

Esperto Universitario

Creatività Pubblicitaria





tech università
tecnologica

Esperto Universitario Creatività Pubblicitaria

- » 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-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

Il programma in creatività pubblicitaria offre agli studenti una panoramica dettagliata del pensiero creativo e della sua applicazione al campo della pubblicità e delle relazioni pubbliche. Grazie a questa qualifica, lo studente potrà comprendere e saper implementare il processo di creazione in qualsiasi situazione, prestando particolare attenzione alla comunicazione persuasiva. Lo studente potrà pertanto acquisire gli strumenti necessari a gestire con successo la propria attività di creativo pubblicitario, ricoprendo posizioni di rilievo nel settore in cui potrà contribuire con le sue competenze al raggiungimento degli obiettivi fissati dall'azienda.



SHARE

orem ipsum dolor sit amet consec
tur adipiscing elit sed do eiusmod.

02



COMMUN
CIAL



CH

Lo
tetu

MEDIA COMMUNICATION

LIKE

Lorem ipsum dolor sit amet consec
tetur adipiscing elit sed do eiusmod.

01 

”

“

I creativi pubblicitari sono uno dei profili professionali più richiesti oggi, in quanto il loro lavoro aiuta le aziende ad aumentare le loro entrate"

AT

in ipsum dolor sit amet co
adipiscing elit se

00

La creatività è un aspetto fondamentale nella pubblicità, un settore che deve sempre innovare per far giungere il suo messaggio al pubblico in modo efficace. Pertanto, la specializzazione dei professionisti in questo campo acquista una grande rilevanza nella società odierna, che si basa sempre più sulla pubblicità, attraverso diversi media, per indirizzare le sue azioni commerciali.

Al fine di migliorare la qualificazione dei professionisti del settore, TECH ha progettato questo Esperto Universitario di grande qualità didattica, grazie al quale gli studenti acquisiranno un'ampia prospettiva sulla scrittura di testi pubblicitari e la possibilità di conoscere lo scopo di un annuncio. A tal fine, verranno presentate alcune regole e avvertenze per rendere la stesura di testi efficace e professionale.

TECH fornisce ai suoi studenti un compendio di conoscenze relative alla stesura di testi pubblicitari, che permetterà loro di imparare ad applicare e analizzare le peculiarità di scrittura di ogni tipo di messaggio: lettere, brochure, annunci stampa, affissioni, spot, sia negli aspetti teorici che nei casi pratici. Su questa base, lo studente sarà in grado di applicare le linee guida, le chiavi e i modelli di riferimento appresi al copywriting sui media e sulle piattaforme più attuali, su Internet e sui social network, acquisendo capacità redazionali e di sviluppare l'immaginazione per dar vita a idee originali in qualsiasi formato pubblicitario.

Questo programma è rivolto in particolare a coloro che desiderino diventare direttori d'arte nel campo della pubblicità. Una delle caratteristiche principali di questo profilo professionale è l'ambizione di migliorare costantemente il proprio lavoro, di conoscere, di esplorare i limiti della comunicazione per sorprendere e attirare l'attenzione del destinatario del proprio messaggio, motivo per cui questo Esperto Universitario sarà un plus di qualità nella propria preparazione, dando una svolta al proprio modo di lavorare.

Indubbiamente, un programma che sarà un prima e un dopo nella carriera degli studenti e che, inoltre, potranno studiare completamente online, il che è un vantaggio soprattutto per coloro che devono combinare il tempo di studio con il resto dei loro impegni quotidiani. Questa modalità digitale è ottenuta grazie all'utilizzo di metodologie didattiche completamente nuove, che facilitano lo studio e l'apprendimento.

Questo **Esperto 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 che permette 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
- ♦ Banche di documentazione complementare disponibili sempre



Scopri le principali sfide della creatività pubblicitaria e sviluppa le competenze necessarie a lavorare con successo in questo settore"

“

Se desideri accedere a posizioni di rilievo nel settore pubblicitario, questo Esperto Universitario sarà una qualifica imprescindibile nel tuo CV”

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 di professionisti esperti in diversi settori, in grado di trasmettere efficacemente le conoscenze teoriche, ma soprattutto di mettere al servizio degli studenti le conoscenze pratiche derivanti dalla propria esperienza.

La conoscenza approfondita della disciplina è rafforzata dall'efficacia dell'impostazione metodologica. Sviluppato da un team multidisciplinare di esperti di e-learning, integra gli ultimi progressi nella 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.

Un Esperto Universitario che ti preparerà a lavorare nel settore pubblicitario, sviluppando il tuo aspetto più creativo.

TECH punta sull'innovazione tecnologica e nell'insegnamento digitale come metodo di apprendimento principale.



02

Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario in Creatività Pubblicitaria di TECH è quello di fornire agli studenti strumenti, sia a livello tecnico che personale, che saranno fondamentali per il loro sviluppo professionale nel settore pubblicitario, consentendo loro di raggiungere il livello di eccellenza richiesto dalle aziende di oggi. Gli studenti acquisiranno così una preparazione di alto livello che permetterà loro di sviluppare le loro capacità creative nella progettazione di messaggi pubblicitari di successo.

STRATEGIA

SELECT
COLOR

SYSTEM
PROCEDURE



“

Se sei appassionato di pubblicità, non perdere l'opportunità di seguire questo Esperto Universitario, in cui troverai le chiavi per sviluppare il tuo lato più creativo"



Obiettivo generale

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

“

*Un percorso di crescita professionale
che ti offrirà una maggiore competitività
all'interno del mercato del lavoro”*





Obiettivi specifici

Modulo 1. Creatività nella comunicazione

- ♦ Comprendere la struttura e la trasformazione della società odierna in relazione agli elementi, alle forme e ai processi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche
- ♦ Incoraggiare la creatività e la persuasione attraverso media e mezzi di comunicazione diversi
- ♦ Conoscere gli elementi, le forme e i processi dei linguaggi pubblicitari e di altre forme di comunicazione persuasiva
- ♦ Conoscere gli strumenti significativi e appropriati per lo studio della pubblicità e delle relazioni pubbliche
- ♦ Conoscere i settori della pubblicità e delle relazioni pubbliche e le loro strutture e processi organizzativi
- ♦ Identificare i profili professionali dei professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale
- ♦ Identificare i principi fondamentali della creatività umana e la loro applicazione nelle manifestazioni della comunicazione persuasiva

Modulo 2. Creatività pubblicitaria I: Redazione

- ♦ 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 dei linguaggi pubblicitari 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
- ♦ Assumere 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

Modulo 3. Creatività pubblicitaria II: Direzione artistica

- ♦ 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 media e mezzi di comunicazione diversi

03

Struttura e contenuti

Questo Esperto Universitario in Creatività Pubblicitaria di TECH ha un programma molto ben strutturato in unità didattiche che rendono più facile l'apprendimento da parte degli studenti. Potranno così essere al passo coi tempi in un settore altamente competitivo che richiede professionisti qualificati e aggiornati sulle principali tecniche del settore. Un programma unico, sia per la qualità dei contenuti che del personale docente.



“

Realizza un percorso accademico di successo sui concetti e le strategie più recenti della creatività pubblicitaria"

Modulo 1. Creatività nella comunicazione

- 1.1. Creare è pensare
 - 1.1.1. L'arte di pensare
 - 1.1.2. Pensiero creativo e creatività
 - 1.1.3. Pensiero e cervello
 - 1.1.4. Le linee di ricerca sulla creatività: sistematizzazione
- 1.2. Natura del processo creativo
 - 1.2.1. Natura della creatività
 - 1.2.2. Nozione di creatività: creazione e creatività
 - 1.2.3. La creazione di idee al servizio della comunicazione persuasiva
 - 1.2.4. Natura del processo creativo in pubblicità
- 1.3. L'invenzione
 - 1.3.1. Evoluzione e analisi storica del processo di creazione
 - 1.3.2. La natura del canone classico di inventio
 - 1.3.3. La visione classica dell'ispirazione nell'origine delle idee
 - 1.3.4. Invenzione, ispirazione, persuasione
- 1.4. Retorica e comunicazione persuasiva
 - 1.4.1. Retorica e pubblicità
 - 1.4.2. Le parti retoriche della comunicazione persuasiva
 - 1.4.3. Figure retoriche
 - 1.4.4. Leggi retoriche e funzioni del linguaggio pubblicitario
- 1.5. Comportamento e personalità creativa
 - 1.5.1. La creatività come caratteristica personale, come prodotto e come processo
 - 1.5.2. Comportamento creativo e motivazione
 - 1.5.3. Percezione e pensiero creativo
 - 1.5.4. Elementi di creatività
- 1.6. Capacità e abilità creative
 - 1.6.1. Sistemi di pensiero e modelli di intelligenza creativa
 - 1.6.2. Il modello tridimensionale di Guilford della struttura dell'intelletto
 - 1.6.3. Interazione tra fattori e capacità dell'intelletto
 - 1.6.4. Competenze creative
 - 1.6.5. Capacità creative

- 1.7. Le fasi del processo creativo
 - 1.7.1. La creatività come processo
 - 1.7.2. Le fasi del processo creativo
 - 1.7.3. Le fasi del processo creativo nella pubblicità
- 1.8. Risoluzione dei problemi
 - 1.8.1. Creatività e risoluzione dei problemi
 - 1.8.2. Blocchi percettivi ed emotivi
 - 1.8.3. Metodologia dell'invenzione: programmi e metodi creativi
- 1.9. I metodi del pensiero creativo
 - 1.9.1. Il *Brainstorming* come modello di creazione di idee
 - 1.9.2. Pensiero verticale e pensiero laterale
 - 1.10. Creatività e comunicazione pubblicitaria
 - 1.10.1. Il processo creativo come prodotto specifico della comunicazione pubblicitaria
 - 1.10.2. Natura del processo creativo in pubblicità: creatività e processo di creazione pubblicitaria
 - 1.10.3. Principi metodologici ed effetti della creazione di pubblicità
 - 1.10.4. Creazione di pubblicità: dal problema alla soluzione
 - 1.10.5. Creatività e comunicazione persuasiva

Modulo 2. Creatività Pubblicitaria I: copywriting

- 2.1. Concetto di copywriting
 - 2.1.1. Redazione e scrittura
 - 2.1.2. Redazione e pensiero
 - 2.1.3. Redazione e ordine
- 2.2. I fondamenti del copywriting
 - 2.2.1. La correzione
 - 2.2.2. L'adattamento
 - 2.2.3. L'efficacia
- 2.3. Le caratteristiche del copywriting
 - 2.3.1. Nominalizzazione
 - 2.3.2. Destrutturazione
 - 2.3.3. Concentrazione espressiva

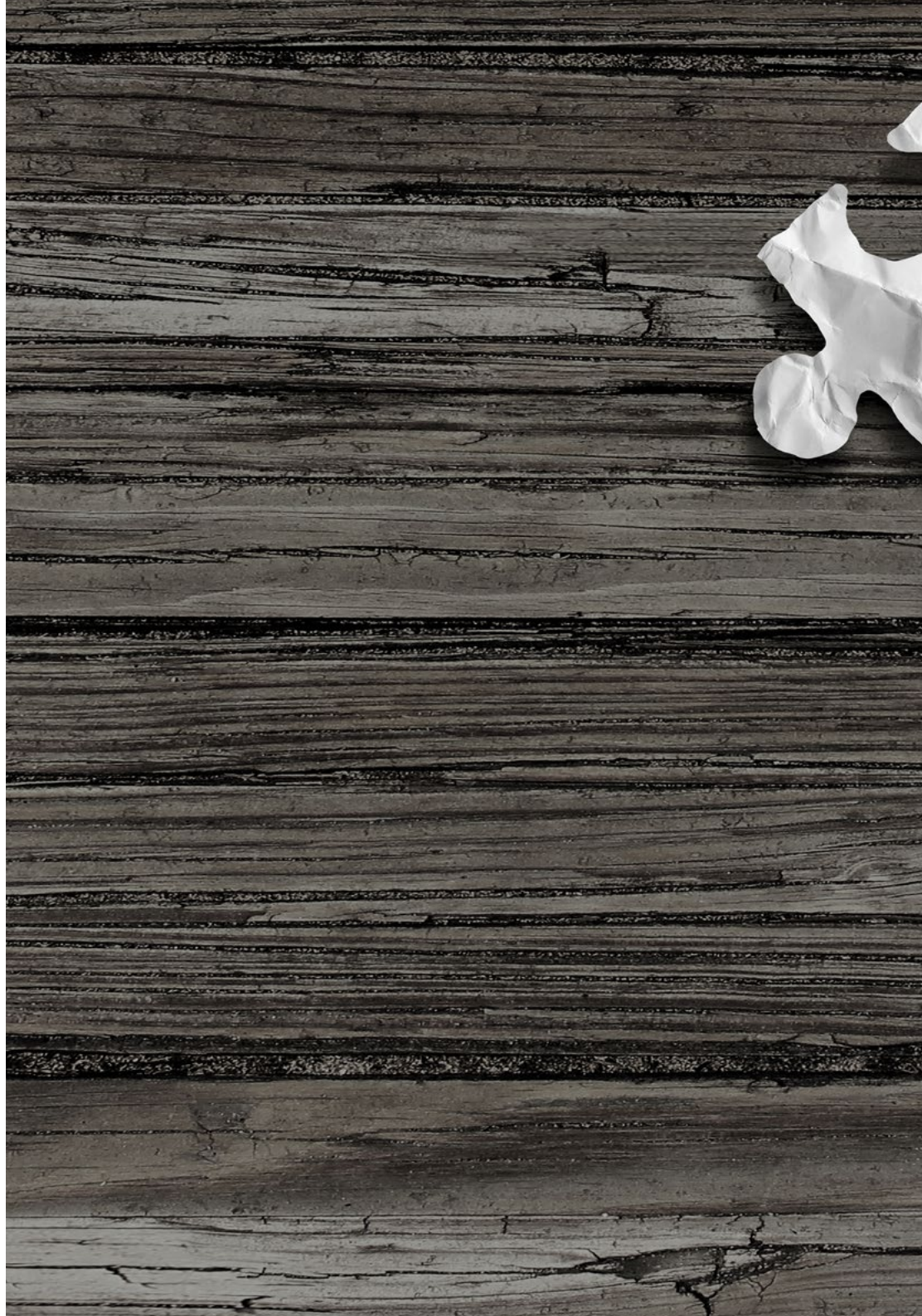


- 2.4. Testo e immagine
 - 2.4.1. Dal testo all'immagine
 - 2.4.2. Funzioni del testo
 - 2.4.3. Funzioni dell'immagine
 - 2.4.4. Relazioni tra testo e immagine
- 2.5. Il marchio e lo slogan
 - 2.5.1. Il marchio
 - 2.5.2. Caratteristiche del marchio
 - 2.5.3. Lo slogan
- 2.6. Pubblicità diretta
 - 2.6.1. L'opuscolo
 - 2.6.2. Il catalogo
 - 2.6.3. Altri allegati
- 2.7. Pubblicità sulla stampa: la pubblicità di grande formato
 - 2.7.1. Giornali e riviste
 - 2.7.2. Sovrastruttura
 - 2.7.3. Caratteristiche formali
 - 2.7.4. Caratteristiche editoriali
- 2.8. Pubblicità sulla stampa: altri formati
 - 2.8.1. Annunci di parole
 - 2.8.2. Sovrastruttura
 - 2.8.3. Il reclamo
 - 2.8.4. Sovrastruttura
- 2.9. Pubblicità esterna
 - 2.9.1. Formati
 - 2.9.2. Caratteristiche formali
 - 2.9.3. Caratteristiche editoriali
- 2.10. Pubblicità radiofonica
 - 2.10.1. Il linguaggio della radio
 - 2.10.2. Lo spot radiofonico
 - 2.10.3. Sovrastruttura
 - 2.10.4. Tipi di spot
 - 2.10.5. Caratteristiche formali

- 2.11. Pubblicità audiovisiva
 - 2.11.1. L'immagine
 - 2.11.2. Il testo
 - 2.11.3. La musica e gli effetti sonori
 - 2.11.4. Formati pubblicitari
 - 2.11.5. La sceneggiatura
 - 2.11.6. La *Storyboard*

Modulo 3. Creatività pubblicitaria II: direzione artistica

- 3.1. Soggetti e oggetto della grafica pubblicitaria
 - 3.1.1. Profili professionali correlati
 - 3.1.2. Contesto accademico e competenze
 - 3.1.3. Inserzionista e agenzia
- 3.2. Direzione creativa e idea creativa
 - 3.2.1. Processo creativo
 - 3.2.2. Tipi di processi creativi
 - 3.2.3. Direzione artistica e idea formale
- 3.3. Il ruolo del direttore artistico
 - 3.3.1. Che cos'è la direzione artistica?
 - 3.3.2. Come funziona la direzione artistica
 - 3.3.3. Il team creativo
 - 3.3.4. Il ruolo del direttore artistico
- 3.4. Basi del disegno grafico pubblicitario
 - 3.4.1. Concetti e standard di progettazione
 - 3.4.2. Tendenze e stili
 - 3.4.3. Pensiero, processo e gestione del disegno
 - 3.4.4. Metafora scientifica
- 3.5. Metodologia della grafica pubblicitaria
 - 3.5.1. Creatività grafica
 - 3.5.2. Processo del disegno
 - 3.5.3. Comunicazione ed estetica



- 3.6. Strategia grafica
 - 3.6.1. Apprensione formale
 - 3.6.2. Messaggio grafico
 - 3.6.3. Stato estetico
- 3.7. Architettura grafica
 - 3.7.1. Tipometria
 - 3.7.2. Spazi grafici
 - 3.7.3. Reticolazione
 - 3.7.4. Regole di impaginazione
- 3.8. Arti finali
 - 3.8.1. Arti finali
 - 3.8.2. Processi
 - 3.8.3. Sistemi
- 3.9. Creazione di supporti grafici pubblicitari
 - 3.9.1. Pubblicazione
 - 3.9.2. Immagine visiva organizzativa (IVO)
- 3.10. Pubblicità grafica pubblicitaria
 - 3.10.1. *Packaging*
 - 3.10.2. Pagine web
 - 3.10.3. Immagine aziendale sulle pagine web

“ *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.



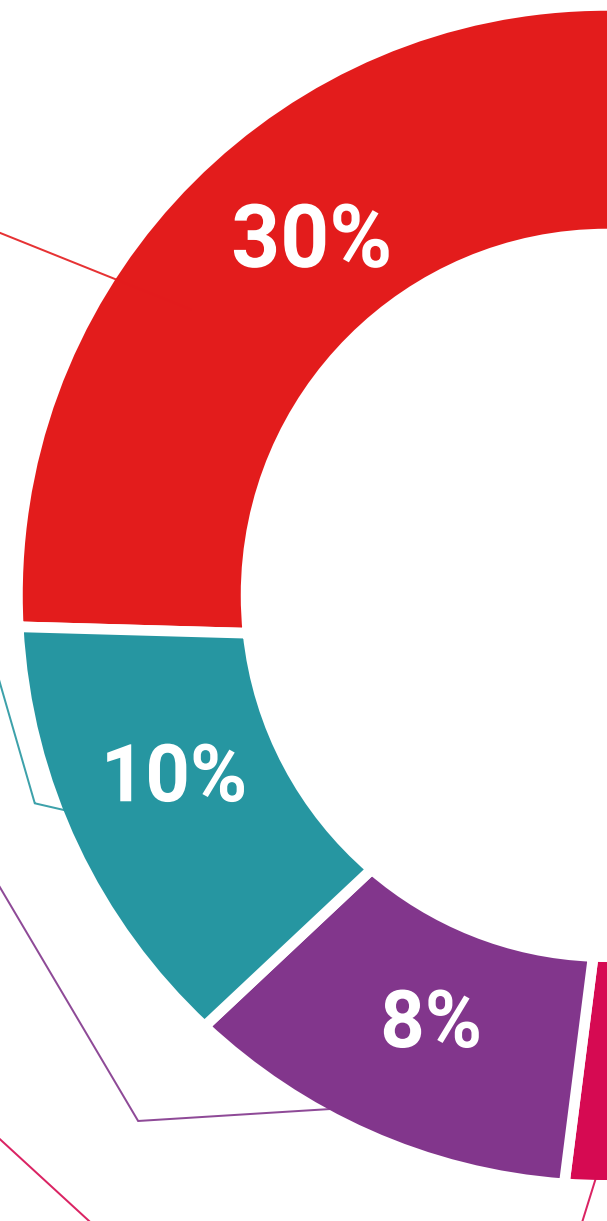
Pratiche di competenze e competenze

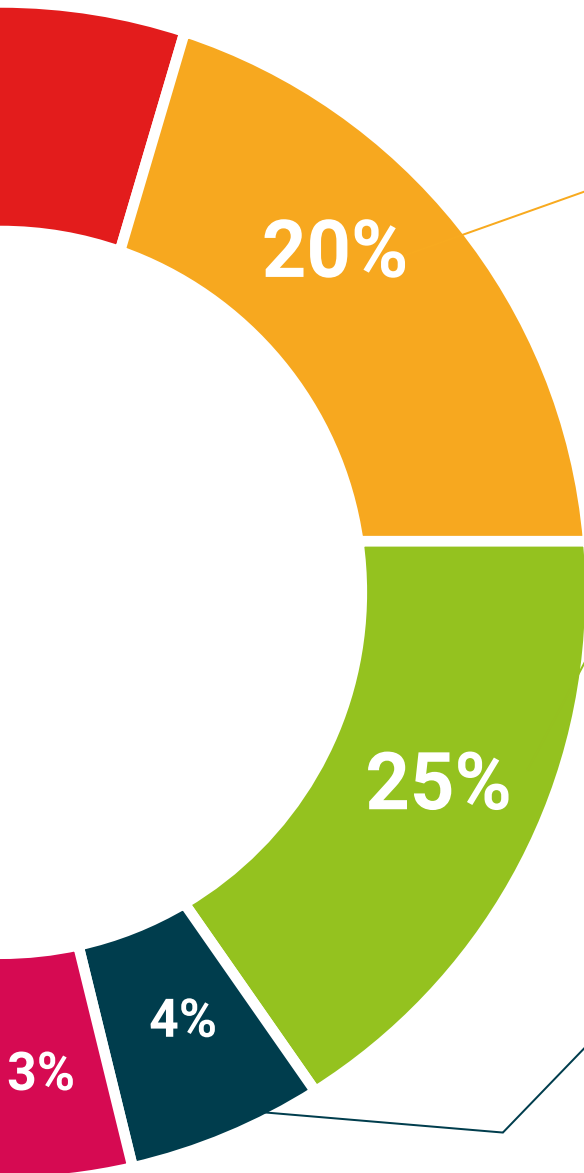
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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

L'Esperto Universitario in Creatività Pubblicitaria garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Includi nel tuo curriculum un Esperto Universitario in Comunicazione Pubblicitaria: un punto di svolta importante per tutti i professionisti del settore"

Questo **Esperto 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 **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 Creatività Pubblicitaria**

N° Ore Ufficiali: **450 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

tech università
tecnologica

Esperto Universitario

Creatività Pubblicitaria

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

Esperto Universitario

Creatività Pubblicitaria

