

# Esperto Universitario

Creazione di Annunci e  
Comunicazione Pubblicitaria



**tech** global  
university



## Esperto Universitario

### Creazione di Annunci e Comunicazione Pubblicitaria

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 18 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-creazione-annunci-comunicazione-pubblicitaria](http://www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-creazione-annunci-comunicazione-pubblicitaria)



# 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

Con l'avanzare delle nuove tecnologie e l'uso di Internet, le aziende sono state costrette a esplorare nuovi modi per far conoscere i loro prodotti. Di conseguenza, sempre più istituzioni richiedono lavoratori innovativi. In questo senso, i professionisti della comunicazione sono chiamati a sviluppare strategie creative per catturare una maggiore attenzione da parte dei consumatori e differenziarsi dalla concorrenza.

In questo contesto, TECH offre un programma dirompente che include le chiavi per trasmettere messaggi in modo efficace e garantire il successo delle campagne pubblicitarie. Inoltre, le sue risorse 100% online permettono allo studente di studiare comodamente, solamente tramite un dispositivo dotato di accesso a Internet.



66

*Con TECH imparerai a conoscere le migliori strategie creative per entrare in contatto con i consumatori in modo efficace"*

Una delle principali sfide per la pubblicità è quella di raggiungere la creatività in una società in cui tutto sembra essere stato inventato. Da qui la necessità per le organizzazioni di attuare strategie volte ad attirare l'interesse degli utenti e a differenziarsi dalla concorrenza. In quest'ottica, gli specialisti del settore hanno la missione di innovare attraverso tecniche capaci di persuadere e sorprendere i consumatori.

Consapevole di questa realtà, TECH ha implementato un programma di studio innovativo che serve da guida agli studenti per sviluppare campagne pubblicitarie di successo. A tal fine, vengono studiate le tecniche più avanzate in settori quali la pubblicità e il marketing. Si approfondisce inoltre l'importanza della conoscenza del target e dell'analisi dei dati del pubblico di riferimento, al fine di rilevarne le esigenze o di capire come agiscono. Vengono inoltre fornite linee guida per la creazione di contenuti d'impatto basati su narrazioni emozionali e contenuti visivi accattivanti. Vengono anche approfondite le fasi di sviluppo di un marchio personale adeguato in un ambiente digitale in continua evoluzione.

D'altra parte, le risorse accademiche di questo programma sono state create da un personale docente con una vasta esperienza professionale. Grazie alla loro esperienza, apportano al programma di studio le conoscenze più aggiornate e le più recenti tecniche pubblicitarie.

Inoltre, la formazione ha una metodologia 100% online, grazie alla quale gli studenti potranno completare il programma comodamente, dato che per l'analisi dei contenuti avranno bisogno solo di un dispositivo con accesso a Internet. Allo stesso tempo, il piano di studi si basa sull'innovativo sistema di insegnamento *Relearning*: un metodo che fornisce la padronanza di concetti complessi attraverso la ripetizione continua e progressiva degli stessi. Allo stesso tempo, introduce situazioni reali nel processo di apprendimento, in modo che le competenze vengano acquisite in modo naturale, senza lo sforzo aggiuntivo della memorizzazione.

Questo **Esperto Universitario in Creazione di Annunci e Comunicazione Pubblicitaria** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Creazione di Annunci e Comunicazione Pubblicitaria
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni aggiornate e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet

“

*Con questo programma sfrutterai la tua creatività e creerai annunci innovativi per distinguerti nel settore pubblicitario"*

“

*Grazie a questo programma,  
apprenderai di più su come influenzare i  
desideri e le esigenze dei consumatori”*

Il programma include nel suo personale docente professionisti del settore che contribuiscono a questa formazione con l'esperienza del loro lavoro, oltre a rinomati specialisti di società di riferimento e università di prestigio.

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 sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Con TECH ti addentrerai nella pubblicità gratuita e farai in modo che i marchi diventino notizie.*

*Grazie a questa formazione sarai sempre aggiornato sulle nuove tendenze della ricerca creativa.*



02

## Obiettivi

Grazie a questo Esperto Universitario, gli studenti saranno in grado di implementare strategie creative nelle pubblicità. In questo modo, gli studenti potranno innovare il mercato per catturare una maggiore attenzione da parte degli utenti e saranno in grado di differenziarsi dalla concorrenza. Per raggiungere questo obiettivo, il programma accademico è supportato da un personale docente specializzato nel settore pubblicitario. In questo modo, gli studenti saranno qualificati per progettare piani di comunicazione all'avanguardia con cui distinguersi in un settore che offre numerose opportunità di lavoro.



66

Grazie a TECH sarai in grado di implementare tecniche creative nelle pubblicità che cattureranno e fidelizzeranno i consumatori"

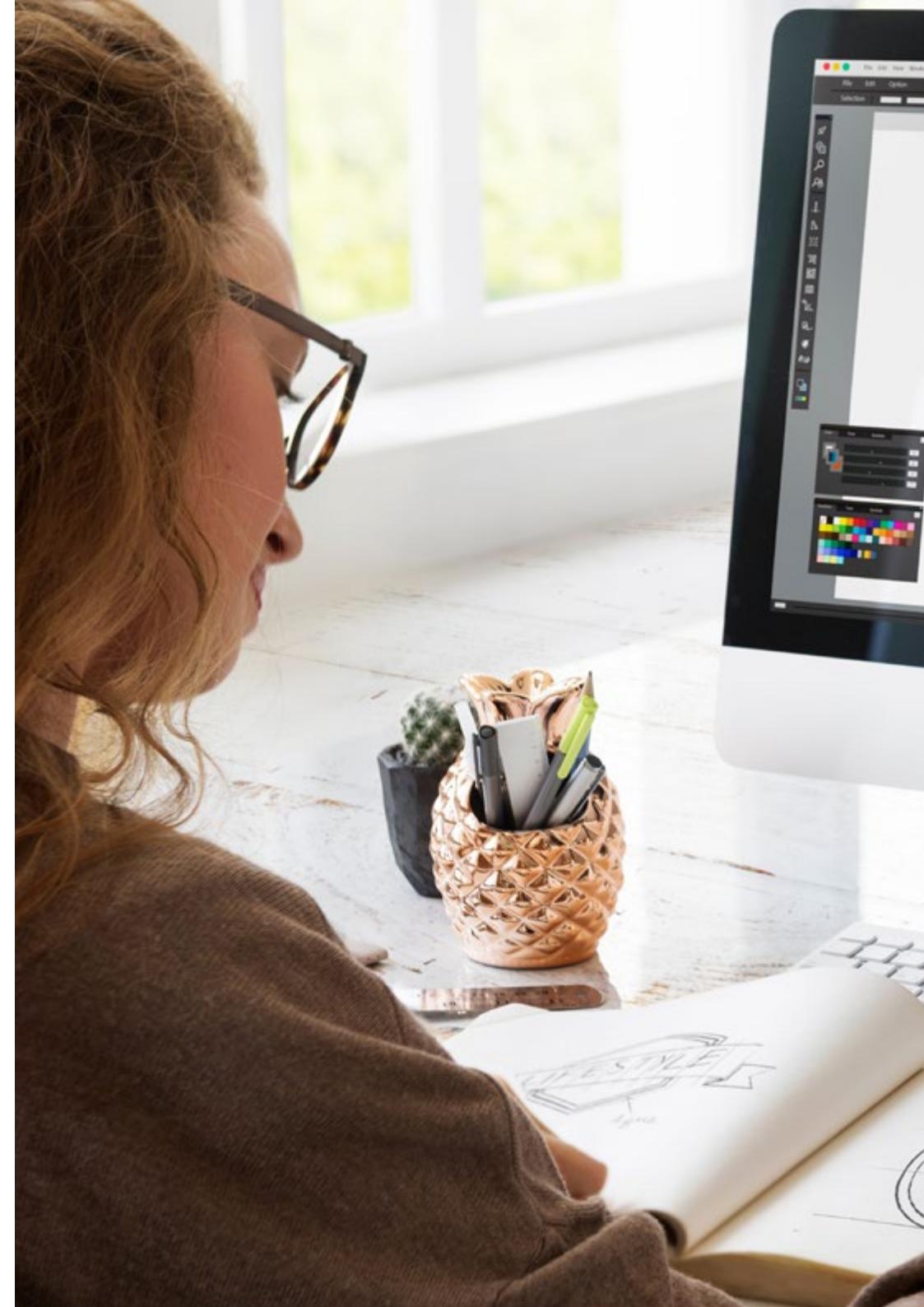


## Obiettivi generali

- Approfondire la conoscenza di nuovi progetti di valore per la comunicazione commerciale
- Sviluppare competenze nella comunicazione creativa per migliorare la relazione tra il marchio e il consumatore
- Mostrare la visione della creatività come strumento di collaborazione nello sviluppo della comunicazione
- Fornire le competenze necessarie per migliorare il problem solving e sviluppare le competenze professionali essenziali
- Acquisire una conoscenza approfondita della relazione tra il creativo e gli altri soggetti che partecipano alla nascita della comunicazione commerciale
- Mostrare e valutare le nuove tendenze che i professionisti del settore incontreranno ora e in futuro

“

*Potrai liberare la tua creatività e guidare campagne di successo per le aziende più prestigiose attraverso TECH”*





## Obiettivi specifici

### Modulo 1. Come creare annunci pubblicitari

- Spiegare come funziona il pensiero creativo pubblicitario e la sua importanza strategica
- Analizzare in dettaglio il pubblico di riferimento e l'uso di *insight* nella pubblicità
- Comprendere come si struttura il messaggio pubblicitario
- Esplorare i diversi spazi della creatività nella comunicazione
- Evidenziare l'importanza dell'*art direction* e della sua implementazione nel rispetto dello stile del marchio
- Intravedere il futuro della ricerca creativa

### Modulo 2. Come creare un brand

- Analizzare i modelli psicologici della pubblicità
- Esplorare le correnti creative della pubblicità
- Spiegare l'importanza e l'utilità del brand
- Affrontare i concetti chiave della costruzione del brand
- Presentare le fasi logiche della costruzione di un brand
- Mostrare le differenze tra un *claim* e uno slogan
- Analizzare la creatività nella pianificazione dei media
- Scoprire il contesto attuale del brand

### Modulo 3. Personal branding e campagne politiche

- Studiare il personal branding e le strategie applicate alle campagne politiche
- Esplorare l'importanza del personal branding e come promuoverlo in modo creativo
- Approfondire le strategie di sviluppo del personal brand
- Affrontare le strategie di networking creativo
- Imparare a pianificare le campagne politiche
- Conoscere le capacità del candidato

03

## Direzione del corso

Uno dei principali obiettivi di TECH è offrire programmi basati sull'eccellenza. Per questo motivo, ha inserito in questo programma i migliori professionisti del settore pubblicitario. In questo modo, l'Esperto Universitario dispone di un personale docente con una vasta esperienza lavorativa in questo campo. Grazie alla loro conoscenza e alle loro competenze, sono state create risorse didattiche che forniscono le tecniche ottimali per promuovere la creatività durante il processo pubblicitario.



66

*In TECH potrai ampliare le tue conoscenze con l'aiuto di un personale docente di prestigio che garantisce un apprendimento efficace"*

## Direzione



### Dott. Labarta Vélez, Fernando

- Direttore creativo presso El Factor H
- Direttore Marketing presso La Ibense
- Direttore Creativo di Eventi presso Beon Worldwide
- *Branded Content Director* presso Atrium Digital e Mettre
- Direttore Creativo presso il Grupo de Comunicación del Sur, BSB e FCA BMZ Cid
- Docente del Master in Gestione della Comunicazione d'Impresa e Istituzionale presso l'Università di Siviglia
- Coautore del libro *Cómo crear una marca. Manuale di utilizzo e gestione*

## Personale docente

### Dott. Tabares, Esteban

- Direttore Creativo e Fondatore di Rocksteady Advertising
- Direttore Creativo presso l'Agenzia Tangoº
- Direttore Creativo presso Geometry Global
- Direttore Creativo presso Ogilvy Action
- Grado in Pubblicità e Pubbliche Relazioni
- Underground BA Creativity School
- Triple PostGraduate Certificat in Concettualizzazione, Copywriting e Art Direction



04

# Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Creazione di Annunci e Comunicazione Pubblicitaria consiste in un programma completo composto da 3 moduli. Questo programma di studi dinamico garantisce agli studenti di ampliare le proprie conoscenze per fare un salto di qualità nella loro professione. In questo modo, gli studenti acquisiscono le competenze per realizzare azioni creative volte a catturare l'interesse di pubblici diversi. Di conseguenza, hanno l'opportunità di entrare a far parte delle istituzioni più prestigiose per condurre campagne di comunicazione di successo.

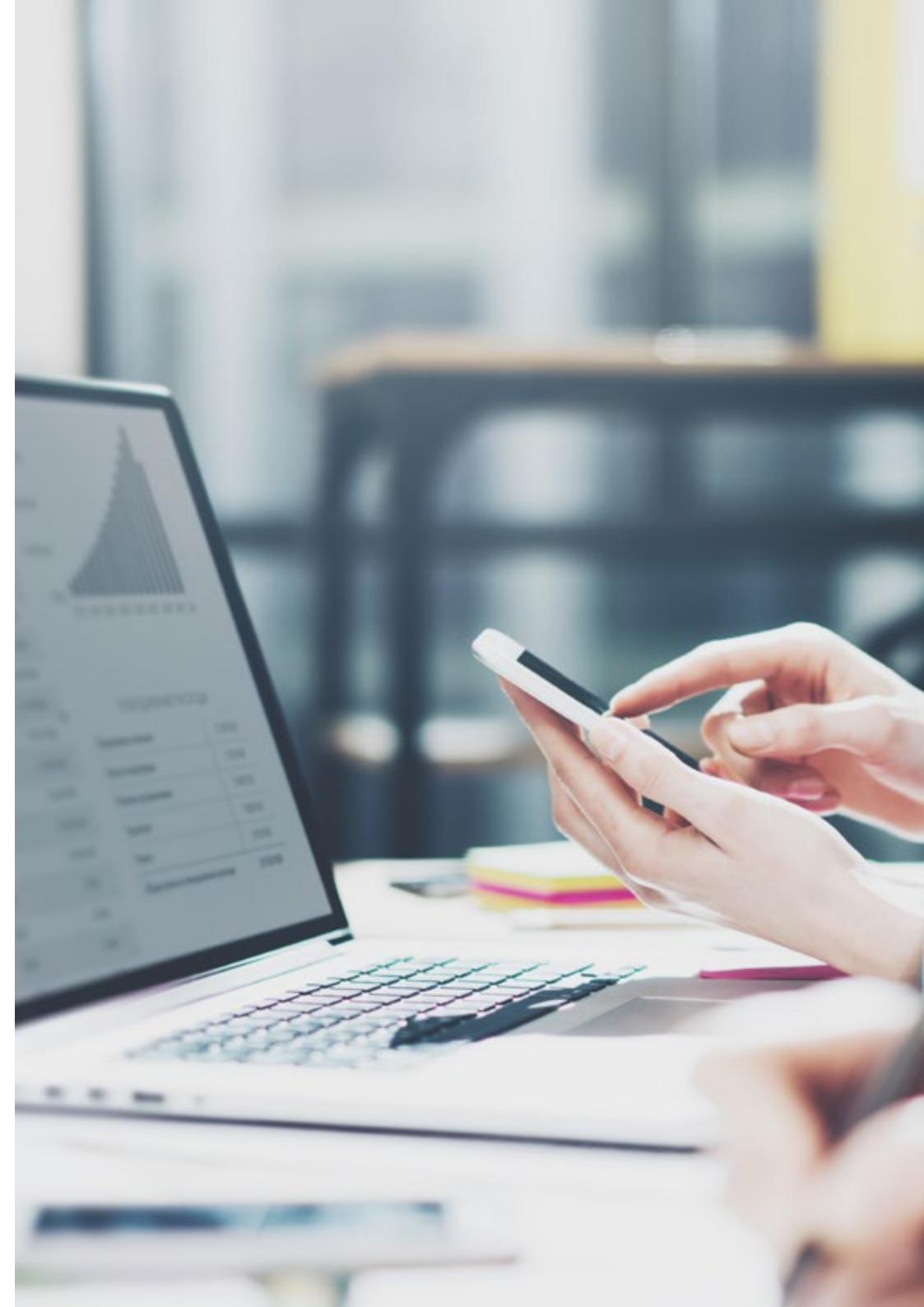


66

Grazie al programma di TECH, potrai applicare i processi creativi al settore della comunicazione ed entrare a far parte delle aziende più rinomate"

**Modulo 1.** Come creare annunci pubblicitari

- 1.1. Come pensa un creativo pubblicitario
  - 1.1.1. Come si pensa in modo naturale
  - 1.1.2. Come si pensa in modo professionale
  - 1.1.3. Conclusioni
- 1.2. L'importanza strategica del target
  - 1.2.1. La motivazione essenziale
  - 1.2.2. I vantaggi di conoscere il target
  - 1.2.3. Come analizzare i dati del pubblico target
  - 1.2.4. Gli *insight* nella pubblicità
- 1.3. Come si struttura il messaggio
  - 1.3.1. Asse di comunicazione
  - 1.3.2. Concetto di comunicazione
  - 1.3.3. Schema di trasmissione
- 1.4. Dove creare nella comunicazione
  - 1.4.1. Il nome
  - 1.4.2. Il titolo
  - 1.4.3. Lo spot
  - 1.4.4. Lo spot radiofonico
  - 1.4.5. Pubblicità esterna
  - 1.4.6. Altri
- 1.5. Direzione artistica
  - 1.5.1. Quanti elementi
  - 1.5.2. Gerarchia delle dimensioni
  - 1.5.3. Copiare?
  - 1.5.4. Risparmio sui costi
  - 1.5.5. Stile del marchio
  - 1.5.6. L'ovvietà
  - 1.5.7. Se non contribuisce, ecc.
- 1.6. Tecniche creative
  - 1.6.1. La chiavi della pubblicità
  - 1.6.2. Generi e stili pubblicitari
  - 1.6.3. Conclusioni



- 1.7. Come creare *publicity*
  - 1.7.1. Come ottenere pubblicità gratuita
  - 1.7.2. Come far fare notizia a un brand
  - 1.7.3. Conclusioni
- 1.8. Creatività digitale
  - 1.8.1. La creatività digitale
  - 1.8.2. La pubblicità digitali
  - 1.8.3. Conclusioni
- 1.9. Come creare annunci pubblicitari creativi
  - 1.9.1. Un concetto visivo di grande impatto
  - 1.9.2. Un testo che emoziona
  - 1.9.3. Sorprendere
  - 1.9.4. Tipi di creatività
  - 1.9.5. Test e ottimizzazione
- 1.10. Il futuro della ricerca creativa
  - 1.10.1. Intelligenza artificiale
  - 1.10.2. Realtà virtuale e realtà aumentata
  - 1.10.3. Collaborazione online
  - 1.10.4. Ricerca guidata dai dati
- 2.3. A cosa serve un brand
  - 2.3.1. Utilità
  - 2.3.2. Come si crea una necessità
  - 2.3.3. Differenze tra logo e brand
  - 2.3.4. L'origine dei brand
  - 2.3.5. Brand Wheel
  - 2.3.6. Posizionamento del brand
  - 2.3.7. Quando nasce un brand
  - 2.3.8. Brand, la differenza
  - 2.3.9. La creatività è lusso
- 2.4. La scala logica nella costruzione del brand
  - 2.4.1. Il nome
  - 2.4.2. Attributi
  - 2.4.3. Benefici
  - 2.4.4. Gruppo
  - 2.4.5. Portavoce
  - 2.4.6. Ruolo
- 2.5. Il *claim* e lo slogan
  - 2.5.1. Differenze tra *claim* e slogan
  - 2.5.2. Il *claim* e lo slogan come strumento di vendita
  - 2.5.3. *Claims* o slogan per creare contenuti
- 2.6. La strategia creativa
  - 2.6.1. Strategia pubblicitaria con un approccio creativo
  - 2.6.2. Come essere creativo nella strategia
  - 2.6.3. Strategie creative utilizzate nel campo della pubblicità e del marketing
  - 2.6.4. Differenze tra strategia di marketing e strategia pubblicitaria
- 2.7. Strategie di contenuto creativo
  - 2.7.1. Contenuti generati dagli utenti
  - 2.7.2. Influencer marketing
  - 2.7.3. Esperienze interattive
  - 2.7.4. Contenuto visivo d'impatto
  - 2.7.5. Narrazione emotiva
  - 2.7.6. Uso delle nuove piattaforme e formati

## Modulo 2. Come creare un brand

- 2.1. I modelli pubblicitari psicologici
  - 2.1.1. Modello di Henry Joanis
  - 2.1.2. Modello Fishbein
  - 2.1.3. Modello di Rosser Reeves
  - 2.1.4. Modello David Ogilvy
- 2.2. Correnti creative nella pubblicità
  - 2.2.1. USP
  - 2.2.2. L'immagine del brand
  - 2.2.3. I valori permanenti
  - 2.2.4. La pubblicità spettacolo
  - 2.2.5. La trasgressione dei codici
  - 2.2.6. L'attrazione dei contenuti
- 2.3. A cosa serve un brand
  - 2.3.1. Utilità
  - 2.3.2. Come si crea una necessità
  - 2.3.3. Differenze tra logo e brand
  - 2.3.4. L'origine dei brand
  - 2.3.5. Brand Wheel
  - 2.3.6. Posizionamento del brand
  - 2.3.7. Quando nasce un brand
  - 2.3.8. Brand, la differenza
  - 2.3.9. La creatività è lusso
- 2.4. La scala logica nella costruzione del brand
  - 2.4.1. Il nome
  - 2.4.2. Attributi
  - 2.4.3. Benefici
  - 2.4.4. Gruppo
  - 2.4.5. Portavoce
  - 2.4.6. Ruolo
- 2.5. Il *claim* e lo slogan
  - 2.5.1. Differenze tra *claim* e slogan
  - 2.5.2. Il *claim* e lo slogan come strumento di vendita
  - 2.5.3. *Claims* o slogan per creare contenuti
- 2.6. La strategia creativa
  - 2.6.1. Strategia pubblicitaria con un approccio creativo
  - 2.6.2. Come essere creativo nella strategia
  - 2.6.3. Strategie creative utilizzate nel campo della pubblicità e del marketing
  - 2.6.4. Differenze tra strategia di marketing e strategia pubblicitaria
- 2.7. Strategie di contenuto creativo
  - 2.7.1. Contenuti generati dagli utenti
  - 2.7.2. Influencer marketing
  - 2.7.3. Esperienze interattive
  - 2.7.4. Contenuto visivo d'impatto
  - 2.7.5. Narrazione emotiva
  - 2.7.6. Uso delle nuove piattaforme e formati

- 2.8. Creatività nella pianificazione dei media
  - 2.8.1. Pianificazione dei media
  - 2.8.2. Pianificazione creative dei media
  - 2.8.3. Esempi di media planning sorprendenti
- 2.9. Tipi di contenuti pubblicitari
  - 2.9.1. Contenuto sponsorizzato
  - 2.9.2. Collegare i brand ai macro contenuti
  - 2.9.3. Creazione di *siti web* basati su contenuti audiovisivi
  - 2.9.4. Creazione per i social network
  - 2.9.5. Creare per i cellulari
  - 2.9.6. Creare per i videogiochi
  - 2.9.7. Creare contenuti interattivi
  - 2.9.8. Creare contenuti direttamente per i brand
- 2.10. Contesto attuale del brand
  - 2.10.1. Pubblicità nell'ambiente digitale
  - 2.10.2. Esperienza del cliente
  - 2.10.3. Conclusioni
- 3.4. Guida di una campagna politica
  - 3.4.1. Analisi candidatura
  - 3.4.2. Analisi contesto
  - 3.4.3. Obiettivi
- 3.5. Formazione del candidato
  - 3.5.1. Intelligenza emotiva
  - 3.5.2. Intelligenza sociale
  - 3.5.3. Atteggiamento, attitudine, visione, errori
- 3.6. Strategia
  - 3.6.1. Fondamenti della campagna
  - 3.6.2. Raggiungere gli obiettivi
  - 3.6.3. Cronogramma
  - 3.6.4. Un accompagnatore
- 3.7. Identità del brand
  - 3.7.1. *Claim*
  - 3.7.2. Immagine grafica
  - 3.7.3. Finestra digitale
  - 3.7.4. Pubblicità
- 3.8. Team umano
  - 3.8.1. Visione
  - 3.8.2. Ruoli
  - 3.8.3. Esempi
- 3.9. Modello di progetto
  - 3.9.1. Pilastri tematici
  - 3.9.2. La motivazione essenziale
  - 3.9.3. Esempi
- 3.10. Mobilità
  - 3.10.1. Atti
  - 3.10.2. La marea
  - 3.10.3. Conclusioni

### Modulo 3. Personal branding e campagne politiche

- 3.1. Marchio Personale
  - 3.1.1. Ruota del Personal Branding
  - 3.1.2. Il personal branding creativo
  - 3.1.3. Esempi
- 3.2. Sviluppo del personal branding
  - 3.2.1. Posizionamento
  - 3.2.2. *Storytelling*
  - 3.2.3. Social network
  - 3.2.4. Pubblicità e autopromozione
- 3.3. Le strategie di *networking* creativo
  - 3.3.1. Eventi e conferenze
  - 3.3.2. Gruppi e Comunità online
  - 3.3.3. Collaborazioni
- 3.8.1. Visione
- 3.8.2. Ruoli
- 3.8.3. Esempi
- 3.9.1. Pilastri tematici
- 3.9.2. La motivazione essenziale
- 3.9.3. Esempi
- 3.10.1. Atti
- 3.10.2. La marea
- 3.10.3. Conclusioni



“

*Grazie al metodo Relearning di TECH, potrai apprendere i contenuti di questo programma in modo rapido e flessibile. Non esitare e iscriviti!”*

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*.

66

*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.

Potenziando 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:



#### Materiale 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.



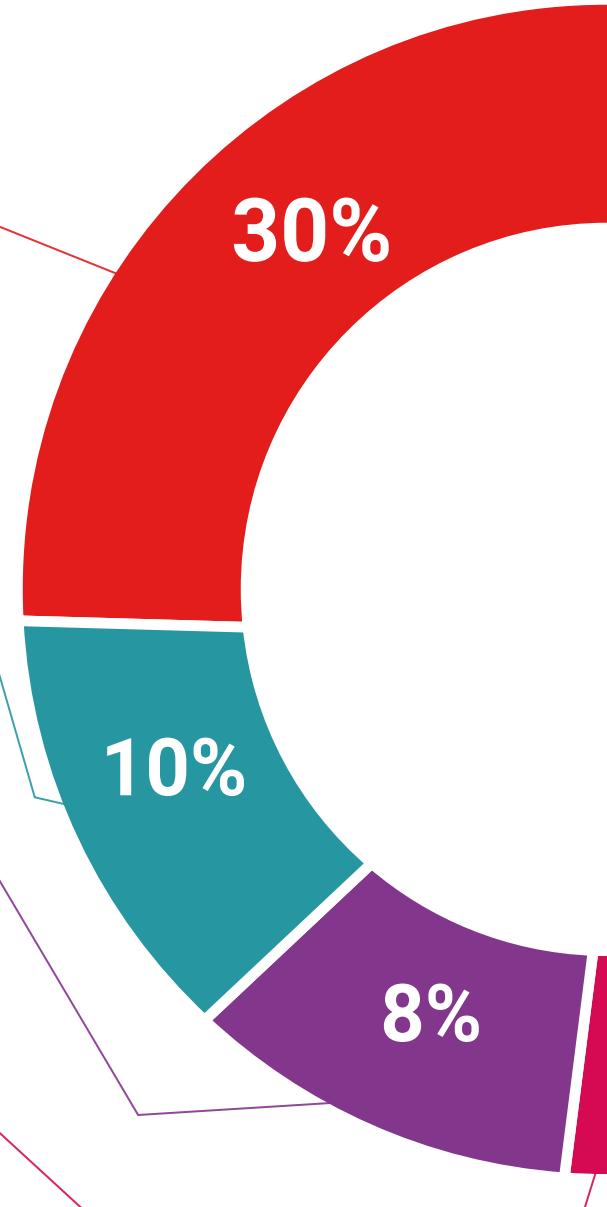
#### Pratiche di competenze e competenze

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

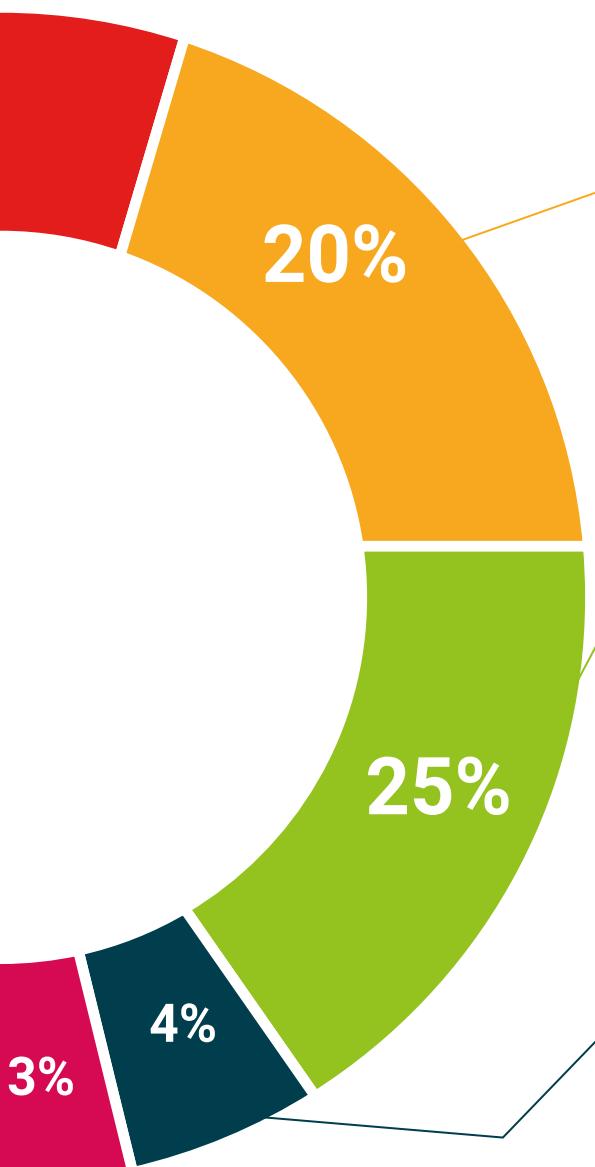
Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.



30%

10%

8%



**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

L'Esperto Universitario in Creazione di Annunci e Comunicazione Pubblicitaria garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Global University.



66

Porta a termine questo programma e  
ricevi la tua qualifica universitaria senza  
sostamenti o fastidiose formalità”

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Esperto Universitario in Creazione di Annunci e Comunicazione Pubblicitaria** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

**TECH Global University** è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: **Esperto Universitario in Creazione di Annunci e Comunicazione Pubblicitaria**

Modalità: **online**

Durata: **6 mesi**

Accreditamento: **18 ECTS**



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

**Esperto Universitario**  
Creazione di Annunci e  
Comunicazione Pubblicitaria

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 18 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

# Esperto Universitario

Creazione di Annunci e  
Comunicazione Pubblicitaria

