

Corso Universitario

Teoria della Pubblicità





Corso Universitario Teoria della Pubblicità

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

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/corso-universitario/teoria-pubblicita

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Metodologia

pag. 16

05

Titolo

pag. 24

01

Presentazione

Il programma Teoria della Pubblicità offre ai giornalisti una panoramica in merito al sistema pubblicitario: i suoi protagonisti, il processo creativo, la pianificazione e i potenziali effetti a livello sociale. Questa preparazione è orientata a specializzare i Giornalisti in questo campo e a promuovere la padronanza delle tecniche e delle tendenze più attuali.



Coca-Cola

COACH

“

Diventa un giornalista eccellente e impara a raccontare storie che avvicinano i consumatori ai tuoi prodotti o servizi”

Gli studi di Giornalismo sono tra i più richiesti in tutte le università, poiché questa professione esercita una grande influenza sulla popolazione e ha acquisito un grande rilievo fin dai suoi inizi. Il Giornalismo riguarda diversi settori: sociale, culturale, economico, sportivo, internazionale, eventi, conflitti, ecc. Ciò rende necessaria la specializzazione dei professionisti di questo settore per raccontare le storie nel modo più appropriato in ogni caso.

Inoltre, la trasmissione delle informazioni può avvenire attraverso diversi media. Nello specifico, questo programma si propone di preparare gli studenti in materia di Teoria della Pubblicità. Per raggiungere tale scopo, è necessario fornire una serie di competenze che permettano di mettere in pratica quanto appreso nello svolgimento della professione.

Il programma tratterà i fondamenti e la storia della Pubblicità, i relativi protagonisti (inserzionisti, agenzie e destinatari), il processo di creazione della pubblicità e i media attraverso i quali può essere realizzata. I contenuti verranno integrati da una serie di casi di studio di successo che ne faciliteranno la comprensione.

Questo programma è il più completo del mercato attuale e mira ad aiutare i professionisti del settore del Giornalismo e della Comunicazione a raggiungere un livello superiore di prestazioni, basandosi sui fondamenti e sulle ultime tendenze nella Pubblicità. Si tratta di un'opportunità da non lasciarsi sfuggire per aggiornarsi e diventare un professionista con basi solide grazie a questo programma accademico, e con l'aiuto della più recente tecnologia educativa in modalità 100% online.

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

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Teoria della Pubblicità
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie innovative in materia di insegnamento della Teoria della Pubblicità
- ♦ Sistema di apprendimento interattivo basato su algoritmi per prendere decisioni riguardanti le situazioni proposte
- ♦ 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 capacità e di diventare un giornalista di successo"

“

Questo Corso Universitario è perfetto per imparare a raccontare la storia che desideri raccontare e farlo in modo professionale”

Il personale docente del mondo del programma comprende rinomati specialisti dell'ambito Giornalistico, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama nell'ambito della Teoria della Pubblicità.

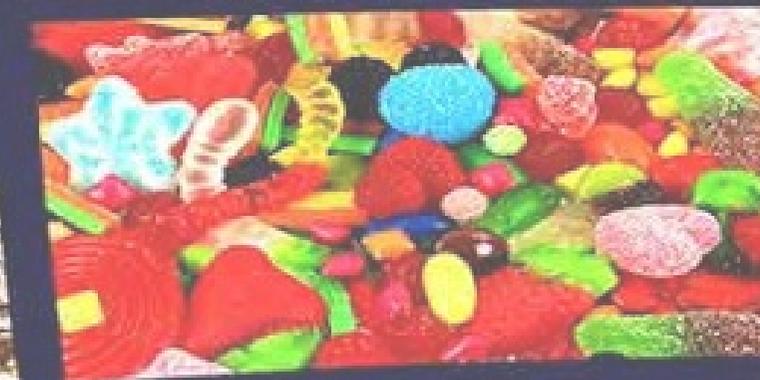
Non lasciarti sfuggire l'opportunità di potenziare le tue competenze nel campo della Teoria della Pubblicità.

Approfondisci le ultime tendenze in materia di Teoria della Pubblicità e diventa il migliore in questo settore.



02 Obiettivi

Questo Corso Universitario è rivolto ai Giornalisti che desiderano acquisire gli stimoli necessari per crescere in questo campo specifico, apprendendo le ultime novità e approfondendo i temi che costituiscono la punta di diamante di questo settore.





“

Questo Corso Universitario in Teoria della Pubblicità ti consentirà di specializzarti in questo settore così vasto della comunicazione”

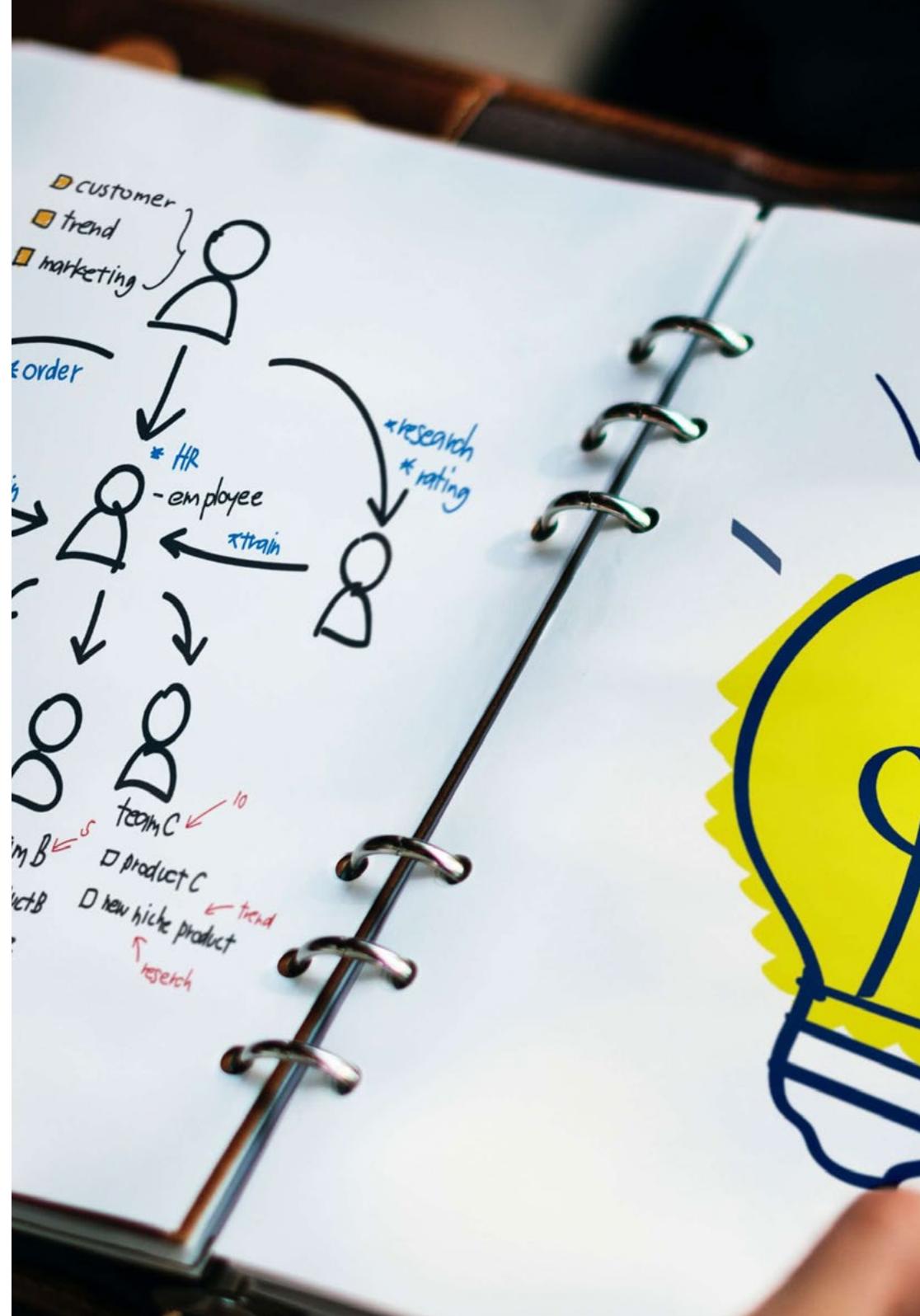


Obiettivo generale

- Comprendere le Teorie della Pubblicità, del Marketing, delle pubbliche relazioni e della comunicazione aziendale

“

*Iscriviti al miglior programma
in Teorie della Pubblicità del
panorama universitario”*





Obiettivi specifici

- ♦ Comprendere l'origine, l'evoluzione e l'impatto economico e sociale della Pubblicità
- ♦ Saper descrivere la struttura delle agenzie pubblicitarie
- ♦ Conoscere le basi della Pubblicità e del Marketing
- ♦ Delineare ciascuna delle funzioni per la gestione delle aziende d'Informazione, evidenziandone le principali applicazioni

03

Struttura e contenuti

La struttura dei contenuti è stata ideata da una squadra di professionisti in campo Giornalistico, consapevoli della rilevanza della preparazione attuale per approfondire la conoscenza del settore e realizzare lavori di alta qualità professionale mediante l'impiego dei nuovi strumenti disponibili.



“

*Questo Corso Universitario di Teoria della Pubblicità
possiede il programma di apprendimento più
completo e aggiornato del mercato”*

Modulo 1. Teoria della Pubblicità

- 1.1. Fondamenti della Pubblicità
 - 1.1.1. Introduzione
 - 1.1.2. Nozioni di base della Pubblicità e del Marketing
 - 1.1.2.1 Il Marketing
 - 1.1.2.2. La Pubblicità
 - 1.1.3. Pubblicità, relazioni pubbliche e propaganda
 - 1.1.4. Dimensioni e sfera sociale della Pubblicità Contemporanea
 - 1.1.5. Pubblicità di successo: KFC
- 1.2. Storia della Pubblicità
 - 1.2.1. Introduzione
 - 1.2.2. Origine
 - 1.2.3. La Rivoluzione Industriale e la Pubblicità
 - 1.2.4. Lo sviluppo dell'industria pubblicitaria
 - 1.2.5. La Pubblicità nel mondo di Internet
 - 1.2.6. Pubblicità di successo: studio del caso Coca-Cola
- 1.3. La Pubblicità e i suoi protagonisti I: l'inserzionista
 - 1.3.1. Introduzione
 - 1.3.2. Il funzionamento dell'industria pubblicitaria
 - 1.3.3. Tipi di inserzionisti
 - 1.3.4. La Pubblicità nell'organigramma aziendale
 - 1.3.5. Pubblicità di successo: il caso Facebook
- 1.4. La Pubblicità e i suoi attori II: le agenzie Pubblicitarie
 - 1.4.1. Introduzione
 - 1.4.2. L'agenzia Pubblicitaria: i professionisti della comunicazione pubblicitaria
 - 1.4.3. La struttura organizzativa delle agenzie Pubblicitarie
 - 1.4.4. Tipi di agenzie Pubblicitarie
 - 1.4.5. La gestione delle commissioni nelle agenzie Pubblicitarie
 - 1.4.6. Pubblicità di successo: Nike
- 1.5. La Pubblicità e i suoi attori III: il destinatario
 - 1.5.1. Introduzione
 - 1.5.2. Il destinatario della pubblicità e il suo contesto
 - 1.5.3. Il destinatario della pubblicità come consumatore
 - 1.5.4. Bisogni e desideri nella Pubblicità
 - 1.5.5. Pubblicità e memoria: sull'efficacia della pubblicità
 - 1.5.6. Pubblicità di successo: studio del caso Ikea
- 1.6. Il processo di creazione della pubblicità I: dall'inserzionista ai media
 - 1.6.1. Introduzione
 - 1.6.2. Aspetti preliminari del processo creativo pubblicitario
 - 1.6.3. Il *Brief* Pubblicitario o *Brief* di Comunicazione
 - 1.6.4. La strategia creativa
 - 1.6.5. Strategia mediatica
 - 1.6.5.1. Pubblicità di successo: Apple
- 1.7. Il processo di creazione della pubblicità II: creatività e Pubblicità
 - 1.7.1. Introduzione
 - 1.7.2. Fondamenti del lavoro creativo dei pubblicitari
 - 1.7.3. La creatività pubblicitaria e il suo statuto comunicativo
 - 1.7.4. Lavoro creativo nella Pubblicità
 - 1.7.5. Pubblicità di successo: il caso Real Madrid
- 1.8. Il processo di creazione pubblicitaria III: ideazione e sviluppo del manifesto pubblicitario
 - 1.8.1. Introduzione
 - 1.8.2. La concezione creativa e la strategia
 - 1.8.3. Il processo di concezione creativa
 - 1.8.4. I dieci percorsi fondamentali della creatività secondo Luis Bassat: i generi pubblicitari
 - 1.8.5. Formati pubblicitari
 - 1.8.6. Pubblicità di successo: McDonald's



- 1.9. Pianificazione dei media pubblicitari
 - 1.9.1. Introduzione
 - 1.9.2. Media e pianificazione
 - 1.9.3. Mezzi pubblicitari e loro classificazione
 - 1.9.4. Strumenti di pianificazione dei media
 - 1.9.5. Pubblicità di successo: Pepsi
- 1.10. Pubblicità, società e cultura
 - 1.10.1. Introduzione
 - 1.10.2. Il rapporto tra Pubblicità e società
 - 1.10.3. Pubblicità ed emozioni
 - 1.10.4. Pubblicità, soggetti e cose
 - 1.10.5. Pubblicità di successo: Burger King

“

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

04

Metodologia

Questo programma offre un metodo di apprendimento differente. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclica: **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”

Casi di studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare abilità ed acquisire 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, grazie a un insegnamento semplice e graduale durante l'intero programma.



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH intensivo è ideato partendo da zero, presenta le problematiche e le questioni più impegnative del settore, sia a livello nazionale sia a livello internazionale. Grazie a questa metodologia si potenzia la crescita personale e professionale, per far compiere così al professionista il passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica alla base di questi contenuti, assicura che si segua la realtà economica, sociale e professionale del momento.

“ *Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in contesti poco conosciuti e a raggiungere il successo professionale”*

Il Metodo Casistico è il sistema di apprendimento più usato nelle migliori Business School del mondo sin dai tempi della loro fondazione. Sviluppato nel 1912 per consentire agli studenti di Diritto di non studiare le leggi solamente dal punto di vista teorico, ma, applicando il metodo casistico, potessero vedersi immersi in situazioni complesse e reali, che li obbligassero a prendere delle decisioni e ad esprimere dei giudizi di valore fondati rispetto alla soluzione delle stesse. 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. Gli studenti si confronteranno con diversi casi reali nel corso del programma. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH combina efficacemente la metodologia lo Studi di Casi con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo lo Studio di Casi con il 100% del miglior metodo di insegnamento 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 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...) con riferimento agli indici delle migliori università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato con un successo senza precedenti oltre 650.000 laureati, 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 contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, 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.



Seguendo questo programma avrai accesso ai migliori materiali didattici, preparati appositamente per te:



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 prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

Il cosiddetto Learning from an Expert rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



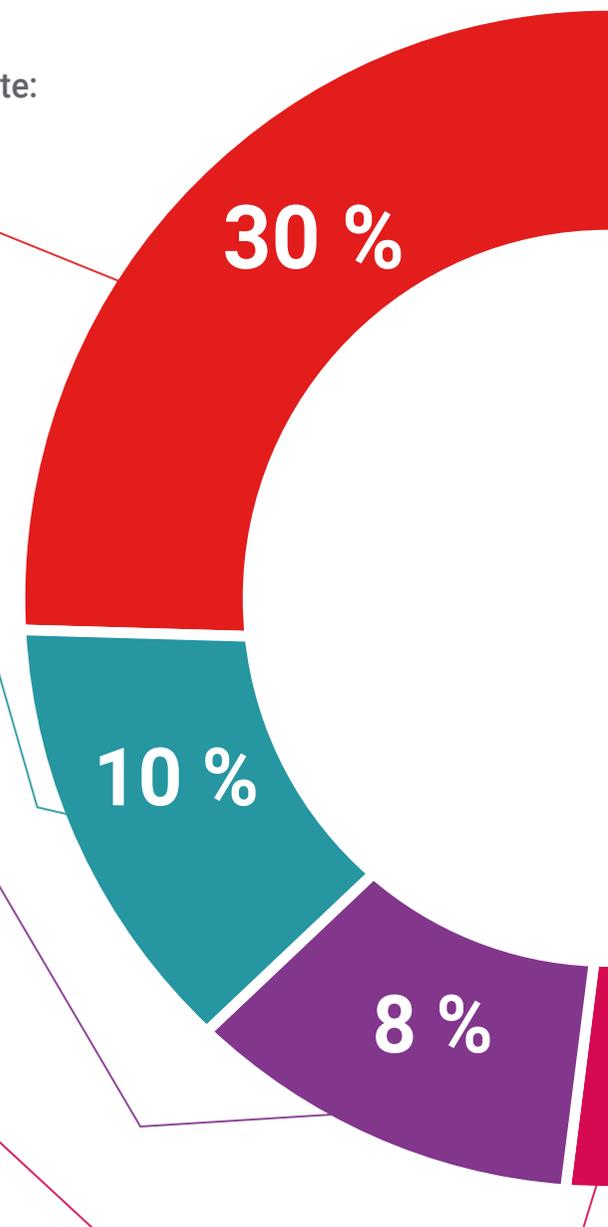
Capacità e competenze pratiche

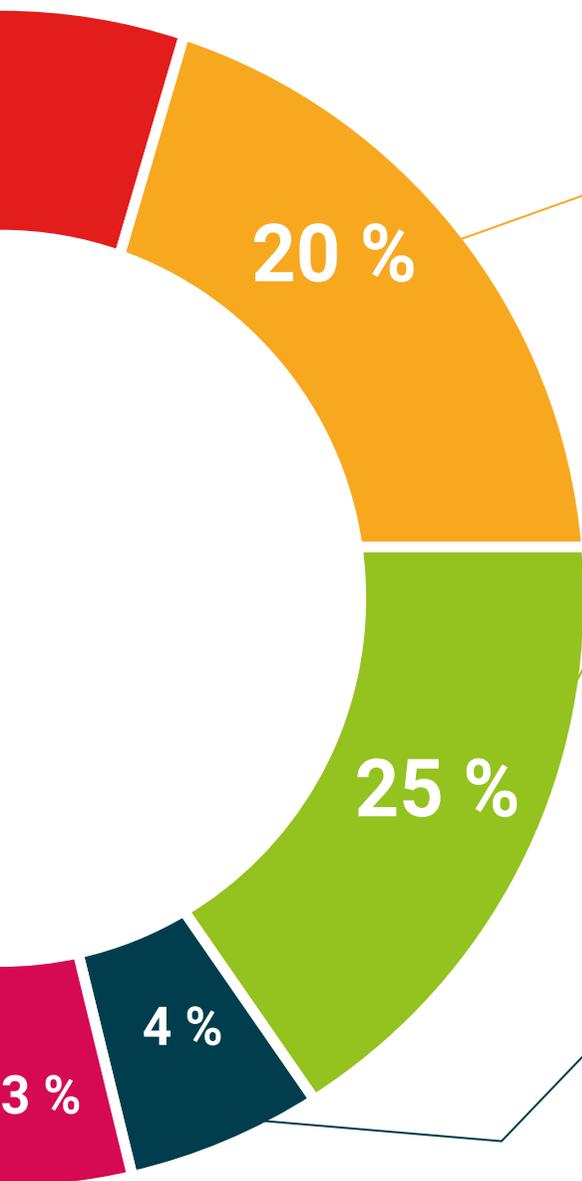
I partecipanti svolgeranno attività per sviluppare competenze e abilità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, linee guida internazionali e molto altro. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua istruzione.





Case studies

Il programma del corso prevede inoltre una selezione dei migliori casi di studio scelti in modo specifico. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il personale docente di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico con strumenti multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza. Questo esclusivo sistema didattico 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

Il Corso Universitario in Teoria della Pubblicità 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 Teoria della Pubblicità** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata * con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di **Corso Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Corso Universitario in Teoria della Pubblicità**

N. Ore Ufficiali: **150 o.**



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
Teoria della Pubblicità

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

Corso Universitario

Teoria della Pubblicità

What happens on your iPhone, stays on your iPhone.

apple.com/privacy

