

Esperto Universitario

Pubblicità e Relazioni Pubbliche





Esperto Universitario Pubblicità e Relazioni Pubbliche

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-pubblicita-relazioni-pubbliche

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

Struttura e contenuti

pag. 20

06

Metodologia

pag. 28

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 36

08

Impatto sulla tua carriera

pag. 40

09

Benefici per la tua azienda

pag. 44

10

Titolo

pag. 48

01 Benvenuto

Il settore delle Relazioni Pubbliche contribuisce alla gestione strategica della comunicazione di qualsiasi organizzazione, essendo lo strumento per conoscere, gestire e indagare i diversi pubblici verso cui un marchio o un'entità si rivolge. In questo senso, è direttamente collegato all'ambiente pubblicitario, uno scenario in cui sono coinvolti diversi agenti comunicativi. Pertanto, questo programma si propone di offrire al professionista una visione globale e completa dei fondamenti del sistema pubblicitario, della sua storia e dei suoi protagonisti, concentrandosi sul processo creativo, sulla pianificazione e sull'impatto dei suoi potenziali effetti sociali. Con ciò, lo studente svilupperà una capacità di sintesi propria della pubblicità, con particolare attenzione alla comunicazione a livello globale, che sarà senza dubbio essenziale per accedere alle principali agenzie pubblicitarie nazionali e internazionali, o per dirigere la comunicazione aziendale di un'azienda privata o di un'istituzione pubblica.



Esperto Universitario in Pubblicità e Pubbliche Relazioni.
TECH Università Tecnologica



“

Grazie a questo Esperto Universitario in TECH, potrai crescere nell'ambito pubblicitario come professionista e acquisire le conoscenze per procedere all'applicazione dei processi e delle tecniche del sistema pubblicitario con totale successo”

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 pensato per gli studenti che vogliono rafforzare le proprie competenze nel settore della pubblicità e le relazioni pubbliche, sviluppando nuove competenze e migliorando le proprie capacità, per promuovere una crescita accademica e professionale in un ambiente che richiede un profilo. Dopo aver completato il programma, il professionista sarà così in grado di prendere decisioni in base a un approccio globale, una prospettiva innovativa e una visione internazionale.



“

In questo Esperto Universitario imparerai ad applicare i processi creativi al campo della comunicazione pubblicitaria”

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

L'Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche prepara gli studenti a

01

Conoscere i settori della pubblicità e delle pubbliche relazioni, i loro processi e le strutture organizzative

04

Identificare i principi fondamentali della creatività umana e la sua applicazione nelle manifestazioni della comunicazione persuasiva

02

Identificare i profili professionali dei professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale

05

Saper applicare i processi creativi al campo della comunicazione, in particolare nel settore della pubblicità e delle pubbliche relazioni

03

Padroneggiare gli elementi, le forme e i processi dei linguaggi pubblicitari e di altre modalità di comunicazione, analizzando i vari livelli ed elementi che compongono il sistema linguistico, nonché i prodotti discorsivi che fanno parte delle diverse tipologie testuali

06

Comprendere i sistemi di analisi delle campagne pubblicitarie e di pubbliche relazioni

07

Definire ciascuna delle funzioni per la gestione delle aziende di pubblicità e pubbliche relazioni, evidenziandone le principali applicazioni

10

Identificare i processi e le strutture organizzative del processo di pubblicità e pubbliche relazioni

08

Individuare i profili dei professionisti della pubblicità e delle pubbliche relazioni, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale

11

Conoscere l'evoluzione storica della pubblicità e delle pubbliche relazioni

09

Saper applicare i processi creativi al campo della comunicazione, in particolare nel settore della pubblicità e delle pubbliche relazioni

12

Saper mettere in relazione la pubblicità con altre manifestazioni culturali come la letteratura, l'arte, il cinema, ecc.

13

Conoscere la struttura e le trasformazioni della società odierna in relazione agli elementi, alle forme e ai processi della comunicazione pubblicitaria e delle pubbliche relazioni

14

Mettere in relazione la pubblicità e le pubbliche relazioni in modo coerente con altre scienze sociali e umane

15

Riconoscere gli elementi, le forme e i processi dei linguaggi pubblicitari e di altre forme di comunicazione persuasiva





16

Incoraggiare la creatività e la persuasione attraverso media e mezzi di comunicazione diversi

17

Riconoscere gli elementi, le forme e i processi del linguaggio pubblicitario e di altre forme di comunicazione persuasiva

18

Delimitare ciascuna delle funzioni per la gestione dell'azienda pubblicitaria e di pubbliche relazioni, evidenziandone le principali applicazioni

05

Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche possiede un programma completo strutturato in 4 moduli, i cui contenuti sono stati elaborati da esperti del settore per fare in modo che lo studente possa approfondire i concetti in modo conciso e reale, consapevole del funzionamento e del potere della pubblicità e la gestione di un approccio comunicativo. Il professionista potrà così apprendere gli aspetti del linguaggio pubblicitario e della identità aziendale, attraverso contenuti di qualità in modo che possa fare la differenza in un ambiente competitivo.



“

Delimitare ciascuna delle funzioni per la gestione dell'azienda pubblicitaria e di pubbliche relazioni, evidenziandone le principali applicazioni, sarà uno degli obiettivi di questo programma”

Piano di studi

L'Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche dei TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti a padroneggiare i fondamenti del sistema pubblicitario e della comunicazione nel campo delle relazioni pubbliche.

I contenuti sono stati ideati per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che permettano agli studenti di intraprendere un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti, affrontando le sfide imprenditoriali che possano presentarsi nel campo pubblicitario.

Durante le 600 ore del corso, lo studente analizzerà una gran varietà di casi pratici mediante il lavoro individuale. Si tratta quindi di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale, che aiuterà il professionista a posizionare il proprio profilo.

L'Esperto Universitario si concentra quindi sul sistema della pubblicità e delle relazioni pubbliche, dalla sua storia e teoria alla sua gestione in aziende, agenzie e organizzazioni, con un approccio globale e aggiornato. Un piano di studi ideato per specializzare i professionisti dell'area imprenditoriale al fine di orientarli su questo settore da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Questo programma è stato perciò ideato pensando nello studente, focalizzato sul suo miglioramento professionale, per consentirgli di raggiungere l'eccellenza in un ambiente digitale caratterizzato dalla persuasione, grazie a contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, e supportato dalla migliore metodologia educativa e da un eccezionale personale docente, che gli fornirà le competenze per progredire con successo in questo ambiente.

Questo Esperto Universitario ha la durata di 6 mesi ed è suddiviso in 4 moduli:

Modulo 1.

Fondamenti di pubbliche relazioni

Modulo 2.

Teoria della pubblicità

Modulo 3.

Storia della pubblicità e delle relazioni pubbliche

Modulo 4.

Impresa che si occupa di pubblicità e relazioni pubbliche



Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche completamente online. Durante i 6 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 crescita
professionale e dare una
svolta definitiva.*

Modulo 1. Fondamenti di relazioni pubbliche

1.1. Quadro teorico delle relazioni pubbliche

- 1.1.1. Introduzione
- 1.1.2. Ricerca sulle relazioni pubbliche
- 1.1.3. Principali teorici delle relazioni pubbliche
- 1.1.4. Relazioni pubbliche ed elementi correlati
- 1.1.5. Definizione di relazioni pubbliche

1.2. Sviluppi storici

- 1.2.1. Tappe
- 1.2.2. L'origine delle relazioni pubbliche
- 1.2.3. Ricerca sulle relazioni pubbliche

1.3. La comunicazione esterna

- 1.3.1. Caratteristiche e pubblico
- 1.3.2. Le relazioni con i mezzi di comunicazione
- 1.3.3. Fornitura di informazioni

1.4. La comunicazione interna

- 1.4.1. Introduzione
- 1.4.2. Funzioni e obiettivi
- 1.4.3. Tipi di comunicazione interna
- 1.4.4. Strumenti di comunicazione interna

1.5. Relazioni pubbliche e opinione pubblica

- 1.5.1. Immagine mediatica potente
- 1.5.2. L'influenza limitata dei media
- 1.5.3. Effetti strutturali sulla società

1.6. Pubbliche relazioni internazionali

- 1.6.1. Caratteristiche della società internazionali
- 1.6.2. Definizione
- 1.6.3. Il ruolo delle relazioni pubbliche internazionali
- 1.6.4. Tipi di azione

1.7. Relazioni pubbliche e crisi

- 1.7.1. L'organizzazione in crisi
- 1.7.2. Caratteristiche delle crisi
- 1.7.3. Tipologie di crisi

1.8. Tappe delle crisi

- 1.8.1. Fase preliminare
- 1.8.2. Fase acuta
- 1.8.3. Fase cronica
- 1.8.4. Fase post-traumatica

1.9. Preparazione di un piano di crisi

- 1.9.1. Analisi dei potenziali problemi
- 1.9.2. Pianificazione
- 1.9.3. Adeguatezza del personale

1.10. Le tecnologie di comunicazione nelle crisi

- 1.10.1. Vantaggi
- 1.10.2. Svantaggi
- 1.10.3. Strumenti

Modulo 2. Teoria della pubblicità**2.1. Fondamenti delle pubblicità**

- 2.1.1. Introduzione
- 2.1.2. Le basi della pubblicità e del Marketing
- 2.1.3. Pubblicità, relazioni pubbliche e propaganda
- 2.1.4. Dimensioni e portata sociale della pubblicità contemporanea
- 2.1.5. Pubblicità di successo: KFC

2.2. Storia delle pubblicità

- 2.2.1. Introduzione
- 2.2.2. Origine
- 2.2.3. La rivoluzione industriale e la pubblicità
- 2.2.4. Lo sviluppo dell'industria pubblicitaria
- 2.2.5. La pubblicità nel mondo di internet
- 2.2.6. Pubblicità di successo: il caso della Coca Cola

2.3. La pubblicità e i suoi protagonisti I: l'inserzionista

- 2.3.1. Introduzione
- 2.3.2. Il funzionamento dell'industria pubblicitaria
- 2.3.3. Tipi di inserzionisti
- 2.3.4. Pubblicità nell'organigramma aziendale
- 2.3.5. Pubblicità di successo: il caso Facebook

2.4. La pubblicità e i suoi protagonisti II: le agenzie pubblicitarie

- 2.4.1. Introduzione
- 2.4.2. L'agenzia pubblicitaria: i professionisti della comunicazione pubblicitaria
- 2.4.3. La struttura organizzativa delle agenzie pubblicitarie
- 2.4.4. Tipi di agenzie pubblicitarie
- 2.4.5. Gestione delle commissioni nelle agenzie pubblicitarie
- 2.4.6. Pubblicità di successo: Nike

2.5. La pubblicità e i suoi protagonisti III: Il destinatario della pubblicità

- 2.5.1. Introduzione
- 2.5.2. Il destinatario della pubblicità e il suo contesto
- 2.5.3. Il destinatario della pubblicità come consumatore
- 2.5.4. Bisogni e desideri in pubblicità
- 2.5.5. Pubblicità e memoria: sull'efficacia della pubblicità
- 2.5.6. Pubblicità di successo: studio del caso Ikea

2.6. Il processo di creazione della pubblicità I: dall'inserzionista ai media

- 2.6.1. Introduzione
- 2.6.2. Aspetti preliminari del processo creativo pubblicitario
- 2.6.3. Il *brief* pubblicitario o *brief* di comunicazione
- 2.6.4. La strategia creativa
- 2.6.5. Strategia dei media
 - 2.6.5.1. Pubblicità di successo: Apple

2.7. Il processo di creazione della pubblicità II: creatività e pubblicità

- 2.7.1. Introduzione
- 2.7.2. Fondamenti del lavoro creativo dei pubblicitari
- 2.7.3. La creatività pubblicitaria e il suo statuto comunicativo
- 2.7.4. Processo creativo nella pubblicità
- 2.7.5. Pubblicità di successo: il caso Real Madrid

2.8. Il processo di creazione della pubblicità III: ideazione e sviluppo del manifesto pubblicitario

- 2.8.1. Introduzione
- 2.8.2. La concezione creativa e la strategia
- 2.8.3. Il processo di concezione creativa
- 2.8.4. I dieci percorsi fondamentali della creatività secondo Luis Bassat: i generi pubblicitari
- 2.8.5. Formati pubblicitari
- 2.8.6. Pubblicità di successo: McDonalds

2.9. Pianificazione dei media pubblicitari

- 2.9.1. Introduzione
- 2.9.2. Media e pianificazione
- 2.9.3. Mezzi pubblicitari e loro classificazione
- 2.9.4. Strumenti di pianificazione dei media
- 2.9.5. Pubblicità di successo: Pepsi

2.10. Pubblicità, società e cultura

- 2.10.1. Introduzione
- 2.10.2. Il rapporto tra pubblicità e società
- 2.10.3. Pubblicità ed emozioni
- 2.10.4. Pubblicità, soggetti e cose
- 2.10.5. Pubblicità di successo: Burger King

Modulo 3. Storia della pubblicità e delle relazioni pubbliche

3.1. Attività pubblicitaria prima della stampa

- 3.1.1. La pubblicità nelle sue prime forme
- 3.1.2. Prime manifestazioni
- 3.1.3. Il mondo antico

3.2. Dalla stampa alla rivoluzione industriale

- 3.2.1. Alcuni aspetti che contribuiscono alla nascita della stampa in Europa
- 3.2.2. Le prime espressioni: opuscoli e manifesti
- 3.2.3. Marchi ed etichette
- 3.2.4. Gli annunci gridati e parlati
- 3.2.5. Lo striscione e il murale commerciale
- 3.2.6. La nascita di un nuovo mezzo di comunicazione
- 3.2.7. Comunicazione e potere: il controllo della persuasione

3.3. Le rivoluzioni

- 3.3.1. La pubblicità e la rivoluzione industriale
- 3.3.2. La lunga e tortuosa strada verso la libertà di stampa
- 3.3.3. Dalla propaganda alla pubblicità
- 3.3.4. Propaganda e pubblicità politica: concetti
- 3.3.5. Caratteristiche di questa propaganda
- 3.3.6. La rivoluzione industriale nella nascita della pubblicità commerciale

3.4. Creazione delle pubblicità

- 3.4.1. L'origine della pubblicità commerciale
- 3.4.2. La rivoluzione tecnologica
- 3.4.3. Sistemi di stampa
- 3.4.4. Su carta
- 3.4.5. Fotografia
- 3.4.6. Telegrafo
- 3.4.7. Pubblicità sulla stampa
- 3.4.8. I cartelloni

3.5. Consolidamento dell'attività pubblicitaria

- 3.5.1. Fattori economici tra il 1848 e il 1914
- 3.5.2. Nuove forme di commercializzazione
- 3.5.3. Giornali
- 3.5.4. Riviste
- 3.5.5. L'arte del cartellone
- 3.5.6. Fondamenti delle Pubblicità Moderna
- 3.5.7. Agenzie pubblicitarie americane
- 3.5.8. Tecnica e artigianato pubblicitario

3.6. Pubblicità tra le due guerre

- 3.6.1. Caratteristiche del periodo 1914-1950
- 3.6.2. La pubblicità nella Prima Guerra Mondiale
- 3.6.3. Conseguenze della Prima Guerra Mondiale sulla pubblicità
- 3.6.4. La pubblicità nella Seconda Guerra Mondiale
- 3.6.5. Conseguenze della Seconda Guerra Mondiale sulla pubblicità
- 3.6.6. I mezzi pubblicitari
- 3.6.7. La cartellonistica e la grafica pubblicitaria

3.6.8. Pubblicità esterna

- 3.6.9. Cinema
- 3.6.10. Il cinema come mezzo di persuasione
- 3.6.11. La radio
- 3.6.12. Radio commerciale

3.7. Lo sviluppo della tecnica pubblicitaria

- 3.7.1. L'attività pubblicitaria tra il 1914 e il 1950
- 3.7.2. L'organizzazione della pubblicità
- 3.7.3. Agenzie e stili

3.8. Pubblicità elettronica

- 3.8.1. TV: La terza dimensione della pubblicità
- 3.8.2. La pubblicità negli anni '50 e '60
- 3.8.3. L'avvento della televisione

3.9. Pubblicazioni attuali

- 3.9.1. Introduzione
- 3.9.2. Il contesto pubblicitario attuale: una prospettiva tecnologica
- 3.9.3. Le principali sfide della comunicazione pubblicitaria di oggi
- 3.9.4. Le principali opportunità della comunicazione pubblicitaria oggi

3.10. Storia delle pubbliche relazioni

- 3.10.1. Le origini
- 3.10.2. Bernays e i suoi contributi
- 3.10.3. L'espansione delle relazioni pubbliche: La seconda metà del secolo XX

Modulo 4. Azienda di pubblicità e relazioni pubbliche**4.1. Struttura delle agenzie di pubblicità e/o relazioni pubbliche**

- 4.1.1. Struttura
- 4.1.2. Funzioni
- 4.1.3. Selezione delle agenzie

4.2. Gestione economica dell'agenzia

- 4.2.1. Tipi di forma giuridica
- 4.2.2. Modello di business
- 4.2.3. Sviluppo e controllo di progetto

4.3. Relazioni economiche nell'azienda pubblicitaria

- 4.3.1. Relazioni economiche con gli inserzionisti
- 4.3.2. Relazioni economiche con dipendenti e partner
- 4.3.3. Imprenditore individuale e lavoratore autonomo

4.4. Conto delle commissioni nelle agenzie pubblicitarie

- 4.4.1. Investimenti, ricavi e fatturato
- 4.4.2. Risultati
- 4.4.3. Bilancio annuale

4.5. Il legame tra pubblicità e relazioni pubbliche

- 4.5.1. In relazione agli obiettivi
- 4.5.2. In relazione agli obiettivi dell'attività
- 4.5.3. Per quanto riguarda la scelta dei mezzi e dei supporti

4.6. Sistemi di remunerazione

- 4.6.1. Remunerazione delle agenzie
- 4.6.2. La dimensione contabile dell'agenzia
- 4.6.3. Determinazione del budget

4.7. Relazioni con gli stakeholders esterni

- 4.7.1. Relazioni con le agenzie pubblicitarie
- 4.7.2. Relazioni con le agenzie di comunicazione
- 4.7.3. Relazioni tra agenzia e consumatore finale

4.8. Strategie di crescita organizzativa

- 4.8.1. Holdings
- 4.8.2. Catena di valore
- 4.8.3. Sfide di crescita organizzativa

4.9. Organigramma interno di un'agenzia pubblicitaria

- 4.9.1. Modello di gestione dell'agenzia
- 4.9.2. Reparto contabilità
- 4.9.3. Reparto creativo
- 4.9.4. Reparto media
- 4.9.5. Reparto produzione

4.10. Gestione del team

- 4.10.1. Motivazione
- 4.10.2. Gestione del cambiamento e leadership
- 4.10.3. Comunicazione interna



In questo Esperto Universitario imparerai a mettere in relazione la pubblicità con altre manifestazioni culturali come la letteratura, l'arte, il cinema, ecc. creando legami di successo"

06

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.



07

Profilo dei nostri studenti

Questo Esperto Universitario si rivolge a professionisti che desiderano ampliare le proprie conoscenze nel campo della pubblicità e delle relazioni pubbliche, al fine di sviluppare la propria carriera professionale, sia come liberi professionisti che come manager delle principali aziende del settore, nelle aree della comunicazione aziendale o nelle organizzazioni pubbliche. La qualità dei contenuti di questo programma consentirà loro di sviluppare un profilo professionale altamente competitivo e ricercato nel mercato del lavoro.





“

*Grazie a questo programma,
avanzerei nella tua carriera
accademica verso il successo”*

Età media

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

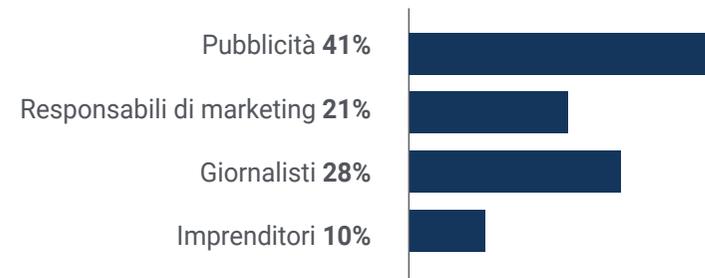
Anni di esperienza



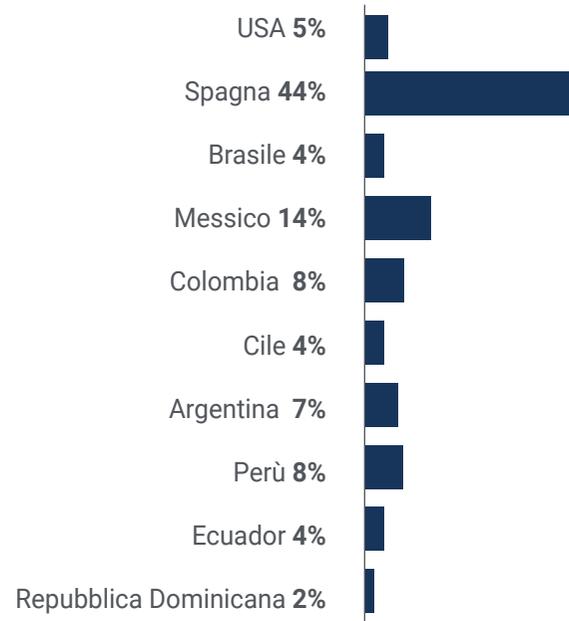
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Alejandro Lerín

Pubblicista

"L'agenzia per cui ho iniziato a lavorare mi ha offerto il programma TECH come incentivo al training interno e sono molto felice di averlo fatto. Tra i vari aspetti, ho imparato quali tecniche implementare nella linea della strategia pubblicitaria dell'azienda con un migliore approccio"

08

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande impegno dovrebbe quindi essere la crescita professionale, affinché l'inserimento o la promozione del professionista in questo settore sia in linea con le sue aspettative. TECH si impegna a raggiungere questo obiettivo grazie alla progettazione di programmi competitivi e ai migliori esperti del settore.





“

*Aumenta le tue possibilità
di successo lavorativo.*

Fallo con il metodo TECH”

Sei pronto a fare questo passo? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

L'Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e a prendere decisioni in questo settore in continua evoluzione, ottenendo una migliore comprensione degli obiettivi della propria azienda o dei propri clienti. Pertanto, il suo obiettivo è quello di promuovere la crescita personale e professionale dello studente in modo che possa raggiungere il successo in questo settore di lavoro.

Un programma di grande interesse per coloro che aspirano all'eccellenza accademica e professionale.

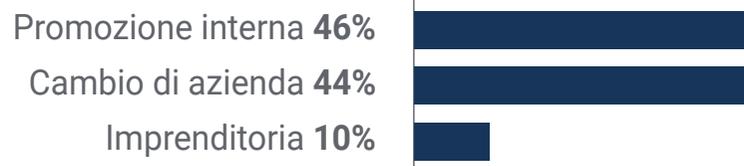
Partecipando a questo programma TECH moltiplicherai le tue possibilità di successo nel mondo del lavoro, quindi non esitare e iscriviti subito!

Diventa esperto di pubblicità e relazioni pubbliche e posiziona la tua azienda tra le più competitive del settore.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

Gli studenti che hanno portato a termine questo programma hanno ottenuto un incremento salariale superiore al **25,55%**



09

Benefici per la tua azienda

L'Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche è un programma che mira principalmente a migliorare la preparazione degli studenti in questo settore. Tuttavia, inoltre, darà notevoli vantaggi alle aziende in cui lavorano, in quanto saranno in grado di implementare strategie più competitive, che forniranno una conoscenza esaustiva dei valori e degli obiettivi dell'azienda, attirando maggiormente il loro pubblico.



“

*Otterrai le competenze appropriate per
introdurre in azienda strategie di gestione
innovative della pubblicità”*

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista introdurrà nell'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono dar vita a 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 gli apre nuove vie di crescita professionale all'interno della stessa.

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 svilupparne di nuovi nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo Esperto Universitario fornirà ai professionisti le competenze necessarie ad affrontare nuove sfide e far crescere la propria azienda.



10 Titolo

L'Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche 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 **Corso Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche** 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 nel Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Pubblicità e Relazioni Pubbliche**

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.



Esperto Universitario Pubblicità e Relazioni Pubbliche

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

Esperto Universitario

Pubblicità e Relazioni Pubbliche

