

Esperto Universitario

Pubblicità Audiovisiva





Esperto Universitario Pubblicità Audiovisiva

- » Modalità: **Online**
- » Durata: **6 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **8 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **Online**

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-pubblicita-audiovisiva

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Metodologia

pag. 18

05

Titolo

pag. 26

01

Presentazione

La pubblicità è fondamentale in tutte le aziende e, sebbene possa essere trasmessa in diversi formati, l'audiovisivo è uno dei principali, poiché la perfetta combinazione di immagine e suono ha un maggiore impatto sul pubblico. Questo programma è rivolto ai professionisti del giornalismo che desiderino migliorare la propria preparazione nel campo della Pubblicità Audiovisiva. Nel corso di questi mesi, gli studenti impareranno ad analizzare i testi pubblicitari da una prospettiva critica e a identificare i diversi elementi dei messaggi, nonché a produrre pezzi pubblicitari nei modi e i tempi stabiliti dalle specifiche dei diversi generi di pubblicità e relazioni pubbliche.



“

*Specializzati in Pubblicità Audiovisiva e
crea campagne esclusive che promuovano
la crescita economica delle imprese”*

Questo programma in Pubblicità Audiovisiva è stato progettato tenendo conto delle esigenze accademiche dei professionisti del giornalismo e della comunicazione. I suoi obiettivi sono quindi che gli studenti siano in grado di applicare la metodologia scientifica delle teorie della comunicazione e di analizzare i processi psicologici di base della comunicazione e del destinatario della pubblicità. Per questo verranno riviste le basi per padroneggiare gli elementi fondamentali della comunicazione audiovisiva. Inoltre, il ruolo decisivo dell'immagine nel XXI secolo rende necessaria l'analisi dell'interrelazione tra elementi verbali e iconici nel messaggio comunicativo.

Grazie a questa qualifica, lo studente acquisirà le competenze necessarie a poter distinguere e apprezzare le procedure utilizzate per la costruzione di materiali cinematografici, televisivi, video e multimediali.

Inoltre, lavorerà sulla produzione pubblicitaria audiovisiva studiando i quattro attori direttamente coinvolti nelle fasi di contrattazione, esecuzione e distribuzione dell'opera: l'inserzionista, l'agenzia, la società di produzione audiovisiva e i mezzi di diffusione e distribuzione. La società di produzione audiovisiva ha un rapporto diretto con l'agenzia e un rapporto indiretto con l'inserzionista. Il materiale prodotto dalla società di produzione deve essere preparato e approvato per essere distribuito correttamente attraverso i mezzi di diffusione scelti (cinema, televisione, internet, app, ecc.). Pertanto, questo programma coprirà i processi di produzione (pre-produzione, produzione e post-produzione) per la produzione di pezzi pubblicitari.

Indubbiamente, un programma molto completo che darà una svolta alla carriera dei giornalisti, fornendo loro le conoscenze necessarie a lavorare con successo nel campo della pubblicità, soprattutto nei formati audiovisivi.

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

- ♦ Uso delle più recenti tecnologie nei software di e-learning
- ♦ Sistema di insegnamento intensamente visivo, supportato da contenuti grafici e schematici di facile assimilazione e comprensione
- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in attività
- ♦ Sistemi di video interattivi di ultima generazione
- ♦ Insegnamento supportato dalla pratica online
- ♦ Sistemi di aggiornamento e riqualificazione permanente
- ♦ Apprendimento autoregolato pienamente compatibile con altri impegni
- ♦ Esercizi pratici per l'autovalutazione e la verifica dell'apprendimento
- ♦ Gruppi di sostegno e sinergie educative: domande all'esperto, forum di discussione e conoscenza
- ♦ Comunicazione con il personale docente e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile con una connessione internet
- ♦ Banche dati di supporto disponibili in modo permanente



*TECH Università Tecnologica
si avvale della metodologia
più innovativa del panorama
accademico attuale”*

“ *TECH Università Tecnologica mette a tua disposizione una varietà di risorse teoriche e pratiche per farti conoscere nel dettaglio la Pubblicità Audiovisiva* ”

Il personale docente di questo programma è composto da professionisti provenienti da diversi ambiti legati alla disciplina. Ciò consente a TECH di raggiungere l'obiettivo di aggiornamento accademico stabilito. Un personale docente multidisciplinare composto da professionisti qualificati ed esperti in diversi settori, in grado di trasmettere efficacemente le conoscenze teoriche, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

La conoscenza approfondita della disciplina è rafforzata dall'efficacia dell'impostazione metodologica. Sviluppato da un team multidisciplinare di esperti di *e-learning*, integra gli ultimi progressi della tecnologia educativa. Lo studente potrà studiare avvalendosi di una serie di strumenti multimediali comodi e versatili, che gli daranno l'operatività di cui ha bisogno il suo processo di studio.

Il progetto di questo programma è incentrato sull'Apprendimento Basato sui Problemi. Un approccio che concepisce l'apprendimento come un processo eminentemente pratico. Al fine di raggiungere questo obiettivo in modalità remota, useremo la pratica online. Grazie all'aiuto di un innovativo sistema di video interattivo e del *Learning From an Expert*, lo studente potrà acquisire le conoscenze come se si stessero affrontando in un contesto reale. Un concetto che ti permetterà di integrare e fissare l'apprendimento in modo più realistico e permanente.

Un programma unico che ti consentirà di fare la differenza nel settore della Pubblicità Audiovisiva.

Iscriviti a questo Esperto Universitario e accedi a tutti i suoi contenuti in modo illimitato.



02

Obiettivi

Questo programma è stato elaborato dai docenti di TECH con l'obiettivo principale di offrire ai giornalisti le conoscenze più avanzate sulla pubblicità audiovisiva, in modo che acquisiscano, attraverso uno studio intensivo, le competenze necessarie a lavorare con successo in un settore altamente competitivo. Un programma rivolto a professionisti con esperienza nel settore che desiderino migliorare la propria preparazione e il modo in cui svolgono il loro lavoro quotidiano"



“

Se il tuo obiettivo è indirizzare il tuo futuro lavorativo verso nuovi percorsi di successo, questo è l'Esperto Universitario che fa per te"



Obiettivo generale

- ♦ Acquisire le conoscenze necessarie a realizzare un'adeguata comunicazione pubblicitaria utilizzando gli strumenti digitali più avanzati

“

Acquisisci le competenze necessarie a lavorare con successo nella comunicazione politica”





Obiettivi specifici

Modulo 1. Introduzione alla psicologia della comunicazione

- ♦ Permettere allo studente di mettere in relazione in modo coerente la pubblicità e le relazioni pubbliche con altre scienze sociali e umane
- ♦ Consentire allo studente di comprendere i concetti di base e i modelli teorici della comunicazione umana, i suoi elementi e le sue caratteristiche, nonché il ruolo che essa svolge nei processi psicologici della pubblicità e delle relazioni pubbliche
- ♦ Preparare lo studente a identificare e analizzare i processi psicosociali, cognitivi ed emotivi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche

Modulo 2. Narrazione audiovisiva

- ♦ Applicare la metodologia scientifica delle teorie della comunicazione
- ♦ Analizzare i processi psicologici di base della comunicazione e il destinatario della pubblicità
- ♦ Padroneggiare le linee guida della comunicazione audiovisiva, di fondo per l'esercizio delle la pubblicità e le relazioni pubbliche
- ♦ Descrivere l'evoluzione generale dei media attraverso il loro sviluppo storico

Modulo 3. Pubblicità Audiovisiva

- ♦ Comprendere la natura e il potenziale comunicativo delle immagini e del design grafico
- ♦ Saper pianificare strategicamente le campagne pubblicitarie
- ♦ Conoscere il processo creativo pubblicitario
- ♦ Saper analizzare i testi pubblicitari da una prospettiva critica e identificare i diversi elementi dei messaggi
- ♦ Produrre in maniera puntuale i contenuti pubblicitari secondo le specifiche dei diversi generi di pubblicità e relazioni pubbliche
- ♦ Essere in grado di svolgere il ruolo professionale di copywriter all'interno di un'agenzia pubblicitaria o di un dipartimento pubblicitario di un'azienda o di un'istituzione
- ♦ Essere in grado di svolgere il ruolo professionale di art director all'interno di un'agenzia pubblicitaria o di un dipartimento pubblicitario di un'azienda o di un'istituzione
- ♦ Partecipare alla produzione di pubblicità audiovisiva
- ♦ Padroneggiare le linee guida di base della pubblicità audiovisiva per la realizzazione di prodotti pubblicitari audiovisivi
- ♦ Padroneggiare le linee guida di base della pubblicità audiovisiva per la realizzazione di prodotti pubblicitari audiovisivi

03

Struttura e contenuti

I contenuti di questo Esperto Universitario sono stati sviluppati da diversi specialisti con un chiaro obiettivo: permettere agli alunni di acquisire le abilità necessarie a diventare dei veri e propri esperti in materia. Un programma che comprende gli aspetti più rilevanti della Pubblicità Audiovisiva e che diventerà una vera e propria guida di lavoro per i professionisti del settore, che troveranno le informazioni più rilevanti e utili per svolgere la loro professione.

PRODUCTION _____

DIRECTOR _____

“

Un programma molto completo e ben strutturato, che ti permetterà di effettuare uno studio autoguidato per migliorare le tue competenze in questo campo"

Modulo 1. Introduzione alla psicologia della comunicazione

- 1.1. Storia della psicologia
 - 1.1.1. Introduzione
 - 1.1.2. Introduzione allo studio della psicologia
 - 1.1.3. Scienza in evoluzione. Cambiamenti storici e di paradigma
 - 1.1.4. Paradigmi e fasi in psicologia
 - 1.1.5. Scienza cognitiva
- 1.2. Psicologia Sociale
 - 1.2.1. Introduzione
 - 1.2.2. Iniziamo lo studio della Psicologia sociale: l'influenza
 - 1.2.3. Empatia, altruismo e comportamento di sostegno
- 1.3. Cognizione sociale
 - 1.3.1. Introduzione
 - 1.3.2. Pensare e conoscere, bisogni vitali
 - 1.3.3. Cognizione sociale
 - 1.3.4. Organizzare le informazioni
 - 1.3.5. Pensiero: prototipico o categorico
 - 1.3.6. Gli errori che commettiamo nel pensare: i pregiudizi inferenziali
 - 1.3.7. Elaborazione automatica delle informazioni
- 1.4. Psicologia della personalità
 - 1.4.1. Introduzione
 - 1.4.2. Cos'è l'io? Identità e personalità
 - 1.4.3. L'autocoscienza
 - 1.4.4. L'autostima
 - 1.4.5. La consapevolezza di sé
 - 1.4.6. Variabili interpersonali nella formazione della personalità
 - 1.4.7. Variabili macrosociali della configurazione della personalità
 - 1.4.8. Una nuova prospettiva sullo studio della personalità. La personalità narrativa



- 1.5. Le emozioni
 - 1.5.1. Introduzione
 - 1.5.2. Di cosa parliamo quando siamo emozionati?
 - 1.5.3. Caratteristiche delle emozioni
 - 1.5.4. Emozioni e personalità
 - 1.5.5. Da un'altra prospettiva. Emozioni sociali
- 1.6. Psicologia della comunicazione. Persuasione e cambiamento di atteggiamento
 - 1.6.1. Introduzione
 - 1.6.2. Gli atteggiamenti
 - 1.6.3. Modelli storici nello studio della comunicazione persuasiva
 - 1.6.4. Il Modello di Probabilità di Elaborazione (ELM)
 - 1.6.5. Processi di comunicazione per mezzo dei media
- 1.7. Il mittente
 - 1.7.1. Introduzione
 - 1.7.2. La fonte della comunicazione persuasiva
 - 1.7.3. Caratteristiche della fonte. La credibilità
 - 1.7.4. Caratteristiche della fonte. L'attrazione
 - 1.7.5. Caratteristiche del trasmettitore. Il potere
 - 1.7.6. Processi di comunicazione persuasiva. Meccanismi basati sulla cognizione primaria
 - 1.7.7. Nuovi processi di comunicazione. Meccanismi basati sulla cognizione secondaria
- 1.8. Il messaggio
 - 1.8.1. Introduzione
 - 1.8.2. Cominciamo ad esaminare la composizione del messaggio
 - 1.8.3. Tipi di messaggi: messaggi razionali e messaggi emotivi
 - 1.8.4. Messaggi emotivi e comunicazione: messaggi che inducono alla paura
- 1.9. Il ricevente
 - 1.9.1. Introduzione
 - 1.9.2. Il ruolo del ricevente secondo il modello della probabilità di elaborazione
 - 1.9.3. Bisogni e motivazioni dei destinatari: il loro impatto sul cambiamento di atteggiamento
 - 1.9.4. Bisogno di stima e comunicazione

- 1.10. Nuovi approcci allo studio della comunicazione
 - 1.10.1. Introduzione
 - 1.10.2. L'elaborazione non cosciente dell'informazione. Processi automatici
 - 1.10.3. Misurare i processi automatici nella comunicazione
 - 1.10.4. Primi passi nei nuovi paradigmi
 - 1.10.5. Teorie dei sistemi di elaborazione duale

Modulo 2. Narrazione audiovisiva

- 2.1. Narrazione audiovisiva
 - 2.1.1. Introduzione
 - 2.1.2. Concetti fondamentali della narrazione audiovisiva
 - 2.1.3. Un approccio metodologico
 - 2.1.4. Particolarità del discorso audiovisivo
 - 2.1.5. Il linguaggio audiovisivo
 - 2.1.6. L'immagine
 - 2.1.7. Il suono
- 2.2. Il discorso e le modalità di enunciazione
 - 2.2.1. Introduzione
 - 2.2.2. Le funzioni del racconto
 - 2.2.3. La costruzione del testo narrativo
 - 2.2.4. Le modalità enunciative
 - 2.2.5. Tipi di narratori
 - 2.2.6. Targeting
 - 2.2.7. Il destinatario
- 2.3. La storia e le linee della narrazione
 - 2.3.1. Introduzione
 - 2.3.2. La storia
 - 2.3.3. L'azione narrativa
 - 2.3.4. Tempo
 - 2.3.5. Lo spazio
 - 2.3.6. Il suono

- 2.4. La costruzione del discorso audiovisivo: la sceneggiatura
 - 2.4.1. Introduzione
 - 2.4.2. La sceneggiatura
 - 2.4.3. L'idea
 - 2.4.4. I generi
 - 2.4.5. I personaggi e i dialoghi
 - 2.4.6. Sceneggiatura letteraria vs. Sceneggiatura tecnica
- 2.5. Teoria e analisi del montaggio cinematografico
 - 2.5.1. Introduzione
 - 2.5.2. Definizione di montaggio
 - 2.5.3. Le unità di base della narrazione cinematografica
 - 2.5.4. Primi approcci teorici
 - 2.5.5. Tipi di montaggio
 - 2.5.6. Il montaggio invisibile: il raccord. Glossario del montaggio
- 2.6. La narrazione cinematografica: dalle origini alla postmodernità
 - 2.6.1. Introduzione
 - 2.6.2. L'origine del cinema
 - 2.6.3. Il cinema delle origini: articolazione spazio-temporale
 - 2.6.4. Le avanguardie e il cinema
 - 2.6.5. Il cinema di Hollywood
 - 2.6.6. Il cinema d'arte e il saggio
 - 2.6.7. Il cinema contemporaneo
- 2.7. Cinema informatico: dai cinegiornali ai documentari
 - 2.7.1. Introduzione
 - 2.7.2. Il cinema informativo
 - 2.7.3. I cinegiornali
 - 2.7.4. Il documentario
 - 2.7.5. Cinema informativo di fiction
 - 2.7.6. Il valore dei notiziari come fonte storica

- 2.8. Il discorso televisivo: informazione e intrattenimento
 - 2.8.1. Introduzione
 - 2.8.2. Il discorso televisivo
 - 2.8.3. Narratologia dell'informazione audiovisiva
 - 2.8.4. I generi dell'informazione audiovisiva
 - 2.8.5. *L'infotainment*
 - 2.8.6. Programmi di intrattenimento
 - 2.8.7. La fiction televisiva
- 2.9. Discorso pubblicitario audiovisivo: spot, trailer e videoclip
 - 2.9.1. Introduzione
 - 2.9.2. Narrazione pubblicitaria dei media audiovisivi
- 2.10. Nuovi media e strutture narrative nell'era digitale
 - 2.10.1. Introduzione
 - 2.10.2. Il paradigma digitale
 - 2.10.3. I nuovi media del XXI secolo
 - 2.10.4. Pratiche dei nuovi media
 - 2.10.5. Le condizioni postmedia

Modulo 3. Pubblicità Audiovisiva

- 3.1. Introduzione alla pubblicità audiovisiva
 - 3.1.1. Che cos'è la pubblicità audiovisiva?
 - 3.1.2. Origine
 - 3.1.3. Mezzi pubblicitari audiovisivi
- 3.2. Lo spot pubblicitario
 - 3.2.1. Cos'è uno spot?
 - 3.2.2. Struttura narrativa di uno spot pubblicitario
 - 3.2.3. Storia dello spot pubblicitario
- 3.3. Team tecnici di una produzione audiovisiva I
 - 3.3.1. I team di produzione e gestione
 - 3.3.2. Funzioni del team di produzione e gestione
 - 3.3.3. Organigramma



- 3.4. Team tecnici di una produzione audiovisiva II
 - 3.4.1. I team tecnici e artistici
 - 3.4.2. Funzioni del team tecnico e artistico
 - 3.4.3. Organigramma
- 3.5. Pre-produzione I: all'idea alla sceneggiatura per le riprese
 - 3.5.1. Processo creativo in base al briefing
 - 3.5.2. Sceneggiatura letteraria: esempio
 - 3.5.3. Sceneggiatura tecnica: esempio
- 3.6. Storyboard
 - 3.6.1. Storyboard interno
 - 3.6.2. Storyboard di presentazione
 - 3.6.3. Storyboard del rodaggio
- 3.7. La sceneggiatura tecnica: gli stili di produzione
 - 3.7.1. Linguaggio cinematografico
 - 3.7.2. Messa in scena
 - 3.7.3. Pianificazione tecnica
- 3.8. Pre-produzione II: il piano di ripresa e il budget
 - 3.8.1. Disposizione dell'illuminazione
 - 3.8.2. Progettazione del suono
 - 3.8.3. Protocollo di ripresa
 - 3.8.4. Budget
- 3.9. La produzione di uno spot pubblicitario
 - 3.9.1. Chi è coinvolto nell'implementazione di uno spot?
 - 3.9.2. Ordine di ripresa
 - 3.9.3. Le riprese
- 3.10. Post produzione di uno spot pubblicitario
 - 3.10.1. Il montaggio
 - 3.10.2. Tipi di montaggio
 - 3.10.3. Post-produzione visiva e audio

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.



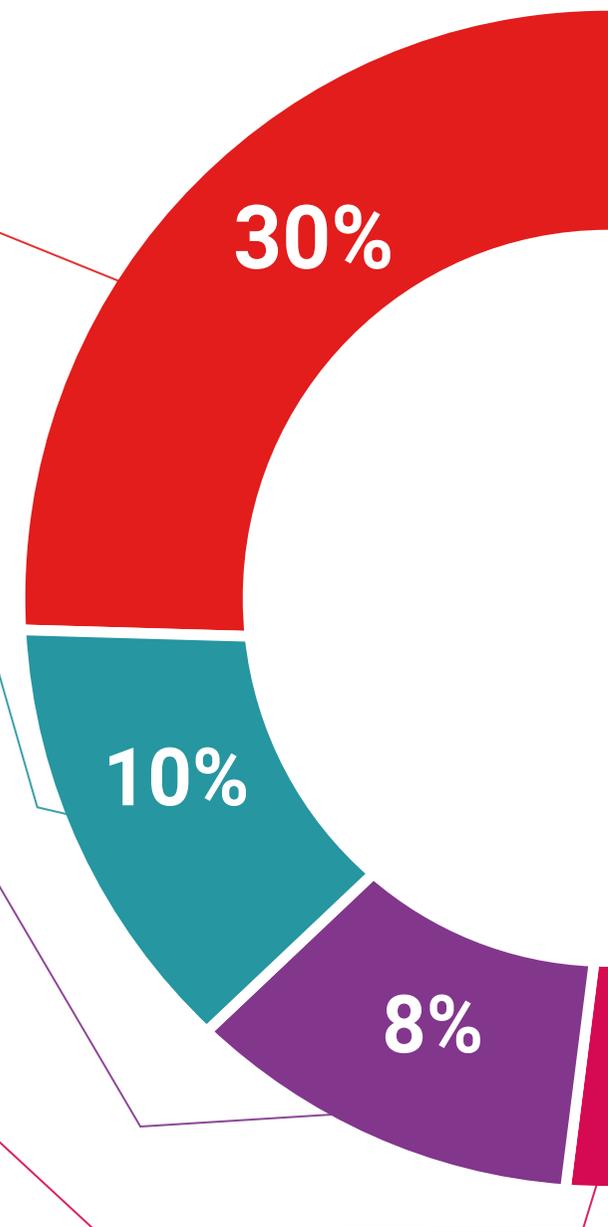
Pratiche di competenze e competenze

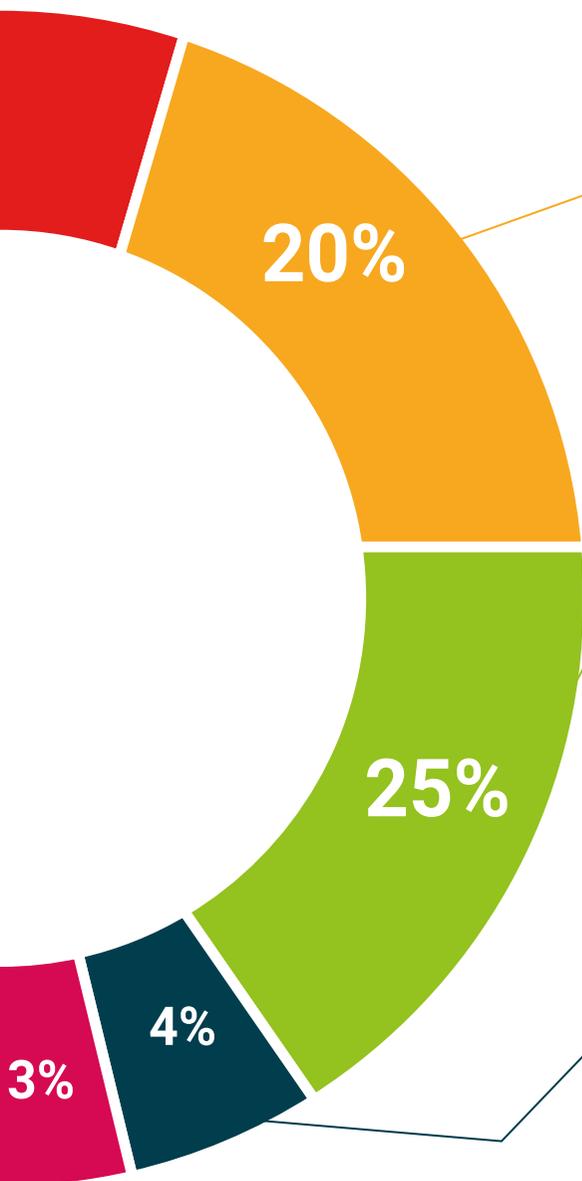
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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.



05

Titolo

L'Esperto Universitario in Pubblicità Audiovisiva 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 Pubblicità Audiovisiva** 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 Pubblicità Audiovisiva**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



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

Pubblicità Audiovisiva

- » Modalità: Online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 8 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: Online

Esperto Universitario

Pubblicità Audiovisiva

