

# Esperto Universitario Branding





**tech** università  
tecnologica

## Esperto Universitario Branding

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

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/design/specializzazione/specializzazione-branding](http://www.techtute.com/it/design/specializzazione/specializzazione-branding)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Struttura e contenuti

---

*pag. 12*

04

Metodologia

---

*pag. 20*

05

Titolo

---

*pag. 28*

01

# Presentazione

Il branding o sviluppo del marchio è una delle aree di lavoro più richieste nel graphic design. La specializzazione, creata appositamente per i professionisti del settore, fornisce le competenze necessarie per lavorare in modo sicuro e competente. Ti offriamo l'opportunità di acquisire le competenze tipiche di uno specialista grazie a un percorso didattico che ti permette di crescere dal punto di vista professionale e senza doverti preoccupare di come conciliare il lavoro con la vita privata. Un'opportunità unica di crescita e valorizzazione.



Dictionary

**brand**

cast **marketing** charac

pecial • variety • new • business id

cts that are all made by a particular company and all have a pa

something

a animal (such as a cow) to show who own

Translator  
cter.class  
**ideas**  
rticular name  
s the animal

“

*Un percorso didattico ad alta intensità che ti  
permetterà di crescere nel settore del Branding con la  
sicurezza dei migliori professionisti del settore"*

Questo Esperto Universitario in Branding è strutturato in modo da offrire un approccio interessante, interattivo ed efficace per specializzarsi in tutti gli aspetti del settore. TECH offre un percorso di crescita molto chiaro e lineare, compatibile al 100% con altri impegni.

Questo Esperto Universitario, grazie a una metodologia esclusiva, ti introdurrà alle modalità di lavoro nel settore del Branding per rimanere all'avanguardia e conoscere i fenomeni in evoluzione di questa forma di comunicazione.

Questa specializzazione tratterà quindi gli aspetti che un designer deve conoscere per pianificare, sviluppare e portare a termine la realizzazione di un Branding. Un percorso didattico che amplierà le competenze dello studente per aiutarlo a raggiungere gli obiettivi di un professionista di alto livello.

L'Esperto Universitario in Branding si presenta come un'opzione valida per i professionisti che decidono di lavorare in modo indipendente, ma anche per quelli che decidono di far parte di un'organizzazione o di un'azienda. Un interessante percorso di sviluppo professionale che si avvarrà delle ricerche specifiche proposte in questa specializzazione.

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

- ◆ Sviluppo di un gran numero di casi di studio presentati da esperti
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici
- ◆ Novità e ultimi progressi del settore
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Metodologie innovative e altamente efficienti
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Questo programma ti permetterà di migliorare le tue competenze e di aggiornare le tue conoscenze nel campo del Branding"*

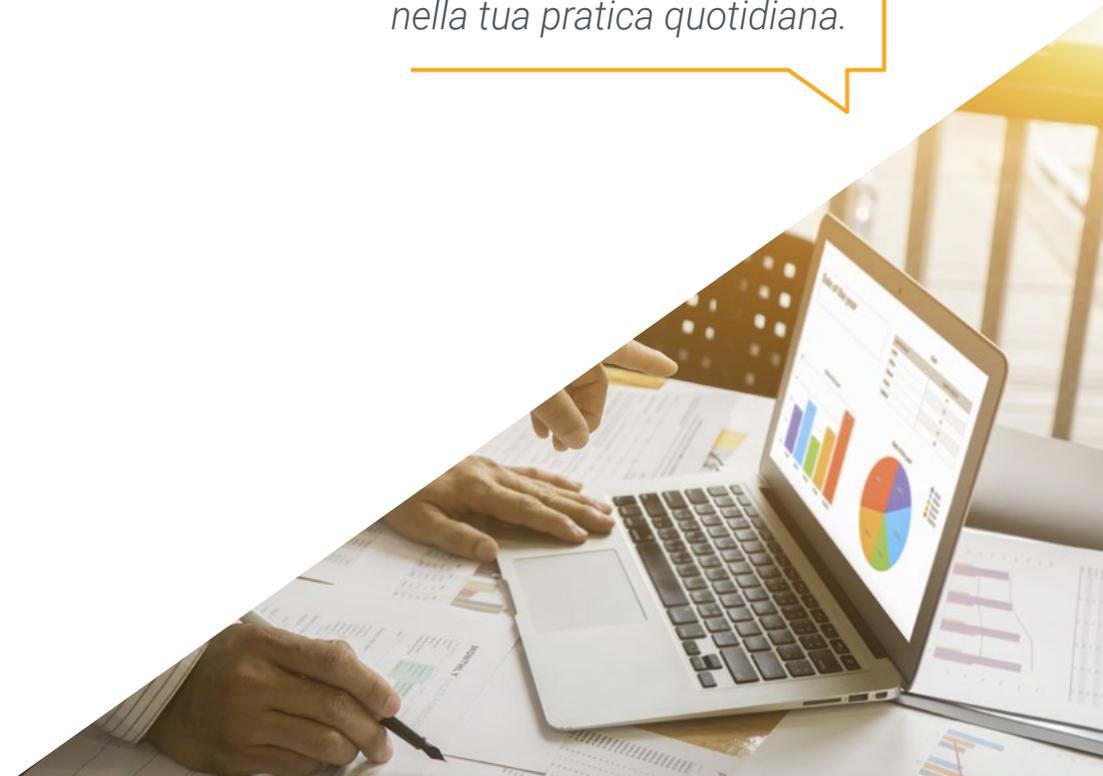
“ *Tutte le conoscenze necessarie ai graphic designer raccolte in un Esperto Universitario altamente professionale che ottimizzerà i tuoi sforzi per farti ottenere i migliori risultati*”

Lo sviluppo di questo programma è incentrato sulla pratica dell'apprendimento teorico proposto. Grazie ai sistemi di insegnamento più efficaci e ai metodi collaudati importati dalle più prestigiose università del mondo, potrai acquisire nuove conoscenze in modo eminentemente pratico. TECH cerca di trasformare in questo modo gli sforzi in competenze reali e immediate.

Il sistema online è un altro punto di forza del nostro approccio didattico. Ti offriamo gli strumenti digitali più innovativi tramite una piattaforma interattiva che sfrutta gli ultimi sviluppi tecnologici. In questo modo possiamo offrire una modalità di apprendimento totalmente adattabile alle tue esigenze, in modo che tu possa conciliare perfettamente gli studi con la tua vita personale e professionale.

*Un apprendimento pratico e intensivo che ti darà tutti gli strumenti necessari per lavorare in questo settore, grazie a un Esperto Universitario specifico e concreto.*

*Una specializzazione ideata per permetterti di implementare le conoscenze acquisite fin da subito nella tua pratica quotidiana.*



# 02 Obiettivi

L'obiettivo di questo Esperto Universitario in Branding è quello di far acquisire ai professionisti conoscenze e competenze per lavorare al meglio. Ti offriamo la garanzia di imparare dai migliori e una modalità di studio basata sulla pratica per poter svolgere il tuo lavoro in totale sicurezza e con la massima competenza.

INBOUN  
MARKE  
STRAT



ND  
ETING  
EGY



“

*Il nostro obiettivo è semplice: aiutarti a mantenerti aggiornato grazie a un Esperto Universitario perfettamente conciliabile con il tuo lavoro e i tuoi impegni personali”*



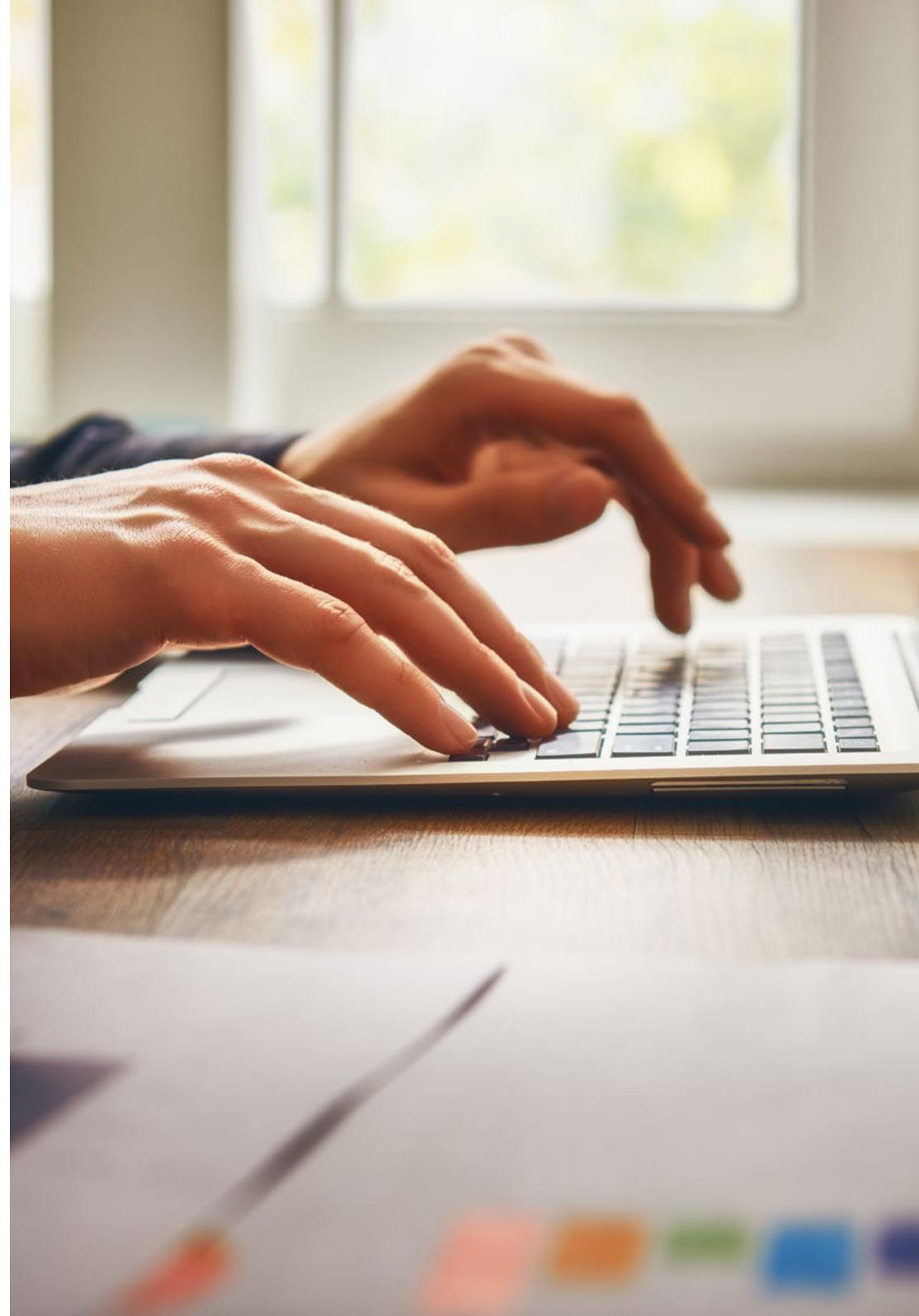
## Obiettivi generale

---

- ♦ Imparare tutti gli aspetti per realizzare un Branding con qualsiasi tipo di strumento multimediale

“

*Un'opportunità creata per i professionisti alla ricerca di un programma intensivo ed efficace grazie al quale poter progredire nella propria professione"*





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Introduzione al colore

- ◆ Comprendere l'importanza del colore nell'ambiente visivo
- ◆ Acquisire la capacità di osservare, organizzare, distinguere e gestire i colori
- ◆ Applicare le basi psicologiche e semiotiche del colore nel progetto di design
- ◆ Acquisire, manipolare e preparare il colore per l'uso su supporti fisici e virtuali
- ◆ Acquisire la capacità di formulare giudizi indipendenti per mezzo di argomentazioni
- ◆ Sapersi documentare, analizzando e interpretando le fonti documentarie e letterarie con criteri propri

### Modulo 2. Immagine aziendale

- ◆ Comprendere i concetti fondamentali della politica di comunicazione di un'organizzazione: identità, cultura, modalità di comunicazione, immagine, brand, reputazione e responsabilità sociale
- ◆ Comprendere quali sono le aree strategiche che deve gestire un responsabile grafico nel processo comunicativo dell'identità grafica e visiva dei brand
- ◆ Conoscere gli strumenti e le strategie teoriche e pratiche che agevolano la comunicazione aziendale e istituzionale nelle organizzazioni di ogni tipo
- ◆ Saper selezionare in maniera corretta un metodo per organizzare le informazioni e la comunicazione per il buon uso di un marchio
- ◆ Ricercare e identificare gli elementi più significativi dell'azienda-cliente, nonché le sue esigenze per la creazione di strategie e messaggi per la comunicazione
- ◆ Sviluppare un sistema regolamentato di standard grafici di base fondato su elementi di identità visiva/branding

### Modulo 3. Creazione del portfolio

- ◆ Creare narrazioni audiovisive applicando correttamente i criteri di fruibilità e interattività
- ◆ Identificare la figura del designer nel mercato del lavoro
- ◆ Conoscere tecniche, metodi, strumenti e sistemi per promuovere il lavoro personale
- ◆ Comprendere il protocollo etico da seguire nella pratica professionale
- ◆ Essere in grado di identificare i punti di forza e di debolezza in se stessi
- ◆ Saper valutare il proprio lavoro sul piano economico

### Modulo 4. Tipografia

- ◆ Conoscere i principi sintattici del linguaggio grafico e applicarne le regole per descrivere oggetti e idee in modo chiaro e accurato
- ◆ Conoscere l'origine delle lettere e la loro importanza storica
- ◆ Riconoscere, studiare e applicare coerentemente la tipografia ai processi grafici
- ◆ Conoscere e applicare i fondamenti estetici della tipografia
- ◆ Saper analizzare la disposizione dei testi nel prodotto di design

03

# Struttura e contenuti

La struttura dei contenuti è stata ideata da una squadra di professionisti consapevoli dell'importanza di essere ben preparati per farsi strada nel mercato del lavoro ed esercitare la professione nel migliore dei modi.

INBOU  
MARKE  
STRAT



STRATEGY



VISITORS



LEADS

# UND ETING EGY



CUSTOM



“

*Questo Esperto Universitario in Branding  
possiede il programma di apprendimento più  
completo e aggiornato del mercato”*

## Modulo 1. Introduzione al Colore

- 1.1. Colore, principi e proprietà
  - 1.1.1. Introduzione al colore
  - 1.1.2. Luce e colore: sinestesia cromatica
  - 1.1.3. Attributi del colore
  - 1.1.4. Pigmenti e coloranti
- 1.2. I colori del cerchio cromatico
  - 1.2.1. Il cerchio cromatico
  - 1.2.2. Colori freddi e caldi
  - 1.2.3. Colori primari e derivati
  - 1.2.4. Relazioni cromatiche: armonia e contrasto
- 1.3. Psicologia del colore
  - 1.3.1. Costruzione del significato di un colore
  - 1.3.2. Il carico emotivo
  - 1.3.3. Valore denotativo e connotativo
  - 1.3.4. Marketing emozionale. Il peso del colore
- 1.4. Teoria del colore
  - 1.4.1. Una teoria scientifica. Isaac Newton
  - 1.4.2. La teoria dei colori di Goethe
  - 1.4.3. Unirsi alla teoria del colore di Goethe
  - 1.4.4. La psicologia del colore secondo Eva Heller
- 1.5. Insistere sulla classificazione dei colori
  - 1.5.1. Il doppio cono di Guillermo Ostwald
  - 1.5.2. Il solido di Albert Munsell
  - 1.5.3. Il cubo di Alfredo Hicethier
  - 1.5.4. Il triangolo CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)
- 1.6. Lo studio individuale dei colori
  - 1.6.1. Bianco e Nero
  - 1.6.2. Colori neutri. La scala di grigi
  - 1.6.3. Monocromatico, bicromatico, policromo
  - 1.6.4. Aspetti simbolici e psicologici dei colori



- 1.7. Modelli di colore
  - 1.7.1. Modello sottrattivo. Modello CMYK
  - 1.7.2. Modello additivo. Modello RGB
  - 1.7.3. Modello HSB
  - 1.7.4. Sistema Pantone. Gamma di colori
- 1.8. Dalla Bauhaus a Murakami
  - 1.8.1. Il Bauhaus e i suoi artisti
  - 1.8.2. La teoria della Gestalt al servizio del colore
  - 1.8.3. Josef Albers. L'interazione del colore
  - 1.8.4. Murakami, le connotazioni dell'assenza di colore
- 1.9. Il colore nel progetto di design
  - 1.9.1. Pop art. Il colore delle culture
  - 1.9.2. Creatività e colore
  - 1.9.3. Artisti contemporanei
  - 1.9.4. Analisi da diversi punti di vista e prospettive
- 1.10. Gestione del colore nell'ambiente digitale
  - 1.10.1. Spazi di colore
  - 1.10.2. Profili di colore
  - 1.10.3. Calibrazione dei monitor
  - 1.10.4. Cosa dobbiamo tenere a mente

## Modulo 2. Immagine Aziendale

- 2.1. Identità
  - 2.1.1. Idea di identità
  - 2.1.2. Perché si ricerca l'identità?
  - 2.1.3. Tipi di identità
  - 2.1.4. Identità digitale
- 2.2. Identità aziendale
  - 2.2.1. Definizione. Perché avere un'identità aziendale?
  - 2.2.2. Fattori che influiscono sull'identità aziendale
  - 2.2.3. Componenti dell'identità aziendale
  - 2.2.4. Comunicare l'identità
  - 2.2.5. Identità aziendale, branding, immagine aziendale
- 2.3. Immagine aziendale
  - 2.3.1. Caratteristiche dell'immagine aziendale
  - 2.3.2. A cosa serve l'immagine aziendale?
  - 2.3.3. Tipi di immagine aziendale
  - 2.3.4. Esempi
- 2.4. I segni identificativi di base
  - 2.4.1. Il nome o *naming*
  - 2.4.2. I loghi
  - 2.4.3. I monogrammi
- 2.5. Fattori per la memorizzazione dell'identità
  - 2.5.1. Originalità
  - 2.5.2. Valore simbolico
  - 2.5.3. Capacità di rimanere impresso
  - 2.5.4. Ripetizione

- 2.6. Metodologia per il processo di branding
  - 2.6.1. Studio del settore e della concorrenza
  - 2.6.2. *Brief*, modello
  - 2.6.3. Definire la strategia e la personalità del brand. Valori
  - 2.6.4. Pubblico di riferimento
- 2.7. Il cliente
  - 2.7.1. Capire com'è il cliente
  - 2.7.2. Tipologie di clienti
  - 2.7.3. Il processo di riunione
  - 2.7.4. L'importanza di conoscere il cliente
  - 2.7.5. Definizione del budget
- 2.8. Manuale d'identità aziendale
  - 2.8.1. Standard di realizzazione e applicazione del brand
  - 2.8.2. Font aziendale
  - 2.8.3. Colori aziendali
  - 2.8.4. Altri elementi grafici
  - 2.8.5. Esempi di manuali aziendali
- 2.9. Riprogettazione delle identità
  - 2.9.1. Motivi per scegliere una riprogettazione dell'identità
  - 2.9.2. Gestire il cambiamento dell'identità aziendale
  - 2.9.3. Buona prassi. Riferimenti visivi
  - 2.9.4. Pratica sbagliata. Riferimenti visivi
- 2.10. Progetto di identità del brand
  - 2.10.1. Presentazione e spiegazione del progetto. Riferimenti
  - 2.10.2. *Brainstorming*. Analisi di mercato
  - 2.10.3. Pubblico di riferimento, valore del brand
  - 2.10.4. Prime idee e bozzetti. Tecniche creative
  - 2.10.3. Definizione del progetto. Font e colori
  - 2.10.4. Consegna e correzione dei progetti

## Modulo 3. Creazione del Portfolio

- 3.1. Il portfolio
  - 3.1.1. Il portfolio come lettera di presentazione
  - 3.1.2. L'importanza di un buon portfolio
  - 3.1.3. Orientamento e motivazione
  - 3.1.4. Consigli pratici
- 3.2. Caratteristiche ed elementi
  - 3.2.1. Il formato fisico
  - 3.2.2. Il formato digitale
  - 3.2.3. L'uso di *mockups*
  - 3.2.4. Errori più comuni
- 3.3. Piattaforme digitali
  - 3.3.1. Comunità di apprendimento continuo
  - 3.3.2. Social Network: *Twitter, Facebook, Instagram*
  - 3.3.3. Social per la ricerca di lavoro: *LinkedIn, Infojobs*
  - 3.3.4. Portfolio nel cloud: *Behance*
- 3.4. Il designer nel mondo del lavoro
  - 3.4.1. Sbocchi professionali di un designer
  - 3.4.2. Le agenzie di design
  - 3.4.3. Graphic design aziendale
  - 3.4.4. Casi di successo
- 3.5. Come mostrarsi professionalmente?
  - 3.5.1. Tenersi aggiornati e rinnovarsi costantemente
  - 3.5.2. Il curriculum vitae e la sua importanza
  - 3.5.3. Errori comuni in un curriculum vitae
  - 3.5.4. Come creare un buon curriculum vitae?

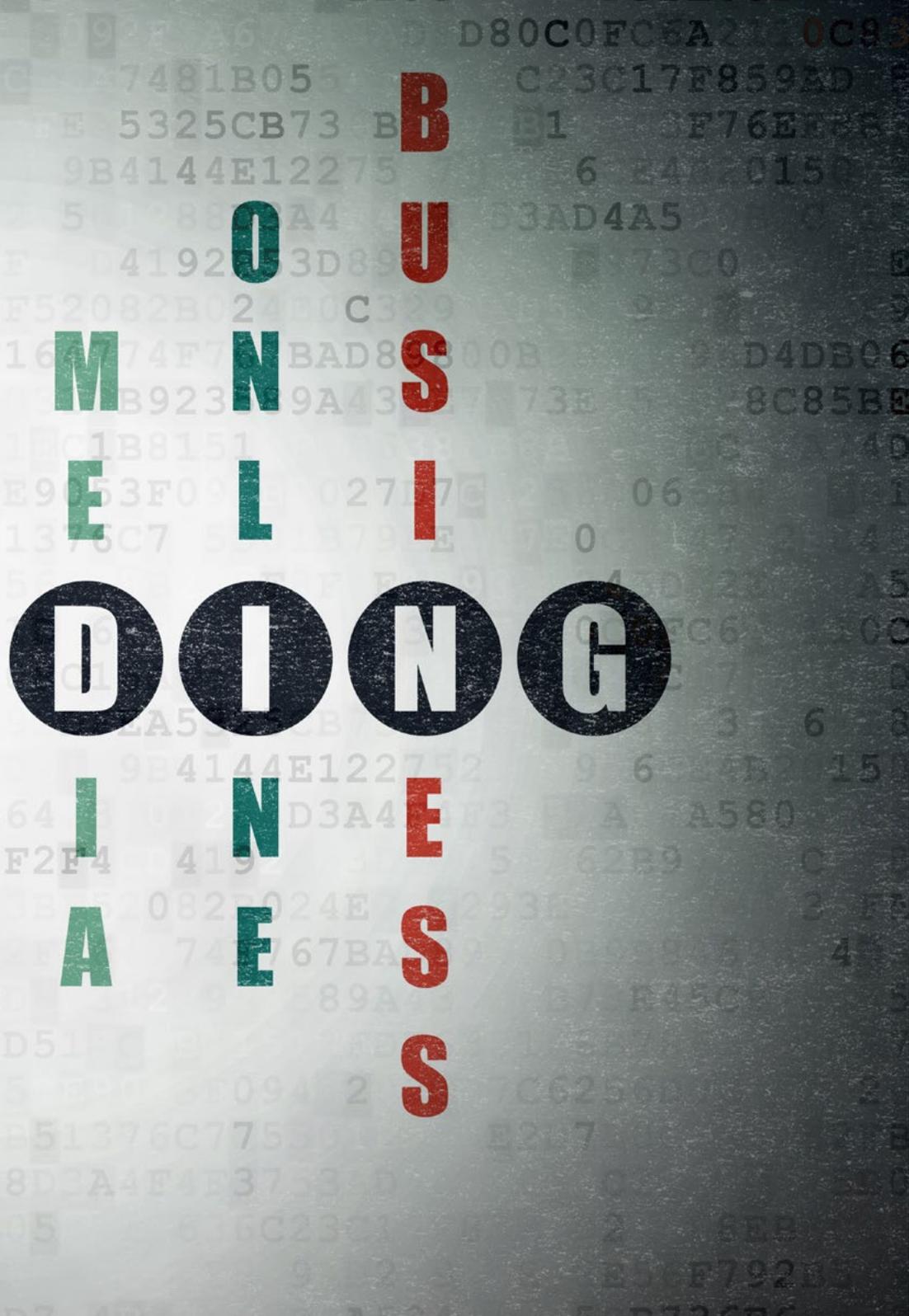
- 3.6. Il nuovo consumatore
  - 3.6.1. La percezione del valore
  - 3.6.2. Definizione di un pubblico target
  - 3.6.3. Mappa dell'empatia
  - 3.6.4. Le relazioni personali
- 3.7. Il mio brand personale
  - 3.7.1. Attività imprenditoriale: La ricerca di significato
  - 3.7.2. Trasforma la tua passione in un lavoro
  - 3.7.3. L'ecosistema intorno alla tua attività
  - 3.7.4. Modello *Canvas*
- 3.8. Identità visiva
  - 3.8.1. Il *Naming*
  - 3.8.2. I valori di un brand
  - 3.8.3. I grandi temi
  - 3.8.4. *Moodboard*. L'uso di *Pinterest*
  - 3.8.5. Analisi dei fattori visivi
  - 3.8.6. Analisi dei fattori temporali
- 3.9. L'etica e la responsabilità
  - 3.9.1. Decalogo etico per la pratica del design
  - 3.9.2. Diritti d'autore
  - 3.9.3. Design e obiezione di coscienza
  - 3.9.4. Il "buon" design
- 3.10. Il prezzo del mio lavoro
  - 3.10.1. Hai bisogno di soldi per vivere?
  - 3.10.2. Contabilità di base per gli imprenditori
  - 3.10.3. Tipologie di spese
  - 3.10.4. Il tuo prezzo per ora. Prezzo di vendita al pubblico

## Modulo 4. Tipografia

- 4.1. Introduzione alla tipografia
  - 4.1.1. Che cos'è la tipografia?
  - 4.1.2. Il ruolo della tipografia nel graphic design
  - 4.1.3. Sequenza, contrasto, forma e controforma
  - 4.1.4. Relazione e differenze tra tipografia, calligrafia e *lettering*
- 4.2. Le molteplici origini della scrittura
  - 4.2.1. Scrittura ideografica
  - 4.2.2. L'alfabeto fenicio
  - 4.2.3. L'alfabeto romano
  - 4.2.4. La riforma carolingia
  - 4.2.5. L'alfabeto latino moderno
- 4.3. Gli inizi della tipografia
  - 4.3.1. La stampa, una nuova era. I primi tipografi
  - 4.3.2. La rivoluzione industriale: la litografia
  - 4.3.3. Modernismo: gli inizi della tipografia commerciale
  - 4.3.4. Le avanguardie
  - 4.3.5. Periodo interbellico
- 4.4. Il ruolo delle scuole di design nella tipografia
  - 4.4.1. La Bauhaus
  - 4.4.2. Herbert Bayer
  - 4.4.3. Psicologia della Gestalt
  - 4.4.4. La Scuola Svizzera
- 4.5. Tipografia attuale
  - 4.5.1. 1960-1970, precursori della rivolta
  - 4.5.2. Postmodernismo, decostruttivismo e tecnologia
  - 4.5.3. Dove si dirige la tipografia?
  - 4.5.4. I caratteri tipografici di tendenza

- 4.6. Forma tipografica I
  - 4.6.1. Anatomia della lettera
  - 4.6.2. Misure e attributi del tipo
  - 4.6.3. Le famiglie di caratteri tipografici
  - 4.6.4. Maiuscole, minuscole e maiuscolette
  - 4.6.5. Differenza tra tipografia, font e famiglia di caratteri
  - 4.6.6. Profili, linee ed elementi geometrici
- 4.7. Forma tipografica II
  - 4.7.1. La combinazione tipografica
  - 4.7.2. Formati dei caratteri (PostScript-TrueType-OpenType)
  - 4.7.3. Licenze tipografiche
  - 4.7.4. Chi dovrebbe acquistare la licenza, il cliente o il progettista?
- 4.8. Correzione tipografica. Composizione dei testi
  - 4.8.1. Lo spazio tra le lettere. *Tracking e kerning*
  - 4.8.2. Lo spazio tra le parole. Il tracking
  - 4.8.3. Interlinea
  - 4.8.4. Il corpo della lettera
  - 4.8.5. Attributi del testo
- 4.9. Il disegno delle lettere
  - 4.9.1. Processo creativo
  - 4.9.2. Materiali tradizionali e digitali
  - 4.9.3. L'uso della tavoletta grafica e dell'ipad
  - 4.9.4. Tipografia digitale: contorni e bitmap
- 4.10. Manifesti tipografici
  - 4.10.1. La calligrafia come base per il disegno delle lettere
  - 4.10.2. Come realizzare una composizione tipografica d'impatto?
  - 4.10.3. Riferimenti visivi
  - 4.10.4. La fase di schizzo
  - 4.10.5. Progetto





*Un'esperienza di specializzazione  
unica e decisiva per crescere a  
livello professionale"*

# 04

# Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

*Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”*

## Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”*



*Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.*



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

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“

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

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

## Metodologia Relearning

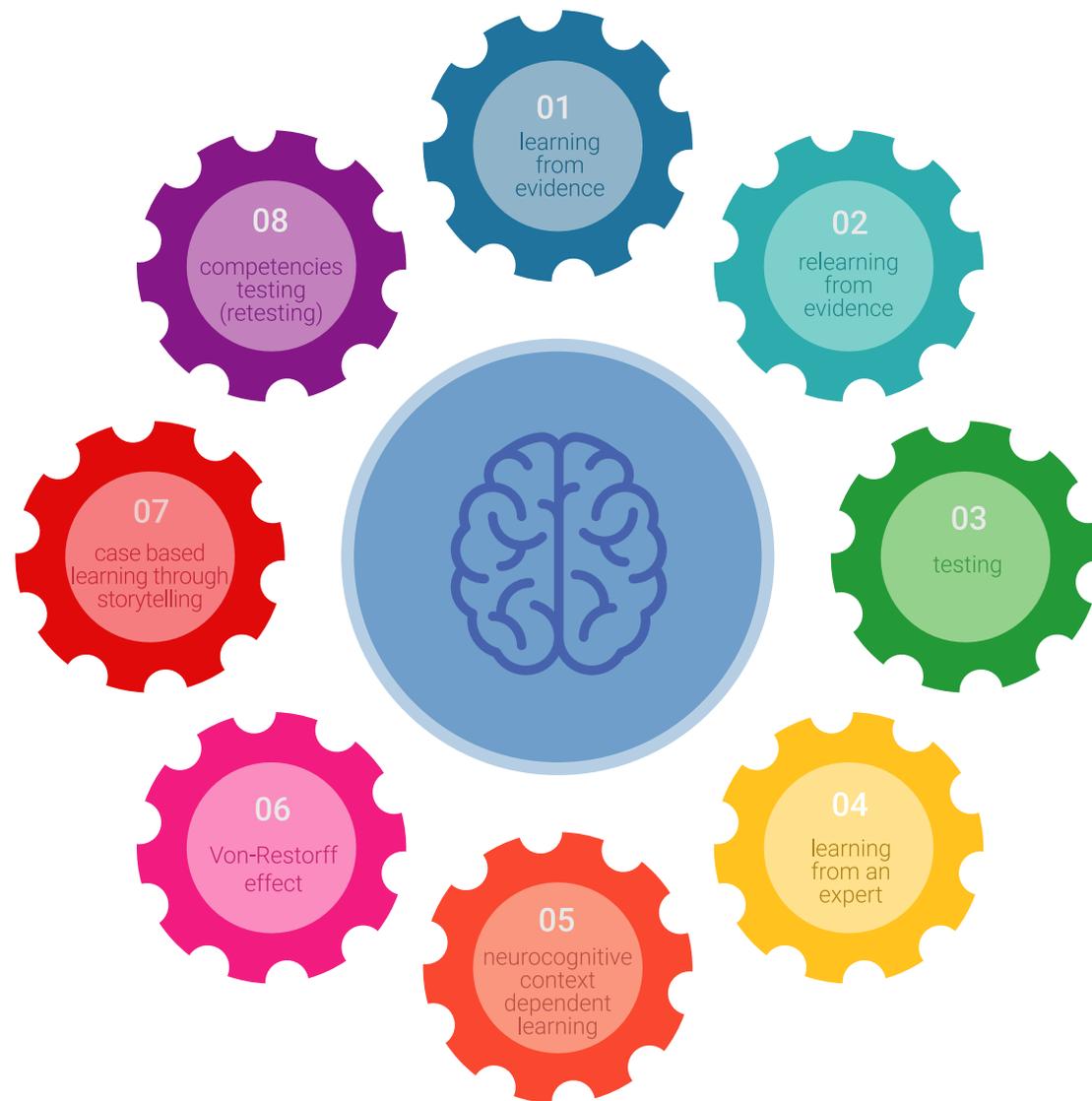
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

*Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.*

In TECH 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 università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, 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.

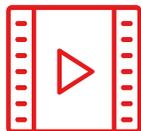
*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.*

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



#### Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



#### Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



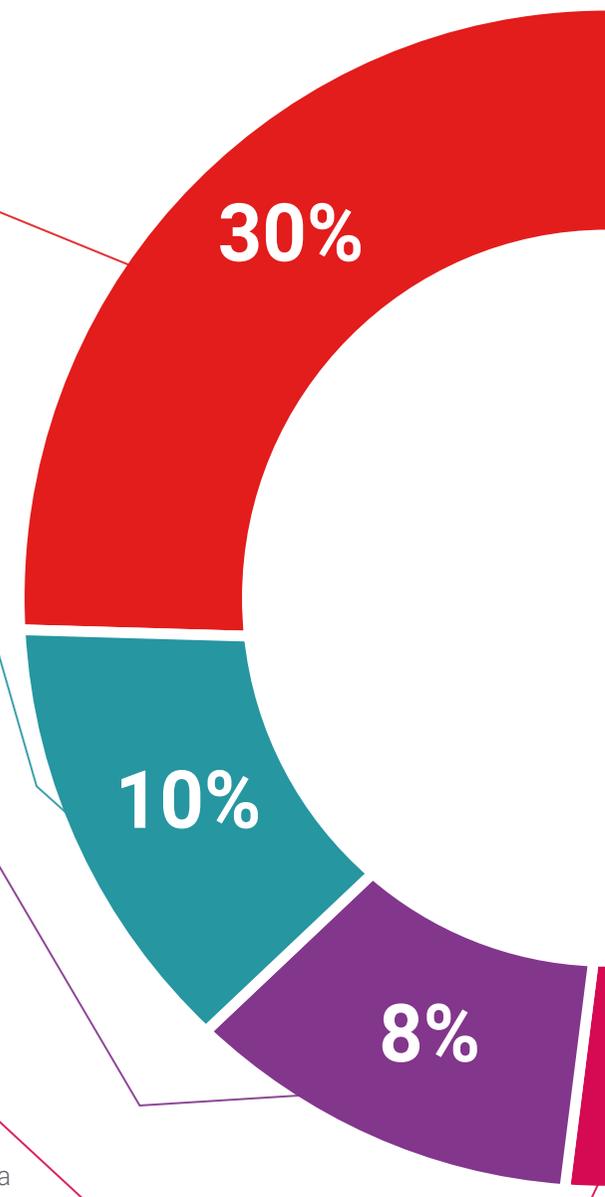
#### Pratiche di competenze e competenze

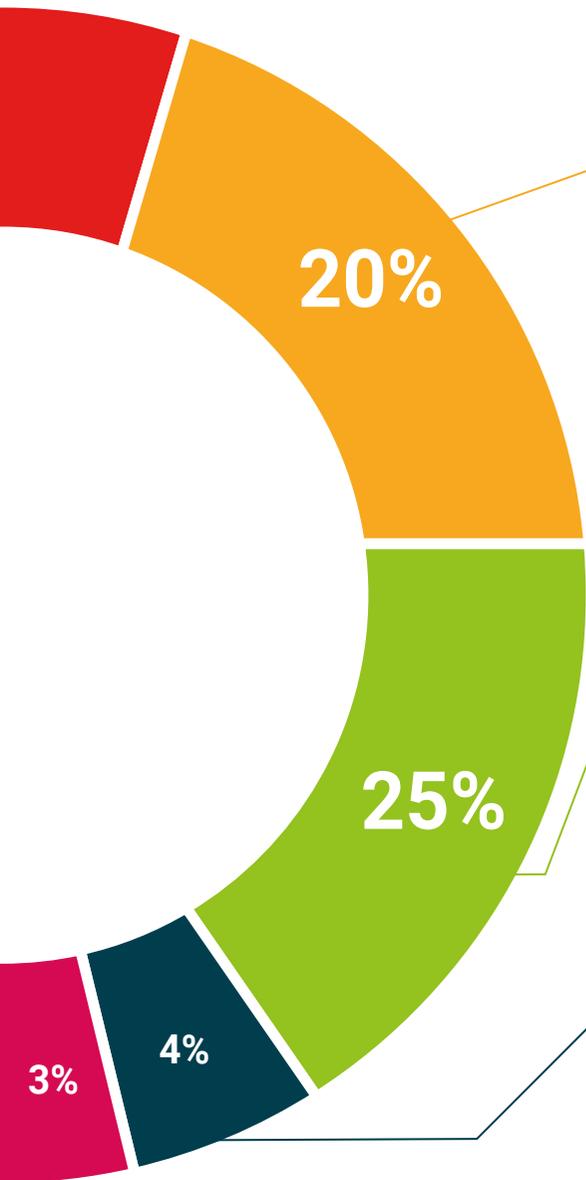
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





#### Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



#### Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



#### Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



# 05 Titolo

L'Esperto Universitario in Branding garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **Esperto Universitario in Branding** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

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

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

Titolo: **Esperto Universitario in Branding**

N. di Ore Ufficiali: **600 O.**



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

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



## Esperto Universitario Branding

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

# Esperto Universitario Branding

# Brand

