

Esperto Universitario

Audience e Indice di Gradimento
del Prodotto Audiovisivo





Esperto Universitario

Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-audience-indice-gradimento-prodotto-audiovisivo

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

Conoscere il pubblico, le sue evoluzioni e la sua mutevole identità in termini di consumo audiovisivo è l'elemento chiave per far sì che qualsiasi prodotto di questa industria abbia l'impatto desiderato sul pubblico. Questo programma offre l'apprendimento più completo su questo ed altri argomenti, legati specificamente all'indice di gradimento dei prodotti audiovisivi, in una specializzazione di altissima qualità; il segno distintivo di tutti i corsi di TECH.



“

Impara a conoscere e riconoscere le fluttuazioni dell'audience nel settore audiovisivo e acquisisci le competenze necessarie a creare prodotti di successo in questo settore"

Qualsiasi prodotto audiovisivo nasce con l'obiettivo di essere usufruito da un pubblico. Questa sfida incentiva l'intera realizzazione del progetto e si adatta in modo dinamico ad ogni occasione.

Questo dinamismo si basa sulle mutevoli fluttuazioni del consumo da parte del pubblico nel corso del tempo e che definiscono i gusti propri dei diversi settori. Il prodotto audiovisivo deve adeguarsi costantemente a questi scenari per poter raggiungere gli obiettivi desiderati.

Durante questa specializzazione si analizzerà come si delinea questo comportamento del pubblico e dell'audience e quali sono gli adeguamenti e gli adattamenti che il professionista di questo settore deve effettuare per creare prodotti competitivi e di qualità.



Analizzeremo i diversi aspetti della dittatura dell'audience necessari al professionista per poter competere nel settore audiovisivo"

Questo **Esperto Universitario in Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- » Ultima tecnologia nel 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 permanente
- » Studio gestito in autonomia: piena compatibilità con altri impegni
- » Esercizi pratici per l'autovalutazione e la verifica dell'apprendimento
- » Gruppi di appoggio e sinergie educative: domande agli esperti, forum di discussione e conoscenza
- » Comunicazione con il personale docente e lavoro di riflessione individuale
- » Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- » Archivi di documentazione complementare sempre disponibili, anche dopo il completamento del corso

“ *Un programma contestualizzato e realista che ti permetterà di mettere in pratica quanto appreso per mezzo di nuove abilità e competenze*”

Il nostro personale docente è composto da professionisti in attività. In questo modo noi di TECH ci assicuriamo di poter raggiungere l'obiettivo di aggiornamento che ci prefiggiamo. Un personale docente multidisciplinare composto da professori rinomati ed esperti in diversi contesti svilupperà le conoscenze teoriche in modo efficace, ma soprattutto, metterà a disposizione del programma le conoscenze pratiche derivate dalla propria esperienza: una delle qualità differenziali di questa qualifica.

La padronanza della materia è completata dall'efficacia del design metodologico di questo programma. Sviluppata da un team multidisciplinare di esperti di *e-Learning*, la metodologia comprende gli ultimi progressi nella tecnologia educativa. In questo modo, lo studente potrà studiare con una serie di strumenti multimediali comodi e versatili, che gli daranno l'operatività di cui ha bisogno nella sua preparazione.

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. Per raggiungere questo obiettivo da remoto, useremo la telepratica: grazie a un innovativo sistema di video interattivi e al *learning from an expert*, lo studente potrà acquisire le conoscenze come se fosse coinvolto nella situazione oggetto di studio in quel determinato momento. Un concetto che ti permetterà di integrare e assimilare l'apprendimento in modo più realistico e permanente.

Il programma in Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo offre al professionista una specializzazione di alto interesse in questo settore.

Un programma pratico e reale che ti permetterà di progredire in modo graduale e sicuro.



02

Obiettivi

Gli obiettivi che TECH si prefigge per ciascuno dei suoi programmi educativi sono incentrati sul dare un impulso allo sviluppo dei suoi studenti da una prospettiva globale, in cui vengono stabiliti i più alti standard qualitativi, non solo in ambito accademico, ma anche a livello personale. A tal fine, offre uno sviluppo educativo stimolante e flessibile per raggiungere la soddisfazione di completare gli obiettivi in modo efficace.



“

Impara in modo efficace e stimolante e raggiungi i tuoi obiettivi professionali con la qualità offerta da questo programma educativo di grande impatto”



Obiettivi generali

- » Conoscere l'andamento delle fluttuazioni di consumo dei prodotti audiovisivi
- » Studiare l'audience e il suo potere sul prodotto audiovisivo
- » Sviluppare i diversi aspetti della ricezione del prodotto audiovisivo



Grazie a questo Esperto Universitario in Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo promuoviamo la tua crescita professionale, avvalendoci di materiali didattici di altissima qualità"





Obiettivi specifici

Modulo 1. Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione

- » Studiare le trasformazioni avvenute nelle industrie culturali per quanto riguarda l'offerta e il consumo di reti digitali, nei loro aspetti economici, politici e socio-culturali
- » Approfondire le sfide che l'ambiente digitale ha rappresentato per i modelli di business delle aziende giornalistiche e di altre industrie culturali tradizionali
- » Analizzare e progettare strategie innovative che contribuiscano al miglioramento dei processi gestionali e decisionali, nonché allo sviluppo di prodotti informativi in linea con le esigenze del pubblico e degli inserzionisti
- » Comprendere i cambiamenti nei processi di organizzazione e gestione delle risorse strategiche, umane, materiali e tecniche delle nuove imprese nell'ambiente digitale

Modulo 2. Gestione e promozione di prodotti audiovisivi

- » Conoscere i concetti fondamentali che regolano la distribuzione, il marketing e la diffusione di un prodotto audiovisivo nella società contemporanea
- » Identificare le diverse finestre di distribuzione audiovisiva e monitorare gli ammortamenti contabili
- » Comprendere le strategie di produzione esecutiva nello sviluppo e nella successiva distribuzione di progetti audiovisivi
- » Ideare la progettazione di marketing di una produzione audiovisiva mediante il suo impatto su diversi mezzi cinematografici contemporanei
- » Conoscere la storia e le problematiche contemporanee dei festival cinematografici
- » Identificare le diverse categorie e modalità di realizzazione dei festival cinematografici

Modulo 3. Pubblico audiovisivo

- » Conoscere, a livello teorico, le correnti di studio dedicate alla ricezione audiovisiva
- » Individuare le differenze tra le diverse modalità di approccio allo studio della ricezione audiovisiva e lo stato attuale dell'arte
- » Comprendere il funzionamento dei social network come parte fondamentale dell'ambiente audiovisivo odierno
- » Comprendere i legami tra pubblico e contenuti
- » Capacità di comprendere i cambiamenti apportati dalla digitalizzazione

Modulo 4. Cinema, televisione e società contemporanea

- » Identificare le principali tendenze dei modelli rappresentativi contemporanei in televisione e nel cinema
- » Sviluppare un ragionamento critico nell'affrontare i processi di creazione e analisi delle diverse modalità di rappresentazione nei media audiovisivi
- » Distinguere e studiare i processi socio-culturale-culturale e il loro impatto sulle procedure di rappresentazione degli audiovisivi
- » Sviluppare la capacità di comprendere e analizzare in modo critico le produzioni cinematografiche contemporanee da una prospettiva sociale, culturale ed estetica
- » Apprendere le basi teoriche e metodologiche per analizzare il cinema e la televisione come creatori di rappresentazione sociale e produzione di significati
- » Acquisire la capacità di distinguere e analizzare criticamente le mutazioni che avvengono nel cinema e nella televisione contemporanei, nel loro contesto sociale e culturale

03

Struttura e contenuti

Il piano di studi di questo programma offre una panoramica molto completa sulle conoscenze necessarie a capire e ad apprendere i diversi modi di lavorare in questo campo. Grazie a un approccio incentrato sulla pratica che permetterà allo studente di crescere fin da subito a livello professionale.



“

Un programma di studi completo che si concentra sulla messa in pratica delle conoscenze acquisite in contesti reali, pensato per aiutarti a raggiungere l'eccellenza"

Modulo 1. Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione

- 1.1. Cultura artigianale mercificata
 - 1.1.1. Dallo spettacolo dal vivo alle arti visive
 - 1.1.2. Musei e patrimonio
 - 1.1.3. La città
- 1.2. Tecnologia, comunicazione e cultura
 - 1.2.1. Tecnologia, industrie culturali e comunicazione sociale. Tecnologia e utopie
- 1.3. Struttura delle industrie culturali: natura economica
 - 1.3.1. Offerta
 - 1.3.2. Lavoro creativo e proprietà intellettuale
 - 1.3.3. Il consumo
- 1.4. I principali settori delle industrie culturali
 - 1.4.1. Prodotti editoriali
 - 1.4.2. Le industrie culturali di flusso
 - 1.4.3. Modelli ibridi
- 1.5. Globalizzazione e diversità nelle industrie culturali
 - 1.5.1. Concentrazione; internazionalizzazione e globalizzazione delle industrie culturali
 - 1.5.2. La lotta per la diversità e la sua evoluzione verso la società dell'informazione
- 1.6. L'era digitale nelle industrie culturali
 - 1.6.1. Le merci editoriali on/offline
 - 1.6.2. Le industrie culturali di flusso
 - 1.6.3. Nuovi modelli nell'era digitale: il diritto d'autore digitale e le sue incognite
 - 1.6.4. Cultura free e licenze *Creative Commons*
 - 1.6.5. Creatività e innovazione nella creazione di progetti audiovisivi *low cost*
 - 1.6.6. Cos'è il contenuto audiovisivo a basso costo?
 - 1.6.7. Crowdfunding e la centralità di Internet
- 1.7. Politiche culturali e di cooperazione
 - 1.7.1. Il ruolo degli Stati e delle regioni di Paesi (Unione Europea, MERCOSUR, TLC)
- 1.8. Sfide e opportunità di business dei media in merito alla digitalizzazione

- 1.9. Media digitali e media nell'era digitale I
 - 1.9.1. Il business della stampa online: sfide e incognite. Metodi di pianificazione e controllo dei progetti per il processo decisionale nelle aziende giornalistiche nell'ambiente digitale
 - 1.9.2. Innovazione e progettazione di strategie per lo sviluppo di prodotti informativi e il miglioramento dei processi di gestione e del processo decisionale nell'ambiente digitale
 - 1.9.3. La radio nell'ambiente digitale
- 1.10. Media digitali e media nell'era digitale II
 - 1.10.1. Nuove chiavi di gestione pubblicitaria nei media digitali. Modifiche dei parametri per la gestione di tempi e spazi. Marketing virale e *branded content*
 - 1.10.2. Particolarità dei media nell'era digitale: i business emergenti. I business nella blogosfera e sui social network. I nuovi consumatori e utenti. Strategie di posizionamento nel mercato dell'informazione
 - 1.10.3. Fiction su Internet: le webseries

Modulo 2. Gestione e promozione di prodotti audiovisivi

- 2.1. Distribuzione audiovisiva
 - 2.1.1. Strategie di distribuzione
 - 2.1.2. Società di distribuzione
 - 2.1.3. Finestre operative: distribuzione classica delle finestre/distribuzione online
 - 2.1.4. Contratti e diritti di distribuzione
 - 2.1.5. Pubblicità e Marketing
 - 2.1.6. Festival
 - 2.1.7. Accademie e associazioni
 - 2.1.8. Pezzi promozionali: i trailer
 - 2.1.9. Il progetto audiovisivo *a basso costo*: creazione e promozione
- 2.2. Esibizione audiovisiva
 - 2.2.1. Sale di esposizione
 - 2.2.2. Esibizione televisiva: media/audience
 - 2.2.3. Media digitali e multimedia
- 2.3. Festival cinematografici: introduzione I
 - 2.3.1. Origini, obiettivi

- 2.4. Festival cinematografici: introduzione II
 - 2.4.1. Tipi di festival
 - 2.4.2. Esposizione e legittimazione della produzione cinematografica nella società globale
 - 2.4.3. Il festival come legittimatore di discorsi: il caso del Sundance e dell'indie
 - 2.5. Il festival del cinema come agorà: la struttura del festival
 - 2.5.1. Selezione e sezioni
 - 2.5.2. Galà, premi e giurie
 - 2.5.3. Pubblici e opinione pubblica
 - 2.6. Il festival come mediatore
 - 2.6.1. Produzione e gestione del festival: linee editoriali (politiche)
 - 2.6.2. Il programmatore: canoni e controcanoni
 - 2.6.3. Il protagonista: promuovere il cinema
 - 2.7. La geopolitica del festival del cinema
 - 2.7.1. Geografie dei festival
 - 2.7.2. Marchio della città
 - 2.7.3. Il festival come mercato
 - 2.7.4. Il festival come produttore
 - 2.8. La legittimazione del cinema transnazionale nel circuito dei festival internazionali
 - 2.8.1. Il caso dell'America Latina
- Modulo 3. Pubblico audiovisivo**
- 3.1. Teorie della ricezione I
 - 3.1.1. Introduzione alla teoria della ricezione
 - 3.1.2. Le prime correnti negli studi della ricezione
 - 3.2. Teorie della ricezione II
 - 3.2.1. Il cambiamento di paradigma nelle teorie di ricezione
 - 3.2.2. Una proposta teorica per analizzare il pubblico di prodotti audiovisivi: i contributi di Janet Staiger
 - 3.3. Il pubblico di prodotti cinematografici I
 - 3.3.1. Evoluzione negli Stati Uniti
 - 3.3.2. Caso di studio applicato
 - 3.4. Il pubblico di prodotti cinematografici II
 - 3.4.1. Caso di studio applicato
 - 3.5. Le audience televisive I
 - 3.5.1. Perché studiarle?
 - 3.5.2. Misurazione dell'audience: studi quantitativi tradizionali
 - 3.5.3. Limitazioni e crisi nell'ambiente digitale
 - 3.6. Le audience televisive II
 - 3.6.1. Post-audience. Misurazione del pubblico su Internet e nella Televisione Digitale Terrestre
 - 3.6.2. Verso un nuovo modello di analisi: cultura della convergenza
 - 3.7. Pubblici e audience oggi I
 - 3.7.1. Audience e minoranze: le implicazioni di genere, sessualità e razza/etnia in relazione ai media
 - 3.7.2. Nuovi approcci al concetto di pubblico: etnografia, fandom, comunità, transmediale, transtestualità
 - 3.7.3. Il comportamento dei fan
 - 3.8. Pubblici e audience oggi II
 - 3.8.1. Lo spettatore di stelle del cinema
 - 3.8.2. Lo spettatore di film/serie cult
 - 3.8.3. Sul cinema in casa: esperienze collettive e individuali degli spettatori
 - 3.8.4. L'effetto di violenza, orrore e immagini sessualmente esplicite sullo spettatore
 - 3.8.5. Il posto della memoria nello spettatore audiovisivo
 - 3.9. Studi applicati I
 - 3.9.1. Il ricevimento della Venere bionda (Josef von Sternberg, 1932): la censura contro i fan
 - 3.9.2. L'accoglienza critica di Arancia Meccanica (Stanley Kubrick, 1971) negli Stati Uniti
 - 3.10. Studi applicati II
 - 3.10.1. Il silenzio degli innocenti (Jonathan Demme, 1991): La produzione di significati culturali per la comunità gay e femminista negli Stati Uniti
 - 3.10.2. L'audience di Game of Thrones (HBO, 2011-2019): la trasversalità e la globalità della cultura dei fan

Modulo 4. Cinema, televisione e società contemporanea

- 4.1. Identità
 - 4.1.1. L'identità nel mondo primitivo
 - 4.1.2. L'identità nel mondo medievale
 - 4.1.3. L'identità nella modernità
 - 4.1.4. L'identità nella postmodernità
- 4.2. Rappresentazione
 - 4.2.1. Rappresentazione e cultura visiva
 - 4.2.2. La rappresentazione nel corso della storia
 - 4.2.3. Il valore strumentale dell'immagine
- 4.3. L'identità collettiva: la nazione e la classe operaia
 - 4.3.1. Rappresentazione dell'identità collettiva nella modernità: l'altro
 - 4.3.2. Il *free cinema* e la legittimazione della classe operaia nel Regno Unito. Conseguenze
- 4.4. Immagini di mascolinità
 - 4.4.1. La rappresentazione dell'uomo nella modernità
 - 4.4.2. Nuove mascolinità nel cinema e nella televisione
- 4.5. Rappresentazione dell'identità sessuale e dell'identità transgender
 - 4.5.1. Orientamento sessuale e identità transgender: un percorso attraverso il cinema e la televisione
- 4.6. Crisi generazionale
 - 4.6.1. Adolescenza, crisi dei trent'anni, neo-esistenzialismo
- 4.7. Coppia e relazioni
 - 4.7.1. Amori liquidi
- 4.8. La rappresentazione della crisi economica e la revisione del sogno americano
 - 4.8.1. Soldi, fama e figura del *self made man*
- 4.9. Rappresentazioni del terrorismo nel cinema e nella televisione
 - 4.9.1. Dal tabù alla parodia



“

Studia secondo i tuoi ritmi, con la flessibilità di un programma facilmente conciliabile con altri impegni professionali”

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

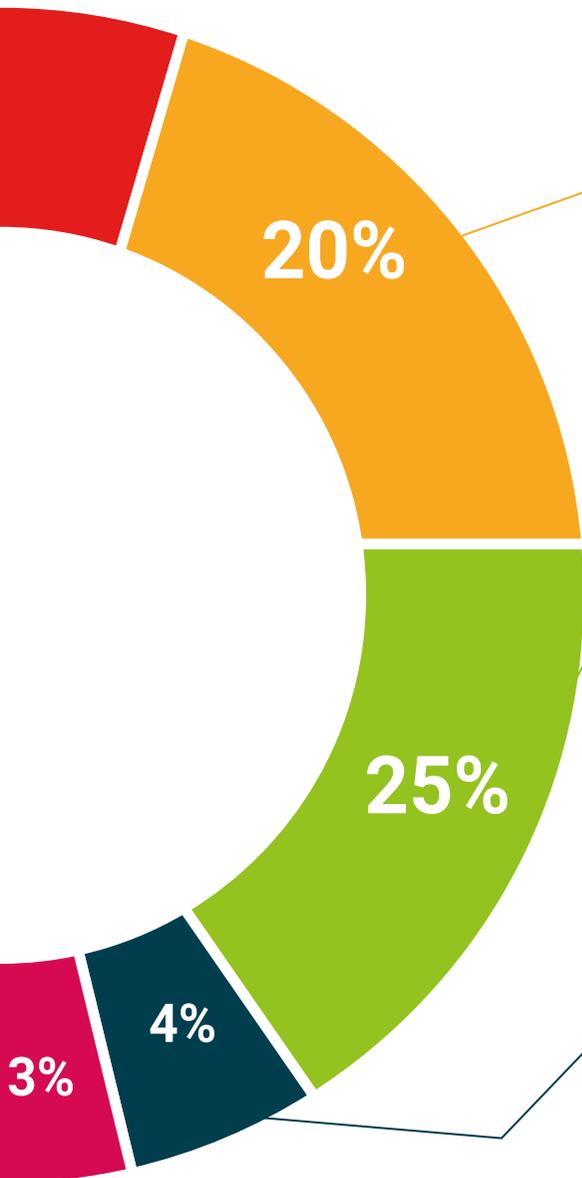
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 Esperto Universitario in Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **Esperto Universitario in Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo** 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 Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo**

N. 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

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Audience e Indice
di Gradimento del
Prodotto Audiovisivo

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

Esperto Universitario

Audience e Indice di Gradimento del Prodotto Audiovisivo

