

Corso Universitario

Creatività Pubblicitaria





tech università
tecnologica

Corso Universitario Creatività Pubblicitaria

Modalità: Online

Durata: 2 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 300 o.

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

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Metodologia

pag. 18

05

Titolo

pag. 26

01

Presentazione

Le migliori campagne pubblicitarie si basano su innovazione e creatività. Scommettere su qualcosa di mai visto prima è essenziale per attirare il pubblico. Questo programma intensivo darà allo studente un'ampia prospettiva sul copywriting e la possibilità di comprendere lo scopo di una pubblicità. A tal fine, verranno presentate alcune regole e avvertenze per rendere la stesura di testi efficace e professionale. Indubbiamente, un programma unico che aprirà la strada al suo sviluppo professionale.





“

Specializzati in scrittura, creatività e direzione artistica nella pubblicità e acquisisci le competenze necessarie per avere successo in questo campo”

TECH fornisce ai suoi studenti, con questo Corso Universitario, un compendio di conoscenze relative alla stesura di testi pubblicitari, attraverso il quale impareranno ad applicare e analizzare le peculiarità di scrittura di ognuno dei diversi messaggi: lettere, brochure, annunci stampa, affissioni, spot, ecc. sia negli aspetti teorici che nei casi pratici. Su questa base, lo studente sarà in grado di incorporare le linee guida, gli aspetti chiave e i modelli di riferimento appresi al copywriting sui media e sulle piattaforme più attuali, su Internet e sui social network. L'obiettivo è di fargli acquisire capacità di scrittura e sviluppare l'immaginazione per generare idee originali in qualsiasi formato pubblicitario.

Il programma riguarda anche il lato più artistico della pubblicità. Una delle caratteristiche principali dell'art director è l'ambizione di migliorare costantemente applicando gli strumenti più recenti del settore, impegnandosi nell'innovazione ed esplorando i limiti della comunicazione per sorprendere e attrarre il destinatario del messaggio. L'obiettivo di questo programma è quindi quello di suscitare da parte dello studente l'interesse per il campo della grafica pubblicitaria e dell'art direction, affinché non smetta mai di perfezionare le proprie capacità di comunicatore grafico.

Questo Corso Universitario diventerà pertanto uno strumento essenziale per i professionisti del settore che desiderino specializzarsi nella creatività pubblicitaria, poiché include, in un unico programma, gli aspetti più rilevanti del copywriting e dell'arte pubblicitaria. Senza dubbio, un programma di prim'ordine per i professionisti del giornalismo e della comunicazione.

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

- ♦ Uso delle più recenti tecnologie nei software di e-learning
- ♦ Sistema di insegnamento intensamente visivo, supportato da contenuti grafici e schematici di facile assimilazione e comprensione
- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in attività
- ♦ Sistemi di video interattivi di ultima generazione
- ♦ Insegnamento supportato dalla pratica online
- ♦ Sistemi di aggiornamento e riqualificazione permanente
- ♦ Apprendimento autoregolato pienamente compatibile con altri impegni
- ♦ Esercizi pratici per l'autovalutazione e la verifica dell'apprendimento
- ♦ Gruppi di sostegno e sinergie educative: domande all'esperto, forum di discussione e conoscenza
- ♦ Comunicazione con il personale docente e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile con una connessione internet
- ♦ Banche dati di supporto disponibili in modo permanente



*Un programma di prim'ordine
per i professionisti che
puntano all'eccellenza”*

“

Un Corso Universitario che ti permetterà di lavorare in tutti i settori della creazione pubblicitaria operando come un professionista di alto livello"

Il personale docente di questo programma è composto da professionisti provenienti da diversi ambiti legati alla disciplina. Ciò consente a TECH di raggiungere l'obiettivo di aggiornamento accademico stabilito. Un personale docente multidisciplinare composto da professionisti qualificati ed esperti in diversi settori, in grado di trasmettere efficacemente le conoscenze teoriche, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

La conoscenza approfondita della disciplina è rafforzata dall'efficacia dell'impostazione metodologica. Elaborato da una squadra multidisciplinare di esperti di e-learning, il programma comprende gli ultimi progressi della tecnologia educativa. Lo studente potrà studiare avvalendosi di una serie di strumenti multimediali comodi e versatili, che gli daranno l'operatività di cui ha bisogno il suo processo di studio.

Il progetto di questo programma è incentrato sull'Apprendimento Basato sui Problemi. Un approccio che concepisce l'apprendimento come un processo eminentemente pratico. Al fine di raggiungere questo obiettivo in modalità remota, useremo la pratica online. Grazie all'aiuto di un innovativo sistema di video interattivo e del *Learning From an Expert*, lo studente potrà acquisire le conoscenze come se si stessero affrontando in un contesto reale. Un concetto che gli permetterà di integrare e assimilare l'apprendimento in modo più realistico e permanente.

Questo programma comprende una gran varietà di risorse didattiche che contribuiranno a consolidare le conoscenze teoriche.

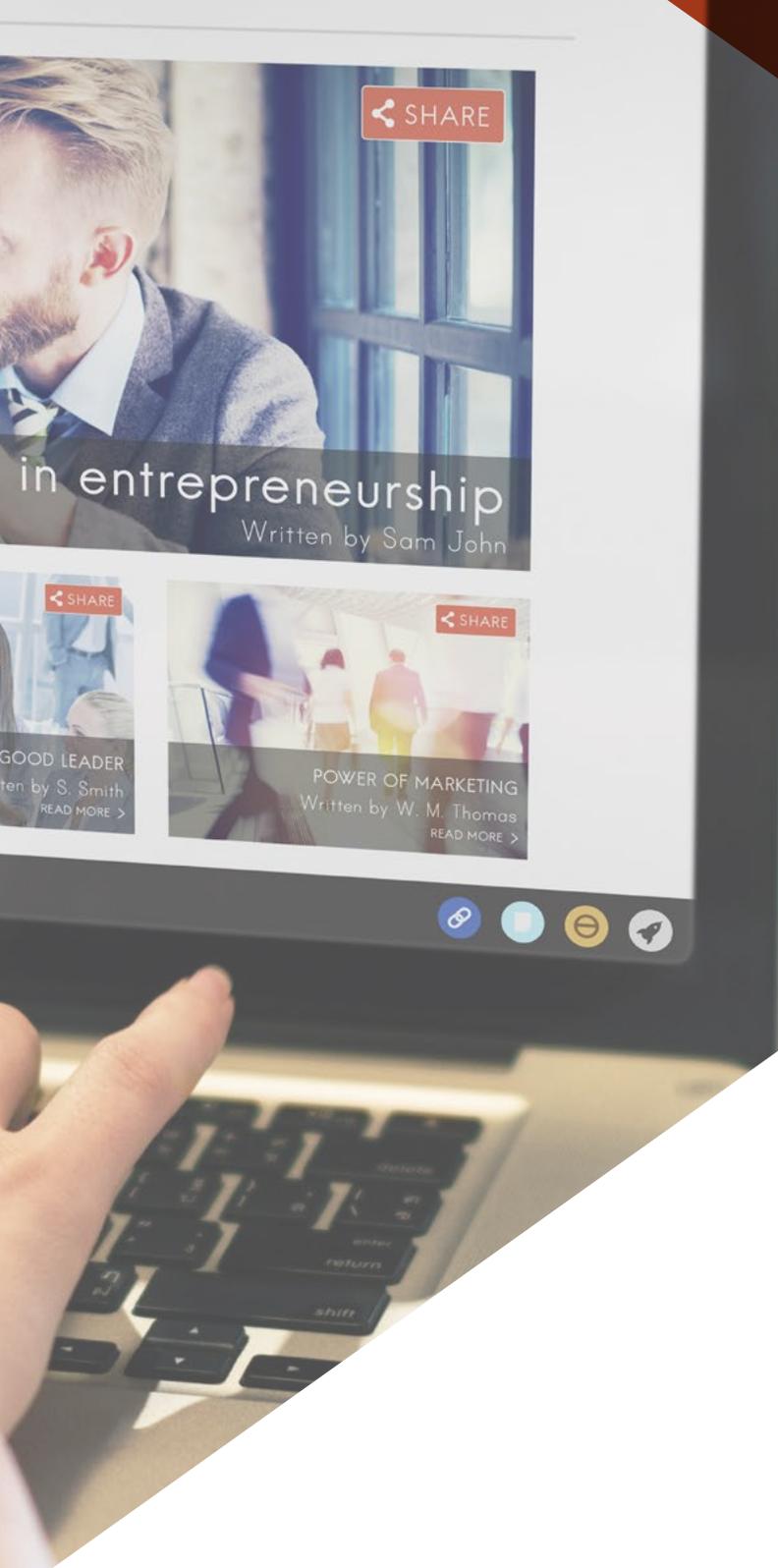
La metodologia didattica di questo Corso Universitario è la più recente del panorama accademico attuale.



02 Obiettivi

Gli studenti che portino a termine questo Corso Universitario in Creatività Pubblicitaria di TECH troveranno le informazioni più complete sul mercato in questo settore, che consentiranno loro di acquisire la preparazione necessaria per sviluppare il loro lato creativo, progettando campagne pubblicitarie interessanti e innovative. Al termine del programma, il professionista sarà così più qualificato per rivestire posizioni di rilievo in cui potrà diventare uno specialista di riferimento.





“

*Sviluppa il tuo lato creativo e
impara a progettare campagne
pubblicitarie di successo”*



Obiettivo generale

- ♦ Acquisire le conoscenze necessarie a realizzare un'adeguata comunicazione pubblicitaria utilizzando gli strumenti digitali più avanzati

“

Questo programma ti consentirà di ottenere un maggiore livello di competitività all'interno del mercato del lavoro”





Obiettivi specifici

- ◆ Saper utilizzare le tecnologie e le tecniche dell'informazione e della comunicazione nei diversi media o sistemi mediatici combinati e interattivi
- ◆ Riconoscere gli elementi, le forme e i processi del linguaggio pubblicitario e di altre forme di comunicazione persuasiva
- ◆ Riconoscere gli strumenti significativi e appropriati per lo studio della pubblicità e delle relazioni pubbliche
- ◆ Saper analizzare gli elementi che compongono il messaggio pubblicitario: elementi grafici, audiovisivi, musicali e sonori
- ◆ Rivestire il ruolo creativo di copywriter all'interno di un'agenzia pubblicitaria o di un dipartimento pubblicitario di un'azienda o di un'istituzione
- ◆ Essere in grado di svolgere il ruolo professionale di copywriter all'interno di un'agenzia pubblicitaria o di un dipartimento pubblicitario di un'azienda o di un'istituzione
- ◆ Comprendere la natura e il potenziale comunicativo delle immagini e del design grafico
- ◆ Conoscere il processo creativo pubblicitario
- ◆ Produrre in maniera puntuale i contenuti pubblicitari secondo le specifiche dei diversi generi di pubblicità e relazioni pubbliche
- ◆ Essere in grado di svolgere il ruolo professionale di art director all'interno di un'agenzia pubblicitaria o di un dipartimento pubblicitario di un'azienda o di un'istituzione
- ◆ Partecipare alla produzione di pubblicità audiovisiva
- ◆ Incoraggiare la creatività e la persuasione attraverso i diversi media e i diversi mezzi di comunicazione

03

Struttura e contenuti

I contenuti di questo Corso Universitario in Creatività Pubblicitaria sono stati strutturati per facilitare l'apprendimento dei giornalisti in ambito pubblicitario, in modo che possano acquisire gli strumenti necessari a sviluppare la loro creatività. Un programma diviso in due moduli che copre gli aspetti fondamentali della creatività pubblicitaria, sia a livello di scrittura che artistico. Un programma progettato affinché lo studente possa gestire comodamente il proprio studio.



“

Un programma didattico esaustivo, strutturato in unità ben organizzate e orientate a un apprendimento che potrai conciliare con la tua vita privata e professionale"

Modulo 1. Creatività pubblicitaria I: copywriting

- 1.1. Concetto di copywriting
 - 1.1.1. Redazione e scrittura
 - 1.1.2. Redazione e pensiero
 - 1.1.3. Redazione e ordine
- 1.2. I fondamenti del copywriting
 - 1.2.1. La correzione
 - 1.2.2. L'adattamento
 - 1.2.3. L'efficacia
- 1.3. Le caratteristiche del copywriting
 - 1.3.1. Nominalizzazione
 - 1.3.2. Destutturazione
 - 1.3.3. Concentrazione espressiva
- 1.4. Testo e immagine
 - 1.4.1. Dal testo all'immagine
 - 1.4.2. Funzioni del testo
 - 1.4.3. Funzioni dell'immagine
 - 1.4.4. Relazioni tra testo e immagine
- 1.5. Il marchio e lo slogan
 - 1.5.1. Il marchio
 - 1.5.2. Caratteristiche del marchio
 - 1.5.3. Lo slogan
- 1.6. Pubblicità diretta
 - 1.6.1. L'opuscolo
 - 1.6.2. Il catalogo
 - 1.6.3. Altri allegati





- 1.7. Pubblicità sulla stampa: la pubblicità di grande formato
 - 1.7.1. Giornali e riviste
 - 1.7.2. Sovrastruttura
 - 1.7.3. Caratteristiche formali
 - 1.7.4. Caratteristiche editoriali
- 1.8. Pubblicità sulla stampa: altri formati
 - 1.8.1. Annunci di parole
 - 1.8.2. Sovrastruttura
 - 1.8.3. Il reclamo
 - 1.8.4. Sovrastruttura
- 1.9. Pubblicità esterna
 - 1.9.1. Formati
 - 1.9.2. Caratteristiche formali
 - 1.9.3. Caratteristiche editoriali
- 1.10. Pubblicità radiofonica
 - 1.10.1. Il linguaggio della radio
 - 1.10.2. Lo spot radiofonico
 - 1.10.3. Sovrastruttura
 - 1.10.4. Tipi di spot
 - 1.10.5. Caratteristiche formali
- 1.11. Pubblicità audiovisiva
 - 1.11.1. L'immagine
 - 1.11.2. Il testo
 - 1.11.3. La musica e gli effetti sonori
 - 1.11.4. Formati pubblicitari
 - 1.11.5. La sceneggiatura
 - 1.11.6. Lo *Storyboard*

Modulo 2. Identità aziendale

- 2.1. L'importanza dell'immagine nelle aziende
 - 2.1.1. Cos'è l'immagine aziendale?
 - 2.1.2. Differenze tra identità aziendale e immagine aziendale
 - 2.1.3. Dove si può manifestare l'immagine aziendale?
 - 2.1.4. Situazioni di cambiamento dell'immagine aziendale
Perché ottenere una buona immagine aziendale?
- 2.2. Tecniche di ricerca in immagine aziendale
 - 2.2.1. Introduzione
 - 2.2.2. Lo studio dell'immagine aziendale
 - 2.2.3. Tecniche di ricerca dell'immagine aziendale
 - 2.2.4. Tecniche qualitative di studio delle immagini
 - 2.2.5. Tipi di tecniche quantitative
- 2.3. Revisione e strategia d'immagine
 - 2.3.1. Cos'è la revisione dell'immagine?
 - 2.3.2. Linee guida
 - 2.3.3. Metodologia di una revisione
 - 2.3.4. Pianificazione strategica
- 2.4. Cultura aziendale
 - 2.4.1. Cos'è la cultura aziendale?
 - 2.4.2. Fattori che intervengono nella cultura aziendale
 - 2.4.3. Funzioni della cultura aziendale
 - 2.4.4. Tipi di cultura aziendale
- 2.5. Responsabilità sociale d'impresa e reputazione aziendale
 - 2.5.1. RSI: concetto e applicazione dell'impresa
 - 2.5.2. Linee guida per l'integrazione della RSI nelle imprese
 - 2.5.3. La comunicazione della RSI
 - 2.5.4. Reputazione aziendale
- 2.6. Identità visiva aziendale e *Naming*
 - 2.6.1. Strategie di identità visiva aziendale
 - 2.6.2. Elementi di base
 - 2.6.3. Principi di base
 - 2.6.4. Elaborazione del manuale
 - 2.6.5. Il *Naming*





- 2.7. Immagine e posizionamento del marchio
 - 2.7.1. Le origini del marchio
 - 2.7.2. Cos'è un marchio?
 - 2.7.3. La necessità di costruire un marchio
 - 2.7.4. Immagine e posizionamento del marchio
 - 2.7.5. Il valore dei marchi
- 2.8. Gestione dell'immagine attraverso la comunicazione di crisi
 - 2.8.1. Piano strategico di comunicazione
 - 2.8.2. Quando tutto va male: la comunicazione di crisi
 - 2.8.3. Casi
- 2.9. L'influenza delle promozioni sull'Immagine Aziendale
 - 2.9.1. Il nuovo panorama dell'industria pubblicitaria
 - 2.9.2. Il Marketing promozionale
 - 2.9.3. Caratteristiche
 - 2.9.4. Rischi
 - 2.9.5. Tipi e tecniche promozionali
- 2.10. La distribuzione e l'immagine del punto vendita
 - 2.10.1. I principali attori della distribuzione commerciale
 - 2.10.2. L'immagine delle aziende della distribuzione al dettaglio attraverso il posizionamento
 - 2.10.3. Mediante il suo nome e il suo logo

“

*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.



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

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

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

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Materiali di studio

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

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



Master class

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

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



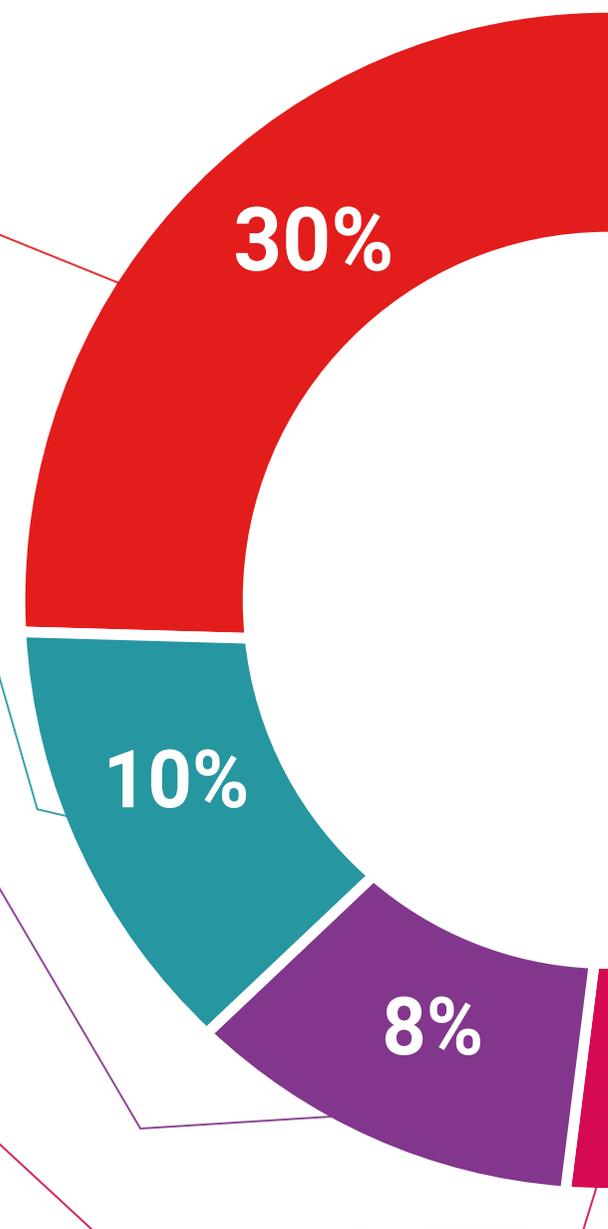
Pratiche di competenze e competenze

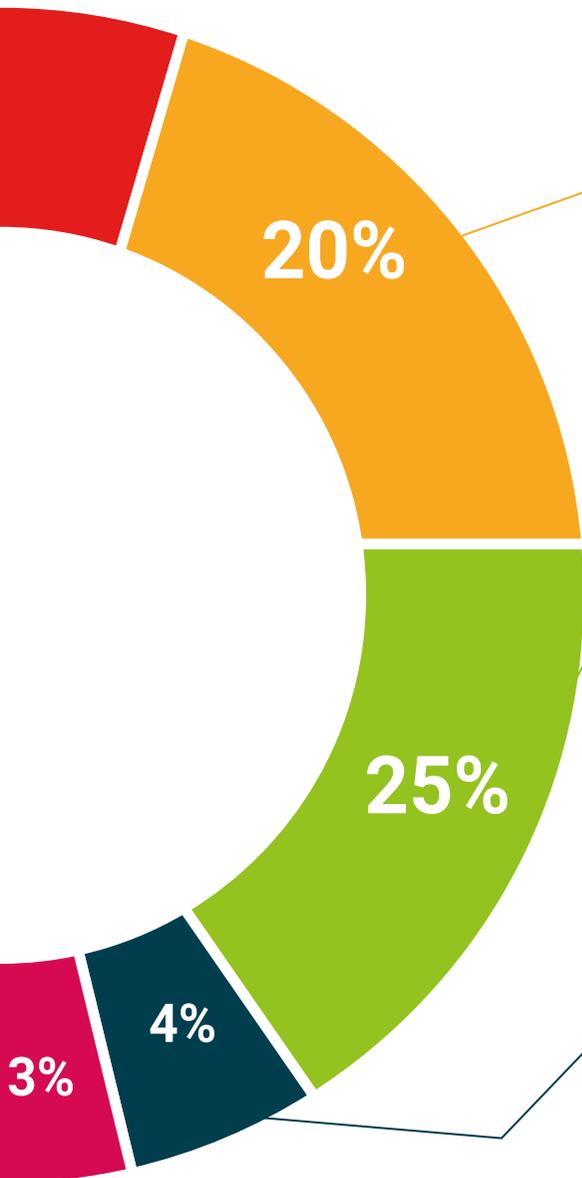
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



05

Titolo

Il Corso Universitario in Creatività Pubblicitaria garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Corso 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 Creatività Pubblicitaria** 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** indica 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 Creatività Pubblicitaria**

N° Ore Ufficiali: **300 o.**



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

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



Corso Universitario
Creatività Pubblicitaria

Modalità: Online
Durata: 2 mesi
Titolo: TECH Università Tecnologica
Ore teoriche: 300 o.

Corso Universitario

Creatività Pubblicitaria

