

Esperto Universitario

Branded Content





Esperto Universitario Branded Content

- » 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/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-branded-content

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 16

05

Metodologia

pag. 22

06

Titolo

pag. 30

01

Presentazione

I brand hanno dovuto innovare il loro modo di farsi conoscere e hanno quindi abbandonato la pubblicità tradizionale per scommettere su contenuti multimediali, in cui lo spettatore ha molto da contribuire.. Per questo motivo, sono sempre più numerosi quelli che utilizzano strumenti di marketing come il *Branded Content* per creare un'immagine positiva, entrare in contatto con il pubblico e generare profitti a breve e lungo termine. Grazie a questo programma, i professionisti del settore avranno l'opportunità di conoscere contenuti esclusivi e di assoluta novità che forniranno loro la specializzazione necessaria per diventare dei veri e propri specialisti in materia, in grado di lavorare nei team pubblicitari più rinomati.





“

Le aziende sono alla ricerca di professionisti come te, in grado di adattarsi ai nuovi tempi e creare contenuti rilevanti per il pubblico”

I consumatori del XXI secolo hanno ben chiaro ciò che vogliono e ciò che non vogliono in termini di pubblicità. Le promozioni invasive che non facevano altro che provocare un rifiuto da parte del pubblico ormai sono cose del passato. Gli utenti vogliono godersi la pubblicità, ma da un nuovo punto di vista. Non solo come semplici spettatori, ma come veri e propri clienti che richiedono che le loro esigenze siano prese in considerazione e soddisfatte. Per questo motivo, gli inserzionisti e i creatori di contenuti puntano a raccontare storie che vadano oltre la semplice visualizzazione di un prodotto. Ora è necessario creare un'immagine di marca, mostrare i valori dell'azienda, creare emozioni, entrare in contatto con il pubblico e fidelizzarlo.

In questo processo, molte agenzie di comunicazione e pubblicità puntano sull'applicazione di tecniche di Marketing per creare i loro messaggi, in modo da comunicare con l'utente in modo più personalizzato e in linea con le loro esigenze. Grazie a questo Esperto Universitario in Branded Content di TECH Università Tecnologica, lo studente avrà a disposizione un contenuto specializzato in materia, elaborato da un personale docente con una vasta esperienza nel settore, e che gli permetterà di acquisire le competenze richieste dalle principali aziende moderne.

Un programma che spazia dai principi della comunicazione alla creazione e gestione di comunità virtuali, ma che, e non poteva essere altrimenti, pone l'accento sulle principali strategie di *Branded Content*. Oltre che per la sua qualità, ciò che distingue questo programma è il suo formato 100% online, che consente allo studente di gestire il proprio tempo di studio, avendo libero accesso a tutti i contenuti e alle risorse accademiche durante i 6 mesi del corso.

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

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Comunicazione
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni teorica e pratiche sulle discipline mediche essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Ultimi progressi in Branded Content
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative in *Brand Content*
- ♦ Sistema di apprendimento interattivo basato su algoritmi per prendere decisioni riguardanti le situazioni proposte
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



Diventa un creatore di contenuti di successo e fai la differenza in un mercato del lavoro altamente competitivo"

“

Con un pubblico sempre più informato, è necessario creare storie pubblicitarie coinvolgenti che catturino e suscitino esperienze indimenticabili”

Un programma 100% online grazie al quale potrai sviluppare le abilità per diventare un creatore di contenuti di successo.

I principali brand ti assumeranno affinché tu possa metterli in contatto e risvegliare sensazioni positive nel loro pubblico.

Il personale docente comprende rinomati professionisti nel campo della Comunicazione, nonché riconosciuti specialisti di società e università prestigiose, 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.



02 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario in Branded Content di TECH è quello di fornire ai professionisti del giornalismo e della comunicazione gli strumenti necessari a creare contenuti multimediali che ottengano un impatto positivo sul pubblico, indirizzandolo verso l'acquisto di un determinato prodotto o servizio. Al termine del corso, lo studente avrà così acquisito la preparazione necessaria a ricoprire posizioni creative o manageriali nelle principali agenzie pubblicitarie del momento.





“

Mostra i valori del tuo marchio attraverso contenuti multimediali più personalizzati”



Obiettivi generali

- ♦ Gestire e conoscere concettualmente l'ambito del *Transmedia Storytelling* e comprenderne la rilevanza in diversi ambiti professionali (pubblicità, marketing, giornalismo, spettacolo)
- ♦ Acquisire i fondamenti della creazione transmediale, dalla narrazione alla produzione, alla dinamizzazione nelle comunità sociali e alla monetizzazione economica



Applica i principali strumenti di Branded Content ed entra in contatto con il tuo pubblico in modo più efficace"





Obiettivi specifici

Modulo 1. Un nuovo paradigma di comunicazione

- ♦ Collocare l'intero programma di studi in un panorama sociologico e mediatico in continua evoluzione, nel quale la tecnologia e la frammentazione dell'offerta audiovisiva aprono enormi opportunità di sviluppo commerciale e professionale

Modulo 2. Creazione e gestione di comunità digitali

- ♦ Approfondire la metodologia per la creazione e la dinamizzazione di una comunità digitale transmediale, compresa le tecniche per stimolare la creazione di contenuti da parte degli utenti

Modulo 3. *Branded Content*: i brand come publishers

- ♦ Approfondire i contenuti di marca nel *mix* di comunicazione in un contesto di saturazione pubblicitaria
- ♦ Effettuare un'analisi approfondita delle differenze tra pubblicità e *Branded Content* e dell'ambito di applicazione di quest'ultimo (creazione, formati, misurazione)

03

Direzione del corso

I docenti di questo Esperto Universitario di TECH sono professionisti con una vasta esperienza nel Branded Content e nel mercato della comunicazione multimediale in generale. Professori all'avanguardia in materia di nuove tendenze della narrativa transmediale e che comprendono l'importanza di un aggiornamento costante per inserirsi in un mercato altamente competitivo. Per questo hanno deciso di unificare i propri criteri per offrire il miglior programma del panorama accademico attuale in questo campo.



“

*I principali specialisti di Branded Content
ti forniranno le chiavi per specializzarti in
questo campo"*

Direttore Ospite Internazionale

Il nome di Magda Romanska è inconfondibile nel campo delle **Arti Sceniche** e dei **Media** su scala internazionale. Oltre ad altri progetti, questa esperta è stata **Principal Investigator del metaLAB** dell'Università di Harvard e presiede il **Transmedia Arts Seminar** presso il rinomato **Mahindra Humanities Center**. Ha inoltre sviluppato numerosi studi legati a istituzioni come il **Center for European Studies** e il **Davis Center for Russian and Eurasian Studies**.

Le sue linee di lavoro si concentrano sull'intersezione tra **arte, scienze umane, tecnologia e narrazione transmediale**. Questo quadro di riferimento comprende anche la **drammaturgia multiplatforma e metaversa** e l'interazione tra **esseri umani e intelligenza artificiale nelle performance**. Dai suoi studi approfonditi in questi campi, ha creato **Drametrics**, un'analisi quantitativa e computazionale dei testi drammatici.

È anche **fondatrice, direttrice esecutiva e caporedattrice** di **TheTheatreTimes.com**, il più grande portale teatrale digitale del mondo. Ha inoltre lanciato **Performap.org**, una **mappa digitale interattiva dei festival teatrali**, finanziata dal **Digital Humanities Lab di Yale** e da una sovvenzione per l'innovazione della **LMDA**. È stata anche responsabile dello sviluppo dell'**International Online Theatre Festival (IOTF)**, un **festival teatrale annuale in streaming** a livello mondiale, che finora ha raggiunto più di un milione di partecipanti. Inoltre, questa iniziativa è stata premiata con il **Secondo Premio Internazionale Cultura Online** per il "Miglior Progetto Online", scelto tra altre 452 proposte provenienti da 20 Paesi.

La dott.ssa Romanska ha anche ricevuto le borse di studio per la scrittura teatrale **MacDowell, Apothetae e Lark Theatre** dalla **Time Warner Foundation**. Ha inoltre ricevuto il **PAHA Creative Award** e l'**Elliott Hayes Award for Excellence in Playwriting**. Ha ricevuto anche premi dall'**American Association for Theatre Research** e dalla **Polish Studies Association**.



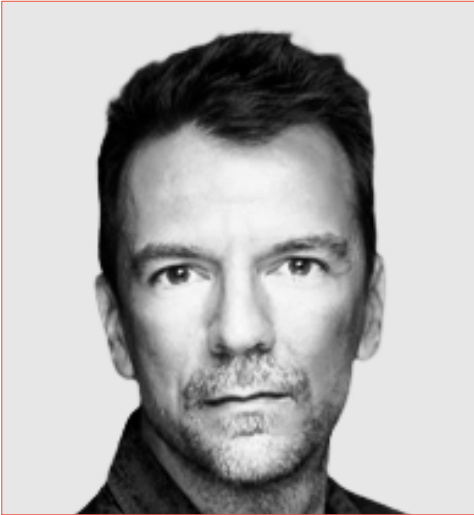
Dott.ssa. Romanska, Magda

- Ricercatrice principale presso il metaLAB di Harvard
- Direttrice esecutiva e caporedattrice di TheTheatreTimes.com
- Ricercatrice associata presso il Centro Minda per gli studi europei di Gunzburg
- Ricercatrice associata presso il Davis Center for Russian and Eurasian Studies (Centro di studi russi ed eurasiatici)
- Docente di arti dello spettacolo presso l'Emerson College
- Docente associata presso il Centro Berkman per Internet e la Società
- Dottorato di ricerca in Teatro, Cinema e Danza presso la Cornell University
- M.A. in Pensiero e Letteratura Moderna presso la Stanford University
- Laurea presso la Yale School of Drama e il Dipartimento di Letteratura comparata
- Presidentessa del seminario sulle arti transmediali presso il Mahindra Humanities Center
- Membro del comitato consultivo di Digital Theatre+



*Grazie a TECH potrai
apprendere con i migliori
professionisti del mondo”*

Direzione



Dott. Regueira, Javier

- Vicepresidente e Cofondatore dell'Associazione Spagnola di Branded Content
- Direttore generale dell'agenzia specializzata in Branded Content ZOND (appartenente a MIO Group)
- Docente presso l'Università Pontificia di Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- Ex-esecutivo di marketing presso BDF Nivea e Imperial Tobacco
- Autore, blogger e TEDx Speaker
- Dottorato in Branded Content
- Laurea in Consulenze Esterne Europee ICADE E4
- Master in Marketing



Personale docente

Dott. Suárez, Adrián

- ◆ Docente di Progetti Multimediali, Immagine Corporativa e Usabilità presso UNIR
- ◆ Docente EBF Business School, Cesuga e IEBS
- ◆ Ampia esperienza come content manager nel settore dei videogiochi e nella scrittura di contenuti per il web
- ◆ Dottorato in Comunicazione Digitale, Narrativa e Videogiochi
- ◆ Laurea in Architettura
- ◆ Master in Marketing and Communication Management

Dott.ssa Ugidos, Susana

- ◆ Ampia esperienza professionale in content strategy
- ◆ Laurea in Gestione Commerciale e Marketing
- ◆ Corso post-laurea in Sviluppo Direttivo, Branded Content e Transmediale, Digital Marketing e Digital Thinking

Dott.ssa Montoya Rubio, Alba

- ◆ Esperta in social network e comunicazione presso A'Punt (Corporazione di Strumenti di Comunicazione di Valencia)
- ◆ Docente collaboratrice presso la UOC
- ◆ Dottorato in Musica e Cinema presso l'Università di Barcellona
- ◆ Laurea in Comunicazione Audiovisiva presso l'Università Pompeu Fabra di Barcellona
- ◆ Master in Musica come Arte Interdisciplinare presso l'Università di Barcellona

Struttura e contenuti

La comunicazione commerciale deve compiere una serie di requisiti per essere veramente efficace. Un linguaggio convincente, un'immagine d'impatto o un focus sul marchio sono solo alcune delle questioni che devono essere prese in considerazione quando si crea una campagna pubblicitaria. Ma soprattutto, occorre applicare le tecniche di *Branded Content* che ne favoriscano la diffusione e il gradimento da parte del pubblico. Questo programma è orientato a favorire l'apprendimento dei giornalisti e comunicatori in questo campo, attraverso un piano di studi molto completo che si suddivide in 3 moduli.





duct Beethoven and
ve Never Picked Up

at Intel Corp.'s
andler, Arizona,
t 11 people to the
ve imitation

Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American citizen Andrew Pochter was among at least eight people killed in clashes that erupted after demonstrations in Egypt, the college and the U.S.

January 2012 | Nation
Sorry Google and Apple : Samsung Unveiled Games Console First

LIFESTYLE

Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American citizen Andrew Pochter was among at least eight people killed in clashes that erupted after demonstrations in Egypt, the college and the U.S.

January 2012 | Nation
**Research In Motion Shares Fall
BlackBerry Turnaround Plan in**

January 2012 |
**Heat wave
temps a
Las Ve**



Crea storie che diano un valore aggiunto al tuo marchio grazie alle conoscenze specifiche che ti offre questo programma"

Modulo 1. Un nuovo paradigma di comunicazione

- 1.1. Trasformazione dei mass media e frammentazione dell'audience
 - 1.1.1. Il nuovo ruolo dei mass media
 - 1.1.2. Il cittadino nella rivoluzione digitale
 - 1.1.3. Consumo e infossamento
- 1.2. La convergenza dei mass media
 - 1.2.1. Convergenza tecnologica
 - 1.2.2. Convergenza socio-culturale
 - 1.2.3. Convergenza aziendale
- 1.3. Internet 2.0: dal monologo al dialogo
 - 1.3.1. Processo di frammentazione
 - 1.3.2. L'effetto della tecnologia
 - 1.3.3. La messa in discussione dei mass media tradizionali
- 1.4. *Long Tail*
 - 1.4.1. Modelli di *business Long Tail*
 - 1.4.2. Elementi di un modello *Long Tail*
- 1.5. Il nuovo Prosumer
 - 1.5.1. La terza ondata
 - 1.5.2. Spettatori vs *E-fluencer*
- 1.6. Internet 2.0
 - 1.6.1. Dati di penetrazione e di utilizzo
 - 1.6.2. Dal monologo al dialogo
 - 1.6.3. *Internet of Things*
- 1.7. Cultura partecipativa
 - 1.7.1. Caratteristiche
 - 1.7.2. Internet e l'opinione pubblica
 - 1.7.3. La co-creazione
- 1.8. Attenzione effimera
 - 1.8.1. Multimedialità
 - 1.8.2. *Multitasking*
 - 1.8.3. Il crollo dell'attenzione





- 1.9. Hardware: dalla *black box* alla casa iperconnessa
 - 1.9.1. La scatola nera
 - 1.9.2. Nuovi dispositivi
 - 1.9.3. Abbattere il divario digitale
- 1.10. Verso una nuova televisione
 - 1.10.1. Premesse della nuova TV
 - 1.10.2. Autoprogrammazione
 - 1.10.3. Televisione sociale

Modulo 2. Creazione e gestione di comunità digitali

- 2.1. Una comunità virtuale e dove crearla
 - 2.1.1. Tipi di utenti
 - 2.1.2. Spazi in cui creare comunità virtuali
 - 2.1.3. Particolarità di questi spazi
- 2.2. Gestione della comunità su Facebook e Instagram
 - 2.2.1. Strumenti per la creazione e la gestione di comunità
 - 2.2.2. Possibilità e limiti
- 2.3. Gestione della comunità di Twitter
 - 2.3.1. Strumenti per la creazione e la gestione di comunità
 - 2.3.2. Possibilità e limiti
- 2.4. Gestione della comunità di YouTube
 - 2.4.1. Strumenti per la creazione e la gestione di comunità
 - 2.4.2. Possibilità e limiti
- 2.5. Gestione della comunità di Twitch
 - 2.5.1. Strumenti per la creazione e la gestione di comunità
 - 2.5.2. Possibilità e limiti
- 2.6. Gestione delle comunità future negli spazi emergenti: I suoi punti chiave
 - 2.6.1. Elementi da tenere in considerazione nell'analisi delle reti discusse
 - 2.6.2. Quali sono i passi da compiere quando nascono nuovi *social network*?
 - 2.6.3. Discorsi e dialoghi

- 2.7. Come provocare la generazione di contenuti da parte degli utenti?
 - 2.7.1. Il Prosumer dopo il Covid-19
 - 2.7.2. Concorsi, estrazioni a premi e campagne
 - 2.7.3. *Social network* e transmedialità
- 2.8. Pianificazione e misurazione dei contenuti I
 - 2.8.1. Tipi di contenuti e scrittura
 - 2.8.2. Strutturazione dei contenuti
- 2.9. Pianificazione e misurazione dei contenuti II
 - 2.9.1. Misurare le azioni nei *social network*
 - 2.9.2. Impatto su Google
 - 2.9.3. Processo decisionale
- 2.10. Sviluppo dei contenuti del blog e loro circolazione attraverso le reti
 - 2.10.1. L'importanza del blogging oggi
 - 2.10.2. Tecniche di spostamento dei contenuti attraverso i *social network*
 - 2.10.3. Risoluzione delle crisi

Modulo 3. *Branded Content*: i Marchi come *Publishers*

- 3.1. Il modello pubblicitario tradizionale: *Push*
 - 3.1.1. Aspetti chiave delle strategie di comunicazione *Push*
 - 3.1.2. Origini ed evoluzione
 - 3.1.3. Il futuro delle strategie *Push*
- 3.2. Il nuovo modello *Pull*
 - 3.2.1. Aspetti chiave delle strategie di comunicazione *Push*
 - 3.2.2. Origini e contesto attuale
 - 3.2.3. Elementi di successo
- 3.3. *Branded Content*
 - 3.3.1. *Branded Content*, Marketing di contenuti e *Native Advertising*?
 - 3.3.2. Come identificare un *Branded Content*?





- 3.4. *I brand come Publisher*: implicazioni
 - 3.4.1. La nuova catena di valore
 - 3.4.2. Implicazioni
 - 3.4.3. Modelli
- 3.5. *Il Branded Content* e il suo ruolo nel mix di comunicazione
 - 3.5.1. Contesto attuale
 - 3.5.2. *Branded Content* e lo scopo del *brand*
 - 3.5.3. Casi di ispirazione
- 3.6. La coesistenza di contenuti e pubblicità
 - 3.6.1. Differenze
 - 3.6.2. Contributo al *Brand Equity*
 - 3.6.3. Esempi di coesistenza
- 3.7. *Branded Content*: formati e generi
 - 3.7.1. Generi
 - 3.7.2. Altri approcci e altri generi
 - 3.7.3. Formati
- 3.8. Metodologia per la creazione di *Branded Content*
 - 3.8.1. Strategia
 - 3.8.2. Ideazione
 - 3.8.3. Produzione
- 3.9. L'importanza della promozione nei contenuti di marca
 - 3.9.1. Metodologia
 - 3.9.2. Fasi
 - 3.9.3. Formati
- 3.10. Misurazione dell'efficacia del *Branded Content*
 - 3.10.1. Come misurare un progetto di *Branded Content*?
 - 3.10.2. Misurazione qualitativa e quantitativa
 - 3.10.3. Metriche e KPI

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

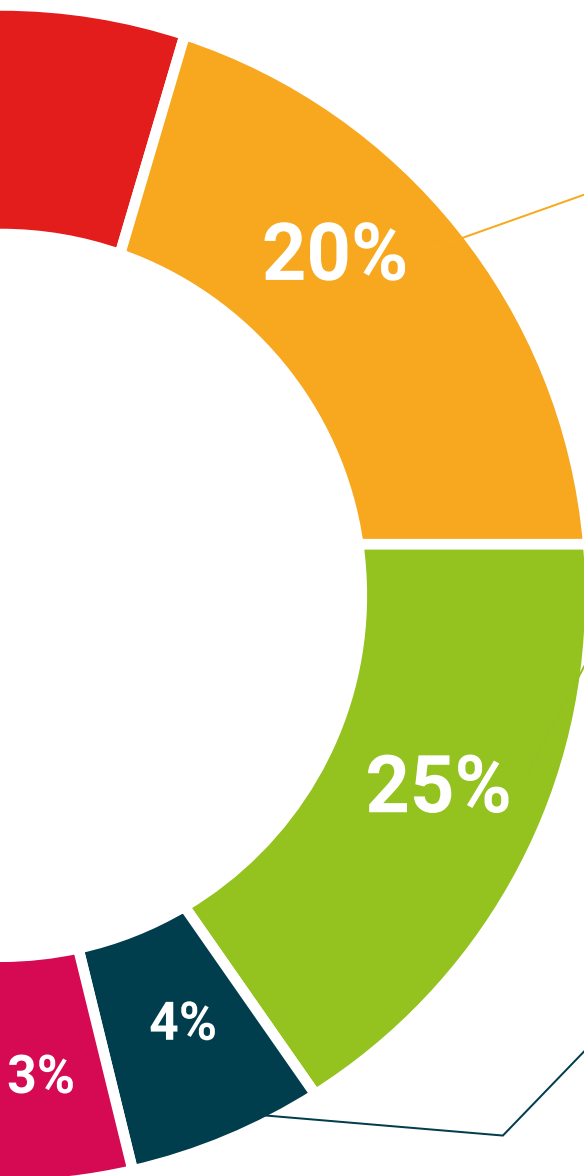
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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.



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.



06

Titolo

Il Esperto Universitario in Branded Content 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 questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Branded Content** 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 Brand Content**

N. Ore Ufficiali: **450 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 lingu

tech università
tecnologica

Esperto Universitario

Branded Content

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

Esperto Universitario

Branded Content

