Esperto Universitario

Comunicazione e Marketing

tech global university

tech global university

Esperto Universitario
Comunicazione e Marketing

- Modalità: **online**
- Durata: **6 mesi**
- Titolo: **TECH Global University**
- Accreditamento: **15 ECTS**
- Orario: **a scelta**
- Esami: **online**

Accesso al sito web: **www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-comunicazione-marketing**

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

Il programma in Comunicazione e Marketing è un programma intensivo che prepara ad affrontare sfide e a prendere decisioni aziendali nell'ambito della comunicazione in. Il suo obiettivo principale è favorire la tua crescita personale e professionale aiutandoti a raggiungere il successo. Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

La figura del manager rigido, inflessibile e autoritario è obsoleta. È emerso un nuovo profilo, più in linea con le nuove tendenze e che si distingue per essere un esperto dal punto di vista tecnologico, per ascoltare attivamente i propri dipendenti ed essere autocritico del proprio lavoro"

La pubblicità è una delle possibilità che l'azienda ha di comunicare con il mercato e sostenere così i suoi obiettivi del marketing. È comunicazione al servizio del marketing. In realtà qualsiasi organizzazione, per poter crescere o mantenersi, ha bisogno che la sua offerta sia accettata dal mercato, inteso nel suo senso più ampio. Il reparto marketing si occupa di progettare prodotti e servizi che rispondano alle esigenze di determinati gruppi di persone, di produrli, di farli accettare e di far sì che i destinatari siano soddisfatti, che siano disposti a continuare ad acquistare beni, a votare un determinato programma o a credere in ciò che rappresentiamo.

Una delle attività che possono essere svolte per rendere noto il prodotto è la pubblicità. L'azienda farà pubblicità quando ha bisogno di comunicare chi è e qual è la sua offerta a un gruppo di persone sufficientemente numeroso su cui l'azienda è interessata, o perché possono acquistare il suo prodotto, consumarlo, consigliarlo o semplicemente parlarne.

Oggi, qualsiasi organizzazione deve sapere che la base della sua attività è il rapporto con i suoi clienti, quindi deve prendersi cura di lei fornendo loro prodotti e servizi nella quantità, qualità e tempo di cui hanno bisogno. Fare marketing significa sapere che si possono ottenere benefici, non solo economici, solo se si soddisfano le esigenze.

Con questa formazione otterrai tutte le chiavi per comprendere il consumatore, innovare nel prodotto, ideare strategie e creatività e pianificare i media e i canali delle azioni di marketing e comunicazione. Inoltre, alcuni di questi contenuti saranno affrontati in una serie di Master class organizzate da un prestigioso Direttore Ospite Internazionale.

L'Esperto Universitario in Comunicazione e Marketing ti offre una formazione integrata, esigente e pratica per scoprire anche nuovi percorsi professionali e comprendere opportunità di business online sempre più dinamiche. Se sei un professionista nel campo della comunicazione e del marketing, questa è la scelta migliore per diventare un esperto in grado di gestire e monetizzare qualsiasi progetto.

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

- Sviluppo di casi di studio presentati da esperti nel campo della Comunicazione Corporativa
- Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- Novità sulla comunicazione corporativa
- Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- Sistema di apprendimento interattivo basato su algoritmi per favorire il processo decisionale nei contesti giornalistici e di comunicazione digitale
- Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su temi controversi e lavoro di riflessione individuale
- Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet

Questo programma ti offre l'opportunità unica di imparare in una Master class insegnata da un esperto internazionale riconosciuto per le sue eccellenti prestazioni in questo settore"

TECH mette a tua disposizione il miglior programma accademico del mercato in Comunicazione e Marketing. Devi solo avere voglia di studiare"

Diventa un eccellente giornalista e impara a lavorare negli studi di comunicazione aziendali di tutti i settori in questione.

La professione giornalistica si è notevolmente diversificata negli ultimi anni. Oggi, una delle opportunità di carriera più aperte si trova nell'area della comunicazione aziendale.

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del giornalismo e della comunicazione, 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 accademico. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

02

Obiettivi

Questo programma è progettato per rafforzare le capacità di gestione e di leadership, così come per sviluppare nuove competenze e abilità che saranno essenziali nel tuo sviluppo professionale. Al termine del programma sarai in grado di prendere decisioni globali con una prospettiva innovativa e una visione internazionale.

Avere esperienza internazionale, impegno etico e visione aziendale sono alcune delle caratteristiche più richieste nei dirigenti dell'era digitale"

Obiettivi generali

- Descrivere come includere internet nella strategia di comunicazione di marketing dell'organizzazione
- Descrivere il ruolo della vendita personale all'interno della comunicazione di marketing, così come le basi della gestione delle relazioni e l'integrazione degli sforzi di comunicazione
- Progettare e realizzare le procedure di comunicazione esterna a disposizione dell'azienda: pubblicità, relazioni pubbliche, sponsorizzazione, marketing diretto e interattivo, promozione e vendita personale
- Elencare i processi di comunicazione su Internet e le loro differenze rispetto a quelli che avvengono su altri mezzi di comunicazione
- Spiegare l'importanza del marchio come asset strategico e la sua gestione in ambienti convenzionali e digitali
- Analizzare e valutare l'importanza delle capacità di gestione per lo sviluppo personale e professionale
- Sviluppare progetti di comunicazione di marketing ottimali

Sviluppa le tue abilità e diventa un giornalista versatile e aggiornato sulle ultime tendenze"

Obiettivi specifici

Modulo 1. Abilità direttive

- Applicare i processi creativi al campo della comunicazione corporativa
- Implementare metriche rigorose che dimostrino il ritorno della gestione strategica dei beni immateriali con indicatori non finanziari consolidati e impatto diretto sul business
- Identificare il pubblico dei mezzi di comunicazione Gestire efficacemente il dipartimento di comunicazione di qualsiasi organizzazione, in tutti i suoi aspetti

Modulo 2. Marketing e comunicazione

- Gestire la reputazione della propria azienda
- Impiegare i social media e l'e-mobile come una rivoluzione commerciale e utilizzare questi strumenti per raggiungere obiettivi di pubblicità e pubbliche relazioni

Modulo 3. Customer relationship management

- Sviluppare strategie per la gestione del marchio aziendale e della reputazione come risorse strategiche per la differenziazione, la legittimità e l'eccellenza imprenditoriale

Modulo 4. Strategie di comunicazione nell'ambiente digitale

- Essere in grado di progettare un Piano di Social Media di successo sulla base di un calendario e un budget
- Conoscere i principali strumenti digitali per la creazione di strategie

03

Direzione del corso

Il personale docente di questo Esperto Universitario è composto da professionisti esperti e altamente qualificati nei campi della Comunicazione e del Marketing. In effetti, la sua vasta conoscenza spazia dalle strategie di comunicazione integrate alle tecniche di Marketing più avanzate. Questi mentori combinano la loro esperienza pratica con una solida base teorica, fornendo agli studenti una comprensione completa di come la comunicazione e il marketing si intrecciano nell'attuale ambiente aziendale. L'approccio educativo si concentrerà quindi sullo sviluppo delle competenze necessarie per progettare ed eseguire campagne di marketing efficaci, che generino impatto e valore.

Gli insegnanti sono impegnati a tenere il passo con le ultime tendenze e tecnologie in entrambi i campi, assicurandoti di acquisire conoscenze aggiornate e pertinenti per avere successo nel settore"

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 al fianco dei migliori professionisti del mondo"

Direzione

Dott.ssa González Fernández, Sara

- Specialista in Comunicazione Istituzionale e Aziendale in varie aziende
- Redattrice Audiovisiva in Castiglia la Mancia Media
- Redattrice presso il Centro Territoriale di TVE Andalusia
- Redattrice per Radio Nazionale di Spagna
- Redattrice del Diario JAÉN
- Dottorato in Comunicazione presso l'Università di Siviglia
- Master in Sceneggiatura, Narrativa e Creatività Audiovisiva presso l'Università di Siviglia
- Laurea in Giornalismo presso l'Università di Siviglia
- Membro di: Associazione della Stampa di Siviglia e Federazione delle Associazioni dei Giornalisti di Spagna

04

Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Comunicazione e Marketing è un programma su misura che viene insegnato in formato 100% online in modo da scegliere il momento e il luogo che meglio si adatta alla tua disponibilità, orari e interessi. Un programma che si sviluppa su 9 mesi e che pretende essere un'esperienza unica e stimolante che getti le basi per il tuo successo nella gestione della comunicazione nell'ambiente digitale.

Abbiamo il programma di apprendimento più completo e aggiornato del mercato, che ti permetterà di inserirti in un ambito appassionante garantendoti il successo"

Modulo 1. Abilità manageriali

1.1. Oratoria e preparazione dei portavoce
- 1.1.1. Comunicazione interpersonale
- 1.1.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 1.1.3. Barriere della comunicazione

1.2. Comunicazione e leadership
- 1.2.1. Leadership e stile di leadership
- 1.2.2. Motivazione
- 1.2.3. Capacità e abilità di leader 2.0

1.3. *Branding* personale
- 1.3.1. Strategie per sviluppare il brand personale
- 1.3.2. Leggi del *branding* personale
- 1.3.3. Strumenti per la costruzione di brand personali

1.4. Gestione del team
- 1.4.1. Team di lavoro e gestione delle riunioni
- 1.4.2. Gestione dei processi di cambiamento
- 1.4.3. Gestione di team multiculturali
- 1.4.4. *Coaching*

1.5. Negoziazione e risoluzione di conflitti
- 1.5.1. Tecniche di negoziazione efficace
- 1.5.2. Conflitti interpersonali
- 1.5.3. Negoziazione interculturale

1.6. Intelligenza emotiva
- 1.6.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 1.6.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 1.6.3. Autostima e linguaggio emozionale

1.7. Capitale relazionale: *coworking*
- 1.7.1. Capitale di relazione:
- 1.7.2. Analisi del rendimento
- 1.7.3. Gestione dell'uguaglianza e della diversità
- 1.7.4. Innovazione nella gestione del personale

1.8. Gestione del tempo
- 1.8.1. Pianificazione, organizzazione e controllo
- 1.8.2. Metodologia della gestione del tempo
- 1.8.3. Piani d'azione
- 1.8.4. Strumenti per la gestione efficace del tempo

Modulo 2. Marketing e comunicazione

2.1. *Product placement* e *branded content*
- 2.1.1. Forme singolari di comunicazione e branding
- 2.1.2. Concetti, prodotti e servizi di supporto amichevoli

2.2. Pianificazione e contrattazione di media digitali
- 2.2.1. *Real Time Biding*
- 2.2.2. *Pianificazione di campagne digitali integrate*
- 2.2.3. *Quadro di controllo dell'investimento pubblicitario*

2.3. Marketing promozionale
- 2.3.1. Promozioni al consumatore
- 2.3.2. Forza di vendita, canale, punto di vendita e promozioni speciali
- 2.3.3. Successo e redditività delle azioni promozionali

2.4. Pianificazione, esecuzione e misurazione di campagne SEM
- 2.4.1. Marketing nei motori di ricerca
- 2.4.2. Convertire il traffico in traffico qualificato
- 2.4.3. Gestione dei progetti SEM

2.5. Metriche e analisi dei risultati delle campagne di pubblicità digitale
- 2.5.1. Adservers
- 2.5.2. Metriche tradizionali e GrP digitali
- 2.5.3. *Crossmedialità* e interazioni

2.6. *Pubblicità display, rich media* e pubblicità virale
- 2.6.1. Mezzi, formati e supporti
- 2.6.2. Il funnel di conversione
- 2.6.3. Buzz marketing e WOM

2.7. Mobile marketing, geolocalizzazione e internet TV
- 2.7.1. Nuove applicazioni di *mobile marketing*
- 2.7.2. Geolocalizzazione
- 2.7.3. Applicazioni che uniscono web, *geotagging* e mobile

2.8. Efficacia pubblicitaria
- 2.8.1. Tecniche di ricerca e tracking delle campagne
- 2.8.2. Analisi di copertura e frequenza effettiva
- 2.8.3. Notorietà e modelli di distribuzione temporale della pressione pubblicitaria

Modulo 3. *Customer relationship management*

3.1. CRM e marketing relazionale
- 3.1.1. Filosofia aziendale o orientamento strategico
- 3.1.2. Identificazione e differenziazione del cliente
- 3.1.3. L'impresa e i suoi *stakeholders*
- 3.1.4. *Clienting*

3.2. *Database marketing* e *customer relationship management*
- 3.2.1. Applicazioni del *database marketing*
- 3.2.2. *Leggi e regolamento*
- 3.2.3. *Fonti di informazione, conservazione e processo*

3.3. Psicologia e comportamento del consumatore
- 3.3.1. Lo studio del comportamento del consumatore
- 3.3.2. Fattori interni ed esterni del consumatore
- 3.3.3. Processo decisionale del consumatore
- 3.3.4. Consumismo, società, marketing ed etica

3.4. *Marketing consumer centric*
- 3.4.1. Segmentazione
- 3.4.2. Analisi di rendimento
- 3.4.3. Strategie per fidelizzare il cliente

3.5. *Tecniche di CRM* management
- 3.5.1. Marketing diretto.
- 3.5.2. Integrazione multicanale
- 3.5.3. Marketing virale

3.6. Vantaggio e pericoli da implementare CRM
- 3.6.1. CRM, vendite e costi
- 3.6.2. Soddisfazione e lealtà del cliente
- 3.6.3. Implementazione tecnologica.
- 3.6.4. Errori strategici e di gestione

Modulo 4. Strategie di comunicazione nell'ambiente digitale

4.1. Web 2.0 o web social
- 4.1.1. L'impresa nell'era della conversazione
- 4.1.2. Il web 2.0 sono le persone
- 4.1.3. Ambiente digitale e nuovi formati di comunicazione

4.2. Comunicazione e reputazione online
- 4.2.1. Rapporto sulla reputazione online
- 4.2.2. Netiquette e buona prassi sui social
- 4.2.3. *Branding* e *networking* 2.0

4.3. Design e pianificazione di un piano di reputazione online
- 4.3.1. Panorama dei principali *social media* in Spagna
- 4.3.2. Piano di reputazione del marchio
- 4.3.3. Metriche generali, ROI e CRM sociale
- 4.3.4. Crisi online e SEO Reputation

4.4. Piattaforme generaliste, professionisti e microblogging
- 4.4.1. Facebook
- 4.4.2. Linkedin
- 4.4.3. Twitter

4.5. Piattaforme di video, immagini e mobilità
- 4.5.1. YouTube
- 4.5.2. Instagram
- 4.5.3. Flickr
- 4.5.4. Vimeo
- 4.5.5. Pinterest

4.6. Strategie di contenuti e *storytelling*
- 4.6.1. *Blogging* aziendale
- 4.6.2. Strategia di marketing dei contenuti
- 4.6.3. Creazione di un piano di contenuti
- 4.6.4. Strategia di cura dei contenuti

4.7. Strategie nei *social media*
- 4.7.1. Le relazioni pubbliche aziendali e i social media
- 4.7.2. Definizione della strategia da seguire in ogni mezzo
- 4.7.3. Analisi e valutazione dei risultati

4.8. *Community management*
- 4.8.1. Ruoli, compiti e responsabilità del *Community manager*
- 4.8.2. *Social Media Manager*
- 4.8.3. *Social Media Strategist*

4.9. *Social media plan*
- 4.9.1. Progettazione di un *piano di social media*
- 4.9.2. *Calendario, preventivo, aspettative e monitoraggio*
- 4.9.3. *Protocollo di contingenza in caso di crisi*

4.10. Strumenti di monitoraggio online
- 4.10.1. Strumenti di gestione e applicazioni desktop
- 4.10.2. Strumenti di gestione di monitoraggio e studio

Cogli l'occasione per conoscere gli ultimi sviluppi in questa materia e applicarla alla tua pratica quotidiana"

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.

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

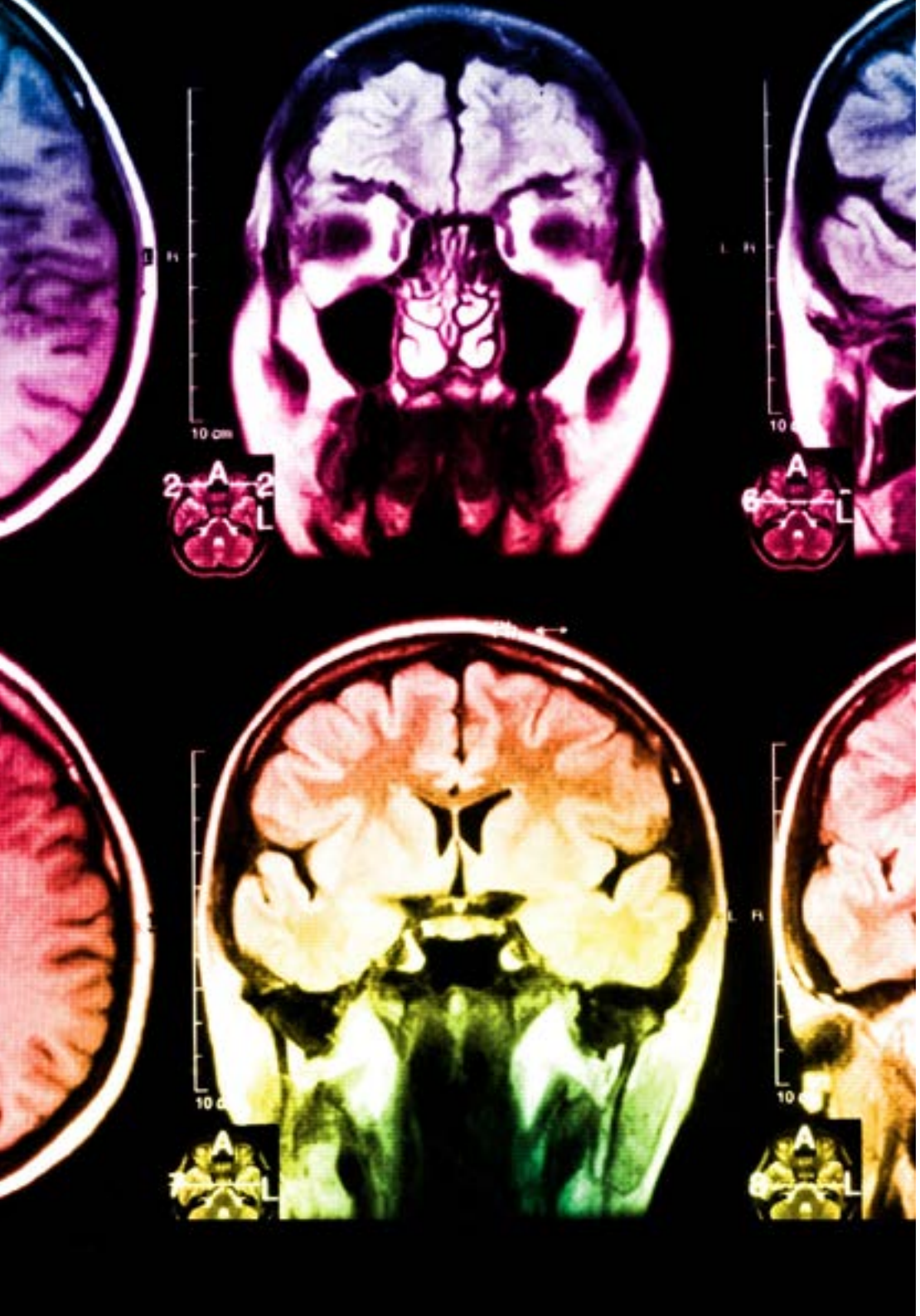
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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:

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.

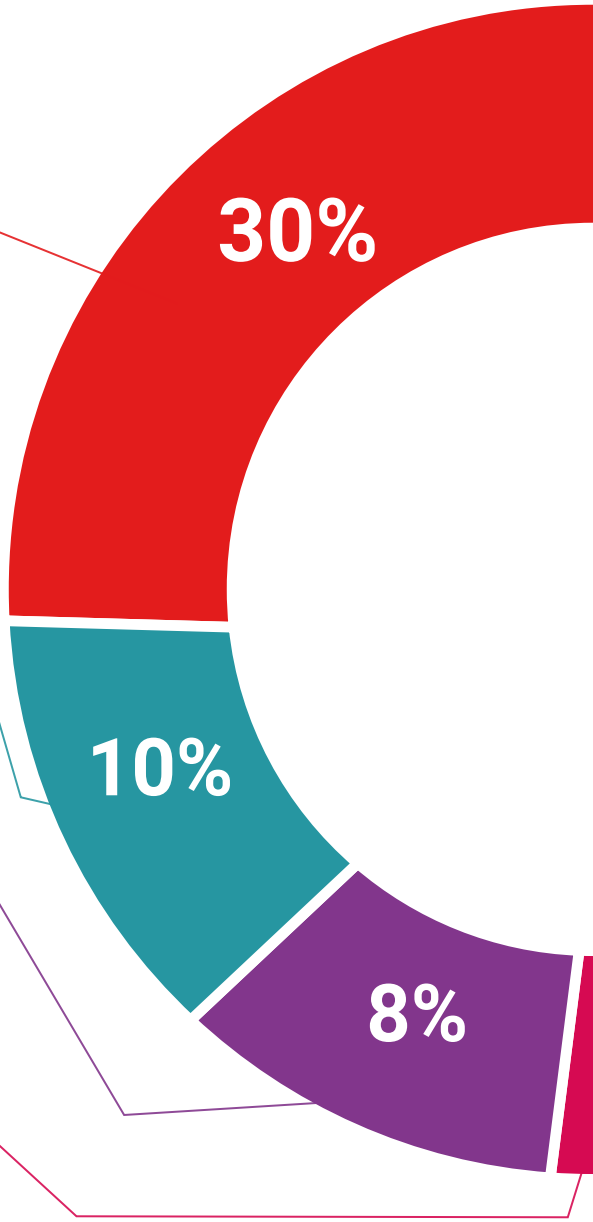
Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.

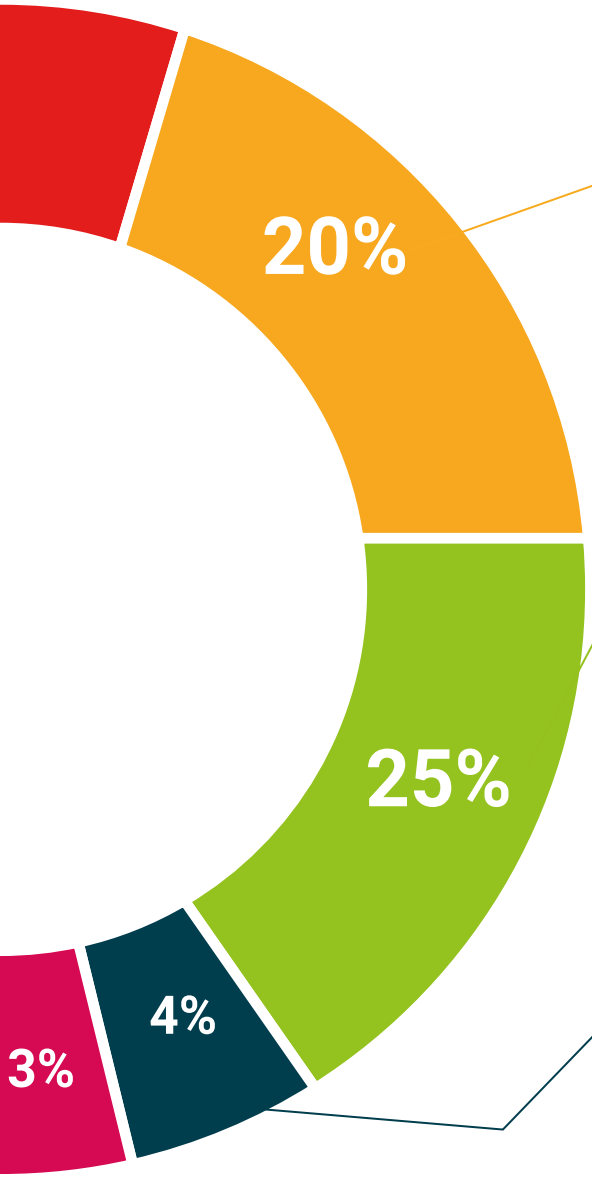
Pratiche di competenze e competenze

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.





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

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

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

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Esperto Universitario in Comunicazione e Marketing** 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 Comunicazione e Marketing**

Modalità: **online**

Durata: **6 mesi**

Accreditamento: **15 ECTS**

tech global university

Dott _____ con documento d'identità _____ ha superato con successo e ottenuto il titolo di:

Esperto Universitario in Comunicazione e Marketing

Si tratta di un titolo di studio privato corrispondente a 375 horas di durata equivalente a 15 ECTS, con data di inizio dd/mm/aaaa e data di fine dd/mm/aaaa.

TECH Global University è un'università riconosciuta ufficialmente dal Governo di Andorra il 31 de gennaio 2024, appartenente allo Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA).

In Andorra la Vella, 28 febbraio 2024

Dott. Pedro Navarro Illana
Rettore

código único TECH: AFWDR23S techtitute.com/titulos

*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH Global University effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

tech global university

Esperto Universitario
Comunicazione e Marketing

- Modalità: **online**
- Durata: **6 mesi**
- Titolo: **TECH Global University**
- Accreditamento: **15 ECTS**
- Orario: **a scelta**
- Esami: **online**

Esperto Universitario

Comunicazione e Marketing

tech global university