

Executive Master

Costruzione del Marchio Personale

M C M P



Executive Master Costruzione del Marchio Personale

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle qualifiche nel campo delle Scienze Sociali, Aziendali, Marketing e della Comunicazione Aziendale.

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/business-school/master/master-costruzione-marchio-personale

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 18

06

Struttura e contenuti

pag. 22

07

Metodologia

pag. 36

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 44

09

Direzione del corso

pag. 48

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 54

11

Benefici per la tua azienda

pag. 58

12

Titolo

pag. 62

01 Benvenuto

Svilupparsi con successo nel mondo degli affari nell'universo digitale richiede visibilità e l'attuazione di strategie efficaci che portino alla creazione di un potente marchio personale, dando vita a una comunità solida e fedele che lo faccia crescere. In questo senso, la figura del *Brand Manager* ha acquisito una rilevanza particolare, viste le sue competenze per la progettazione e lo sviluppo di azioni in un ecosistema in espansione. Per questo motivo, TECH lancia questa proposta accademica 100% online che permetterà agli studenti di ottenere conoscenze specialistiche sulla fase di autodiagnosi, sulla pianificazione, sulle tecniche di visibilità e sul *Growth Marketing*. Il tutto, inoltre, con un eccellente team di esperti con una vasta esperienza nel campo della Comunicazione e del Marketing.



Executive Master in Costruzione del Marchio Personale.
TECH Università Tecnologica



“

Lancia con successo il tuo Personal Brand grazie a questo Executive Master, sviluppato da figure di spicco nel settore della Comunicazione e del Marketing”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

Questo programma è stato concepito con l'obiettivo principale di offrire al professionista le conoscenze necessarie per creare e gestire un progetto di Personal Branding dall'inizio alla fine con tutte le garanzie di successo. Per raggiungere questo obiettivo, lo studente avrà a disposizione strumenti pedagogici che gli permetteranno di acquisire un apprendimento teorico e pratico che potrà essere applicato direttamente nella sua pratica quotidiana. Al termine di questo corso di studi sarà quindi in grado di costruire una proposta di valore, definire il proprio modello di business e lavorare sull'identità verbale e visiva in ambienti digitali.



“

Analizzerai numerose storie di successo di marchi personali di imprenditori e professionisti indipendenti in modo da poter integrare la loro metodologia nella Costruzione del tuo Marchio Personale"

TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti.
Lavoriamo insieme per raggiungerli.

Il Executive Master in Costruzione del Marchio Personale preparerà lo studente a:

01

Identificare e definire gli elementi principali per sviluppare e gestire efficacemente un marchio personale

02

Scoprire gli elementi che ti aiuteranno a lavorare sull'identità del marchio personale e a raggiungere la coerenza

03

Lavorare in modo approfondito sugli elementi strategici che costituiranno la base dei messaggi e della narrazione personale

04

Sviluppare il messaggio nelle sue diverse forme, razionali ed emotive

05

Concettualizzare una strategia di contenuti in linea con il personal branding



06

Esaminare le possibilità offerte dalle principali piattaforme sociali per la progettazione di strategie di personal branding efficaci

08

Analizzare e definire i principali elementi che compongono un profilo LinkedIn ottimizzato, compilando strategie efficaci per rafforzare la presenza digitale su questa piattaforma

09

Determinare come approcciare e migliorare il processo di creazione dei contenuti

07

Identificare le fasi di sviluppo di un piano strategico di personal branding sui social media, stabilendo obiettivi e KPI per misurare i risultati

10

Studiare storie di successo nel personal branding in diversi settori



05

Competenze

Per realizzare una corretta strategia di Personal Branding, è necessario padroneggiare tutti gli strumenti digitali attualmente disponibili. Per questo motivo, questo programma include nel suo programma di studio i più avanzati software esistenti per l'organizzazione e la creazione di contenuti, nonché per lo sviluppo di azioni nei social network più popolari. Inoltre, grazie alla vicinanza del personale docente, potrai risolvere qualsiasi dubbio sui contenuti di questo programma avanzato.



“

Sfrutta al meglio gli strumenti digitali esistenti per sviluppare contenuti per il tuo Personal Brand su diversi social network”

01

Sviluppare la migliore formula strategica per entrare in contatto con il pubblico

02

Migliorare le competenze per creare contenuti pertinenti e coinvolgenti per il pubblico su LinkedIn e dimostrare l'impatto di tali contenuti sulla crescita della comunità e sulla creazione del marchio personale

03

Valutare ed esaminare l'analisi dei dati dell'attività su LinkedIn e prendere decisioni strategiche in base ai risultati ottenuti





04

Migliorare le capacità di comunicazione efficace per migliorare il *Networking*

05

Applicare metriche per misurare il successo delle strategie di *networking* e di Pubbliche Relazioni

06

Generare competenze digitali specializzate per qualsiasi marchio personale: comunicare per vendere

06

Struttura e contenuti

In un mercato sempre più competitivo è fondamentale avere una corretta gestione del *Personal Branding*. Per questo motivo, questo Executive Master è stato progettato per offrire le tecniche e gli strumenti di comunicazione e marketing aziendale che permettono la differenziazione e la crescita professionale nel mondo digitale. Tutto questo, inoltre, in un programma che si svolge nell'arco di 12 mesi e che vuole essere un'esperienza di apprendimento unica.



“

Si tratta di una qualifica flessibile, che non richiede la frequenza e ha un programma accessibile 24 ore su 24, da qualsiasi dispositivo digitale dotato di connessione a internet”

Piano di studi

Il Executive Master in Costruzione del Marchio Personale è un'opzione accademica che porta i professionisti a specializzarsi nella creazione di *Branding*, Identità Digitale e Reputazione, attraverso le tecniche più efficaci per l'autodiagnosi, la pianificazione e l'implementazione di una strategia nel mondo digitale.

Si tratta quindi di una laurea avanzata con un piano di studi che comprende anche il *Brand Core*, il *Brand Positioning*, l'*Elevator pitch*, lo *Storytelling* personale e la selezione di piattaforme strategiche o la creazione di un piano di contenuti.

Un programma completo che si completa con video riassuntivi di ogni argomento, video *in focus*, letture complementari e numerosi casi di studio che permetteranno al professionista di ottenere un apprendimento efficace. Inoltre, grazie al metodo *Relearning*, gli studenti

non dovranno investire un gran numero di ore nello studio, poiché la continua ripetizione dei contenuti più importanti durante le 1.500 ore di lezione permetterà loro di consolidare facilmente questi concetti.

Un'ottima opportunità per progredire in un corso di studi che puoi studiare comodamente, quando e dove vuoi. Tutto ciò che ti serve è un dispositivo digitale (cellulare, *tablet* o computer) con una connessione a internet per consultare questo programma all'avanguardia e unico nel panorama accademico.

Questo Executive Master ha la durata di 12 mesi e si divide in 10 moduli:

Modulo 1

Costruzione del Marchio Personale. *Personal Branding*, identità digitale e reputazione aziendale

Modulo 2

Autodiagnosi per la costruzione del marchio personale Reputazione sul mercato, SWOT, audit e *Benchmarking*

Modulo 3

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

Modulo 4

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

Modulo 5

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

Modulo 6

Social media Branding. Strategia di visibilità e *engagement* su Instagram, Twitter, Facebook e TikTok

Modulo 7

Personal branding su LinkedIn. Strategie di visibilità e *engagement* su LinkedIn

Modulo 8

Il *Networking* per la Costruzione del Marchio Personale. Strategie di networking, eventi e PR come leve per la crescita

Modulo 9

Strategie, tecniche e strumenti di *inbound ed e-mail marketing* per la costruzione e la generazione di contenuti per il personal brand

Modulo 10

KPI Impatto del personal branding: metriche per misurare i risultati e storie di successo multisettoriali



Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Executive Master in Costruzione del Marchio Personale completamente online. Durante i 12 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Costruzione del Marchio Personale. *Personal Branding*, identità digitale e reputazione aziendale

1.1. Personal Branding

- 1.1.1. Personal Branding. Aspetti chiave
- 1.1.2. Vantaggi della gestione di un Personal Brand
- 1.1.3. Il Personal Branding nel mercato

1.2. Il viaggio del Personal Branding

- 1.2.1. Fase di autoconsapevolezza
- 1.2.2. Fase dello scopo
- 1.2.3. Fase di posizionamento e visibilità
- 1.2.4. Fase del risultato: le chiavi per essere l'opzione prescelta

1.3. Identità digitale e netiquette

- 1.3.1. Identità Digitale
- 1.3.2. La netiquette e il suo impatto sul personal branding
- 1.3.3. Applicazione della netiquette su diverse piattaforme

1.4. Posizionamento sul web

- 1.4.1. Come conoscere, controllare e gestire la reputazione online
- 1.4.2. L'importanza del personal branding nell'era digitale
- 1.4.3. Ricerca di parole chiave per il personal branding

1.5. Competenze chiave per il personal branding

- 1.5.1. Comunicazione efficace
- 1.5.2. Leadership e gestione di team
- 1.5.3. Pensiero critico e risoluzione dei problemi

1.6. Reputazione aziendale del marchio personale

- 1.6.1. Forte reputazione aziendale
- 1.6.2. Gestione della reputazione online
- 1.6.3. Reputazione aziendale ed etica

1.7. Monetizzazione del marchio personale

- 1.7.1. Ricerca di mercato di nicchia
- 1.7.2. Modello di business e diversificazione dei flussi di reddito
- 1.7.3. Sviluppo di proposte e termini e condizioni

1.8. Innovazione nel personal branding

- 1.8.1. Identificare nuove opportunità e tendenze
- 1.8.2. Sperimentare nuove forme e approcci
- 1.8.3. *Design thinking* applicato al personal branding

1.9. Prevenzione e gestione delle crisi offline e online per i marchi personali

- 1.9.1. Rafforzare il marchio personale per prevenire le crisi
- 1.9.2. Gestione delle crisi di reputazione offline e online
- 1.9.3. Implementazione delle misure post-crisi

1.10. Mantenimento e aggiornamento del marchio personale

- 1.10.1. Il piano di miglioramento continuo
- 1.10.2. Mappa delle competenze
- 1.10.3. Revisione del piano d'azione

Modulo 2. Autodiagnosi per la Costruzione del Marchio Personale. Reputazione del mercato, SWOT, audit e *benchmarking***2.1. Autodiagnosi per la Costruzione del Marchio Personale**

- 2.1.1. Autovalutazione e conoscenza di sé per la costruzione del marchio personale
- 2.1.2. La conoscenza di sé: primo passo nella gestione del personal branding
- 2.1.3. Aspetti chiave del processo di personal branding

2.2. Reputazione sul mercato. Uno sguardo verso l'esterno

- 2.2.1. Importanza della percezione e della reputazione del marchio
- 2.2.2. Il legame tra ciò che gli altri percepiscono e i valori del marchio personale
- 2.2.3. Raccogliere dati di mercato percepiti come marchio personale

2.3. SWOT personale applicato al personal branding

- 2.3.1. SWOT applicata al personal branding
- 2.3.2. Strategia di sviluppo della SWOT personale
- 2.3.3. Come valorizzare e far fruttare i punti di forza

2.4. Audit, best practice e *benchmarking*

- 2.4.1. Identificazione dei marchi personali di riferimento nel settore
- 2.4.2. Identificazione dei fattori di successo
- 2.4.3. Posizionamento dell'obiettivo da raggiungere come marchio personale

2.5. Lo scopo: la stella polare che guida il Personal Branding

- 2.5.1. Scopo della vita
- 2.5.2. Identificare lo scopo: domande potenti
- 2.5.3. Ikigai e altri strumenti di chiarimento
- 2.5.4. Coerenza e identità. Collegamento tra personal branding e scopo della vita

2.6. Obiettivi del personal branding

- 2.6.1. Strategia per identificare l'obiettivo numero uno del personal branding
- 2.6.2. Determinazione degli obiettivi SMART
- 2.6.3. Riflessione sulla visibilità o sulle vendite

2.7. Riflessione sul pubblico target e sulla proposta di valore

- 2.7.1. Pubblico di riferimento: identificare l'azienda interessata ai tuoi punti di forza
- 2.7.2. Determinare la proposta di valore
- 2.7.3. Strategia per lo sviluppo della proposta di valore

2.8. Impatto dell'autoconsapevolezza sullo sviluppo del personal branding

- 2.8.1. Caso di studio: Processo di identificazione dei valori del marchio
- 2.8.2. Caso di studio: Utilità nell'influenzare la differenziazione come personal branding
- 2.8.3. Caso di studio: Impatto sul pubblico di riferimento

2.9. Modello di business

- 2.9.1. Studio di fattibilità sulla monetizzazione di un marchio personale
- 2.9.2. Identificazione degli attori chiave e di altri aspetti rilevanti
- 2.9.3. Creazione di un'attività di personal branding

2.10. *Personal Branding Model Canvas* nella pratica

- 2.10.1. Presentazione del *Personal Branding Model Canvas*
- 2.10.2. Utilizzo dello strumento
- 2.10.3. Esempio pratico

Modulo 3. Pianificazione del marchio personale. Analisi dei fattori di differenziazione del personal branding. I pilastri del posizionamento: *Brand Core* e *Brand Positioning*

3.1. I tre pilastri del posizionamento del marchio: " conoscersi, svilupparsi, mostrarsi"

- 3.1.1. La metodologia dell'iceberg del marchio personale
- 3.1.2. L'ordine: la chiave del successo
- 3.1.3. Cambiamento e dinamismo. La necessità di rivalutare

3.2. Come trasformare la SWOT personale in un piano strategico

- 3.2.1. Come trasformare i punti di debolezza in punti di forza
- 3.2.2. Come trasformare le minacce in opportunità
- 3.2.3. Come trasformare i punti di forza in opportunità

3.3. Brand Core I. Scopo: Identificazione. Utilità. Esempi

- 3.3.1. Se hai un perché, risolverai il come e il cosa
- 3.3.2. Metodologie per identificare lo scopo
- 3.3.3. Esempi ispiratori di finalità

3.4. Brand Core II. Visione. Esempi

- 3.4.1. Visione a breve, medio e lungo termine. Definizione degli obiettivi
- 3.4.2. Perché conviene essere ambiziosi nella visione
- 3.4.3. Esempi ispiratori di visione e la sua utilità nel personal branding

3.5. Brand Core III. Valori: Identificazione, gestione e proiezione. Esempi

- 3.5.1. Strumenti per identificare i valori
- 3.5.2. Gestione dei valori e proiezione attraverso immagini o testimonianze
- 3.5.3. Esempi di proiezione e utilizzo dei valori

3.6. Brand Positioning I. Pubblico, segmenti di clientela

- 3.6.1. Profili demografici per identificare il pubblico
- 3.6.2. Profili psicologici. Paure e illusioni
- 3.6.3. Empatia: Capire le obiezioni delle persone a lavorare con te

3.7. Brand Positioning II. Mercato

- 3.7.1. Comprendere il contesto di mercato del pubblico
- 3.7.2. Ricerca per misurare il mercato potenziale
- 3.7.3. Sviluppare mappe di posizionamento

3.8. Brand Positioning III. Obiettivi

- 3.8.1. Obiettivo per settore di riferimento
- 3.8.2. Obiettivo per specialità
- 3.8.3. Obiettivo per area geografica

3.9. Brand Positioning IV. Proposte di valore. Rilevanza e differenziazione. Esempi

- 3.9.1. Tela della proposta di valore personale. Il cliente
- 3.9.2. Tela della proposta di valore personale. La differenza rilevante
- 3.9.3. Esempi ispiratori di proposte di valore personali

3.10. Brand Positioning V. Business Model You, il tuo modello di business

- 3.10.1. La tela del Business Model You di Osterwalder, Pigneur, Clark
- 3.10.2. Elementi chiave: Clienti, valore fornito, canali e ruoli
- 3.10.3. Attività, risorse, partner chiave e modello economico

Modulo 4. Strategia del marchio personale. Brand persona. Chiavi dell'identità verbale e visiva. *Elevator pitch*, public speaking e *storytelling personal***4.1. Brand Persona I. Archetipi del marchio personale. Esempi**

- 4.1.1. I 12 archetipi di Jung. Esempi
- 4.1.2. I 16 archetipi del test delle 16 *Personalità*
- 4.1.3. Il mix di archetipi. Impulso e paura nella gestione degli archetipi

4.2. Brand Persona II. La personalità

- 4.2.1. *Brand Voice*. Descrittori del tono di voce
- 4.2.2. Proiezioni del tono di voce
- 4.2.3. Esempi di utilizzo del tono di voce

4.3. Brand Persona III. Naming & Tagline

- 4.3.1. Uso del brainstorming per arrivare alla *tagline*
- 4.3.2. Uso del *brainstorming* per arrivare alla *tagline*
- 4.3.3. I cinque formati di una *tagline* memorabile

4.4. Identità verbale e non verbale

- 4.4.1. Identità verbale. Stile scritto e stile orale
- 4.4.2. Identità non verbale: Cosa definisce la nostra "*uniqueness*"
- 4.4.3. Esempi ispiratori di identità verbale e non verbale

4.5. Identità visiva, immagine e coerenza con il messaggio

- 4.5.1. Identità visiva neutra: Passare inosservati con la "non-immagine"
- 4.5.2. Identità visiva forte, pro e contro
- 4.5.3. Esempi di identità visiva

4.6. Elevator Pitch. Esempi

- 4.6.1. Il Metodo Tony Reiss: Wow, How, Now
- 4.6.2. Presentazione personale, presentazione di vendita, presentazione di attrazione per gli investitori
- 4.6.3. Adattamento alla vita reali. Esempi

4.7. Parlare in pubblico, le chiavi per discorsi naturali e stimolanti

- 4.7.1. Lo scheletro del discorso e il risolutore
- 4.7.2. Il bene, il male, il viaggio e l'epilogo
- 4.7.3. Cosa hanno in comune le storie migliori

4.8. Dai dati alla storia: I 5 tipi di storytelling personale

- 4.8.1. Narrazione introduttiva e introspettiva
- 4.8.2. Racconto della proposta di valore
- 4.8.3. Storia del valore e storia che rompe le barriere

4.9. Imparare dai migliori: le migliori storie personali

- 4.9.1. Storia di business
- 4.9.2. Storie politiche o elettorali
- 4.9.3. Narrazione adatta a qualsiasi situazione

4.10. Personal Branding Canvas

- 4.10.1. Concorrenti: pubblico, posizionamento, comunicazione
- 4.10.2. Settore: competenze, professione, ragioni per credere, identità
- 4.10.3. Investimenti e risultati

Modulo 5. Sviluppo del marchio personale. Selezione strategica delle piattaforme, strategia di comunicazione e piano dei contenuti Tecniche di *copywriting*

5.1. Tela della comunicazione personale I. Pubblico, messaggio e mezzo

- 5.1.1. Pubblico: Background, dati demografici, barriere, obiezioni comuni
- 5.1.2. Messaggio: Proposizione di valore, pitch, biografia RRSS, chi sono, LinkedIn, narrazione personale
- 5.1.3. Mezzo di comunicazione: reti di massa, professionali, personali o ibride, reti verticali

5.2. Communication Canvas II. Ingredienti e formati per una biografia digitale

- 5.2.1. Scelta del marchio personale in base alla sua esclusività e alla sua forza
- 5.2.2. Riformulazione di una proposta di valore in un titolo breve
- 5.2.3. Definizione della professione, dell'esperienza, delle competenze hard e soft

5.3. Communication Canvas III. Il piano dei contenuti: Creazione

- 5.3.1. Scelta delle fonti, modelli di abbonamento
- 5.3.2. Definizione di categorie e sottocategorie
- 5.3.3. 800 parole ispirate alle esperienze e alle competenze

5.4. Communication Canvas IV. Il piano dei contenuti: Curatela

- 5.4.1. Formati di curatela e programmazione dei contenuti
- 5.4.2. Il momento della verità: pubblicare, commentare, interagire, connettersi
- 5.4.3. Controllo, iterazione, test

5.5. Communication Canvas V. I prescrittori

- 5.5.1. Clienti soddisfatti, i migliori prescrittori
- 5.5.2. Famiglia e amici: compagni di studio, colleghi di lavoro
- 5.5.3. Leader del settore, enti professionali, associazioni

5.6. Communication Canvas VI. Investimenti nel marketing personale, monetizzazione

- 5.6.1. Investimenti: tempo, abbonamenti, spese legali, *branding*, media a pagamento, costi variabili
- 5.6.2. Monetizzazione: vendita di prodotti, vendita di tempo (consulenza, specializzazione, mentoring)
- 5.6.3. Monetizzazione passiva: abbonamenti, licenze, corsi online, *ebook*, vendite di affiliazione

5.7. Strategie di *copywriting*: Dal concetto al testo

- 5.7.1. Vantaggi contro caratteristiche
- 5.7.2. Prova sociale ed effetto Bandwagon
- 5.7.3. Titoli, messaggi, metafore, verbi e ritmo

5.8. Strategie di intelligenza artificiale applicate a contenuti, *copywriting* e immagini

- 5.8.1. L'intelligenza artificiale non integra, ma completa. Strategia di Uso dell'IA
- 5.8.2. *Prompts* per espandere i contenuti
- 5.8.3. *Prompts* per il *copywriting* e l'uso delle immagini

5.9. Prompts per il *copywriting* e l'uso delle immagini

- 5.9.1. Monitoraggio della presenza online
- 5.9.2. Creazione di protocolli per i piani d'azione
- 5.9.3. Gestire la crisi: velocità, trasparenza e onestà

5.10. Reputazione del management

- 5.10.1. Integrità ed etica: Reputazione, sostenibilità e valori fondamentali della CSR
- 5.10.2. Comunicazione efficace: Assertività, empatia, riconoscimento degli errori, celebrazione dei risultati
- 5.10.3. Diagnosi e misurazione della reputazione del management

Modulo 6. Social Media Branding. Strategia di visibilità e *Engagement* su Instagram, Twitter, Facebook e TikTok**6.1. Social Media Branding: Rilevanza per il personal branding**

- 6.1.1. Ruolo del personal branding nei social media
- 6.1.2. Piattaforme di gestione online: Diffusori del marchio personale
- 6.1.3. I pilastri di una buona strategia di personal branding digitale

6.2. L'approccio strategico come base del Social Media Branding

- 6.2.1. Il ruolo della ricerca e dell'ascolto attivo nella strategia di personal branding
- 6.2.2. Analisi della concorrenza sui social network
- 6.2.3. Identificare il pubblico di riferimento per la strategia di personal branding

6.3. Social media Branding

- 6.3.1. Sviluppo di un piano di social media per il personal branding
- 6.3.2. Identificare gli obiettivi del personal branding nei social network
- 6.3.3. KPI per analizzare i risultati

6.4. Strategie di *engagement* e visibilità per il personal branding

- 6.4.1. Ecosistema online: definizione della presenza digitale e selezione delle piattaforme
- 6.4.2. Fattori che determinano l'*engagement* sui social network
- 6.4.3. Visibilità sui social media e best practice

6.5. Creare una presenza digitale coerente

- 6.5.1. Creare un'immagine coerente del marchio sui social media: identità visiva, riferimenti verbali e guide di stile per i social media
- 6.5.2. Il messaggio del marchio e il ruolo dei contenuti per il successo della strategia
- 6.5.3. Differenziazione del marchio personale nel mondo digitale

6.6. Strategia dei contenuti: creazione di una strategia di contenuti per i social media che rifletta l'identità del marchio e si connetta con il pubblico

- 6.6.1. Processo di creazione dei contenuti per le diverse piattaforme di social media
- 6.6.2. L'importanza dello *storytelling* nel personal branding sui social media
- 6.6.3. Creare un calendario delle pubblicazioni per mantenere una presenza online costante e coerente

6.7. Utilizzare Instagram per il personal branding

- 6.7.1. Perché essere su Instagram: relazioni e pubblico
- 6.7.2. Capire l'algoritmo per progettare una strategia di contenuti su Instagram
- 6.7.3. Le migliori pratiche per aumentare l'*engagement* e la visibilità
- 6.7.4. KPI Misurazione e analisi dei risultati su Instagram

6.8. Utilizzare Facebook per il personal branding

- 6.8.1. Perché essere su Facebook. Rapporti e pubblico
- 6.8.2. Capire l'algoritmo per progettare una strategia di contenuti su Facebook
- 6.8.3. Le migliori pratiche per aumentare l'*engagement* e la visibilità
- 6.8.4. Misurazione dei KPI. Analisi dei risultati su Facebook

6.9. Usare Twitter per il Personal Branding

- 6.9.1. Perché essere su Twitter: relazioni e pubblico
- 6.9.2. Le migliori pratiche per aumentare l'*engagement* e la visibilità
- 6.9.2. KPI Misurazione e analisi dei risultati su Twitter

6.10. Utilizzare TikTok per il personal branding

- 6.10.1. Perché essere su TikTok: relazioni e pubblico
- 6.10.2. Le migliori pratiche per aumentare l'*engagement* e la visibilità
- 6.10.3. KPI Misurare e analizzare i risultati in Tiktok

Modulo 7. Personal branding su LinkedIn. Strategie di visibilità e engagement per la creazione di un marchio personale su LinkedIn

7.1. Rafforzare il profilo utente su LinkedIn

- 7.1.1. Analisi di un profilo utente di LinkedIn
- 7.1.2. Chiarimento degli obiettivi di utilizzo di LinkedIn
- 7.1.3. Identificazione delle aree di miglioramento del profilo LinkedIn

7.2. Costruire il pubblico di follower su LinkedIn

- 7.2.1. Definire il pubblico di LinkedIn
- 7.2.2. Adattare il messaggio al pubblico di LinkedIn
- 7.2.3. Creare un pubblico con i post su LinkedIn

7.3. Comunità di riferimento su LinkedIn

- 7.3.1. Trovare i leader dei contenuti su LinkedIn
- 7.3.2. Identificare altri membri della comunità su LinkedIn
- 7.3.3. Interagire e collaborare con i membri della community su LinkedIn

7.4. Connettersi con gli utenti attivi su LinkedIn

- 7.4.1. Importanza di trovare utenti attivi su LinkedIn
- 7.4.2. Scrivere un invito a connettersi su LinkedIn
- 7.4.3. Interagire con i nuovi contatti su LinkedIn

7.5. Sviluppare una solida strategia di contenuti attraverso pilastri tematici

- 7.5.1. Identificazione e posizionamento dei pilastri tematici
- 7.5.2. Identificazione dei pilastri tematici nella strategia
- 7.5.3. Sviluppo e mantenimento dei pilastri tematici nel tempo

7.6. Collegamento dei pilastri tematici alla storia personale. L'importanza delle emozioni

- 7.6.1. Identificare le storie legate ai pilastri tematici che creano credibilità e potenziale virale
- 7.6.2. Come raccontare storie efficaci su LinkedIn
- 7.6.3. Come collegare le storie personali ai messaggi chiave su LinkedIn
- 7.6.4. Creare una storia personale trasformativa per il primo post su LinkedIn

7.7. Generare contenuti d'impatto su LinkedIn. L'importanza di ispirare e insegnare

- 7.7.1. Utilizzo di dati tecnici o scientifici relativi ai pilastri tematici per creare contenuti educativi
- 7.7.2. Benchmarking: casi di studio di creatori di contenuti virali su LinkedIn che hanno utilizzato queste tecniche
- 7.7.3. Tradurre l'analisi in pratica

7.8. Preparare i post per LinkedIn

- 7.8.1. Selezionare il contenuto e il formato con il maggior potenziale per i post su LinkedIn
- 7.8.2. Creare una varietà di formati e stili per i post su LinkedIn
- 7.8.3. Pubblicazione e follow-up dei primi post su LinkedIn

7.9. Far crescere il tuo account LinkedIn: follower e engagement

- 7.9.1. Importanza del monitoraggio dei follower su LinkedIn
- 7.9.2. Monitorare la crescita dei follower su LinkedIn
- 7.9.3. Utilizzare i dati dei follower su LinkedIn

7.10. Valutare e modificare la strategia editoriale

- 7.10.1. Identificare le tendenze e i modelli di comportamento del pubblico
- 7.10.2. Rafforzare i punti di forza e di debolezza per migliorare la strategia editoriale
- 7.10.3. Strumenti digitali per un uso avanzato di LinkedIn
- 7.10.4. Utilizzo ottimale di LinkedIn come strumento per rafforzare il personal branding digitale

Modulo 8. Il Networking per la Costruzione del Marchio Personale. Strategie di networking, eventi e PR come leve per la crescita**8.1. Networking. Motivazione e rilevanza**

- 8.1.1. Tipi di *Networking*
- 8.1.2. Creare una rete di supporto e collaborazione
- 8.1.3. Realizzazione di un piano di *Networking*

8.2. Costruire una rete di contatti per rafforzare il personal branding

- 8.2.1. Identificazione dei principali *Stakeholders*
- 8.2.2. Selezione di opinion leader
- 8.2.3. Espansione e sfruttamento della rete di contatti

8.3. Gli eventi come strategia di *Networking*

- 8.3.1. Il potere degli eventi di *networking* online e offline
- 8.3.2. Tipi di eventi di *networking*
- 8.3.3. L'organizzazione di un evento come strategia per migliorare il tuo personal branding

8.4. Relazioni pubbliche e personal branding

- 8.4.1. L'importanza delle relazioni pubbliche
- 8.4.2. Tipi di strategie di pubbliche relazioni
- 8.4.3. Uso delle pubbliche relazioni per aumentare la visibilità e l'autorità

8.5. Strategie di comunicazione efficaci per il *Newtorking*

- 8.5.1. Tecniche di comunicazione efficace in azioni o eventi faccia a faccia
- 8.5.2. Tecniche di comunicazione efficace nell'uso delle e-mail
- 8.5.3. Tecniche di comunicazione efficace nell'uso dei siti di social network

8.6. Networking offline efficace per rafforzare il personal branding

- 8.6.1. Fare *networking* nelle comunità, nelle conferenze, nei seminari e negli eventi aziendali
- 8.6.2. Networking in gruppi di interesse locali
- 8.6.3. Mantenere i contatti per cercare opportunità di collaborazione

8.7. *Networking* online efficace per rafforzare il personal branding

- 8.7.1. Strumenti e piattaforme di *networking* digitale
- 8.7.2. Partecipazione a eventi di *networking* online
- 8.7.3. Mantenimento delle relazioni di *networking* online

8.8. Altre azioni di PR utili per incrementare il personal branding

- 8.8.1. Relazioni con i media
- 8.8.2. Relazioni con gli influencer
- 8.8.3. Pubblicazione di un libro come strategia di pubbliche relazioni
- 8.8.4. Creazione di contenuti multimediali come strategia di pubbliche relazioni

8.9. La gestione delle crisi nel *Networking* e nelle Relazioni Pubbliche

- 8.9.1. L'importanza dell'etica e della responsabilità nella gestione delle crisi
- 8.9.2. Progettare una strategia di comunicazione di crisi
- 8.9.3. Il *networking* efficace per la gestione delle crisi nelle Relazioni Pubbliche

8.10. Misurare il successo di una strategia di Pubbliche Relazioni

- 8.10.1. Monitoraggio dei social media
- 8.10.2. Valutazione qualitativa e quantitativa degli eventi
- 8.10.3. Visibilità nei media

Modulo 9. Strategie, tecniche e strumenti di *inbound* ed *e-mail marketing* per la costruzione e la generazione di contenuti per il personal brand

9.1. Strategie di *Inbound Marketing* applicate al personal branding

- 9.1.1. Metodologia *Inbound*. Obiettivi
- 9.1.2. Strategia di attrazione
- 9.1.3. Strategia di interazione
- 9.1.4. Strategia del piacere

9.2. Creazione di contenuti

- 9.2.1. Identificazione dei pilastri tematici dei contenuti da sviluppare
- 9.2.2. Contenuti educativi e non educativi
- 9.2.3. Le 20 idee di contenuto che aiutano la crescita del marchio personale
- 9.2.4. Esempi ispiratori di contenuti per il personal branding

9.3. Strumenti per curare i contenuti e favorire la creatività

- 9.3.1. *Feedly*
- 9.3.2. Google Alerts
- 9.3.3. Buzzsumo
- 9.3.4. Altri strumenti

9.4. Pianificazione e produttività per la creazione di contenuti

- 9.4.1. Progettare un calendario editoriale
- 9.4.2. Creazione di contenuti in base agli obiettivi aziendali
- 9.4.5. Strumenti per la pianificazione interna: Google Drive, Notion, Asana, Trello

9.5. Design visivo e strumenti per la creazione di contenuti digitali visivi

- 9.5.1. Uso corretto della palette di colori, del logo e del *branding*
- 9.5.2. Fotografia del marchio personale
- 9.5.3. Canva: Workshop pratico avanzato

9.6. Imbuto di vendita per il personal branding

- 9.6.1. Utilità dell'imbuto di vendita per il personal branding
- 9.6.2. Funzione di un imbuto. Fasi
- 9.6.3. Relazione tra i tipi di contenuti e il tasso di conversione

9.7. Conversione dei follower in clienti

- 9.7.1. Lead: importanza per la costruzione di un'attività di personal branding
- 9.7.2. Puntare sul profilo LinkedIn per massimizzare l'acquisizione di lead
- 9.7.3. Puntare sul profilo Instagram per massimizzare l'acquisizione di lead
- 9.7.4. Ottimizzazione del sito web personale per acquisire contatti

9.8. Progettare una strategia di email marketing

- 9.8.1. Importanza una strategia di *email marketing*
- 9.8.2. Strumenti gratuiti per l'*email marketing* per costruire una relazione con gli abbonati
- 9.8.3. Presenza nella mente del *buyer* persona: la *newsletter*

9.9. *Marketing Automation* per il personal branding

- 9.9.1. L'incentivo a entrare nella community
- 9.9.2. L'importanza della prima sequenza di benvenuto
- 9.9.3. Esempio di sequenza di benvenuto che aiuta a generare vendite

9.10. Il podcast: un nuovo canale chiave nella strategia di *Inbound Marketing*

- 9.10.1. Creare un *podcast*. Passi da seguire
- 9.10.2. Formati e tipi di contenuti
- 9.10.3. Diffusione e visibilità del *podcast*

Modulo 10. KPI Impatto del marchio personale: Metriche per misurare i risultati e storie di successo multisettoriali

10.1. KPI del Personal Branding: Applicazioni

- 10.1.1. Definizione e importanza della creazione di KPIS
- 10.1.2. Tipi di KPI e indicatori chiave per misurare il successo del personal branding
- 10.1.3. Il ruolo della visione e del posizionamento del marchio personale nei KPI

10.2. Selezionare i KPI giusti per misurare il successo del tuo marchio personale

- 10.2.1. Variabili per selezionare i KPI rilevanti nella strategia di personal branding
- 10.2.2. Identificazione degli obiettivi di personal branding: Definizione degli obiettivi di personal branding per stabilire i KPI appropriati
- 10.2.3. Definizione delle priorità dei KPI in base agli obiettivi e ai traguardi stabiliti

10.3. Tipi di KPI tangibili per il Personal Branding

- 10.3.1. Analisi dei KPI di prossimità
- 10.3.2. Analisi dei KPI di interazione
- 10.3.3. Analisi dei KPI di Conversione

10.4. Tipi di KPI "intangibili" per il Personal Branding

- 10.4.1. Analisi dei KPI di reputazione
- 10.4.2. Analisi dei KPI di influenza
- 10.4.3. Analisi dei KPI di credibilità

10.5. Il personal branding nell'influenza

- 10.5.1. La figura dell'influencer. Tipi di influencer
- 10.5.2. Approccio all'influencer marketing
- 10.5.3. Vantaggi, scelta e KPI

10.6. Interpretare i KPI: monitoraggio, misurazione e ottimizzazione

- 10.6.1. Monitoraggio: implementazione di un sistema di monitoraggio e misurazione dei KPI per il personal branding
- 10.6.2. Misurazione: Interpretazione dei dati
- 10.6.3. Ottimizzazione: aspetti da valutare per adattare la strategia in base ai KPI
- 10.6.4. Raccomandazioni finali

10.7. Caso di studio: il personal branding negli imprenditori e nei liberi professionisti

- 10.7.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.7.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.7.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche

10.8. Analisi del caso: personal branding su Influencer

- 10.8.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.8.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.8.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche

10.9. Analisi del caso: personal branding negli sportivi

- 10.9.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.9.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.9.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche

10.10. Analisi del caso: personal branding nei professionisti dipendenti

- 10.10.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.10.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 10.10.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche

07

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”

La Business School di TECH utilizza il 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”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

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 aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

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 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business 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. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto 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.



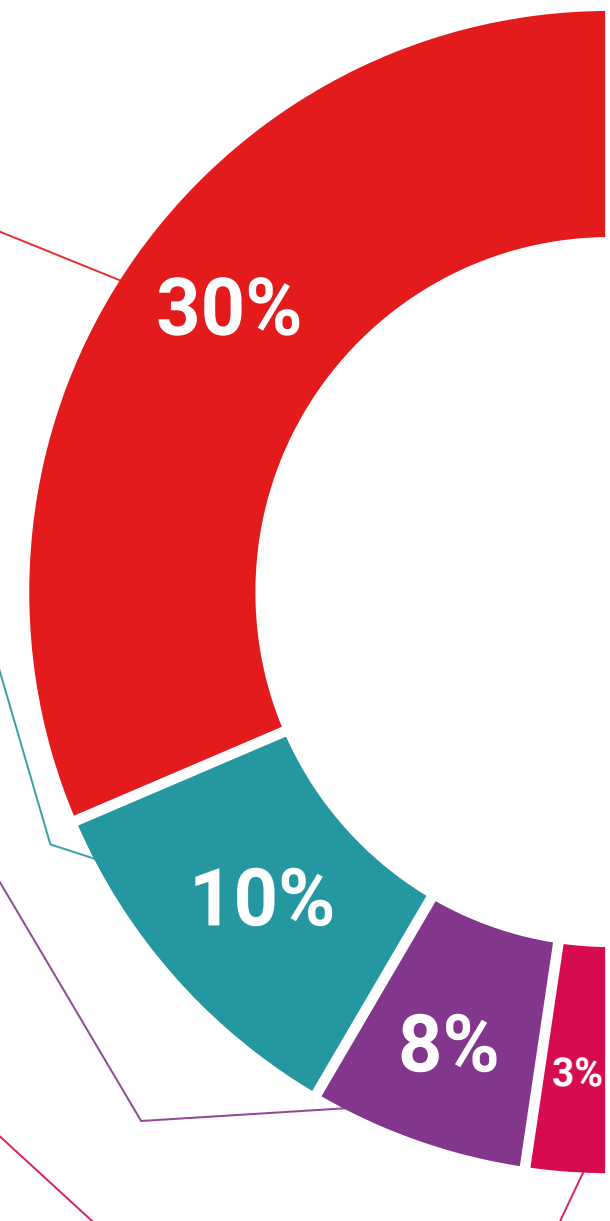
Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager 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 tutorati dai migliori specialisti in senior management 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.



08

Profilo dei nostri studenti

Il Executive Master è rivolto a laureati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle successive qualifiche nel campo delle Scienze Sociali, Giuridiche, Amministrative e dell'Economia.

La diversità dei partecipanti con diversi profili accademici e di diverse nazionalità costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.

Questo programma può essere seguito anche da professionisti che, essendo laureati in qualsiasi settore, hanno esperienza lavorativa come *Community Manager* o *Social Media*.





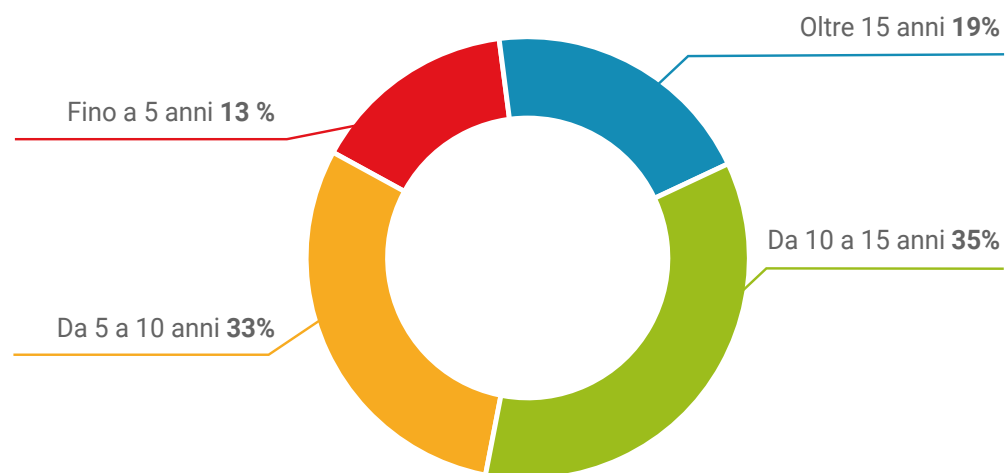
“

Definirai il tuo personal branding su TikTok, Instagram, Facebook o LinkedIn, il social network professionale per eccellenza"

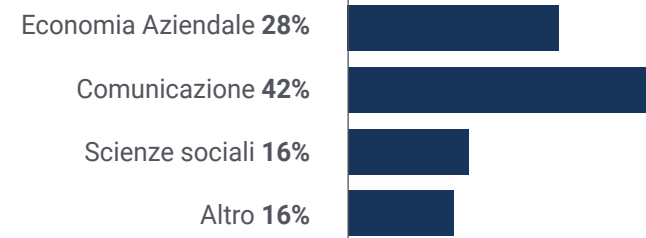
Età media

Da **35** a **45** anni

Anni di esperienza



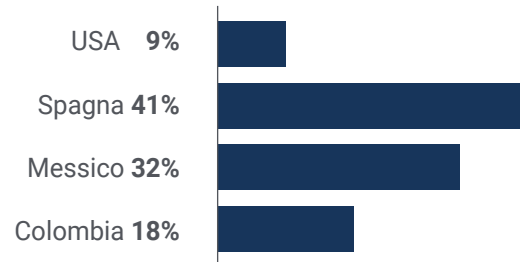
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Natalia Urquijo Pérez

Social Media & Content Manager

"Questo programma mi ha dato le chiavi di lettura necessarie per rafforzare il mio marchio personale e contribuire allo sviluppo della mia attività digitale. Tutto questo non solo grazie al programma, ma anche al personale docente specializzato con una vasta esperienza in questo settore"

09

Direzione del corso

Per ottenere la massima qualità possibile di tutti i contenuti didattici, TECH ha selezionato un gruppo di docenti esperti nelle diverse aree coperte dalla cybersecurity. In questo modo, il manager avrà accesso a un programma scritto da professionisti con una vasta esperienza nella gestione delle politiche di cybersecurity, che hanno contribuito con la loro visione pratica distintiva a tutta la teoria per ciascuno degli argomenti trattati.



“

Sarai affiancato da un personale docente con esperienza nel senior management e nella gestione della sicurezza informatica complessa, con materie dedicate alla manutenzione dei sistemi informatici, all'analisi forense e all'Hijacking"

Direzione



Dott.ssa Vázquez Viaño, Laura María

- ◆ Direttrice marketing e strategia digitale di Torres y Carrera
- ◆ Direttrice dei servizi ai clienti 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 Publicidad 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 López Rodríguez, Carla

- Consulente internazionale e personal branding trainer
- Visual Commercial, responsabile della presentazione dei prodotti presso Inditex in Austria
- Docente presso l'Università di Vigo
- Docente presso l'Università Unir
- Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso l'Università di Alicante
- Laurea in Comunicazione Audiovisiva presso l'Università di Vigo
- Dottorato di ricerca in Comunicazione presso l'Università di Vigo con menzione internazionale e lode
- Master in Gestione Strategica e Innovazione nella Comunicazione presso l'Università di Malaga

Dott.ssa Luque Diaz, Daniela

- Consulente del marchio personale su LinkedIn
- Coordinatrice della strategia di marketing presso KIND APP in Svezia
- Coordinatrice di programmi artistici presso il Dipartimento di Arti e Scienze Umane della New York University
- Ha gestito la strategia di marketing per la collezione di accessori
- Di moda del marchio AITA
- Project Manager / Marketing & Eventi presso Top Gear Promotions a Dubai
- Coordinatrice delle operazioni per Eurofragance a Dubai

- Responsabile dello sviluppo commerciale presso Intercom Group a Barcellona
- Laurea in produzione cinematografica e televisiva presso l'Università Nazionale della Colombia
- Master in Imprenditorialità e Innovazione presso lo Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship della Lund University
- Master in Relazioni Pubbliche e Protocollo presso la ESERP Business School
- Master in *Retail management* presso l'Università Autonoma di Barcellona

Dott.ssa García Sanz, Nagore

- Consulente per le comunicazioni
- Responsabile della comunicazione presso il Dipartimento della Gioventù del Consiglio Provinciale di Gipuzkoa
- Responsabile della comunicazione per il lancio della Kühne Business School
- Laurea in Scienze dell'Informazione presso l'Università dei Paesi Baschi
- Master in Digital Marketing e Community Management presso la Scuola di Marketing e Web
- Esperto in Informazione e Servizi al Cittadino presso l'Università di Salamanca
- Webmaster Design grafico, programmazione web e marketing digitale presso la "Escuela de Diseño Área"
- Gestione dei documenti e degli archivi da parte di Eusko Ikaskuntza e Fundación Asmoz
- Esperto in Economia, Gestione e Tecnologia dell'Innovazione Pubblica presso la Facoltà di Economia, Commercio e Turismo dell'Università di Alcalá

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'Univesritat Ramon Llul
- 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



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 dell'Università Intercontinentale dell'Impresa
- ◆ Master in Web Analytics da Kschool

10

Impatto sulla tua carriera

Questo programma universitario mira alla crescita professionale di tutti gli studenti in un momento in cui è imperativo avere una presenza adeguata nel mondo digitale. Per questo motivo, il Executive Master consentirà agli studenti di incrementare la Costruzione del proprio Marchio Personale o quello di altri imprenditori che richiedono l'erogazione di tali servizi.



“

Con questa specializzazione potrai crescere negli ecosistemi digitali, creando un potente Personal Brand”

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta.

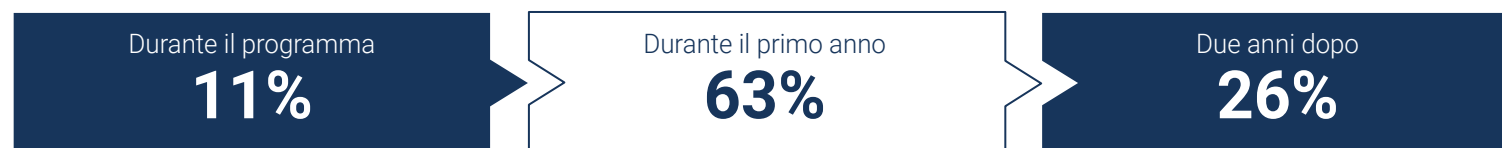
Il Executive Master in Costruzione del Marchio Personale di TECH è un programma intensivo che prepara ad affrontare sfide e a prendere decisioni aziendali nell'ambito del Marketing e Comunicazione. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutandoti a raggiungere il successo.

Se vuoi migliorare te stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

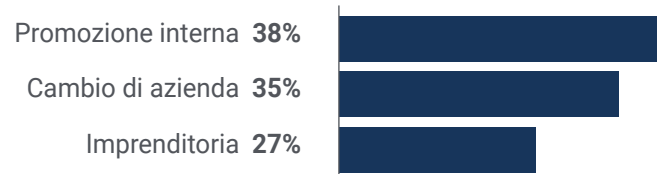
*Sei a un passo
dall'aver un impatto
reale sul Personal
Brand dei tuoi clienti.*

*Diventerai un
esperto nell'ottenere
visibilità e
ottimi risultati di
posizionamento su
LinkedIn.*

Momento del cambiamento

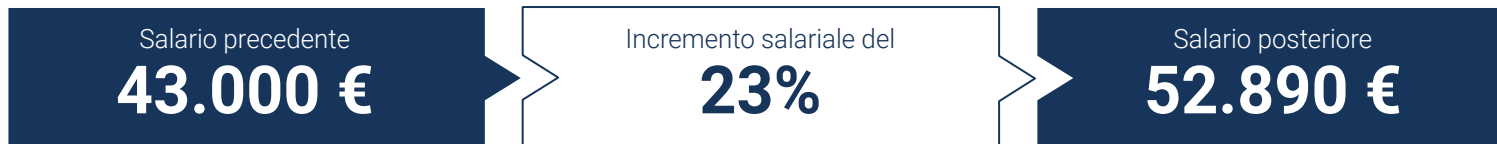


Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **23%**



11

Benefici per la tua azienda

Il Executive Master in Costruzione del Marchio Personale aiuta ad aumentare il talento dell'organizzazione che integra nel proprio staff professionisti con questa specializzazione. Avere conoscenze in questo campo giova alla crescita dell'azienda, attirando clienti che richiedono questi servizi o l'implementazione di strategie innovative nel mondo digitale.





“

Integra le strategie, le tecniche e gli strumenti di Inbound ed Email Marketing di maggior successo con questa opzione accademica"

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista porterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo Executive Master fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.

12 Titolo

Il Executive Master in Costruzione del Marchio Personale garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.





“

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

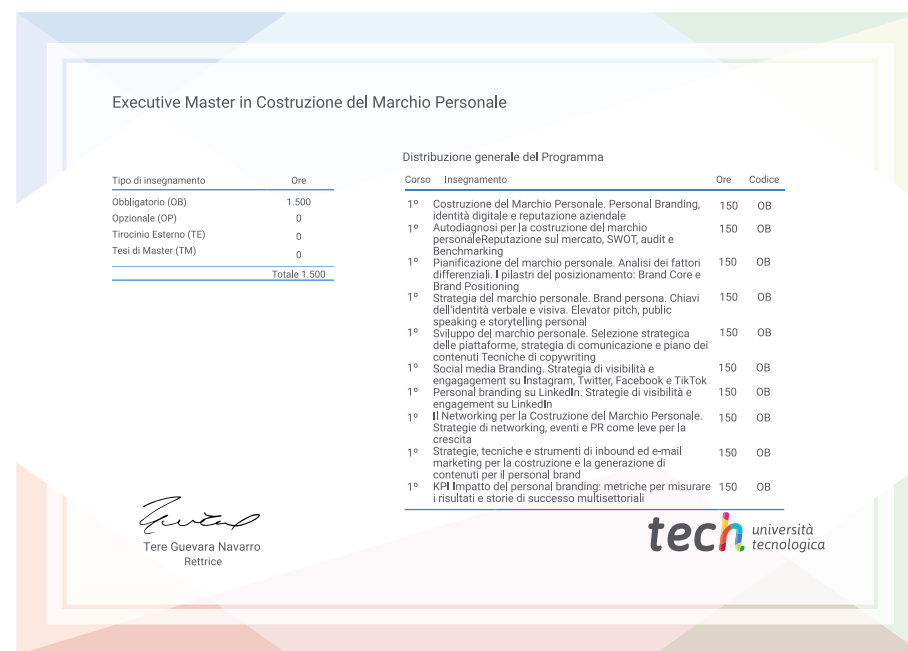
Questo **Executive Master in Costruzione del Marchio Personale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Executive Master, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Executive Master in Costruzione del Marchio Personale**

N° Ore Ufficiali: **1500 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.



Executive Master Costruzione del Marchio Personale

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Executive Master

Costruzione del Marchio Personale

