelle Industrie Creative di TECH è quello di far sì che i designer acquisiscano le competenze necessarie a mettere in pratica tutti i concetti e le strategie che permetteranno loro di far conoscere il proprio marchio, creando una sinergia con il pubblico che aiuterà la loro azienda a raggiungere il successo sul mercato. Questo obiettivo sarà indubbiamente raggiunto con duro lavoro e dedizione e segnerà il punto di partenza per il futuro impiego degli studenti.







“

*Costruire un marchio di successo richiede molto impegno e dedizione, ma è anche necessario sviluppare le giuste competenze. TECH mette a tua disposizione questo Esperto Universitario per aiutarti a farlo”*



## Obiettivi generali

---

- ◆ Offrire conoscenze utili alla specializzazione degli studenti, fornendo loro competenze nello sviluppo e nell'applicazione di idee originali al loro lavoro personale e professionale
  - ◆ Comprendere come la creatività e l'innovazione siano diventate il motore dell'economia
  - ◆ Risolvere i problemi di gestione della creatività in ambienti innovativi e in contesti multidisciplinari
  - ◆ Integrare le proprie conoscenze acquisite con quelle possedute da altre persone, formulando giudizi e ragionamenti fondati sulla base dell'informazione disponibile in ogni caso.
  - ◆ Saper gestire il processo di creazione e messa in pratica di idee innovative su un tema specifico
  - ◆ Acquisire conoscenze specifiche per la gestione delle imprese e delle compagnie nel nuovo contesto delle Industrie Creative
  - ◆ Disporre degli strumenti necessari per analizzare la realtà economica, sociale e culturale in cui si sviluppano ed evolvono le Industrie Creative al giorno d'oggi
  - ◆ Acquisire le competenze necessarie per sviluppare ed evolvere il proprio profilo professionale sia in ambito aziendale che imprenditoriale
  - ◆ Ottenere conoscenze specifiche per la gestione delle imprese e delle compagnie nel nuovo contesto delle Industrie Creative
  - ◆ Organizzare e pianificare i compiti utilizzando le risorse disponibili per affrontarli in tempi precisi
- ◆ Utilizzare nuove tecnologie di informazione e comunicazione come strumenti di preparazione e di scambio di esperienze nell'ambito di studio
  - ◆ Sviluppare le capacità di comunicazione, sia scritta che orale, e le capacità di presentazione professionale nella realtà quotidiana
  - ◆ Acquisire competenze in materia di ricerche di mercato, visione strategica, metodologie digitali e co-creazione



*Acquisisci le abilità necessarie a gestire la comunicazione imprenditoriale della tua azienda"*



## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Nuove Industrie Creative

- ◆ Approfondire la conoscenza delle nuove Industrie Creative
- ◆ Conoscere a fondo il peso delle Industrie Creative a livello economico
- ◆ Approfondire le arti visive e dello spettacolo
- ◆ Acquisire una conoscenza approfondita del patrimonio storico, naturale e culturale

### Modulo 2. *Creative Branding*: Comunicazione e gestione di marchi creativi

- ◆ Comprendere il processo di creazione ed evoluzione di un marchio
- ◆ Sapere come deve essere creata l'identità grafica del marchio
- ◆ Conoscere le principali tecniche e strumenti di comunicazione
- ◆ Essere in grado di realizzare il *Briefing* dell'azienda

### Modulo 3. Nuove strategie di *Marketing Digitale*

- ◆ Applicare gli strumenti del *Marketing Digitale*, tenendo conto del pubblico a cui i messaggi devono arrivare
- ◆ Effettuare analisi web per fornire all'azienda informazioni utili a orientare la sua strategia pubblicitaria
- ◆ Utilizzare i social network come strumento di *Marketing* e pubblicità
- ◆ Applicare gli strumenti dell'*Inbound Marketing*

# 03

## Direzione del corso

Il personale docente di questo Esperto Universitario in Comunicazione e Branding nelle Industrie Creative di TECH è composto da professionisti con una vasta esperienza nel settore, che comprendono l'importanza di programmi di alta qualità per migliorare la qualificazione dei designer in questo campo. Hanno pertanto profuso tutti i loro sforzi per creare il programma accademico più completo oggi disponibile sul mercato, che sarà di grande utilità per coloro che desiderino progredire professionalmente nel campo delle imprese creative.



“

*Docenti di alto livello ti forniranno gli  
aspetti chiave della Comunicazione e del  
Branding nelle Industrie Creative”*

## Autista ospite internazionale

S. Mark Young è un esperto di fama internazionale che ha concentrato la sua carriera di ricerca sull'industria dell'intrattenimento. I suoi risultati hanno ricevuto numerosi riconoscimenti, tra cui il Premio di carriera in contabilità e gestione nel 2020, assegnato dall'American Accounting Association. Allo stesso modo, è stato premiato tre volte per i suoi contributi alla letteratura accademica in questi settori.

Una delle pietre miliari più importanti della sua carriera è stata la pubblicazione dello studio "Narcisismo e Celebrità", insieme al Dr. Drew Pinsky. Questo testo ha raccolto dati diretti da personaggi famosi del cinema o della televisione. Inoltre, nell'articolo, che sarebbe poi diventato un best-seller, l'esperto analizzava i comportamenti narcisistici delle star di celluloidi e come questi sono stati normalizzati nei media moderni. Allo stesso tempo, è stato affrontato l'impatto di questi sulla gioventù contemporanea.

Nel corso della sua vita professionale, Young ha approfondito l'organizzazione e la concentrazione nell'industria cinematografica. Nello specifico, ha approfondito i modelli per prevedere il successo al botteghino dei film più importanti. Allo stesso modo, ha fornito contributi sulla contabilità basata sulle attività e sulla progettazione dei sistemi di controllo. In particolare, risalta la sua riconosciuta influenza per l'implementazione di una gestione efficace basata sulla Balanced Scorecard.

Allo stesso modo, il lavoro accademico ha segnato anche la sua vita professionale, portandolo a essere scelto per guidare la cattedra di Ricerca George Bozanic and Holman G. Hurt in Business, Sport e Spettacolo. Allo stesso modo, ha tenuto conferenze e partecipato a programmi di studio relativi alla Contabilità, al Giornalismo e alle Comunicazioni. Allo stesso tempo, i suoi studi universitari e universitari lo hanno collegato a prestigiose università nordamericane come Pittsburgh e Ohio.



## Dr. Young, S. Mark

---

- Direttore della cattedra George Bozanic e Holman G. Hurt nel settore dello sport e dell'intrattenimento
- Storico ufficiale della squadra di tennis maschile dell'Università della California del Sud
- Ricercatore accademico specializzato nello sviluppo di modelli predittivi per l'industria cinematografica
- Coautore del libro "Narcisismo e celebrità"
- Dottorato in Scienze contabili presso l'Università di Pittsburgh
- Master in Contabilità presso la Ohio State University
- Laurea in Economia presso l'Oberlin College
- Membro del Centro per l'eccellenza nell'insegnamento

“

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

## Direzione



### Dott.ssa Velar, Marga

- ◆ Responsabile del *Marketing* Aziendale presso SGN Group di New York
- ◆ Direttrice di Forefashion Lab
- ◆ Docente presso il Centro Universitario Villanueva di ISEM *Fashion Business School* e presso la Facoltà di Comunicazione dell'Università di Navarra
- ◆ Dottorato in Comunicazione conseguito presso l'Università Carlos III di Madrid
- ◆ Laurea in Comunicazione Audiovisiva e diploma in Comunicazione e Gestione della Moda conseguiti presso il Centro Universitario Villanueva dell'Università Complutense
- ◆ MBA in Fashion Business Management conseguito presso l'ISEM *Fashion Business School*

## Personale docente

### Dott.ssa Arroyo Villoria, Cristina

- ◆ Partner e direttrice di progetti e dell'imprenditorialità presso industrie creative
- ◆ Pianificazione strategica, sviluppo aziendale e strategia di comunicazione e marketing
- ◆ Laurea in Scienze del Lavoro presso l'Università di Valladolid

- ◆ Master in Management delle Risorse Umane conseguito presso la Business School San Pablo CEU
- ◆ Master in Tecnologie dell'Educazione conseguito presso la *Business School* di Bureau Veritas





Table 1. Estimated Monthly Sales  
in millions of dollars

Year	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
2003	100	120	150	180	550
2004	120	150	180	220	670
2005	150	180	220	280	830

2003 2004 2005

# 04

## Struttura e contenuti

Il programma di studi di questo Esperto Universitario in Comunicazione e Branding nelle Industrie Creative di TECH comprende tutte le informazioni specifiche che i designer devono conoscere per lavorare con successo in questo settore. Il contenuto del programma offre quindi una panoramica di prim'ordine sulle nuove Industrie Creative, la comunicazione creativa del marchio e il *Marketing* digitale. Un percorso di studi esaustivo che sarà indispensabile per il futuro professionale degli studenti.



# BLOG

TO THE WORLD OF STYLE



“

Un programma di alta qualità che darà una svolta alla tua carriera”

## Modulo 1. Nuove Industrie Creative

- 1.1. Nuove Industrie Creative
  - 1.1.1. Dall'industria culturale all'industria creativa
  - 1.1.2. Le attuali Industrie Creative
  - 1.1.3. Attività e settori che compongono le Industrie Creative
- 1.2. Peso economico delle Industrie Creative al giorno d'oggi
  - 1.2.1. Contributo
  - 1.2.2. Incentivi di crescita e cambiamento
  - 1.2.3. Panorama lavorativo nelle Industrie Creative
- 1.3. Nuovo contesto globale delle Industrie Creative
  - 1.3.1. Radiografia delle Industrie Creative a livello globale
  - 1.3.2. Mezzi di finanziamento delle Industrie Creative in ogni Paese
  - 1.3.3. Casi pratici: modelli di gestione e politiche pubbliche
- 1.4. Il patrimonio naturale e culturale
  - 1.4.1. Il patrimonio storico e culturale
  - 1.4.2. Prodotti derivati e servizi di musei, siti archeologici, storici e paesaggi naturali
  - 1.4.3. Patrimonio culturale intangibile
- 1.5. Arti visive
  - 1.5.1. Arti plastiche
  - 1.5.2. Fotografia
  - 1.5.3. Artigianato
- 1.6. Arti sceniche
  - 1.6.1. Teatro e danza
  - 1.6.2. Musica e festival
  - 1.6.3. Fiere e circo
- 1.7. Mezzi audiovisivo
  - 1.7.1. Film, TV e contenuto audiovisivo
  - 1.7.2. Radio, *Podcast* e contenuto uditivo
  - 1.7.3. Videogiochi

- 1.8. Pubblicazioni attuali
  - 1.8.1. Letteratura, saggistica e poesia
  - 1.8.2. Editori
  - 1.8.3. Stampa
- 1.9. Servizi creativi
  - 1.9.1. Design e moda
  - 1.9.2. Architettura e paesaggistica
  - 1.9.3. Pubblicità
- 1.10. Connessioni dell'economia creativa o l'economia arancione
  - 1.10.1. Modello a cascata – cerchi concentrici
  - 1.10.2. *Spillovers* creativi, di produzione e di conoscenze
  - 1.10.3. Cultura al servizio dell'Economia Creativa

## Modulo 2. *Creative Branding*: Comunicazione e gestione del brand creativo

- 2.1. *Brand and branding*
  - 2.1.1. Le marche
  - 2.1.2. Evoluzione del *branding*
  - 2.1.3. Posizionamento, personalità della marca e notorietà
- 2.2. Costruzione del brand
  - 2.2.1. *Marketing Mix*
  - 2.2.2. Architettura del brand
  - 2.2.3. Identità della marca
- 2.3. Espressione del brand
  - 2.3.1. Identità grafica
  - 2.3.2. Espressione visuale
  - 2.3.3. Altri elementi che riflettono la marca
- 2.4. Comunicazione
  - 2.4.1. Focus
  - 2.4.2. *Brand Touchpoints*
  - 2.4.3. Tecniche e strumenti di comunicazione



- 2.5. *Brand Content*
  - 2.5.1. Dalle marche alle piattaforme di intrattenimento
  - 2.5.2. La crescita del contenuto di marca
  - 2.5.3. Connettere con il pubblico attraverso di racconti unici
- 2.6. *Visual Storytelling*
  - 2.6.1. L'analisi della marca
  - 2.6.2. Concetti pubblicitari creativi
  - 2.6.3. La vendita creativa
- 2.7. *Customer Experience*
  - 2.7.1. *Customer Experience (CX)*
  - 2.7.2. *Customer Journey*
  - 2.7.3. Allineamento della marca e CX
- 2.8. Pianificazione strategica
  - 2.8.1. Obiettivi
  - 2.8.2. Identificazione dei target e degli *Insight*
  - 2.8.3. Disegno della strategia
- 2.9. *Performance*
  - 2.9.1. Il *Briefing*
  - 2.9.2. Tattiche
  - 2.9.3. Piano di produzione
- 2.10. Valutazione
  - 2.10.1. Cosa valutare
  - 2.10.2. Come valutare (strumenti di misurazione)
  - 2.10.3. Report dei risultati

### Modulo 3. Nuove strategie di Marketing Digitale

- 3.1. Tecnologie e pubblico di riferimento
  - 3.1.1. La strategia digitale e le differenze tra i vari tipi di utenti
  - 3.1.2 Il pubblico target: fattori esclusivi e generazioni
  - 3.1.3. L' *Ideal Customer Profile* (ICP) e la *Buyer persona*
- 3.2. Analisi digitale per la diagnosi
  - 3.2.1. Analisi che precede la strategia digitale
  - 3.2.2. Momento 0
  - 3.2.3. KPI e metrica, tipologie, classificazione secondo la metodologia
- 3.3. *E-entertainment*: l'impatto dell'e-commerce nell'industria dell'intrattenimento
  - 3.3.1. *E-commerce*, tipologie e piattaforme
  - 3.3.2. L'importanza del web design: UX e UI
  - 3.3.3. Ottimizzazione dello spazio online: necessità minime
- 3.4. *Social Media e Influencer Marketing*
  - 3.4.1. Impatto ed evoluzione del *Marketing* sui social
  - 3.4.2. La persuasione, chiavi del contenuto e delle azioni virali
  - 3.4.3. Pianificare campagne di *Social Marketing e Influencer Marketing*
- 3.5. *Mobile Marketing*
  - 3.5.1. Utente *Mobile*
  - 3.5.2. *Web Mobile* e App
  - 3.5.3. Azioni di *Mobile Marketing*
- 3.6. Pubblicità online
  - 3.6.1. La pubblicità sui social network e gli obiettivi dei *Social Ads*
  - 3.6.2. L'imbutto di conversione o il *Purchase Funnel*: categorie
  - 3.6.3. Piattaforme di *Social Ads*



- 3.7. La metodologia *Inbound Marketing*
  - 3.7.1. *Social Selling*: pilastri fondamentali e strategia
  - 3.7.2. La piattaforma di CRM in una strategia digitale
  - 3.7.3. L' *Inbound Marketing* o *Marketing* di attrazione: piano di azione e SEO
- 3.8. Automatizzazione del *Marketing*
  - 3.8.1. *E-mail Marketing* e tipologia di *e-mail*
  - 3.8.2. L'automatizzazione dell'*E-mail Marketing*, applicazioni, piattaforme e vantaggi
  - 3.8.3. L'apparizione del *Bot & Chatbot Marketing*: tipologia e piattaforme
- 3.9. Strumenti di gestione di dati
  - 3.9.1. CRM nella strategia digitale, tipologie e applicazioni, piattaforme e tendenze
  - 3.9.2. *Big Data*: *Big Data*, *Business Analytics* e *Business Intelligence*
  - 3.9.3. *Big Data*, Intelligenza Artificiale e *Data Science*
- 3.10. La misurazione della redditività
  - 3.10.1. ROI: la definizione del Return on the investment e ROI vs. ROAS
  - 3.10.2. Ottimizzazione del ROI
  - 3.10.3. Metriche chiave

“ Approfondisci lo studio dell'area della Comunicazione e del Branding e rendi più efficace il tuo lavoro quotidiano”



# 05 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”*

## 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”*



*Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.*



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

## 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 professionale più attuali.

“

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

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. 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

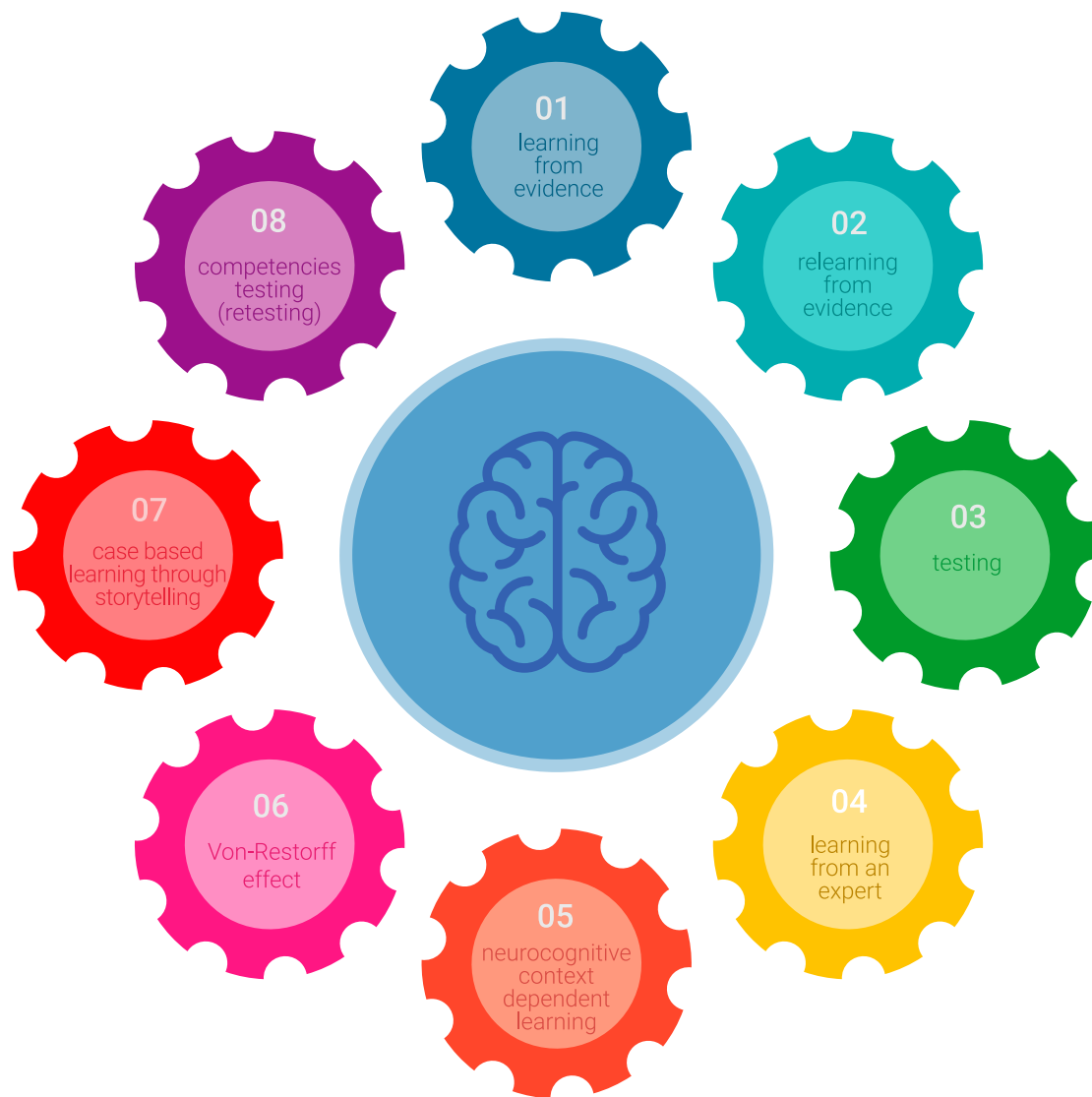
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

*Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.*

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 università 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). 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 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 diretta 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.



#### Pratiche di competenze e competenze

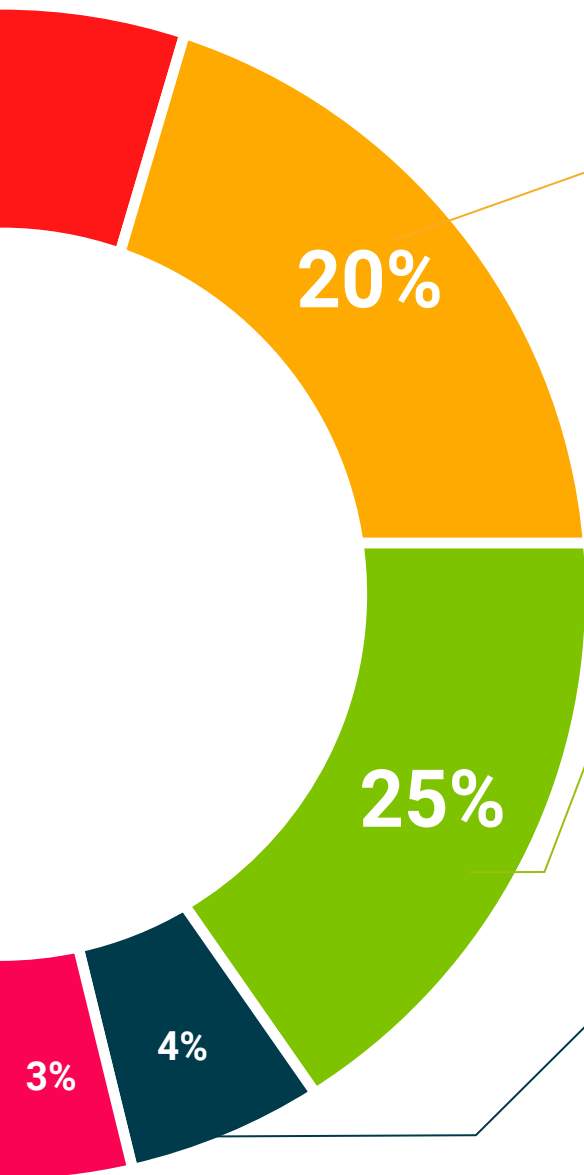
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### 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 monitorati dai migliori specialisti 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 di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



# 06 Titolo

L'Esperto Universitario in Comunicazione e Branding nelle Industrie 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 e Branding nelle Industrie Creative** 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 nel 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 e Branding nelle Industrie Creative**

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.

futuro  
salute fiducia persone  
educazione informazione tutor  
garanzia accreditamento insegnamento  
istituzioni tecnologia apprendimento  
comunità impegno  
attenzione personalizzata in  
conoscenza presente qualità  
formazione online  
sviluppo istituzioni  
classe virtuale lingu

**tech** università  
tecnologica

**Esperto Universitario**  
Comunicazione e Branding  
nelle Industrie Creative

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

# Esperto Universitario Comunicazione e Branding nelle Industrie Creative