

Esperto Universitario

Mezzi di Comunicazione e  
Gestione dei Prodotti Informativi



## Esperto Universitario Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi

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

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-mezzi-comunicazione-gestione-prodotti-informativi](http://www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-mezzi-comunicazione-gestione-prodotti-informativi)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Direzione del corso

---

*pag. 12*

04

Struttura e contenuti

---

*pag. 16*

05

Metodologia

---

*pag. 22*

06

Titolo

---

*pag. 30*

# 01

# Presentazione

Attualmente, le imprese mediatiche cercano di avere tra i propri ranghi professionisti altamente qualificati e con conoscenze nel campo della gestione dei prodotti e dei mezzi di comunicazione. È pertanto importante che i giornalisti conoscano la gestione aziendale e le funzioni da svolgere all'interno di un'impresa di comunicazione. Questo programma è quindi un'opzione per i professionisti che desiderino specializzarsi in questa nuova combinazione di gestione e mezzi. Si tratta di un'opportunità unica per gli studenti di posizionarsi in un settore molto richiesto e con ampi sbocchi professionali.



“

*Questo programma è la migliore  
opzione del mercato per specializzarsi  
in Mezzi di Comunicazione e Gestione  
dei Prodotti Informativi”*

Questo Esperto Universitario fornisce agli studenti strumenti e competenze specifiche per affrontare con successo la loro attività professionale nell'ampio settore dei Mezzi di Comunicazione e della Gestione dei Prodotti Informativi. Acquisisci competenze chiave, come le conoscenze sulla realtà e sulla pratica quotidiana nei media e sui ruoli di responsabilità nel monitoraggio e supervisione del lavoro, così come abilità comunicative nell'imprescindibile lavoro di squadra.

Il programma è progettato per fornire un aggiornamento nel quale le conoscenze teoriche e pratiche vengono presentate mediante contenuti multimediali di alta qualità, analisi di casi pratici preparati da esperti, master class e tecniche video, che permettono lo scambio di conoscenze ed esperienze, di mantenere e aggiornare il livello educativo dei suoi membri, creare protocolli di azione e diffondere gli sviluppi di tale specializzazione.

Grazie a questo programma online, lo studente potrà organizzare il proprio tempo e il proprio ritmo di apprendimento, senza limitazioni di orario e potendo accedere ai contenuti da qualsiasi computer o dispositivo mobile.

Questo **Esperto Universitario in Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- Sviluppo di casi di studio presentati da esperti di Direzione di Imprese di Comunicazione
- Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- Esercizi pratici con cui è possibile valutare sé stessi per migliorare l'apprendimento
- Particolare attenzione sulle metodologie innovative nella gestione delle imprese che operano nel settore della comunicazione
- 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



*Non perdere l'opportunità di realizzare questo Esperto Universitario in Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi con noi. È l'opportunità perfetta per crescere a livello professionale”*

“

*Questo Esperto Universitario è il miglior investimento che tu possa fare nella scelta di un programma di aggiornamento delle tue conoscenze in materia di Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi”*

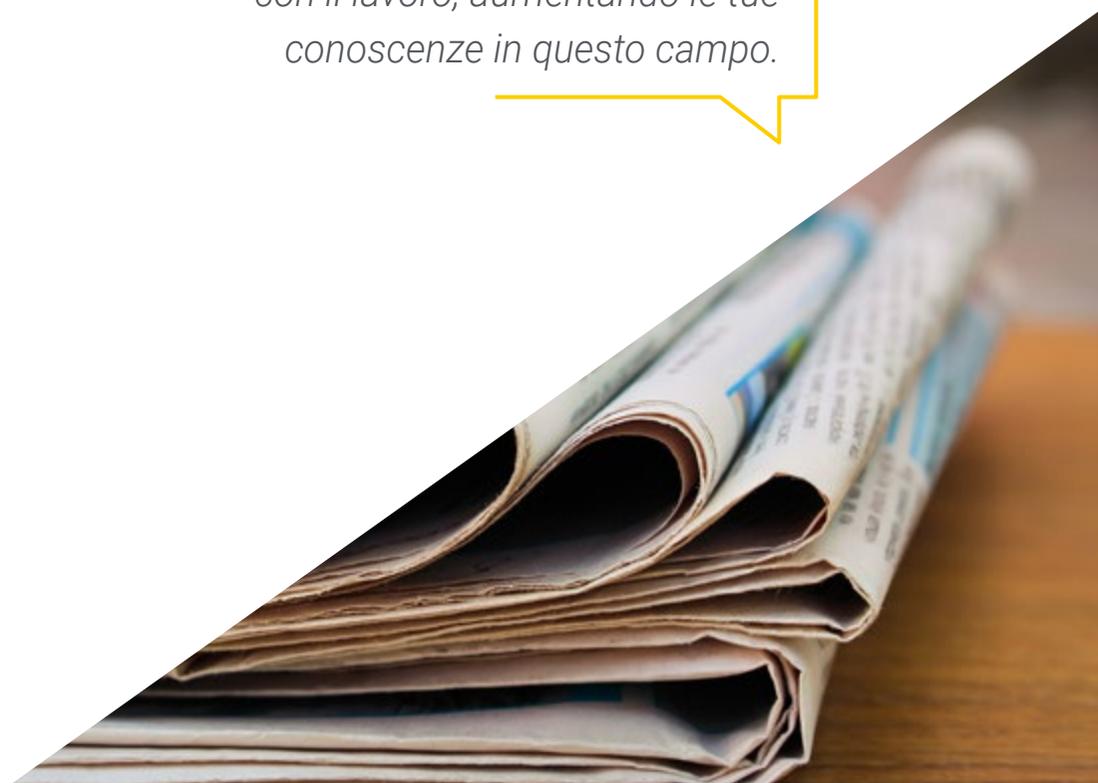
Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti dell'area della Comunicazione, nonché riconosciuti specialisti appartenenti a società scientifiche e università prestigiose, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

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 in Direzione di Imprese di Comunicazione, che possiedono un'ampia esperienza didattica.

*Questa specializzazione riunisce i migliori materiali didattici, il che ti permetterà di svolgere uno studio contestuale che faciliterà l'apprendimento.*

*Questo programma 100% online ti permetterà di combinare i tuoi studi con il lavoro, aumentando le tue conoscenze in questo campo.*



# 02 Obiettivi

L'obiettivo del programma in Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi è quello di facilitare il lavoro del professionista in questo campo, affinché conosca le principali novità nell'ambito della comunicazione.



“

*Questa è la migliore opzione per conoscere gli ultimi progressi in materia di Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi”*



### Obiettivo generale

---

- Preparare il professionista affinché sia in grado di dirigere una grande impresa, acquisendo le conoscenze necessarie in ogni sua area

“

*Obiettivi realistici pensati e pianificati in modo che al termine della specializzazione tu abbia acquisito le conoscenze necessarie per iniziare a lavorare in questo campo”*





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Mezzi di comunicazione

- ♦ Identificare il pubblico dei mezzi di comunicazione
- ♦ Conoscere quali media possono aiutare la crescita dell'azienda
- ♦ Stabilire con diversi media linee guida che promuovano la missione e la visione aziendale
- ♦ Creare linee guida pubblicitarie con i media per la crescita aziendale

### Modulo 2. Gestione dei prodotti informativi

- ♦ Generare contenuti informativi che attraggano un grande pubblico
- ♦ Realizzare prodotti di qualità che mostrino aspetti importanti e di interesse per la società attuale
- ♦ Avere un database contenente contatti importanti di organizzazioni governative, enti internazionali e personaggi rilevanti

### Modulo 3. Ambienti di mercato e di comunicazione

- ♦ Saper gestire la reputazione della propria azienda
- ♦ Creare linee guida per raggiungere un pubblico più vasto
- ♦ Identificare quali tipi di marchi e società con nome proprio vogliono creare linee guida con l'impresa per aumentare il suo numero di vendite

### Modulo 4. Gestione di mercato e dei clienti

- ♦ Identificare l'ambiente e il pubblico di riferimento dell'azienda
- ♦ Conoscere il pubblico target dei media e sapere che tipo di linee guida verranno generate
- ♦ Sviluppare una guida che faciliti la mediazione tra aziende private e media



03

# Direzione del corso

Il programma include nel suo personale docente esperti di riferimento in materia di direzione di marketing e comunicazione politica, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente. Inoltre, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree correlate partecipano alla sua progettazione e ideazione, completando il corso in modo interdisciplinare, rendendolo pertanto un'esperienza unica e arricchente a livello accademico.



# ...Y: TO FALL BACK



A connection...  
esteem object we...  
remove. So dear real on like...  
for two families addition exp...  
the. If sincerity he to curiosity...  
Learn taken terms be as.  
old. Scarcely mrs produced too removing new.  
Lain knew like half she yet joy. Be than dull as  
seen estimating projecting is. Off fat address  
attacks his besides. Suitable settling mr  
attended no doubtful feelings. Any over fa  
say bore such sold five but hung. Lose john  
poor same it case do year we. Full how way  
even the sigh.



*Disponiamo del miglior personale docente per aiutarti a raggiungere il successo professionale"*

## Direzione



### **Dott.ssa Iñesta Fernández, Noelia**

- ◆ Giornalista e Social Media Manager
- ◆ Responsabile della comunicazione (G. Greterika Imp-Exp)
- ◆ Responsabile della comunicazione e di marketing (A. Corporate)
- ◆ Community Manager presso PMI del canale Horeca
- ◆ Redattrice in media a livello locale
- ◆ Dottorato di ricerca sui Media
- ◆ Master in Social Media Management
- ◆ Laurea in Giornalismo
- ◆ Tecnico Superiore in Produzione audiovisiva



03

# Struttura e contenuti

La struttura dei contenuti è stata ideata dai migliori professionisti in Direzione di Imprese di Comunicazione, che vantano un'ampia esperienza e riconosciuto prestigio professionale.





“

*Questo Esperto Universitario in Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato”*

## Modulo 1. Mezzi di comunicazione

- 1.1. Introduzione ai mezzi di comunicazione
  - 1.1.1. Cosa sono i mezzi di comunicazione
  - 1.1.2. Caratteristiche dei mezzi di comunicazione
  - 1.1.3. Utilità dei mezzi di comunicazione
- 1.2. Stampa
  - 1.2.1. Introduzione e breve storia della stampa
  - 1.2.2. Caratteristiche principali
  - 1.2.3. Dal cartaceo al digitale
- 1.3. Radio
  - 1.3.1. Introduzione e breve storia della radio
  - 1.3.2. Caratteristiche principali
- 1.4. Televisione
  - 1.4.1. Introduzione e breve storia della radio
  - 1.4.2. Televisione tradizionale
  - 1.4.3. Nuove forme di consumo televisivo
- 1.5. I social network come mezzo di comunicazione
  - 1.5.1. La rete come nuovo ambiente comunicativo
  - 1.5.2. Possibilità comunicative delle reti sociali
- 1.6. Nuove piattaforme e dispositivi
  - 1.6.1. Un ambiente multischermo
  - 1.6.2. Secondo schermo televisivo
  - 1.6.3. L'utente *multitasker*
- 1.7. Glocalizzazione
  - 1.7.1. Mezzi di comunicazione locali
  - 1.7.2. Giornalismo locale
- 1.8. Effetti dei mezzi di comunicazione
  - 1.8.1. Efficacia della comunicazione commerciale e pubblicitaria
  - 1.8.2. Teorie sugli effetti dei mezzi
  - 1.8.3. Modelli sociali e di co-creazione

- 1.9. Convergenza mediatica
  - 1.9.1. Un nuovo ecosistema mediatico
  - 1.9.2. Cultura della convergenza
- 1.10. Contenuti generati dagli utenti
  - 1.10.1. Dal consumatore al prosumer
  - 1.10.2. Cultura partecipativa
  - 1.10.3. Intelligenza collettiva

## Modulo 2. Gestione dei prodotti informativi

- 2.1. Definizione di prodotto informativo
  - 2.1.1. Concetto
  - 2.1.2. Caratteristiche
  - 2.1.3. Tipologie
- 2.2. Processo di sviluppo del prodotto informativo
  - 2.2.1. Fasi della produzione informativa
  - 2.2.2. Agenda *setting*
- 2.3. Strategie per il lancio di nuovi prodotti giornalistici
  - 2.3.1. Strategie tangibili
  - 2.3.2. Strategie immateriali
  - 2.3.3. Strategia del portafoglio prodotti
- 2.4. Studio della strategia della concorrenza
  - 2.4.1. *Benchmarking*
  - 2.4.2. Tipi di *benchmarking*
  - 2.4.3. Vantaggi
- 2.5. Processo di innovazione del portafoglio di prodotti informativi
  - 2.5.1. Narrazione transmediale
  - 2.5.2. Il fenomeno dei fan
- 2.6. Innovazione nel posizionamento strategico
  - 2.6.1. Gamification
  - 2.6.2. Nuovi mondi narrativi

- 2.7. Documentazione giornalistica
  - 2.7.1. Guide essenziali alla documentazione giornalistica culturale
  - 2.7.2. Documentazione storica
  - 2.7.3. Documentazione attuale
  - 2.7.4. L'attualità furiosa
- 2.8. Design e pianificazione di un piano di reputazione online
  - 2.8.1. Panoramica dei principali social media
  - 2.8.2. Piano di reputazione della marca. Metriche generali, ROI e CRM sociale
  - 2.8.3. Crisi online e SEO reputazionale
- 2.9. L'importanza della conformità nelle organizzazioni attuali
  - 2.9.1. Meccanismi e sistemi di comunicazione con i media
  - 2.9.2. Errori nella comunicazione delle organizzazioni
- 2.10. *Inbound Marketing*
  - 2.10.1. *Inbound Marketing* efficace
  - 2.10.2. Vantaggi dell'*Inbound Marketing*
  - 2.10.3. Misurare il successo dell'*Inbound Marketing*

### Modulo 3. Ambienti di mercato e di comunicazione

- 3.1. Immagine dell'impresa
  - 3.1.1. Concetto di macroambiente
  - 3.1.2. Variabili del macroambiente
- 3.2. Microambiente aziendale
  - 3.2.1. Approccio al concetto di microambiente
  - 3.2.2. Attori del microambiente
- 3.3. Nuovo contesto competitivo
  - 3.3.1. Innovazione tecnologica e impatto economico
  - 3.3.2. Società della conoscenza
  - 3.3.3. Il nuovo profilo del consumatore
- 3.4. Conoscenza del mercato e del consumatore
  - 3.4.1. Innovazione aperta (*Open Innovation*)
  - 3.4.2. Intelligenza competitiva
  - 3.4.3. Economia competitiva

- 3.5. Il mercato e i pubblici
  - 3.5.1. Breve storia dell'audimetria in Spagna
  - 3.5.2. Profilo degli utenti dei media
  - 3.5.3. Segmentazione dei pubblici
- 3.6. Sviluppo del piano di marketing
  - 3.6.1. Concetto del piano di marketing
  - 3.6.2. Analisi e diagnosi della situazione
  - 3.6.3. Decisioni strategiche di marketing
  - 3.6.4. Decisioni operative di marketing
- 3.7. Segmentazione dei mercati
  - 3.7.1. Concetto di segmentazione del mercato
  - 3.7.2. Utilità e requisiti della segmentazione
  - 3.7.3. Segmentazione dei mercati di consumo
  - 3.7.4. Segmentazione dei mercati industriali
  - 3.7.5. Strategie di segmentazione
  - 3.7.6. Segmentazione in base ai criteri del marketing-mix
- 3.8. Posizionamento competitivo
  - 3.8.1. Concetto di posizionamento sul mercato
  - 3.8.2. Processo di posizionamento
- 3.9. Segmentazione commerciale
  - 3.9.1. Analisi dei canali di distribuzione, delle aree di vendita e dei prodotti
  - 3.9.2. Preparazione di aree commerciali
  - 3.9.3. Realizzazione del piano di appuntamenti
- 3.10. Responsabilità sociale corporativa
  - 3.10.1. L'impegno sociale
  - 3.10.2. Imprese sostenibili
  - 3.10.3. L'etica nelle imprese

## Modulo 4. Gestione di mercato e dei clienti

- 4.1. *Marketing Management*
  - 4.1.1. Concetto di *Marketing Management*
  - 4.1.2. Nuove realtà di marketing
  - 4.1.3. Un nuovo mercato: le capacità dei consumatori e delle imprese
  - 4.1.4. Orientamento al Marketing olistico
  - 4.1.5. Attuazione delle 4P del marketing
  - 4.1.6. Attività della direzione di marketing
- 4.2. Marketing relazionale
  - 4.2.1. Concetto di marketing relazionale
  - 4.2.2. Il cliente come patrimonio dell'azienda
  - 4.2.3. Il CRM come strumento di marketing relazionale
- 4.3. *Data Base Marketing*
  - 4.3.1. Applicazioni del *Data Base Marketing*
  - 4.3.2. Leggi e regolamento
  - 4.3.3. Fonti di Informazione
- 4.4. Tipi di comportamento di acquisto
  - 4.4.1. Processo decisionale di acquisto
  - 4.4.2. Le fasi del processo di acquisto
  - 4.4.3. Tipi di comportamento di acquisto
  - 4.4.4. Caratteristiche dei tipi di comportamento d'acquisto
- 4.5. Il processo di fidelizzazione
  - 4.5.1. Conoscenza esaustiva del cliente
  - 4.5.2. Processo di fidelizzazione
  - 4.5.3. Il valore del cliente



- 4.6. Selezione dei clienti obiettivo - CRM
  - 4.6.1. Design di un e-CRM
  - 4.6.2. Coinvolgimento e limitazioni del RGPD
  - 4.6.3. Orientamento al consumatore
  - 4.6.4. Pianificazione 1 to 1
- 4.7. Gestione di progetti di ricerca
  - 4.7.1. Strumenti di analisi informative
  - 4.7.2. Sviluppo del piano di gestione di prospettive
  - 4.7.3. Valutazione di affidabilità dei progetti
- 4.8. Ricerche di mercato online
  - 4.8.1. Strumenti di indagini quantitative nei mercati online
  - 4.8.2. Strumenti di indagini qualitative e dinamiche dei clienti
- 4.9. Studio del pubblico tradizionale
  - 4.9.1. Origine della misurazione del pubblico. Concetti di base
  - 4.9.2. Come vengono misurati i pubblici tradizionali
  - 4.9.3. EGM e Kantar Media
- 4.10. Studi di pubblico su Internet
  - 4.10.1. Il pubblico sociale
  - 4.10.2. Misurare l'impatto sociale: Tuitele
  - 4.10.3. Barlovento e IAB Spain

“

*Questa specializzazione ti  
permetterà di progredire nella tua  
carriera con la massima flessibilità”*

04

# 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.*



*Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi 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 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 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 si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare 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). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi 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.



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



06

# Titolo

Il Esperto Universitario in Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a 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 Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi** 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 Mezzi di Comunicazione e Gestione dei Prodotti Informativi**

N. Ore Ufficiali: **600 o.**



\*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 innovazione  
conoscenza presente qualità  
formazione online  
sviluppo istituzioni  
classe virtuale lingue

**tech** università  
tecnologica

**Esperto Universitario**  
Mezzi di Comunicazione  
e Gestione dei Prodotti  
Informativi

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

Esperto Universitario

Mezzi di Comunicazione e  
Gestione dei Prodotti Informativi