

Esperto Universitario

Storytelling Pubblicitario



Esperto Universitario Storytelling Pubblicitario

- » 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-storytelling-pubblicitario

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

La connessione emotiva con il pubblico è diventata cruciale in un panorama pubblicitario in cui la competizione per l'attenzione del pubblico è feroce. Pertanto, la capacità di raccontare storie persuasive che si connettono emotivamente con il pubblico è diventata un'abilità molto richiesta. In risposta a queste esigenze, viene presentato questo programma accademico in cui si studiano in modo approfondito le tecniche avanzate di *Storytelling*, consentendo agli studenti di creare campagne memorabili che abbiano un impatto efficace sul pubblico di riferimento. Inoltre, la sua metodologia 100% online, supportata da un'ampia varietà di contenuti multimediali e dall'innovativo metodo *Relearning*, garantisce un aggiornamento flessibile ed efficace per incrementare il successo nel dinamico mondo della pubblicità narrativa





“

Imparerai a padroneggiare lo Storytelling pubblicitario per costruire una community fedele intorno al tuo brand con una metodologia 100% online"

Nell'attuale panorama pubblicitario, la necessità di padroneggiare l'arte dello *Storytelling* è diventata imperativa per entrare efficacemente in contatto con il pubblico. La saturazione dei messaggi e la costante ricerca di connessioni significative hanno elevato lo storytelling commerciale a strumento essenziale per i creativi. È quindi fondamentale approfondirne le peculiarità e le tecniche per avere successo in un ambiente in cui lo storytelling persuasivo non è solo una risorsa, ma un elemento di differenziazione essenziale per costruire connessioni autentiche con i consumatori.

Per ampliare le conoscenze dei pubblicitari e dei comunicatori su tutti questi aspetti, TECH offre questo Esperto Universitario. Il programma affronta direttamente le sfide attuali di questo settore, fornendo agli studenti anche le risorse narrative più aggiornate. Allo stesso tempo, per valorizzare la creatività e l'originalità dei degli studenti, il programma definisce diversi software specifici per questo settore e le sue applicazioni.

D'altra parte, la formazione comprende gli strumenti necessari per generare esperienze interattive e partecipative più efficaci in una campagna pubblicitaria, che coinvolgano e connettano profondamente l'acquirente. Inoltre, il percorso accademico evidenzia le opportunità creative del Metaverso, affrontando un terreno innovativo in cui le narrazioni promozionali possono trascendere i confini convenzionali e immergere i consumatori in esperienze coinvolgenti.

D'altra parte, la metodologia del programma è adattata all'attuale realtà digitale, offrendo un'esperienza 100% online che consente ai professionisti di accedere e ampliare le proprie conoscenze senza restrizioni geografiche. Allo stesso tempo, vale la pena di sottolineare l'utilizzo del metodo *Relearning*, basato sulla ripetizione di concetti chiave per consolidare le conoscenze e facilitare un apprendimento più efficace e duraturo. Questo approccio flessibile e pratico assicura che gli studenti non solo assorbano le teorie, ma interiorizzino anche le competenze necessarie per eccellere nell'eccitante mondo dello *Storytelling*.

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

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Storytelling Pubblicitario
- ♦ 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 mobile dotato di connessione a internet



Potrai distinguerti in un settore altamente competitivo grazie ai contenuti dirompenti che affronterai nella migliore università digitale del mondo secondo Forbes"

“

Diventa un pioniere nell'uso del Metaverso e dell'IA per alimentare le tue campagne pubblicitarie"

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti e riconosciuti specialisti appartenenti a prestigiose società e università, 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 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.

Dai una spinta alla tua carriera nell'università con la migliore reputazione al mondo secondo la piattaforma Trustpilot.

Iscriviti e potrai sviluppare storie accattivanti e realizzare campagne pubblicitarie di successo.




02

Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario è quello di formare gli studenti alla padronanza dello *Storytelling* pubblicitario. A tal fine, il programma comprende le competenze necessarie per catturare efficacemente l'attenzione del pubblico. Attraverso un approccio strategico, gli studenti acquisiranno le competenze essenziali per costruire storie autentiche e d'impatto che risuonino con le emozioni e le motivazioni del pubblico. Questo programma mira non solo ad affinare le tecniche di storytelling, ma anche a migliorare la capacità degli studenti di creare campagne che non solo informano, ma ispirano e si connettono con il pubblico in modo duraturo.





See what's next.
WATCH ANYWHERE. CANCEL ANYTIME.
JOIN FREE FOR A MONTH

“

Catturerai il tuo pubblico con storie memorabili che aumenteranno l'impatto delle tue campagne pubblicitarie. Raggiungi i tuoi obiettivi con TECH!”

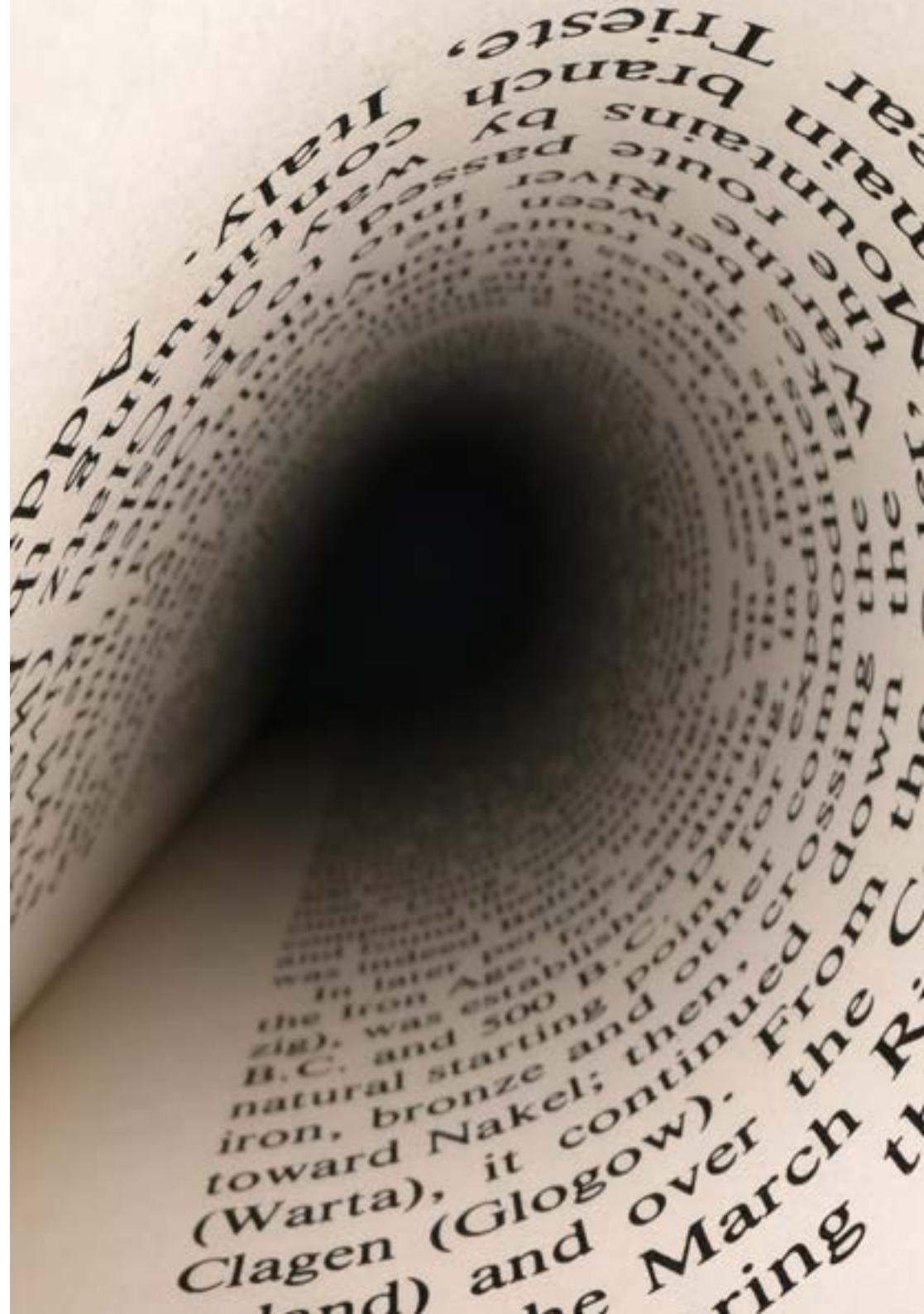


Obiettivi generali

- ♦ Mostrare e valutare le nuove tendenze che i professionisti del settore incontreranno ora e in futuro
- ♦ Fornire le competenze necessarie per migliorare il problem solving e sviluppare le competenze professionali essenziali
- ♦ Approfondire la conoscenza di nuovi progetti di valore per la comunicazione commerciale
- ♦ Mostrare la visione della creatività come strumento di collaborazione nello sviluppo della comunicazione
- ♦ Acquisire una conoscenza approfondita degli strumenti più recenti a supporto della creatività
- ♦ Sviluppare azioni e iniziative per migliorare i risultati creativi, in collaborazione con gli altri soggetti coinvolti nella loro ideazione
- ♦ Utilizzare strumenti a supporto della creatività



Raggiungerai i tuoi obiettivi e padroneggerai la psicologia dello Storytelling per influenzare le percezioni e le decisioni dei tuoi consumatori"





Obiettivi specifici

Modulo 1. La generazione di idee pubblicitarie

- ♦ Stimolare la generazione di idee innovative
- ♦ Valorizzare l'ambiente creativo
- ♦ Spiegare l'attività del pensiero creativo
- ♦ Illustrare il funzionamento del software pubblicitario per il pensiero creativo
- ♦ Migliorare la creatività del team
- ♦ Trarre ispirazione dall'eredità creativa degli altri
- ♦ Esplorare la creatività in diversi campi

Modulo 2. Il *branded content*

- ♦ Evidenziare l'importanza del *branded content* e la sua relazione con il content marketing
- ♦ Spiegare cos'è il *branded content* e le sue analogie con la pubblicità tradizionale
- ♦ Illustrare i requisiti per la creazione di *branded content*
- ♦ Affrontare i tipi di *branded content* che possono avere successo
- ♦ Evidenziare le caratteristiche dei video virali e la loro utilità
- ♦ Presentare il content marketing come componente essenziale della nuova comunicazione
- ♦ Comprendere l'importanza dello *storytelling* e della sua distribuzione su più piattaforme e social network.
- ♦ Studiare le caratteristiche e le differenze degli eventi virtuali

Modulo 3. La creativa pubblicitaria applicata

- ♦ Indagare le possibilità del metaverso, dell'intelligenza artificiale (IA) e delle neuroscienze
- ♦ Scoprire cos'è il metaverso e come sta influenzando la creatività
- ♦ Approfondire le conoscenze commerciali del metaverso
- ♦ Esaminare come l'IA sta cambiando la creazione e il consumo di contenuti, e la sua influenza sul mondo del lavoro creativo
- ♦ Guardare al futuro ed esplorare le opportunità creative di questa nuova era
- ♦ Analizzare come i brand possono eccellere nel metaverso e come questo influisce sulla distribuzione e sulle relazioni con i consumatori
- ♦ Imparare le competenze e le attitudini necessarie per prosperare in questo ambiente in continua evoluzione.
- ♦ Scoprire varie opportunità creative, come esperienze immersive, avatar di marca, eventi virtuali, ecc.
- ♦ Studiare il rapporto tra neuroscienze e creatività

03

Direzione del corso

Per quanto riguarda il corpo docente di questo Esperto Universitario, TECH ha selezionato esperti con una solida esperienza nel settore pubblicitario. Questo personale, composto da professionisti con una vasta esperienza, garantisce una formazione efficace e in linea con le attuali esigenze del settore. Il loro vasto background non solo arricchisce la prospettiva teorica, ma fornisce anche una preziosa visione di come applicare le competenze di *Storytelling* in modo efficace nelle campagne pubblicitarie. Inoltre, per consolidare queste conoscenze viene utilizzato il metodo *Relearning* che fornisce un'esperienza di apprendimento solida e duratura.





“

*Diventa un esperto stratega di contenuti
narrativi con i migliori creativi pubblicitari"*

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. Fernández, Jorge David

- ◆ Specialista in pubblicità
- ◆ Docente Universitario presso l'Università di Siviglia
- ◆ Ricercatore
- ◆ Autore di diverse pubblicazioni come *Strategic advertising Mechanisms: from copy strategy to iconic brands*

Dott.ssa Pita, Eva

- ◆ CEO di L'Evita Creatividad
- ◆ Laurea in Pubblicità presso l'Università di Barcellona

NETFLIX



Netflix

NETFLIX, INC.
1997



04

Struttura e contenuti

Questo programma offre un piano di studi in cui lo studente approfondisce l'arte di raccontare storie che abbiano un impatto efficace sul pubblico. A tal fine, il programma tratta l'importanza delle figure retoriche nella comunicazione commerciale. Inoltre, la creatività multimediale viene evidenziata come componente essenziale, consentendo di integrare immagini, suoni e altri elementi per arricchire le proprie storie. D'altra parte, questo Esperto Universitario definisce il rapporto tra *Storytelling* e Intelligenza Artificiale, e la generazione di contenuti per il Metaverso.



“

Un programma di studio con il quale potrai padroneggiare tecniche avanzate di storytelling che miglioreranno l'efficacia delle tue campagne"

Modulo 1. La generazione di idee pubblicitarie

- 1.1. Cosa serve per avere l'idea
 - 1.1.1. Segnalare il problema
 - 1.1.2. Fermarsi a pensare, il primo passo verso la differenziazione
 - 1.1.3. Pensare, riflettere, pensare ancora... e così via per diversi giorni
 - 1.1.4. Convinzione di arrivare
 - 1.1.5. Un ambiente creativo stimola la creatività
 - 1.1.6. Come la creatività è contagiosa
 - 1.1.7. Uscire dall'ufficio, vivere, divertirsi
 - 1.1.8. Il briefing creativo
 - 1.1.9. Requisiti creativi
 - 1.1.10. Rottura con il passato
 - 1.1.11. La parola chiave: collaborazione
- 1.2. Il pensiero creativo
 - 1.2.1. Persone che hanno teorizzato il pensiero creativo
 - 1.2.2. Aspetti chiave per stimolare il pensiero creativo secondo de Bono
 - 1.2.3. Conclusioni
- 1.3. Processo creativo
 - 1.3.1. Il concetto creativo
 - 1.3.2. Strategia Ireative basata sul ciclo di vita del prodotto
 - 1.3.3. Strategie di lancio del prodotto
- 1.4. Il software del creativo pubblicitario
 - 1.4.1. Le azioni del pensiero creativo pubblicitario
 - 1.4.2. Fasi
 - 1.4.3. Possibilità di utilizzo
 - 1.4.4. Norme di sicurezza
 - 1.4.5. Processo di riflessione
- 1.5. Il team creativo
 - 1.5.1. Il copy o copywriter
 - 1.5.2. Il designer e l'art director
 - 1.5.3. Il direttore creativo
 - 1.5.4. Il creativo
 - 1.5.6. I sei cappelli del pensiero
- 1.6. Il pensiero retorico
 - 1.6.1. Le figure retoriche più comunemente utilizzate
 - 1.6.2. Importanza delle figure retoriche nella comunicazione marketing
 - 1.6.3. Esempi di pubblicità retorica
- 1.7. Progettare con creatività
 - 1.7.1. Manipolazione d'immagine
 - 1.7.2. Produzione
 - 1.7.3. Retorica visiva
 - 1.7.4. La tipografia nella pubblicità
- 1.8. Raccomandazioni per la creazione
 - 1.8.1. Copy significativi
 - 1.8.2. Le frasi dei grandi creativi pubblicitari
 - 1.8.3. Raccomandazioni di designer famosi
- 1.9. Tipi di creatività
 - 1.9.1. Artistica
 - 1.9.2. Scientifica
 - 1.9.3. Tecnologica
 - 1.9.4. Aziendali
 - 1.9.6. Pubblicitaria
 - 1.9.7. Pianificazione
- 1.10. Profili creativi
 - 1.10.1. Visionari
 - 1.10.2. Sperimentatori
 - 1.10.3. Osservatori
 - 1.10.4. Connettori
 - 1.10.5. Analyst
 - 1.10.6. Collaboratori
 - 1.10.7. Narratori



Modulo 2. *Il branded content*

- 2.1. Cos'è il *branded content*
 - 2.1.1. Come la pubblicità è simile al *branded content*
 - 2.1.2. Cosa serve per crearlo
 - 2.1.3. Tipologie
 - 2.1.4. Quali contenuti avranno successo
 - 2.1.5. Caratteristiche dei video virali
 - 2.1.6. Utilità
- 2.2. Che cos'è il content marketing?
 - 2.2.1. Contenuti rilevanti e utili
 - 2.2.2. Contenuti interattivi
 - 2.2.3. Storytelling
 - 2.2.4. Contenuti multiplatforma, crossmediali e transmediali
 - 2.2.5. Il valore aggiunto
 - 2.2.6. Creatività sui social network
 - 2.2.7. Come avere successo nei social network
 - 2.2.8. Come far arrivare i nostri contenuti al pubblico
- 2.3. Creatività multimediale
 - 2.3.1. Podcast
 - 2.3.2. *Videocast*
 - 2.3.3. *Photosharing*
 - 2.3.4. Piattaforme di presentazioni
 - 2.3.5. Video
- 2.4. Che cos'è un evento?
 - 2.4.1. Cos'è
 - 2.4.2. Differenza tra la creatività di una pubblicità e di un evento
 - 2.4.3. L'interattività di una pubblicità e l'interattività di un evento
- 2.5. Perché si celebra un evento
 - 2.5.1. Festeggiamenti e intrattenimento
 - 2.5.2. Marketing e promozione
 - 2.5.3. Educazione e formazione
 - 2.5.4. Reti e connessioni
 - 2.5.5. Responsabilità sociale e raccolta fondi

- 2.6. Come nasce l'idea dell'evento
 - 2.6.1. Come generare idee creative
 - 2.6.2. Come sviluppare una proposta dettagliata
 - 2.6.3. Conclusioni
- 2.7. Dove e come organizzare un evento
 - 2.7.1. L'evento giusto nel posto giusto
 - 2.7.2. Il giusto budget
 - 2.7.3. Non c'è spazio per l'improvvisazione
 - 2.7.4. Il cibo giusto
 - 2.7.5. Cosa può andare storto in un evento Esempi
 - 2.7.6. Un piano B
- 2.8. Come emozionare in un evento
 - 2.8.1. Sorprendere agli eventi
 - 2.8.2. L'empatia durante gli eventi
 - 2.8.3. I sentimenti
- 2.9. Creatività nell'intero processo organizzativo
 - 2.9.1. Creatività nella la creazione di idee
 - 2.9.2. Creatività nella progettazione dell'esperienza
 - 2.9.3. Creatività nella pianificazione e la logistica
 - 2.9.4. Creatività nella progettazione materiali e promozione
 - 2.9.5. Creatività nella progettazione di esperienze interattive e partecipative
 - 2.9.6. Sorprese ed elementi inaspettati
 - 2.9.7. Creatività nell'intrattenimento e nei contenuti
 - 2.9.8. Creatività nella risoluzione di problemi al momento
 - 2.9.9. Creatività anche al momento del ritiro
 - 2.9.10. Creatività nel pre-evento e nel post-evento
- 2.10. Eventi virtuali
 - 2.10.1. Che cos'è un evento virtuale?
 - 2.10.2. Differenze tra un evento virtuale e un evento presenziale
 - 2.10.3. La creatività negli eventi virtuali

Modulo 3. La creativa pubblicitaria applicata

- 3.1. Il metaverso
 - 3.1.1. Cos'è
 - 3.1.2. Che opportunità creative offre
 - 3.1.3. Esempi
- 3.2. Aziende del metaverso
 - 3.2.1. Clienti del metaverso
 - 3.2.2. NFT
 - 3.2.3. Settori aziendali
 - 3.2.4. Lavorare nel metaverso
 - 3.2.5. Blockchain e metaverso
- 3.3. Il salto nel metaverso
 - 3.3.1. Umanizzazione digitale
 - 3.3.2. Avatarizzazione
 - 3.3.3. Il futuro
- 3.4. Intelligenza artificiale e generazione di contenuti per il metaverso
 - 3.4.1. IA
 - 3.4.2. I contenuti
 - 3.4.3. Testi
 - 3.4.4. Audio
 - 3.4.5. Immagini
 - 3.4.6. Il mondo del lavoro
- 3.5. Immaginare l'era del metaverso e dell'intelligenza artificiale
 - 3.5.1. Che opportunità creative offre
 - 3.5.2. Esempi
 - 3.5.3. Conclusioni
- 3.6. Il monopolio dei brand
 - 3.6.1. Un unico metaverso
 - 3.6.2. Catene di distribuzione dei brand
 - 3.6.3. L'azionista consumatore



- 3.7. Come lavoreranno i creativi in questa nuova era?
 - 3.7.1. Competenze
 - 3.7.2. Abilità
 - 3.7.3. Conclusioni
- 3.8. Opportunità creative metaverso
 - 3.8.1. Esperienza immersiva
 - 3.8.2. Avatar del brand
 - 3.8.3. Eventi Virtuali
 - 3.8.4. Personalizzazione
 - 3.8.5. Collaborazioni creative
 - 3.8.6. Realtà Aumentata
 - 3.8.7. Pubblicità narrativa
 - 3.8.8. Innovazione costante
- 3.9. Opportunità creative IA
 - 3.9.1. Creazione di Contenuti Personalizzati
 - 3.9.2. Ottimizzazione Campagne di Marketing
 - 3.9.3. Progettazione e Creazione di immagini e video
 - 3.9.4. Realtà Aumentata (RA) e Realtà Virtuale(RV)
 - 3.9.5. Musica e arte generativa
 - 3.9.6. Automatizzazione di Processi Creativi
 - 3.9.7. Collegamenti di valore
- 3.10. Neuroscienze
 - 3.10.1. Neuroscienze cognitive
 - 3.10.2. Neuromarketing
 - 3.10.3. Neuroscienze emotive



Un programma progettato per sviluppare le tue capacità di narrazione e connetterti emotivamente con il tuo pubblico"

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:



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

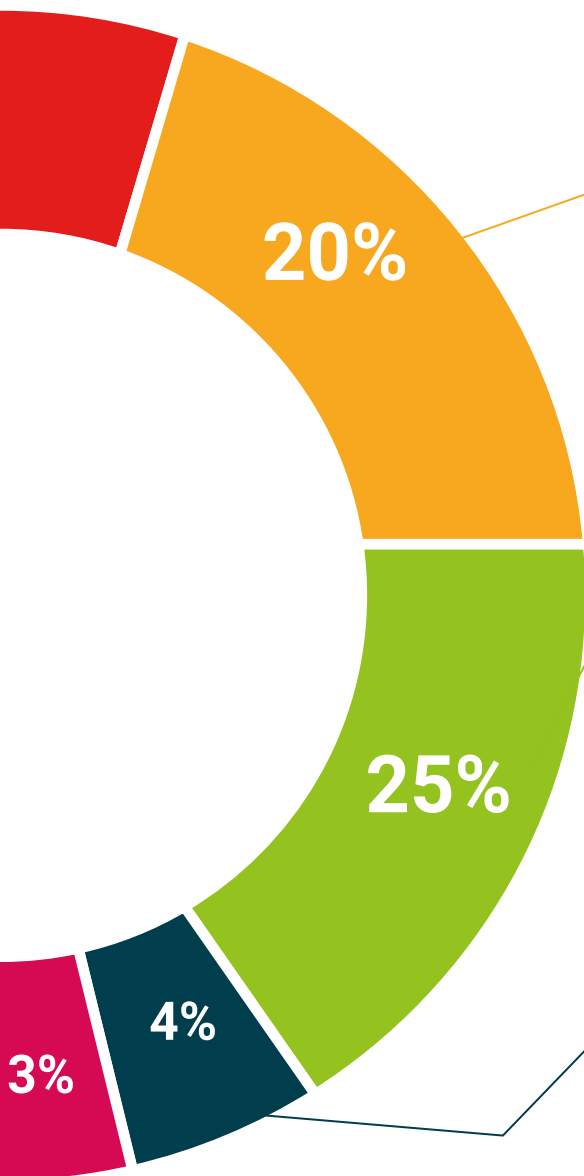
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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

L'Esperto Universitario in Storytelling Pubblicitario 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 Storytelling Pubblicitario** 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 Storytelling Pubblicitario**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



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

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

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Storytelling Pubblicitario

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

Esperto Universitario

Storytelling Pubblicitario