

Esperto Universitario

Gestione Strategica
del Marchio Personale



tech università
tecnologica



Esperto Universitario

Gestione Strategica del Marchio Personale

- » Modalità: **Online**
- » Durata: **6 settimane**
- » 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-universitario-gestione-strategia-marchio-personale

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 concorrenza su Internet è sempre più agguerrita e un solido marchio personale può fare la differenza nel mercato del lavoro e nella carriera professionale di un giornalista. Questo è il motivo per cui il percorso di studi preparato da TECH affronta un'area chiave nel mondo del lavoro di oggi. Questo programma si concentra sulla strategia di Personal Branding, l'identità verbale e visiva, l'*Elevator Pitch*, il Public Speaking e il *Personal Storytelling*, oltre ad altri punti chiave. Include anche tecniche di *Copywriting* e la selezione strategica di piattaforme e strategie di comunicazione. Sempre 100% online, il corso di studi offre una grande flessibilità nell'organizzazione delle risorse accademiche alla completa convenienza dello studente.



Analytic Record





“

Non perdere l'opportunità di potenziare il tuo marchio personale come comunicatore con le più recenti strategie digitali"

Al giorno d'oggi la concorrenza sul lavoro è sempre più esigente e complessa, quindi è importante distinguersi nel mercato professionale. Per questo è necessario uno strumento potente ed efficace come il personal branding, che permette di identificare e promuovere efficacemente le competenze e le conoscenze nella sfera comunicativa. Per questo motivo è importante acquisire nozioni avanzate sulla sua gestione strategica, in modo che i professionisti possano costruire e gestire efficacemente il proprio marchio personale nel mondo digitale e distinguersi in un mercato competitivo.

Per questo motivo, l'Esperto Universitario in Gestione Strategica del Marchio Personale è un programma pensato per affrontare questo problema e fornire gli strumenti necessari ai giornalisti per sviluppare il proprio marchio personale e gestirlo in modo strategico. Il corso si concentra sulla padronanza della gestione dell'identità digitale, sullo sviluppo di un marchio personale coerente, sulla creazione di una strategia di comunicazione e sull'implementazione di tecniche di personal *branding* e marketing.

Questa preziosa opportunità accademica è pensata per coloro che desiderano eccellere e posizionarsi in questo settore senza dover frequentare di persona un istituto didattico. Si tratta di un programma 100% online che utilizza la metodologia pedagogica del *Relearning*, che permette di assimilare i concetti più rapidamente, rendendo l'esperienza altamente efficiente.

Questo **Esperto Universitario in Gestione Strategica del Marchio Personale** possiede il programma educativo più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del corso sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti nella Gestione Strategica di Personal Branding
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni pratiche riguardo alle discipline mediche essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale 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



Iscriviti subito e aumenta la tua visibilità generando contenuti di valore grazie a TECH"

“

Se vuoi aumentare la tua reputazione digitale, questo percorso di studi è perfetto per te”

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.

Realizza utili casi di studio con cui tratterai le più innovative strategie di personal branding.

Trasforma le tue debolezze in punti di forza nel mondo digitale grazie a questa opportunità accademica.



02

Obiettivi

Questa innovativa specializzazione consente agli studenti di sviluppare un'identità personale autentica e coerente per i loro progetti di comunicazione. La specializzazione tiene conto dei loro punti di forza e delle loro competenze, stabilendo relazioni significative con altri professionisti del settore, che possono migliorare le loro opportunità commerciali e imprenditoriali, oltre a costruire una solida reputazione nella loro area di lavoro. Il tutto utilizzando i più recenti progressi in questo campo, raccolti da TECH nei contenuti.





“

*Raggiungi gli obiettivi di
TECH e costruisci un marchio
personale forte e duraturo”*



Obiettivi generali

- ♦ Identificare e definire gli elementi principali per sviluppare e gestire efficacemente un marchio personale
- ♦ Scoprire gli elementi che ti aiuteranno a lavorare sull'identità del marchio personale e a raggiungere la coerenza
- ♦ Lavorare in modo approfondito sugli elementi strategici che costituiranno la base dei messaggi e della narrazione personale
- ♦ Sviluppare il messaggio nelle sue diverse forme, razionali ed emotive
- ♦ Concettualizzare una strategia di contenuti in linea con il personal branding
- ♦ Esaminare le possibilità offerte dalle principali piattaforme sociali per la progettazione di strategie di personal branding efficaci
- ♦ Identificare le fasi di sviluppo di un piano strategico di personal branding sui social media, stabilendo obiettivi e KPI per misurare i risultati
- ♦ Analizzare e definire i principali elementi che compongono un profilo LinkedIn ottimizzato, compilando strategie efficaci per rafforzare la presenza digitale su questa piattaforma
- ♦ Determinare come approcciare e migliorare il processo di creazione dei contenuti
- ♦ Studiare storie di successo nel personal branding in diversi settori





Obiettivi specifici

Modulo 1. Autodiagnosi per la costruzione del marchio personale Reputazione sul mercato, SWOT, audit e Benchmarking

- ♦ Identificare, dal punto di vista della conoscenza di sé, i valori che costituiscono la spina dorsale del marchio personale
- ♦ Valutare il punto di partenza e sfruttare gli strumenti più avanzati per la conoscenza di sé
- ♦ Valorizzare i punti di forza e le differenze per lavorare sul posizionamento come marchio personale
- ♦ Estrarre le informazioni rilevanti sugli strumenti di auto-conoscenza come l'Ikigai
- ♦ Analizzare l'impatto reale dell'autoconsapevolezza sul personal branding attraverso casi di studio
- ♦ Esaminare attori e marchi personali di rilievo in un settore pertinente per ispirarti
- ♦ Esplorare la prima via di monetizzazione per il personal branding
- ♦ Completare il *Personal Branding Model Canvas* come guida nel processo di personal branding

Modulo 2. Pianificazione del marchio personale. Analisi dei fattori differenziali. I pilastri del posizionamento: Brand Core e Brand Positioning

- ♦ Trasformare i punti deboli in punti di forza e le minacce e i punti di forza in opportunità per sviluppare con successo il marchio personale
- ♦ Scoprire, nel nucleo del marchio, come identificare lo scopo, la visione e i valori e vederne l'utilità pratica
- ♦ Lavorare sul posizionamento del marchio, identificando il pubblico, il mercato e gli obiettivi e studiare la proposta di valore come nucleo del nostro modello di business personale

Modulo 3. Strategia del marchio personale. Brand persona. Chiavi dell'identità verbale e visiva. Elevator pitch, public speaking e storytelling personal

- ♦ Considerare gli elementi della personalità come utili per sviluppare un marchio e una tagline che ci definiscano
- ♦ Costruire gli archetipi del marchio personale secondo diverse metodologie
- ♦ Valutare le modalità di proiezione della nostra identità verbale e non verbale per rafforzare la credibilità del nostro messaggio
- ♦ Analizzare le diverse risorse delle narrazioni personali
- ♦ Ricevere ispirazione attraverso le storie di successo delle narrazioni personali

Modulo 4. Sviluppo del marchio personale. Selezione strategica delle piattaforme, strategia di comunicazione e piano dei contenuti Tecniche di copywriting

- ♦ Sviluppare contenuti di valore e di grande impatto per il pubblico
- ♦ Discernere i canali e le tecniche più appropriate per la diffusione e la viralità dei nostri messaggi
- ♦ Creare e curare i contenuti al fine di concepire un piano di dinamizzazione annuale basato sulle nostre migliori competenze
- ♦ Stabilire tattiche di intelligenza artificiale utili per la creazione di contenuti
- ♦ Analizzare i diversi modi di monetizzare il marchio personale
- ♦ Essere in grado di prevenire una crisi di reputazione e come gestirla nel caso in cui dovesse verificarsi nel caso in cui si verifici

03

Direzione del corso

Il gruppo di professionisti incaricati dell'insegnamento di questo Esperto Universitario è composto da esperti di grande esperienza nella gestione di marchi personali nel campo della comunicazione. Inoltre, questi professionisti sono attivi, il che permette loro di mantenersi aggiornati sulle ultime tendenze e sugli ultimi strumenti del settore. In questo modo, gli studenti del programma svilupperanno una preziosa visione pratica e realistica della reputazione digitale nella sfera dei media e del marketing.



“

Ti basteranno 600 ore per raggiungere il successo con il tuo personal brand grazie ai preziosi consigli del team di insegnanti"

Direzione



Dott.ssa Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Direttrice marketing e strategia digitale di Torres y Carrera
- ♦ Direttrice dei Servizi alla Clientela e Chief Marketing Officer presso Roi Scroll
- ♦ Head of Social Media e Digital PR presso Havas
- ♦ Consulente senior per le comunicazioni e i social media presso Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Pubblicità e Pubbliche Relazioni - Noa Nogueira
- ♦ Docente presso l'Università Europea Miguel de Cervantes
- ♦ Docente presso la Escuela Internacional de Marketing
- ♦ Docente presso la Escola Superior de Relaciones Públicas de Barcelona
- ♦ Docente presso lo IEBS
- ♦ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche Doppio Premio Straordinario di Fine Laurea dalla Xunta de Galicia e dall'Università di Vigo
- ♦ Corso post-laurea in Search and Social Media Marketing presso l'Università di Barcellona



Personale docente

Dott.ssa García Veiga, Mariam

- ◆ CEO RockNRebel
- ◆ Personale docente e ricercatore presso l'Università di Santiago di Compostela
- ◆ Laurea in Scienze Politiche e Pubblica Amministrazione presso l'Università di Santiago de Compostela
- ◆ Dottorato in Processi politici contemporanei presso l'Università di Santiago di Compostela
- ◆ Master in Marketing e Comunicazione Politica presso l'Università di Santiago de Compostela
- ◆ Master in Tecniche Statistiche Avanzate presso l'Università di Santiago de Compostela
- ◆ Master in International Business/Trade/Commerce presso l'Università Intercontinentale dell'Impresa
- ◆ Master in Web Analytics da Kschool

Dott. Recolons Argenter, Guillem

- ◆ Brand Director presso Omnia Marketing
- ◆ Consulente e partner di Integra Personal Branding
- ◆ Direttore e partner di Soymimarca
- ◆ Direttore e consulente di comunicazione personale presso *Lateral Consulting*
- ◆ Direttore generale di Altraforma
- ◆ Vice Direttore e Direttore New Business presso Saatchi & Saatchi Advertising
- ◆ Docente di *Personal Branding* politico presso l'Universitat Ramon Llull
- ◆ Docente di *Personal Branding* presso l'Universitat Pompeu Fabra
- ◆ Master in Marketing ESMA
- ◆ Pubblicista presso il Collegio del Marketing e della Comunicazione della Catalogna
- ◆ Laurea in Scienze Umanistiche UOC presso l'Università Aperta della Catalogna

04

Struttura e contenuti

Il programma dell'Esperto Universitario in Gestione Strategica del Marchio Personale fornisce una specializzazione completa nelle tecniche di personal *Branding* per la creazione di marchi personali in aziende e organizzazioni legate alla comunicazione. Il piano di studi prevede diversi moduli che spaziano dagli aspetti strategici alla valutazione dei risultati ed è offerto in un formato 100% online, che offre una grande flessibilità allo studente.



“

*Un'esperienza accademica decisiva
per migliorare le tue prospettive
professionali come comunicatore"*

Modulo 1. Autodiagnosi per la Costruzione del Marchio Personale.
Reputazione del mercato, SWOT, audit e benchmarking

- 1.1. Autodiagnosi per la Costruzione del Marchio Personale
 - 1.1.1. Autovalutazione e conoscenza di sé per la costruzione del marchio personale
 - 1.1.2. La conoscenza di sé: primo passo nella gestione del personal branding
 - 1.1.3. Aspetti chiave del processo di personal branding
- 1.2. Reputazione sul mercato. Uno sguardo verso l'esterno
 - 1.2.1. Importanza della percezione e della reputazione del marchio
 - 1.2.2. Il legame tra ciò che gli altri percepiscono e i valori del marchio personale
 - 1.2.3. Raccogliere dati di mercato percepiti come marchio personale
- 1.3. SWOT personale applicato al personal branding
 - 1.3.1. SWOT applicata al personal branding
 - 1.3.2. Strategia di sviluppo della SWOT personale
 - 1.3.3. Come valorizzare e far fruttare i punti di forza
- 1.4. Audit, best practice e benchmarking
 - 1.4.1. Identificazione dei marchi personali di riferimento nel settore
 - 1.4.2. Identificazione dei fattori di successo
 - 1.4.3. Posizionamento dell'obiettivo da raggiungere come marchio personale
- 1.5. Lo scopo: la stella polare che guida il Personal Branding
 - 1.5.1. Scopo della vita
 - 1.5.2. Identificare lo scopo: domande potenti
 - 1.5.3. Ikigai e altri strumenti di chiarimento
 - 1.5.4. Coerenza e identità. Collegamento tra personal branding e scopo della vita
- 1.6. Obiettivi del personal branding
 - 1.6.1. Strategia per identificare l'obiettivo numero uno del personal branding
 - 1.6.2. Determinazione degli obiettivi SMART
 - 1.6.3. Riflessione sulla visibilità o sulle vendite
- 1.7. Riflessione sul pubblico target e sulla proposta di valore
 - 1.7.1. Pubblico di riferimento: identificare l'azienda interessata ai tuoi punti di forza
 - 1.7.2. Determinare la proposta di valore
 - 1.7.3. Strategia per lo sviluppo della proposta di valore





- 1.8. Impatto dell'autoconsapevolezza sullo sviluppo del personal branding
 - 1.8.1. Caso di studio: Processo di identificazione dei valori del marchio
 - 1.8.2. Caso di studio: Utilità nell'influenzare la differenziazione come personal branding
 - 1.8.3. Caso di studio: Impatto sul pubblico di riferimento
- 1.9. Modello di business
 - 1.9.1. Studio di fattibilità sulla monetizzazione di un marchio personale
 - 1.9.2. Identificazione degli attori chiave e di altri aspetti rilevanti
 - 1.9.3. Creazione di un'attività di personal branding
- 1.10. *Personal Branding Model Canvas* nella pratica
 - 1.10.1. Presentazione del *Personal Branding Model Canvas*
 - 1.10.2. Utilizzo dello strumento
 - 1.10.3. Esempio pratico

Modulo 2. Pianificazione del marchio personale. Analisi dei fattori di differenziazione del personal branding. I pilastri del posizionamento: Brand Core e Brand Positioning

- 2.1. I tre pilastri del posizionamento del marchio: "conoscersi, svilupparsi, mostrarsi"
 - 2.1.1. La metodologia dell'iceberg del marchio personale
 - 2.1.2. L'ordine: la chiave del successo
 - 2.1.3. Cambiamento e dinamismo. La necessità di rivalutare
- 2.2. Come trasformare la SWOT personale in un piano strategico
 - 2.2.1. Come trasformare i punti di debolezza in punti di forza
 - 2.2.2. Come trasformare le minacce in opportunità
 - 2.2.3. Come trasformare i punti di forza in opportunità
- 2.3. Brand Core I. Scopo: Identificazione. Utilità. Esempi
 - 2.3.1. Se hai un perché, risolverai il come e il cosa
 - 2.3.2. Metodologie per identificare lo scopo
 - 2.3.3. Esempi ispiratori di finalità

- 2.4. Brand Core II. Visione. Esempi
 - 2.4.1. Visione a breve, medio e lungo termine. Definizione degli obiettivi
 - 2.4.2. Perché conviene essere ambiziosi nella visione
 - 2.4.3. Esempi ispiratori di visione e la sua utilità nel personal branding
- 2.5. Brand Core III. Valori: Identificazione, gestione e proiezione. Esempi
 - 2.5.1. Strumenti per identificare i valori
 - 2.5.2. Gestione dei valori e proiezione attraverso immagini o testimonianze
 - 2.5.3. Esempi di proiezione e utilizzo dei valori
- 2.6. *Brand Positioning* I. Pubblico, segmenti di clientela
 - 2.6.1. Profili demografici per identificare il pubblico
 - 2.6.2. Profili psicologici. Paure e illusioni
 - 2.6.3. Empatia: Capire le obiezioni delle persone a lavorare con te
- 2.7. *Brand Positioning* II. Mercato
 - 2.7.1. Comprendere il contesto di mercato del pubblico
 - 2.7.2. Ricerca per misurare il mercato potenziale
 - 2.7.3. Sviluppare mappe di posizionamento
- 2.8. *Brand Positioning* III. Obiettivi
 - 2.8.1. Obiettivo per settore di riferimento
 - 2.8.2. Obiettivo per specialità
 - 2.8.3. Obiettivo per area geografica
- 2.9. *Brand Positioning* IV. Proposte di valore. Rilevanza e differenziazione. Esempi
 - 2.9.1. Tela della proposta di valore personale. Il cliente
 - 2.9.2. Tela della proposta di valore personale. La differenza rilevante
 - 2.9.3. Esempi ispiratori di proposte di valore personali
- 2.10. *Brand Positioning* V. Business Model You, il tuo modello di business
 - 2.10.1. La tela del *Business Model You* di Osterwalder, Pigneur, Clark
 - 2.10.2. Elementi chiave: Clienti, valore fornito, canali e ruoli
 - 2.10.3. Attività, risorse, partner chiave e modello economico

Modulo 3. Strategia del marchio personale. Brand persona. Chiavi dell'identità verbale e visiva. Elevator pitch, public speaking e storytelling personal

- 3.1. Brand Personality I. Archetipi del marchio personale. Esempi
 - 3.1.1. I 12 archetipi di Jung. Esempi
 - 3.1.2. I 16 archetipi del test delle 16 Personalità
 - 3.1.3. Il mix di archetipi. Impulso e paura nella gestione degli archetipi
- 3.2. Brand Personality II. La personalità
 - 3.2.1. *Brand Voice*. Descrittori del tono di voce
 - 3.2.2. Proiezioni del tono di voce
 - 3.2.3. Esempi di utilizzo del tono di voce
- 3.3. Brand Personality III. *Naming & Tagline*
 - 3.3.1. Uso del brainstorming per arrivare alla *tagline*
 - 3.3.2. Uso del brainstorming per arrivare alla *tagline*
 - 3.3.3. I cinque formati di una *tagline* memorabile
- 3.4. Identità verbale e non verbale
 - 3.4.1. Identità verbale. Stile scritto e stile orale
 - 3.4.2. Identità non verbale: Cosa definisce la nostra "*uniqueness*"
 - 3.4.3. Esempi ispiratori di identità verbale e non verbale
- 3.5. Identità visiva, immagine e coerenza con il messaggio
 - 3.5.1. Identità visiva neutra: Passare inosservati con la "non-immagine"
 - 3.5.2. Identità visiva forte, pro e contro
 - 3.5.3. Esempi di identità visiva
- 3.6. *Elevator Pitch*. Esempi
 - 3.6.1. Il Metodo Tony Reiss: Wow, How, Now
 - 3.6.2. Presentazione personale, presentazione di vendita, presentazione di attrazione per gli investitori
 - 3.6.3. Adattamento alla vita reali. Esempi
- 3.7. Parlare in pubblico, le chiavi per discorsi naturali e stimolanti
 - 3.7.1. Lo scheletro del discorso e il risolutore
 - 3.7.2. Il bene, il male, il viaggio e l'epilogo
 - 3.7.3. Cosa hanno in comune le storie migliori

- 3.8. Dai dati alla storia: I 5 tipi di *storytelling personale*
 - 3.8.1. Narrazione introduttiva e introspettiva
 - 3.8.2. Racconto della proposta di valore
 - 3.8.3. Storia del valore e storia che rompe le barriere
 - 3.9. Imparare dai migliori: le migliori storie personali
 - 3.9.1. Storia di business
 - 3.9.2. Storie politiche o elettorali
 - 3.9.3. Narrazione adatta a qualsiasi situazione
 - 3.10. *Personal Branding Canvas*
 - 3.10.1. Concorrenti: pubblico, posizionamento, comunicazione
 - 3.10.2. Settore: competenze, professione, ragioni per credere, identità
 - 3.10.3. Investimenti e risultati
- Modulo 4. Sviluppo del marchio personale. Selezione strategica delle piattaforme, strategia di comunicazione e piano dei contenuti Tecniche di copywriting
- 4.1. Communication Canvas I. Pubblico, messaggio e mezzo
 - 4.1.1. Pubblico: Background, dati demografici, barriere, obiezioni comuni
 - 4.1.2. Messaggio: Proposizione di valore, pitch, biografia dei social media, about me, LinkedIn, narrazione personale
 - 4.1.3. Mezzo di comunicazione: reti di massa, professionali, personali o ibride, reti verticali
 - 4.2. Communication Canvas II. Ingredienti e formati per una biografia digitale
 - 4.2.1. Scelta del marchio personale in base alla sua esclusività e alla sua forza
 - 4.2.2. Riformulazione di una proposta di valore in un titolo breve
 - 4.2.3. Definizione della professione, dell'esperienza, delle competenze hard e soft
 - 4.3. Communication Canvas III. Il piano dei contenuti: Creazione
 - 4.3.1. Scelta delle fonti, modelli di abbonamento
 - 4.3.2. Definizione di categorie e sottocategorie
 - 4.3.3. 800 parole ispirate alle esperienze e alle competenze
 - 4.4. Communication Canvas IV. Il piano dei contenuti: Curatela
 - 4.4.1. Formati di curatela e programmazione dei contenuti
 - 4.4.2. Il momento della verità: pubblicare, commentare, interagire, connettersi
 - 4.4.3. Controllo, iterazione, test
 - 4.5. Communication Canvas V. I prescrittori
 - 4.5.1. Clienti soddisfatti, i migliori prescrittori
 - 4.5.2. Famiglia e amici: compagni di studio, colleghi di lavoro
 - 4.5.3. Leader del settore, enti professionali, associazioni
 - 4.6. Communication Canvas VI. Investimenti nel marketing personale, monetizzazione
 - 4.6.1. Investimenti: tempo, abbonamenti, spese legali, *branding*, *paid media*, costi variabili
 - 4.6.2. Monetizzazione: vendita di prodotti, vendita di tempo (consulenza, specializzazione, mentoring)
 - 4.6.3. Monetizzazione passiva: abbonamenti, licenze, corsi online, ebook, vendite di affiliazione
 - 4.7. Strategie di *copywriting*: Dal concetto al testo
 - 4.7.1. Vantaggi contro caratteristiche
 - 4.7.2. Prova sociale ed effetto Bandwagon
 - 4.7.3. Titoli, messaggi, metafore, verbi e ritmo
 - 4.8. Strategie di intelligenza artificiale applicate a contenuti, *copywriting* e immagini
 - 4.8.1. L'intelligenza artificiale non integra, ma completa. Strategia di uso dell'IA
 - 4.8.2. Prompts per espandere i contenuti
 - 4.8.3. Prompts per il *copywriting* e l'uso delle immagini
 - 4.9. Prompts per il *copywriting* e l'uso delle immagini
 - 4.9.1. Monitoraggio della presenza online
 - 4.9.2. Creazione di protocolli per i piani d'azione
 - 4.9.3. Gestire la crisi: velocità, trasparenza e onestà
 - 4.10. Reputazione del management
 - 4.10.1. Integrità ed etica: Reputazione, sostenibilità e valori fondamentali della CSR
 - 4.10.2. Comunicazione efficace: Assertività, empatia, riconoscimento degli errori, celebrazione dei risultati
 - 4.10.3. Diagnosi e misurazione della reputazione del management

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

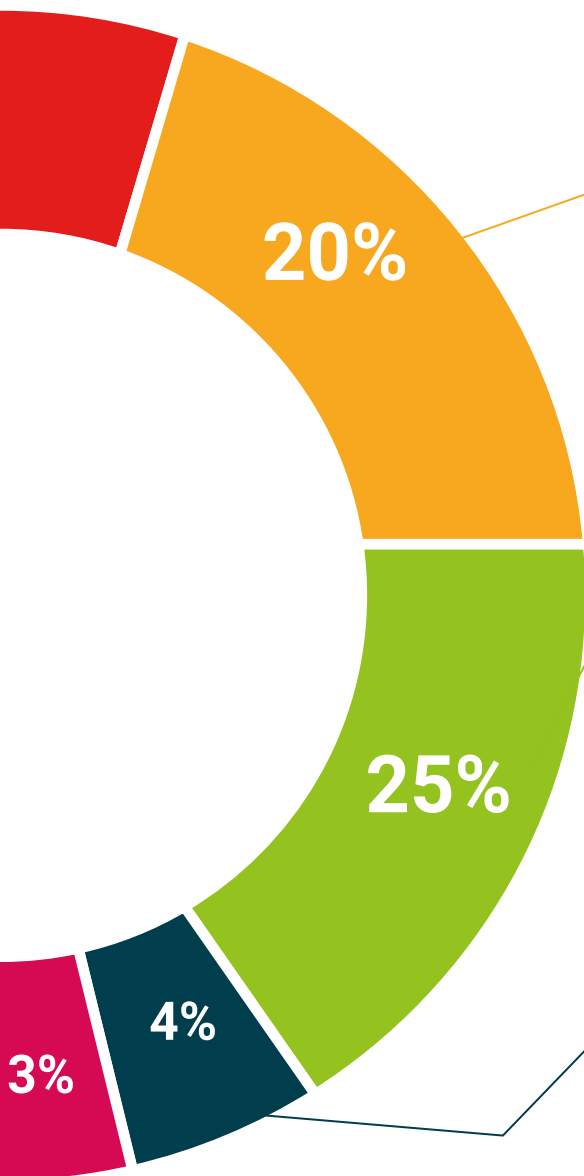
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 Gestione Strategica del Marchio Personale 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 Gestione Strategica del Marchio Personale** 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 Gestione Strategica del Marchio Personale**

N° Ore Ufficiali: **600 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
Gestione Strategica
del Marchio Personale

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

Esperto Universitario

Gestione Strategica del Marchio Personale



uspendisse tempus sollicitudin mi, quis euismod sapien hendrerit vel.



Nam eu nisl sed nunc interdum bibendum. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.



Nam eu nisl sed nunc interdum bibendum. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.



uspendisse tempus sollicitudin mi, quis euismod sapien hendrerit vel.