

Esperto Universitario

Strategie Creative
nella Pubblicità





tech università
tecnologica

Esperto Universitario Strategie Creative nella Pubblicità

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università
Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-strategie-creative-pubblicita

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

Il mondo della pubblicità è in continua evoluzione e la creatività ne è il motore. In questo settore in espansione, sono necessari professionisti che conoscano le nuove tecnologie e si adattino alle attuali esigenze del mercato. Pertanto, questo programma si presenta come una risposta completa alle richieste del settore e alle sfide attuali dell'area pubblicitaria, che è alla ricerca di nuove strategie commerciali efficaci. Per questo motivo, TECH lancia questa formazione accademica con la quale gli studenti apprenderanno le chiavi della Creatività Pubblicitaria, dall'ottimizzazione per i motori di ricerca all'implementazione efficace di una strategia social. Inoltre, grazie al formato 100% online, lo studente otterrà un apprendimento flessibile e adatto alle proprie esigenze.





“

Grazie a TECH potrai padroneggiare le strategie pubblicitarie più efficaci negli ambienti digitali con questo Esperto Universitario 100% online”

Con l'avanzare delle nuove tecnologie, la comunicazione è diventata un processo strategico nella gestione delle organizzazioni. In questo senso, la pubblicità aiuta le aziende sia a fidelizzarsi che a differenziarsi dai concorrenti. Per farlo con successo, i professionisti del settore devono reinventarsi e utilizzare tecniche creative per catturare l'interesse dei consumatori.

Per questo motivo, TECH ha progettato questo programma per fornire agli studenti le strategie più efficaci. In questo modo, svilupperanno tutto il loro potenziale creativo e saranno in grado di progettare campagne di grande impatto. A tal fine, il programma affronta sia i nuovi metodi che i mezzi per innovare la pubblicità. Approfondisce inoltre la creazione di contenuti stimolanti e affronta la necessità di implementare efficacemente una strategia social. Inoltre, approfondisce le nuove sfide creative in modo che i professionisti possano trovare le tattiche giuste per affrontarle nel modo migliore.

Il percorso accademico ha una metodologia 100% online, per consentire agli studenti di accedere comodamente al programma. In questo modo, basta un dispositivo con accesso a Internet per ampliare le proprie conoscenze e diventare un esperto universitario di Strategie Creative nella Pubblicità. In questo senso, la formazione offre ai suoi studenti la metodologia più all'avanguardia oggi sul mercato: il *Relearning*. Questo sistema di insegnamento si basa sulla ripetizione dei contenuti più importanti per garantire un processo di apprendimento naturale che rimanga nella memoria degli studenti.

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

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Creatività Pubblicitaria
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici in base ai quali sono stati concepiti forniscono informazioni avanguardia e pratiche riguardo alle 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



Distinguiti nel settore pubblicitario con la metodologia più all'avanguardia del mercato: il Relearning"

“

Grazie a questo Esperto Universitario sarai in grado di utilizzare tecniche pubblicitarie innovative per superare con successo le sfide del settore"

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 imparerai a conoscere le principali tecniche digitali per potenziare la creatività e raggiungere una maggiore diffusione.

Con questo programma potrai sfruttare al meglio i social network come TikTok, X, Facebook e Instagram.



02

Obiettivi

TECH lancia un programma all'avanguardia che permetterà agli studenti di acquisire le competenze necessarie per eccellere sia nel campo della comunicazione che in quello della pubblicità. A tal fine, vengono fornite risorse incentrate su come applicare la creatività alle principali piattaforme e reti di social media, tra cui TikTok, X e Instagram. Allo stesso tempo, analizza le nuove tendenze nel campo della pubblicità, ponendo l'accento sull'incorporazione della realtà aumentata nelle pubblicità come strategia di differenziazione.



“

Con questo Esperto Universitario applicherai tecniche innovative di pubblicità che garantiranno il seguito e la fidelizzazione del pubblico"



Obiettivi generali

- ♦ Mostrare la visione della creatività come strumento di collaborazione nello sviluppo della comunicazione
- ♦ Assimilare le conoscenze teorico/pratiche che consentono di svolgere le funzioni creative da qualsiasi prospettiva
- ♦ Utilizzare strumenti a supporto della creatività
- ♦ Migliorare le conoscenze e le competenze professionali per poter realizzare l'integrazione e lo svolgimento del lavoro in un reparto creativo di qualsiasi tipo di agenzia o ufficio marketing
- ♦ Fornire le competenze necessarie per migliorare il problem solving e sviluppare le competenze professionali essenziali
- ♦ Mostrare la visione della creatività come strumento di collaborazione nello sviluppo della comunicazione
- ♦ Sviluppare azioni e iniziative per migliorare i risultati creativi, in collaborazione con gli altri soggetti coinvolti nella loro ideazione





Obiettivi specifici

Modulo 1. Creativa pubblicitaria

- ♦ Comprendere a fondo che cos'è la creatività, come si è sviluppata con l'avanzare delle nuove tecnologie e come influenza le diverse aree professionali
- ♦ Dettagliare le sfide che un creativo deve affrontare
- ♦ Evidenziare i valori della collaborazione creativa
- ♦ Sottolineare l'importanza della creatività nelle diverse professioni
- ♦ Esaminare le condizioni migliori per stimolare la creatività
- ♦ Comprendere il ruolo della creatività nella pubblicità
- ♦ Studiare i riferimenti artistici della creatività
- ♦ Intravedere le sfide di un ambiente mutevole e competitivo
- ♦ Invitare a superare i limiti
- ♦ Aiutare a capire che ogni sfida è un'opportunità per crescere

Modulo 2. Creatività digitale

- ♦ Esplorare come le tecnologie digitali hanno rivoluzionato la creazione di contenuti e le strategie promozionali nell'ambiente online
- ♦ Distinguere tra marketing e pubblicità digitale
- ♦ Esaminare una varietà di formati pubblicitari online, che vanno dai banner agli annunci in realtà aumentata
- ♦ Approfondire il tema della creatività nel marketing digitale, analizzando le strategie più importanti
- ♦ Studiare la SEO come strumento essenziale per migliorare la visibilità online
- ♦ Far progredire l'uso dell'e-mail come strumento di promozione, fidelizzazione e automazione delle campagne di e-mail marketing
- ♦ Immergersi nel campo dei social network e delle strategie per sfruttarne il potenziale
- ♦ Analizzare la collaborazione con gli influencer e il rafforzamento dell'identità del marchio

Modulo 3. Creatività sui social network

- ♦ Studiare la creatività su piattaforme e media diversi
- ♦ Offrire una visione completa di come la creatività si adatta a ciascuna delle reti social
- ♦ Conoscere gli aspetti tecnici dell'utilizzo
- ♦ Scoprire suggerimenti per la creatività ed esempi di ispirazione
- ♦ Analizzare la creatività nei blog e nelle newsletter



Con TECH imparerai a conoscere le strategie per ottimizzare il tuo posizionamento SEO e quindi a distinguerti nei motori di ricerca"

03

Direzione del corso

Nel suo fermo impegno di offrire il programma accademico più aggiornato e innovativo, TECH ha riunito veri professionisti del settore pubblicitario. Con molti anni di esperienza alle spalle, il personale docente apporta un approccio creativo e innovativo al processo pubblicitario. Per questo motivo, questa formazione fornisce agli studenti le strategie più efficaci per attirare l'attenzione dei consumatori. Per raggiungere questo obiettivo, il personale docente si concentra sull'uso di strumenti all'avanguardia con i quali gli studenti faranno un salto di qualità nella loro carriera professionale.





“

Avrai accesso ai migliori materiali didattici da parte di un personale docente altamente qualificato che ti fornirà una visione totalmente innovativa della pubblicità"

Direzione



Dott. Labarta Vélez, Fernando

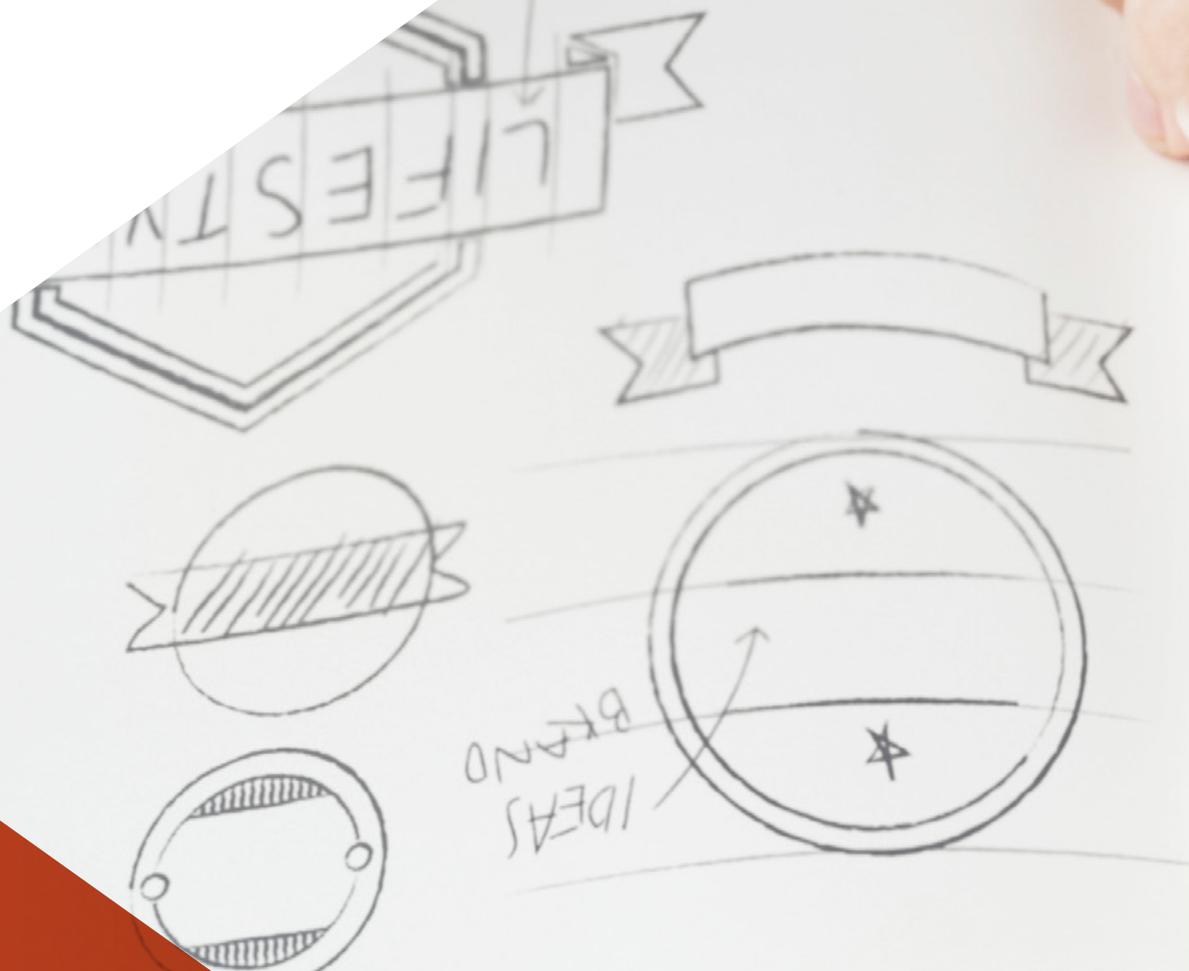
- ♦ Direttore creativo presso El Factor H
- ♦ Direttore Marketing presso La Ibense
- ♦ Direttore Creativo di Eventi presso Beon Worldwide
- ♦ Direttore di *Branded Content* presso Atrium Digital y Mettre
- ♦ Direttore Creativo presso il Grupo de Comunicación del Sur, BSB e FCA BMZ Cid
- ♦ Docente del 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*



04

Struttura e contenuti

Nell'intento di garantire un apprendimento efficace, le risorse di questo Esperto Universitario sono supervisionate da esperti del settore pubblicitario. Allo stesso modo, gli insegnanti hanno sviluppato materiali che eccellono nel fornire le informazioni più aggiornate e le tecniche più moderne per lo sviluppo delle competenze degli studenti. A tal fine, il percorso accademico è supportato dal sistema Relearning. Attraverso questa metodologia sviluppata da TECH, vengono ribaditi gli aspetti più rilevanti per stimolare l'apprendimento.





“

Grazie alle risorse di TECH diventerai un esperto creativo e potrai guidare team nelle più prestigiose aziende del settore pubblicitario"

Modulo 1. Creatività pubblicitaria

- 1.1. Cos'è la creatività
 - 1.1.1. Definizioni
 - 1.1.2. Modelli creativi in costante cambiamento. L'emergere di nuove tecnologie, la necessità di una maggiore efficienza
 - 1.1.3. Sfide industriali innovative per lo sviluppo di strategie innovative. I benefici della collaborazione
 - 1.1.4. Professioni in cui è richiesta la creatività
 - 1.1.5. Persone che si sono distinte per la loro eccezionale creatività
- 1.2. Le condizioni migliori per creare. La generazione di idee
 - 1.2.1. Le fasi della creatività
 - 1.2.2. Concentrarsi sul problema
 - 1.2.3. Rilassatevi, divertitevi
 - 1.2.4. Sbagliare
 - 1.2.5. Giocare e tecniche per stimolare il gioco
- 1.3. Il soggetto creativo
 - 1.3.1. Requisiti per il creativo
 - 1.3.2. Stabilità
 - 1.3.3. La kryptonite del creativo
 - 1.3.4. Innamorarsi del progetto
 - 1.3.5. Bravo o cattivo creativo?
 - 1.3.6. La memoria del creativo
- 1.4. Sfide del creativo per lo sviluppo di strategie innovative
 - 1.4.1. Relazioni con i clienti: aziende, persone, organizzazioni, territori
 - 1.4.2. Relazioni con altri *stakeholders*: fornitori (fotografi, pianificatori, speaker, designer...), colleghi, responsabili dell'agenzia, intelligenza artificiale, ecc.
 - 1.4.3. Relazioni con i consumatori
 - 1.4.4. L'importanza di creare un team
- 1.5. Il contesto di un progetto creativo
 - 1.5.1. Introduzione sul mercato di un prodotto innovativo
 - 1.5.2. Strategie di approssimazione alla creatività
 - 1.5.3. Prodotti o servizi complessi
 - 1.5.4. Comunicazione personalizzata



- 1.6. Tipi di annunci. Creativi e non creativi
 - 1.6.1. Innovativi, generici, imitazioni, ecc.
 - 1.6.2. Differenze tra annunci originali
 - 1.6.3. Modi per ottenere clienti attraverso la creatività
- 1.7. Creatività artistica nella comunicazione
 - 1.7.1. 21 ragioni per essere creativi
 - 1.7.2. Ciò che chiamiamo arte nella comunicazione
 - 1.7.3. Riferimenti artistici della creatività pubblicitaria
- 1.8. Nuove sfide creative
 - 1.8.1. Nuovi canali, tecnologie, tendenze, ecc.
 - 1.8.2. La sviluppo di un nuovo formato
 - 1.8.3. La necessità di implementare le nuove tecnologie in una pubblicità innovativa
 - 1.8.4. L'ingresso dei competitor
 - 1.8.5. Ciclo di vita un'idea
 - 1.8.6. Sostenibilità, linguaggio inclusivo
- 1.9. Tendenza nella creatività pubblicitaria
 - 1.9.1. Il ruolo dei clienti nel processo decisionale
 - 1.9.2. Nuovi metodi e mezzi
 - 1.9.3. Nuove tecnologie
- 1.10. Limiti della creativa pubblicitaria
 - 1.10.1. Accesso alle idee più innovative
 - 1.10.2. Il prezzo di una buona idea
 - 1.10.3. L'importanza di un messaggio
 - 1.10.4. La mappa decisionale
 - 1.10.5. Ricerca del giusto equilibrio

Modulo 2. Creatività digitale

- 2.1. Che cos'è la creatività digitale
 - 2.1.1. Tecnologia digitale per creare
 - 2.1.2. Tecniche digitali per stimolare la creatività
 - 2.1.3. Conclusioni
- 2.2. Differenze tra pubblicità digitale e marketing digitale
 - 2.2.1. Descrizione marketing digitale
 - 2.2.2. Descrizione pubblicità online
 - 2.2.3. Conclusioni
- 2.3. Creatività nella pubblicità digitale
 - 2.3.1. Banner
 - 2.3.2. Annunci di ricerca (Ads)
 - 2.3.3. Pubblicità video
 - 2.3.4. Pubblicità Nativa
 - 2.3.5. Pubblicità dei social media
 - 2.3.6. Pubblicità *display*
 - 2.3.7. Pubblicità della realtà aumentata
 - 2.3.8. Pubblicità via e-mail
- 2.4. La creatività nel marketing digitale
 - 2.4.1. Generazione dei contenuti
 - 2.4.2. Rilevanza e valore
 - 2.4.3. Diversità di formati
 - 2.4.4. Posizionamento come Esperto
 - 2.4.5. Frequenza e coerenza
 - 2.4.6. Misurazione dei risultati
- 2.5. SEO (*Search Engine Optimization*)
 - 2.5.1. Ottimizzazione dei motori di ricerca
 - 2.5.2. Metriche SEO
 - 2.5.3. Conclusioni
- 2.6. Email marketing
 - 2.6.1. Promozione di prodotti e servizi
 - 2.6.2. Notizie e informazioni rilevanti
 - 2.6.3. Seguito e fidelizzazione
 - 2.6.4. Automatizzazione

- 2.7. Marketing dei social media
 - 2.7.1. Maggiore portata e visibilità
 - 2.7.2. Promuovere una comunità
 - 2.7.3. Creazione di contenuti di ispirazione
 - 2.7.4. Generazione di lead e conversioni
 - 2.7.5. Collaborazioni con influencers
 - 2.7.6. Feedback e miglioramento
 - 2.7.7. Branding e autorità
- 2.8. Marketing di affiliazione
 - 2.8.1. Strategie di selezione
 - 2.8.2. Strumenti di ricerca
 - 2.8.3. Come applicare la creatività
 - 2.8.4. Esempi
- 2.9. Marketing degli influencer
 - 2.9.1. Strategie di selezione
 - 2.9.2. Strumenti di ricerca
 - 2.9.3. Come applicare la creatività
 - 2.9.4. Esempi
- 2.10. Strategia Social
 - 2.10.1. Struttura e contenuti base
 - 2.10.2. Esempi creativi
 - 2.10.3. Conclusioni

Modulo 3. Creatività sui social network

- 3.1. Creatività su TikTok
 - 3.1.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.1.2. Come essere creativo su TikTok
 - 3.1.3. Esempi
- 3.2. Creatività su X
 - 3.2.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.2.2. Come essere creativo su X
 - 3.2.3. Esempi
- 3.3. Creatività su Facebook
 - 3.3.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo





- 3.3.2. Come essere creativo su Facebook
- 3.3.3. Esempi
- 3.4. Creatività su Instagram
 - 3.4.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.4.2. Come essere creativo su Instagram
 - 3.4.3. Esempi
- 3.5. Creatività su LinkedIn
 - 3.5.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.5.2. Come essere creativo su LinkedIn
 - 3.5.3. Esempi
- 3.6. Creatività su YouTube
 - 3.6.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.6.2. Come essere creativo su YouTube
 - 3.6.3. Esempi
- 3.7. Creatività su Whatsapp
 - 3.7.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.7.2. Come essere creativo su WhatsApp
 - 3.7.3. Esempi
- 3.8. Creatività per blog
 - 3.8.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.8.2. Come essere creativo su di un blog
 - 3.8.3. Esempi
- 3.9. Creatività per newsletters
 - 3.9.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.9.2. Come essere creativo su una newsletter
 - 3.9.3. Esempi
- 3.10. Creatività su Wikipedia
 - 3.10.1. Aspetti tecnici dell'utilizzo
 - 3.10.2. Come essere creativo su Wikipedia
 - 3.10.3. Esempi

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 Strategie Creative nella Pubblicità 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 Strategie Creative nella Pubblicità** 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 **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 Strategie Creative nella Pubblicità**

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 inn
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Strategie Creative
nella Pubblicità

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università
Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Strategie Creative
nella Pubblicità