

Esperto Universitario

Inbound Marketing per
il Marchio Personale



tech università
tecnologica



Esperto Universitario Inbound Marketing per il Marchio Personale

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

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-inbound-marketing-marchio-personale

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

Oggi costruire un marchio personale forte e rilevante è un aspetto fondamentale per distinguersi in un mercato sempre più competitivo. *Inbound Marketing* è uno strumento fondamentale per raggiungere questo obiettivo, in quanto permette ai professionisti di stabilire una presenza online convincente e di generare contenuti di valore che coinvolgono il loro pubblico e stabiliscano un rapporto di fiducia con loro. Pertanto, con questo percorso di studi lo studente affronterà dalle strategie per generare visibilità sui social network alla creazione di un podcast e alla sua diffusione. Con una semplice connessione a Internet, gli studenti saranno in grado di avviare la loro carriera professionale in sole 600 ore e al 100% online.





“

Aumenta il tuo coinvolgimento su Instagram, TikTok, Facebook e altri network con questo prezioso programma"

L'*Inbound Marketing* è nato come risposta al cambiamento del modo in cui i consumatori interagiscono con i marchi e le aziende online. Invece di seguire le tattiche di marketing tradizionali, che si concentrano sull'interruzione e sulla persuasione aggressiva, l'*Inbound Marketing* cerca di attirare e mantenere l'attenzione dei clienti attraverso contenuti utili e di valore.

Per questo motivo, l'Esperto Universitario in *Inbound Marketing* per il Marchio Personale è un valido programma ideato da TECH per fornire agli studenti gli strumenti e le tecniche necessarie per sviluppare ed eseguire efficaci strategie di *Inbound Marketing* e generare contenuti personali di marca che coinvolgano il loro pubblico. Il programma affronta concetti che vanno dalla metodologia *Inbound* alle strategie di interazione, alla pianificazione e alla produttività per la creazione di contenuti e la conversione dei follower in clienti. Include anche moduli dedicati alla creazione di contenuti educativi e non, all'identificazione di pilastri tematici per i contenuti e all'utilizzo di strumenti per curare i contenuti e migliorare la creatività.

Inoltre, il programma tratta anche il visual design e gli strumenti per creare contenuti digitali visivi e l'importanza del funnel di vendita per il personal branding. Include anche una sezione dedicata alla creazione e alla progettazione di una strategia di Email Marketing e di automazione del Marketing per il personal branding, nonché il podcast come nuovo canale chiave nella strategia di *Inbound Marketing*.

Questo programma è al 100% online, il che significa che gli studenti possono specializzarsi al proprio ritmo da qualsiasi parte del mondo e in qualsiasi momento. La metodologia pedagogica del *Relearning* svolge un ruolo importante in questo senso, consentendo agli studenti di acquisire conoscenze e competenze in modo pratico ed efficace. Inoltre, la flessibilità nell'organizzare le risorse accademiche in base alle esigenze individuali degli studenti offre loro la libertà di cui hanno bisogno.

Questo **Esperto Universitario in Inbound Marketing per il Marchio Personale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti di *Inbound Marketing* per il Marchio Personale
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni pratiche riguardo alle discipline mediche essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ 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



*Unisciti al cambiamento promosso dall'*Inbound Marketing* quando si tratta di consolidare i marchi personali"*

“

Diventa un esperto di Inbound Marketing e aumenta la visibilità del tuo marchio con TECH”

Il personale docente del programma comprende prestigiosi professionisti, 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 sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Affermati come punto di riferimento nella creazione di contenuti interessanti in sole 600 ore.

Padroneggia tutte le metriche per studiare i risultati delle tue strategie di posizionamento.



02 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario è quello di specializzare gli studenti con le competenze e le tecniche necessarie per applicare efficacemente l'*Inbound Marketing* nella creazione del marchio personale di un'azienda. Durante il percorso di studi, gli studenti saranno aggiornati sulla produzione di contenuti di valore, sulle strategie di ottimizzazione per i motori di ricerca, sull'uso dei social media, sull'*email marketing* e su altre tecniche rilevanti. Al termine dell'Esperto Universitario, gli studenti saranno in grado di applicare queste competenze nella loro azienda o nei media e di aumentare la visibilità online.





“

Dai una spinta decisiva alla tua carriera analizzando le variabili analitiche e di misurazione delle prestazioni offerte da ogni piattaforma sociale"



Obiettivi generali

- ♦ Identificare e definire gli elementi principali per sviluppare e gestire efficacemente un marchio personale
- ♦ Scoprire gli elementi che ti aiuteranno a lavorare sull'identità del marchio personale e a raggiungere la coerenza
- ♦ Lavorare in modo approfondito sugli elementi strategici che costituiranno la base dei messaggi e della narrazione personale
- ♦ Sviluppare il messaggio nelle sue diverse forme, razionali ed emotive
- ♦ Concettualizzare una strategia di contenuti in linea con il personal branding
- ♦ Esaminare le possibilità offerte dalle principali piattaforme sociali per la progettazione di strategie di personal branding efficaci
- ♦ Identificare le fasi di sviluppo di un piano strategico di personal branding sui social media, stabilendo obiettivi e KPI per misurare i risultati
- ♦ Analizzare e definire i principali elementi che compongono un profilo LinkedIn ottimizzato, compilando strategie efficaci per rafforzare la presenza digitale su questa piattaforma
- ♦ Determinare come approcciare e migliorare il processo di creazione dei contenuti
- ♦ Studiare storie di successo nel personal branding in diversi settori



Obiettivi specifici

Modulo 1. Social media Branding. Strategia di visibilità ed engagement su Instagram, Twitter, Facebook e TikTok

- ♦ Determinare l'importanza del personal branding sui social media e come una presenza digitale coerente possa contribuire a dare impulso alla carriera
- ♦ Analizzare il processo di creazione di una strategia di contenuti che rifletta l'identità del marchio personale e si connetta con il pubblico su diverse piattaforme di social media
- ♦ Identificare i diversi obiettivi che possono essere applicati al personal branding sui social media
- ♦ Giustificare l'uso di Instagram, Facebook, Twitter e TikTok per il personal branding
- ♦ Identificare le migliori pratiche su queste piattaforme sociali per aumentare il coinvolgimento e la visibilità del marchio personale
- ♦ Esaminare le variabili di analisi e misurazione dei risultati offerte da ciascuna piattaforma

Modulo 2. Personal branding su LinkedIn. Strategie di visibilità e engagement su LinkedIn

- ♦ Sviluppare una strategia efficace per ottimizzare il profilo LinkedIn e creare un profilo forte e credibile che si distingua dalla massa
- ♦ Identificare i tipi di contenuti che hanno il maggiore impatto sul pubblico di LinkedIn per creare contenuti validi e pertinenti per rafforzare la reputazione professionale
- ♦ Determinare una strategia di contenuti come base per un calendario editoriale di post che trasmettano conoscenze, storie, pensieri e messaggi che concretizzino il personal branding su LinkedIn
- ♦ Esaminare le tecniche, i formati e gli stili più efficaci per la pubblicazione di post su LinkedIn

- ♦ Padroneggiare le tattiche per creare una comunità attiva e coinvolta su LinkedIn, utilizzando strategie efficaci di connessione, interazione e coinvolgimento
- ♦ Valutare e analizzare le prestazioni della strategia su LinkedIn monitorando le metriche e analizzando l'attività e il comportamento del pubblico per regolare e migliorare la strategia in tempo reale

Modulo 3. Strategie, tecniche e strumenti di inbound ed e-mail marketing per la costruzione e la generazione di contenuti per il personal brand

- ♦ Scoprire come migliorare la produttività quotidiana per generare idee di contenuto ed evitare la sindrome della pagina vuota
- ♦ Raccogliere i migliori strumenti per creare nuove idee di contenuto e sapere dove cercare ispirazione ed essere sempre aggiornati su ciò che viene pubblicato nel settore
- ♦ Utilizzare strumenti di produzione creativa come Canva
- ♦ Scegliere il giusto strumento di e-mail Marketing per ogni professionista
- ♦ Individuare gli incentivi migliori per massimizzare l'acquisizione di contatti e costruire il proprio database
- ♦ Utilizzare l'email marketing come strumento/canale per costruire una comunità di fidelizzati
- ♦ Migliorare la conversione della marca personale applicando la metodologia del funnel di vendita

Modulo 4. KPI Impatto del marchio personale: metriche per misurare i risultati e storie di successo multisettoriali

- ♦ Comprovare la relazione tra influenza e marchio personale
- ♦ Identificare le buone pratiche di marchio personale
- ♦ Stabilire obiettivi e traguardi specifici per migliorare l'impatto e l'efficacia del marchio personale
- ♦ Analizzare la presenza del marchio personale su diversi media e piattaforme
- ♦ Esaminare e valutare i KPI per migliorare la strategia di marchio personale



Raggiungi gli obiettivi TECH e valuta i KPI per potenziare il tuo marchio personale"

03

Direzione del corso

Il personale docente di questo percorso di studi è composto da esperti di Digital Marketing che hanno una vasta esperienza nell'applicazione delle tecniche di Inbound Marketing per la promozione e il consolidamento dei marchi personali. Ognuno di loro ha una solida formazione accademica e un'ampia esperienza nel campo del business e della comunicazione, che gli permette di trasmettere le proprie conoscenze ed esperienze pratiche agli studenti. In questo modo, gli studenti potranno specializzarsi sotto la guida di professionisti rinomati e ottenere una prospettiva globale dell'Inbound Marketing applicato al personal branding.





“

Scopri tutte le chiavi dell'Inbound Marketing consultando i contenuti innovativi ideati da un docente leader del settore"

Direzione



Dott.ssa Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Direttrice marketing e strategia digitale di Torres y Carrera
- ♦ Direttrice dei servizi ai clienti e *Chief Marketing Officer* presso Roi Scroll
- ♦ *Head of Social Media* e Digital PR presso Havas
- ♦ Consulente senior per le comunicazioni e i social media presso Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Pubblicità e Pubbliche Relazioni - Noa Nogueira
- ♦ Docente presso l'Università Europea Miguel de Cervantes
- ♦ Docente presso la Escuela Internacional de Marketing
- ♦ Docente presso la Escola Superior de Relaciones Públicas de Barcelona
- ♦ Docente presso lo IEBS
- ♦ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche Doppia Laurea Straordinaria della Xunta di Galicia e dell'Università di Vigo
- ♦ Corso post-laurea in Search and Social Media Marketing presso l'Università di Barcellona

Personale docente

Dott.ssa López Rodríguez, Carla

- ♦ Consulente internazionale e personal branding trainer
- ♦ Visual Commercial, responsabile della presentazione dei prodotti presso Inditex in Austria
- ♦ Docente presso l'Università di Vigo
- ♦ Docente presso l'Università Unir
- ♦ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso l'Università di Alicante
- ♦ Laurea in Comunicazione Audiovisiva presso l'Università di Vigo
- ♦ Dottorato di ricerca in Comunicazione presso l'Università di Vigo con menzione internazionale e lode
- ♦ Master in Gestione Strategica e Innovazione nella Comunicazione presso l'Università di Malaga

Dott.ssa Luque Diaz, Daniela

- ♦ Consulente del marchio personale su LinkedIn
- ♦ Coordinatrice della strategia di marketing presso KIND APP in Svezia
- ♦ Coordinatrice di programmi artistici presso il Dipartimento di Arti e Scienze Umane della New York University
- ♦ Ha gestito la strategia di marketing per la collezione di accessori del marchio AITA
- ♦ Project Manager / Marketing & Eventi presso Top Gear Promotions a Dubai
- ♦ Coordinatrice delle operazioni per Eurofragance a Dubai
- ♦ Responsabile dello sviluppo commerciale presso Intercom Group a Barcellona
- ♦ Laurea in produzione cinematografica e televisiva presso l'Università Nazionale della Colombia
- ♦ Master in Imprenditorialità e Innovazione presso lo Sten K, Johnson Centre for
- ♦ Entrepreneurship della Lund University
- ♦ Master in Relazioni Pubbliche e Protocollo presso la ESERP Business School
- ♦ Master in Retail Management presso l'Università Autonoma di Barcellona

Dott.ssa García Veiga, Mariam

- ♦ CEO RockNRebel
- ♦ Personale docente e ricercatore presso l'Università di Santiago di Compostela
- ♦ Laurea in Scienze Politiche e Pubblica Amministrazione presso l'Università di Santiago de Compostela
- ♦ Dottorato in Processi politici contemporanei presso l'Università di Santiago di Compostela
- ♦ Master in Marketing e Comunicazione Politica presso l'Università di Santiago de Compostela
- ♦ Master in Tecniche Statistiche Avanzate presso l'Università di Santiago de Compostela
- ♦ Master in International Business/Trade/Commerce presso l'Università Intercontinentale dell'Impresa
- ♦ Master in Web Analytics da Kschool

04

Struttura e contenuti

Questo Esperto Universitario offre una preparazione completa e approfondita sulle tecniche di personal branding, coprendo sia gli aspetti strategici che la misurazione dei risultati. È stato progettato con una metodologia didattica innovativa, il *Relearning*, ed è insegnato interamente online, il che offre una grande flessibilità agli studenti. In questo modo, potranno acquisire le conoscenze in maniera personalizzata e autonoma, con un supporto costante. Grazie a questa specializzazione, gli studenti saranno in grado di applicare immediatamente le più avanzate tecniche di *Inbound Marketing* al proprio marchio o a quello dei propri clienti.





“

*Iscriviti al percorso di studi
sull'Inbound Marketing per
il Marchio Personale "*

Modulo 1. Social Media Branding. Strategia di visibilità ed Engagement su Instagram, Twitter, Facebook e TikTok

- 1.1. Social Media Branding: Rilevanza per il marchio personale
 - 1.1.1. Ruolo del marchio personale nei social media
 - 1.1.2. Piattaforme di gestione online: Diffusori del marchio personale
 - 1.1.3. I pilastri di una buona strategia di marchio personale digitale
- 1.2. L'approccio strategico come base del Social Media Branding
 - 1.2.1. Il ruolo della ricerca e dell'ascolto attivo nella strategia di marchio personale
 - 1.2.2. Analisi della concorrenza sui social network
 - 1.2.3. Identificare il pubblico di riferimento per la strategia di marchio personale
- 1.3. Social media Branding
 - 1.3.1. Sviluppo di un piano di social media per il marchio personale
 - 1.3.2. Identificare gli obiettivi del marchio personale nei social network
 - 1.3.3. KPI per analizzare i risultati
- 1.4. Strategie di engagement e visibilità per il marchio personale
 - 1.4.1. Ecosistema online: definizione della presenza digitale e selezione delle piattaforme
 - 1.4.2. Fattori che determinano l'engagement sui social network
 - 1.4.3. Visibilità sui social media e best practice
- 1.5. Creare una presenza digitale coerente
 - 1.5.1. Creare un'immagine coerente del marchio sui social media: identità visiva, riferimenti verbali e guide di stile per i social media
 - 1.5.2. Il messaggio del marchio e il ruolo dei contenuti per il successo della strategia
 - 1.5.3. Differenziazione del marchio personale nel mondo digitale
- 1.6. Strategia dei contenuti: creazione di una strategia di contenuti per i social media che rifletta l'identità del marchio e si connetta con il pubblico
 - 1.6.1. Processo di creazione dei contenuti per le diverse piattaforme di social media
 - 1.6.2. L'importanza dello storytelling nel marchio personale sui social media
 - 1.6.3. Creare un calendario delle pubblicazioni per mantenere una presenza online costante e coerente
- 1.7. Utilizzare Instagram per il marchio personale
 - 1.7.1. Perché essere su Instagram: relazioni e pubblico
 - 1.7.2. Capire l'algoritmo per progettare una strategia di contenuti su Instagram
 - 1.7.3. Le migliori pratiche per aumentare l'engagement e la visibilità
 - 1.7.4. KPI Misurazione e analisi dei risultati su Instagram
- 1.8. Utilizzare Facebook per il marchio personale
 - 1.8.1. Perché essere su Facebook. Rapporti e pubblico
 - 1.8.2. Capire l'algoritmo per progettare una strategia di contenuti su Facebook
 - 1.8.3. Le migliori pratiche per aumentare l'engagement e la visibilità
 - 1.8.4. Misurazione dei KPI. Analisi dei risultati su Facebook
- 1.9. Usare Twitter per il marchio personale
 - 1.9.1. Perché essere su Twitter: relazioni e pubblico
 - 1.9.2. Le migliori pratiche per aumentare l'engagement e la visibilità
 - 1.9.3. KPI Misurazione e analisi dei risultati su Twitter
- 1.10. Utilizzare TikTok per il marchio personale
 - 1.10.1. Perché essere su TikTok: relazioni e pubblico
 - 1.10.2. Le migliori pratiche per aumentare l'engagement e la visibilità
 - 1.10.3. KPI Misurare e analizzare i risultati in TikTok

Modulo 2. Personal branding su LinkedIn. Strategie di visibilità ed engagement per la creazione di un marchio personale su LinkedIn

- 2.1. Rafforzare il profilo utente su LinkedIn
 - 2.1.1. Analisi di un profilo utente di LinkedIn
 - 2.1.2. Chiarimento degli obiettivi di utilizzo di LinkedIn
 - 2.1.3. Identificazione delle aree di miglioramento del profilo LinkedIn
- 2.2. Costruire il pubblico di follower su LinkedIn
 - 2.2.1. Definire il pubblico di LinkedIn
 - 2.2.2. Adattare il messaggio al pubblico di LinkedIn
 - 2.2.3. Creare un pubblico con i post su LinkedIn
- 2.3. Comunità di riferimento su LinkedIn
 - 2.3.1. Trovare i leader dei contenuti su LinkedIn
 - 2.3.2. Identificare altri membri della comunità su LinkedIn
 - 2.3.3. Interagire e collaborare con i membri della community su LinkedIn
- 2.4. Connettersi con gli utenti attivi su LinkedIn
 - 2.4.1. Importanza di trovare utenti attivi su LinkedIn
 - 2.4.2. Scrivere un invito a connettersi su LinkedIn
 - 2.4.3. Interagire con i nuovi contatti su LinkedIn
- 2.5. Sviluppare una solida strategia di contenuti attraverso pilastri tematici
 - 2.5.1. Identificazione e posizionamento dei pilastri tematici
 - 2.5.2. Identificazione dei pilastri tematici nella strategia
 - 2.5.3. Sviluppo e mantenimento dei pilastri tematici nel tempo
- 2.6. Collegamento dei pilastri tematici alla storia personale. L'importanza delle emozioni
 - 2.6.1. Identificare le storie legate ai pilastri tematici che creano credibilità e potenziale virale
 - 2.6.2. Come raccontare storie efficaci su LinkedIn
 - 2.6.3. Come collegare le storie personali ai messaggi chiave su LinkedIn
 - 2.6.4. Creare una storia personale trasformativa per il primo post su LinkedIn
- 2.7. Generare contenuti d'impatto su LinkedIn. L'importanza di ispirare e insegnare
 - 2.7.1. Utilizzo di dati tecnici o scientifici relativi ai pilastri tematici per creare contenuti educativi
 - 2.7.2. Benchmarking: casi di studio di creatori di contenuti virali su LinkedIn che hanno utilizzato queste tecniche
 - 2.7.3. Tradurre l'analisi in pratica
- 2.8. Preparare i post per LinkedIn
 - 2.8.1. Selezionare il contenuto e il formato con il maggior potenziale per i post su LinkedIn
 - 2.8.2. Creare una varietà di formati e stili per i post su LinkedIn
 - 2.8.3. Pubblicazione e follow-up dei primi post su LinkedIn
- 2.9. Far crescere il tuo account LinkedIn: follower ed engagement
 - 2.9.1. Importanza del monitoraggio dei follower su LinkedIn
 - 2.9.2. Monitorare la crescita dei follower su LinkedIn
 - 2.9.3. Utilizzare i dati dei follower su LinkedIn
- 2.10. Valutare e modificare la strategia editoriale
 - 2.10.1. Identificare le tendenze e i modelli di comportamento del pubblico
 - 2.10.2. Rafforzare i punti di forza e di debolezza per migliorare la strategia editoriale
 - 2.10.3. Strumenti digitali per un uso avanzato di LinkedIn
 - 2.10.4. Utilizzo ottimale di LinkedIn come strumento per rafforzare il personal branding digitale



Avrai tutto ciò che ti serve per affermarti come Influencer grazie alle strategie su Instagram, TikTok o Twitter"

Modulo 3. Strategie, tecniche e strumenti dell'Inbound e dell'email Marketing per la costruzione e la creazione di contenuti relativi al marchio personale

- 3.1. Strategie di Inbound Marketing applicato al marchio personale
 - 3.1.1. Metodologia Inbound. Obiettivi
 - 3.1.2. Strategia di attrazione
 - 3.1.3. Strategia di interazione
 - 3.1.4. Strategia del piacere
- 3.2. Creazione di contenuti
 - 3.2.1. Identificazione dei pilastri tematici dei contenuti da sviluppare
 - 3.2.2. Contenuti educativi e non educativi
 - 3.2.3. Le 20 idee di contenuto che aiutano la crescita del marchio personale
 - 3.2.4. Esempi ispiratori di contenuti per il marchio personale
- 3.3. Strumenti per curare i contenuti e favorire la creatività
 - 3.3.1. Feedly
 - 3.3.2. Google Alerts
 - 3.3.3. Buzzsumo
 - 3.3.4. Altri strumenti
- 3.4. Pianificazione e produttività per la creazione di contenuti
 - 3.4.1. Progettare un calendario editoriale
 - 3.4.2. Creazione di contenuti in base agli obiettivi aziendali
 - 3.4.3. Strumenti per la pianificazione interna: Google Drive, Notion, Asana, Trello
- 3.5. Design visivo e strumenti per la creazione di contenuti digitali visivi
 - 3.5.1. Uso corretto della tavolozza dei colori, del logo e del branding
 - 3.5.2. Fotografia del marchio personale
 - 3.5.3. Canva: Workshop pratico avanzato
- 3.6. Imbuto di vendita per il marchio personale
 - 3.6.1. Utilità dell'imbuto di vendita per il marchio personale
 - 3.6.2. Funzione di un imbuto. Fasi
 - 3.6.3. Relazione tra i tipi di contenuti e il tasso di conversione
- 3.7. Conversione dei follower in clienti
 - 3.7.1. Lead: importanza per la costruzione di un'attività di marchio personale
 - 3.7.2. Puntare sul profilo LinkedIn per massimizzare l'acquisizione di lead
 - 3.7.3. Puntare sul profilo Instagram per massimizzare l'acquisizione di lead
 - 3.7.4. Ottimizzazione del sito web personale per acquisire contatti

- 3.8. Progettare una strategia di email marketing
 - 3.8.1. Importanza di una strategia di email marketing
 - 3.8.2. Strumenti gratuiti di email marketing per costruire una relazione con gli abbonati
 - 3.8.3. Presenza nella mente del buyer: la newsletter
- 3.9. Marketing Automation per il marchio personale
 - 3.9.1. L'incentivo a entrare nella community
 - 3.9.2. L'importanza della prima sequenza di benvenuto
 - 3.9.3. Esempio di sequenza di benvenuto che aiuta a generare vendite
- 3.10. Il podcast: un nuovo canale fondamentale nella strategia di Inbound Marketing
 - 3.10.1. Creazione di un podcast: Passi da seguire
 - 3.10.2. Formati e tipi di contenuti
 - 3.10.3. Diffusione e visibilità del podcast

Modulo 4. KPI Impatto del marchio personale: Metriche per misurare i risultati e storie di successo multisettoriali

- 4.1. KPI del marchio personale: Applicazioni
 - 4.1.1. Definizione e importanza della creazione di KPI
 - 4.1.2. Tipi di KPI e indicatori chiave per misurare il successo del marchio personale
 - 4.1.3. Il ruolo della visione e del posizionamento del marchio personale nei KPI
- 4.2. Selezionare i KPI giusti per misurare il successo del tuo marchio personale
 - 4.2.1. Variabili per selezionare i KPI rilevanti nella strategia di marchio personale
 - 4.2.2. Identificazione degli obiettivi di marchio personale: Definizione degli obiettivi di marchio personale per stabilire i KPI appropriati
 - 4.2.3. Definizione delle priorità dei KPI in base agli obiettivi e ai traguardi stabiliti
- 4.3. Tipi di KPI tangibili per il marchio personale
 - 4.3.1. Analisi dei KPI di prossimità
 - 4.3.2. Analisi dei KPI di interazione
 - 4.3.3. Analisi dei KPI di Conversione
- 4.4. Tipi di KPI "intangibili" per il marchio personale
 - 4.4.1. Analisi dei KPI di reputazione
 - 4.4.2. Analisi dei KPI di influenza
 - 4.4.3. Analisi dei KPI di credibilità



- 4.5. Il personal branding nell'influenza
 - 4.5.1. La figura dell'influencer. Tipi di influencer
 - 4.5.2. Approccio all'influencer marketing
 - 4.5.3. Vantaggi, scelta e KPI
- 4.6. Interpretare i KPI: monitoraggio, misurazione e ottimizzazione
 - 4.6.1. Monitoraggio: implementazione di un sistema di monitoraggio e misurazione dei KPI per il marchio personale
 - 4.6.2. Misurazione: Interpretazione dei dati
 - 4.6.3. Ottimizzazione: aspetti da valutare per adattare la strategia in base ai KPI
 - 4.6.4. Raccomandazioni finali
- 4.7. Caso di studio: il personal branding negli imprenditori e nei liberi professionisti
 - 4.7.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.7.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.7.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 4.8. Analisi del caso: personal branding su Influencer
 - 4.8.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.8.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.8.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 4.9. Analisi del caso: personal branding negli sportivi
 - 4.9.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.9.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.9.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 4.4. Analisi del caso: personal branding nei professionisti dipendenti
 - 4.4.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.4.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
 - 4.4.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche

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

L'Esperto Universitario in Inbound Marketing per il Marchio Personale garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di 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 Inbound Marketing per il Marchio Personale** 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 Inbound Marketing per il Marchio Personale**

N° Ore Ufficiali: **600 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 inn
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Inbound Marketing per
il Marchio Personale

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

Esperto Universitario

Inbound Marketing per il Marchio Personale

