

Corso Universitario

Branding





tech università
tecnologica

Corso Universitario Branding

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

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/corso-universitario/branding

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 16

05

Metodologia

pag. 20

06

Titolo

pag. 28

01

Presentazione

In un'epoca caratterizzata dalla globalizzazione e dalla digitalizzazione, il branding è diventato un aspetto fondamentale del successo in tutti i settori della vita. Mentre le organizzazioni cercano di creare un'identità unica per distinguersi sul mercato, anche gli individui hanno l'opportunità di emergere all'interno di una società altamente competitiva. A tal fine, sono necessari strumenti ottimali per raggiungere gli obiettivi proposti. In questo contesto, TECH ha implementato un programma innovativo che copre in modo completo il processo di branding. Inoltre, le sue risorse didattiche, che sono al 100% online, permettono agli studenti di completare i loro studi con facilità, richiedendo solo un dispositivo con accesso a Internet.



“

Grazie a questo Corso Universitario potrai potenziare lo sviluppo di un marchio con i più moderni strumenti digitali"

Oggi viviamo in una società interconnessa in cui la maggior parte della popolazione è presente sia su Internet che sui social network. Di conseguenza, il personal branding è diventato un elemento chiave per distinguersi dalla massa e dimostrare la propria competenza nelle aree di specializzazione. Per farlo con successo, è necessario disporre di strumenti efficaci per gestire e valorizzare il marchio.

Per questo motivo, TECH ha elaborato un programma innovativo per guidare gli studenti nel processo di branding. A tal fine, l'itinerario accademico tratta una serie di strategie creative per progettare efficacemente i contenuti pubblicitari. Nel programma viene anche descritta la tecnica del Brand Wheel per riassumere graficamente l'essenza del marchio e per posizionarsi adeguatamente sul mercato.

Inoltre, il programma illustra fattori come il claim e lo slogan per rafforzare i messaggi e renderli più comprensibili. Offre inoltre una serie di strategie creative utilizzate nella pubblicità e nel marketing per catturare l'interesse del pubblico. In linea con ciò, l'intero percorso accademico prevede diversi modelli psicologici di pubblicità per esplorare le correnti creative del messaggio commerciale.

Peraltro, la qualifica universitaria prevede una metodologia 100% online, in modo che lo studente possa completare il programma con facilità. Basta un dispositivo con accesso a Internet per approfondire le proprie conoscenze in un settore che offre molte opportunità di lavoro. Il programma si basa inoltre sull'innovativo metodo *Relearning*: un sistema di insegnamento basato sulla reiterazione, che garantisce l'acquisizione delle conoscenze in modo naturale e progressivo, senza alcuno sforzo di memorizzazione.

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

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Branding
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni aggiornate e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e lavori di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet



Padroneggerai in modo eccellente le implicazioni del claim e dello slogan come argomento di vendita per qualsiasi marchio"

“

Grazie a TECH, potrai implementare strategie efficaci per differenziare i tuoi marchi”

Il personale docente del programma comprende prestigiosi professionisti del settore che apportano la propria esperienza di lavoro, così come specialisti riconosciuti e appartenenti a società scientifiche di riferimento e a università di prestigio.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto simulato nel quale svolgere un tirocinio immersivo, concepito per l'esercitazione in situazioni reali.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Sarai supportato da un personale docente composto da illustri professionisti del settore pubblicitario.

Potrai raggiungere i tuoi obiettivi grazie agli strumenti didattici di TECH, tra cui video esplicativi e riassunti interattivi.



02

Obiettivi

L'obiettivo di questo Corso Universitario è fare in modo che gli studenti promuovano il branding utilizzando le strategie creative più efficaci del campo del marketing e della pubblicità. In questo senso, i materiali didattici sono stati creati da un personale docente con una vasta esperienza professionale nel settore del Branding. Attraverso contenuti teorici e pratici, gli studenti saranno in grado di attuare strategie pubblicitarie con un approccio creativo per distinguersi in un settore in crescita.





“

*Formati sulle strategie più avanzate
utilizzate nel campo della pubblicità e
del marketing in 6 settimane”*



Obiettivi generali

- ♦ Migliorare le conoscenze e le competenze professionali per poter procedere all'integrazione e all'esecuzione del lavoro all'interno di un reparto creativo di qualsiasi tipo di agenzia o dipartimento di marketing
- ♦ Assimilare le conoscenze teoriche/pratiche che consentono di svolgere le funzioni di creativo da qualsiasi prospettiva
- ♦ Acquisire una conoscenza approfondita del rapporto tra il creativo e gli altri agenti coinvolti nella gestazione della comunicazione commerciale
- ♦ Mostrare e valutare le nuove tendenze che i professionisti del settore incontreranno ora e in futuro
- ♦ Conoscere a fondo i nuovi progetti di valore per la comunicazione commerciale
- ♦ Sviluppare capacità di comunicazione creativa per migliorare il rapporto tra il marchio e il consumatore





Obiettivi specifici

- ♦ Analizzare i modelli psicologici di pubblicità
- ♦ Esplorare le correnti creative della pubblicità
- ♦ Spiegare l'importanza e il valore di un marchio
- ♦ Affrontare i concetti chiave della creazione di un marchio
- ♦ Presentare le fasi logiche della costruzione di un marchio
- ♦ Mostrare le differenze tra *claim* e slogan
- ♦ Analizzare la creatività nella pianificazione dei media
- ♦ Scoprire il contesto attuale di un marchio

“

Non perdere questa dirompente opportunità accademica in cui avrai a portata di mano un excursus esaustivo delle più innovative tipologie di contenuti pubblicitari”

03

Direzione del corso

Con l'obiettivo di offrire un'istruzione d'élite per tutti, TECH è composta da un personale docente altamente qualificato. Il personale docente ha un ampio background professionale, che lo ha portato a costruire solidi marchi in prestigiose istituzioni del settore pubblicitario. Di conseguenza, questo Corso Universitario offre le risorse più aggiornate e complete del mercato accademico. In questo modo, gli studenti ampliaranno sia le loro conoscenze che le competenze, proprio grazie a un personale docente esperto.



“

TECH ti offre una docenza all'avanguardia, composta dai migliori esperti di comunicazione pubblicitaria"

Direzione



Dott. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Direttore Creativo presso El Factor H
- ♦ Direttore Marketing presso La Ibense
- ♦ Direttore Creativo di Eventi presso Beon Worldwide
- ♦ Direttore di *Branded Content* presso Atrium Digital e Mettre Direttore Creativo del Gruppo di Comunicazione di Sur, BSB e FCA BMZ Cid
- ♦ Relatore del Master in Gestione della Comunicazione d'Impresa e Istituzionale dell'Università di Siviglia
- ♦ Coautore del libro *Cómo crear una marca. Manual de uso y gestión*



04

Struttura e contenuti

Questo percorso accademico è supportato da un personale docente di prestigio internazionale. A questo proposito, gli esperti si distinguono per la loro vasta esperienza professionale nel settore pubblicitario e per aver contribuito alla creazione di identità all'avanguardia. Nel corso della formazione, gli studenti daranno sfogo alla loro creatività per costruire marchi basati su strategie di marketing di successo. Saranno quindi pronti a cogliere nuove opportunità nel settore pubblicitario.



“

Accedi ai contenuti all'avanguardia di questo programma attraverso risorse multimediali come video esplicativi e riassunti interattivi"

Modulo 1. Come creare un marchio

- 1.1. Modelli pubblicitari psicologici
 - 1.1.1. Modello di Henry Joanis
 - 1.1.2. Modello Fishbein
 - 1.1.3. Modello di Rosser Reeves
 - 1.1.4. Modello David Ogilvy
- 1.2. Correnti creative nella pubblicità
 - 1.2.1. USP
 - 1.2.2. L'immagine dei marchi
 - 1.2.3. I valori permanenti
 - 1.2.4. La pubblicità dello spettacolo
 - 1.2.5. La trasgressione dei codici
 - 1.2.6. L'attrattiva del contenuto
- 1.3. A cosa serve un marchio
 - 1.3.1. Utilità
 - 1.3.2. Come si crea una necessità
 - 1.3.3. Differenze tra logo e marchio
 - 1.3.4. L'origine dei marchi
 - 1.3.5. Brand Wheel
 - 1.3.6. Posizionamento del marchio
 - 1.3.7. Quando nasce un marchio
 - 1.3.8. Marchi, la differenza
 - 1.3.9. La creatività è un lusso
- 1.4. La scala logica nella costruzione di un marchio
 - 1.4.1. Il nome
 - 1.4.2. Attributi
 - 1.4.3. Benefici
 - 1.4.4. Gruppo
 - 1.4.5. Portavoce
 - 1.4.6. Ruolo



- 1.5. Il claim e lo slogan
 - 1.5.1. Differenze tra claim e slogan
 - 1.5.2. Il claim e gli slogan come mezzo di vendita
 - 1.5.3. Claim o slogan per creare contenuti
- 1.6. La strategia creativa
 - 1.6.1. La strategia pubblicitaria con un approccio creativo
 - 1.6.2. Come essere creativi nella strategia
 - 1.6.3. Strategie creative utilizzate nel campo della pubblicità e del marketing
 - 1.6.4. Differenze tra strategia di marketing e strategia pubblicitaria
- 1.7. Strategie di contenuto creativo
 - 1.7.1. Contenuti generati dagli utenti
 - 1.7.2. Influencer marketing
 - 1.7.3. Esperienze interattive
 - 1.7.4. Contenuto visivo d'impatto
 - 1.7.5. Narrazione emotiva
 - 1.7.6. Uso di nuove piattaforme e formati
- 1.8. Creatività nella pianificazione dei media
 - 1.8.1. Pianificazione dei media
 - 1.8.2. Pianificazione creativa dei media
 - 1.8.3. Esempi sorprendenti di pianificazione dei media
- 1.9. Tipi di contenuti pubblicitari
 - 1.9.1. Contenuti patrocinati
 - 1.9.2. Collegamento dei marchi ai macro contenuti
 - 1.9.3. Creazione di *siti web* basati su contenuti audiovisivi
 - 1.9.4. Creare per i social network
 - 1.9.5. Creare per i cellulari
 - 1.9.6. Creare per i videogiochi
 - 1.9.7. Creare contenuti interattivi
 - 1.9.8. Creare contenuti direttamente per i marchi
- 1.10. Contesto attuale dei marchi
 - 1.10.1. Pubblicità nell'ambiente digitale
 - 1.10.2. Esperienza del cliente
 - 1.10.3. Conclusioni

05

Metodologia

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

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



“

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

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

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

“

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



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



Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

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

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

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

Metodologia Relearning

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

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

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

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

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





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

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

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

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

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



Materiali di studio

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

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



Master class

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

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



Pratiche di competenze e competenze

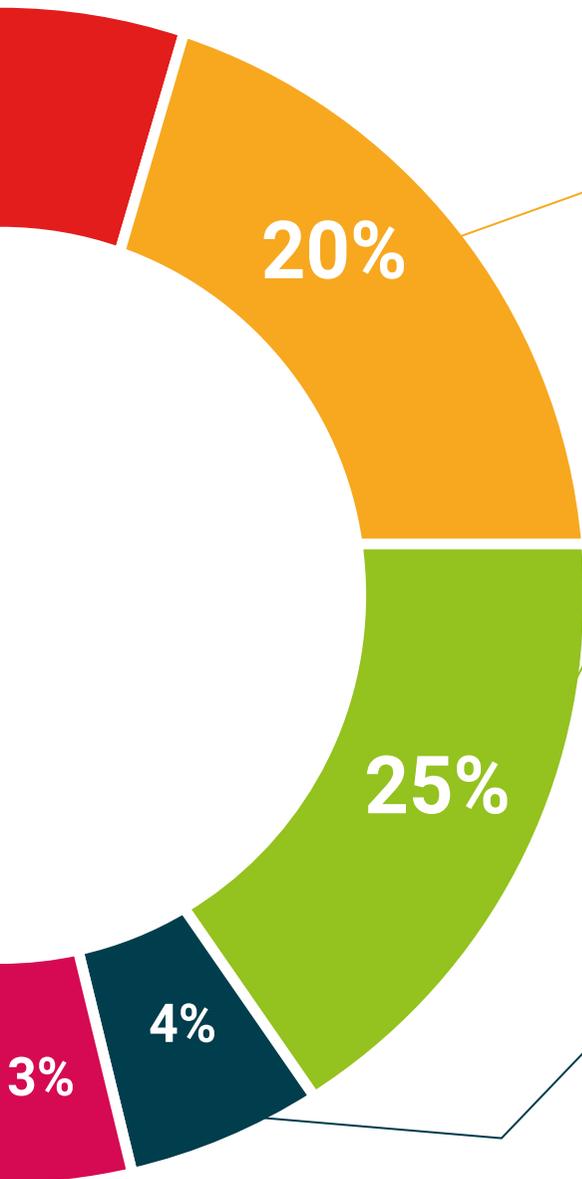
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepilghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



06

Titolo

Il Corso Universitario in Branding garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Corso Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **Corso 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 **Corso Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Corso Universitario in Branding**

Modalità: **online**

Durata: **6 settimane**



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

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

tech università
tecnologica

Corso Universitario Branding

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

Corso Universitario

Branding

