

Esperto Universitario

Pianificazione dei
Media Pubblicitari

PLANNING

Social Medias



Esperto Universitario

Pianificazione dei Media Pubblicitari

- » 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-pianificazione-media-pubblicitari

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Metodologia

pag. 18

05

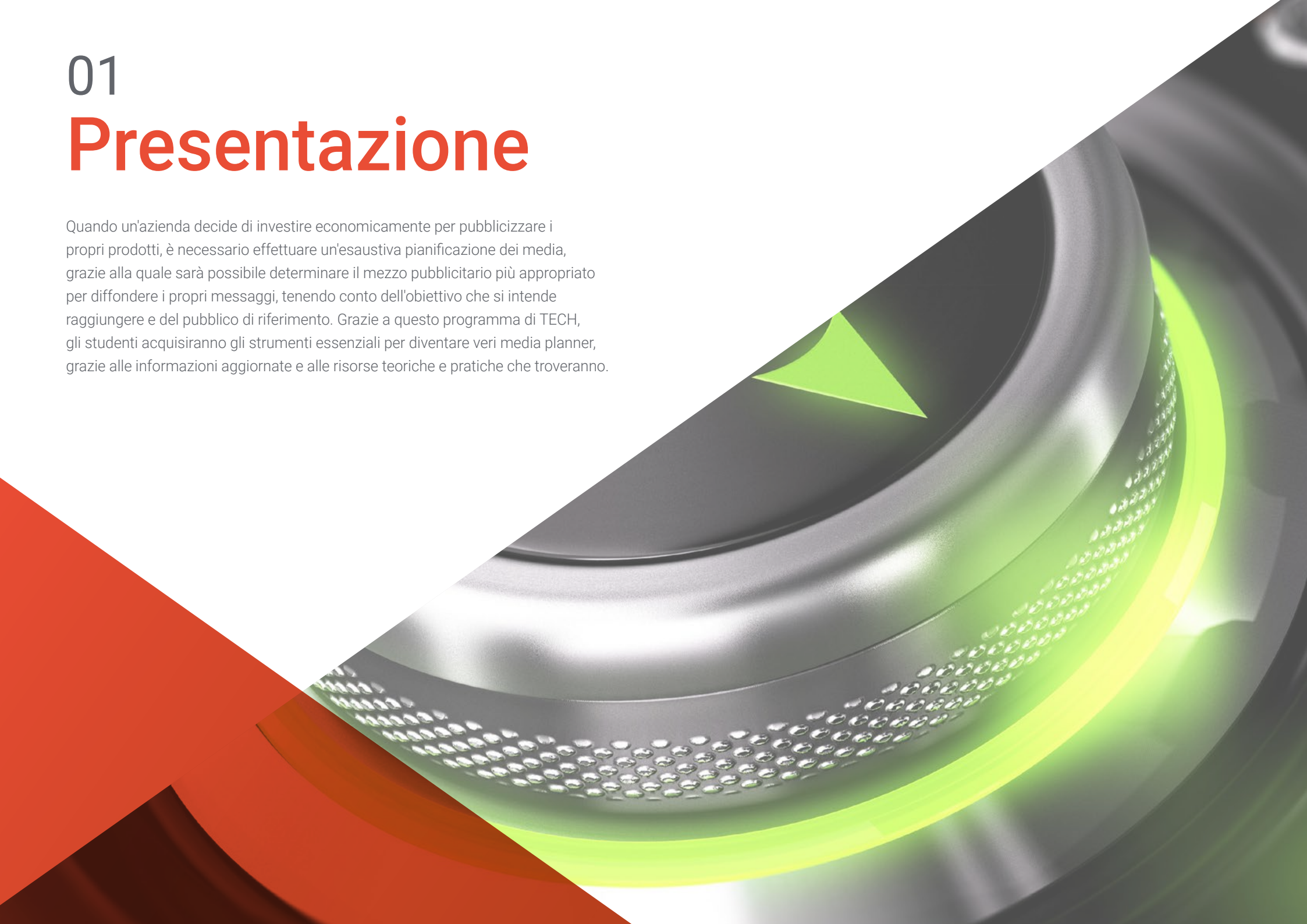
Titolo

pag. 26

01

Presentazione

Quando un'azienda decide di investire economicamente per pubblicizzare i propri prodotti, è necessario effettuare un'esaustiva pianificazione dei media, grazie alla quale sarà possibile determinare il mezzo pubblicitario più appropriato per diffondere i propri messaggi, tenendo conto dell'obiettivo che si intende raggiungere e del pubblico di riferimento. Grazie a questo programma di TECH, gli studenti acquisiranno gli strumenti essenziali per diventare veri media planner, grazie alle informazioni aggiornate e alle risorse teoriche e pratiche che troveranno.



TELEVISIONE

NEW

“

Questo programma ti insegnerà a scegliere i media pubblicitari più appropriati per realizzare campagne di successo per la tua azienda"

L'immagine aziendale è uno dei fattori ritenuti fondamentali all'interno delle organizzazioni. Al giorno d'oggi, è uno degli elementi più importanti che le aziende hanno a disposizione per far comunicare al pubblico chi sono, cosa fanno e come si differenziano dalla concorrenza. Il raggiungimento di un'immagine adeguata e competitiva si ottiene attraverso le campagne pubblicitarie; tuttavia, per farlo è necessario determinare i mezzi di comunicazione mediante i quali le aziende devono realizzare queste campagne. La selezione dei mezzi di comunicazione più appropriati è un compito fondamentale del pianificatore pubblicitario, per cui la specializzazione con programmi come questo è essenziale. In particolare, questo programma di TECH è rivolto ai professionisti del giornalismo e della comunicazione, che comprendono la necessità di aggiornare le proprie conoscenze in questo campo per essere più competitivi.

Occorre tener presente che, al giorno d'oggi, internet è il più potente canale di comunicazione esistente e va apprezzata l'importanza dell'uso sempre più diffuso dei cosiddetti "strumenti sociali" su internet, che offrono alle aziende e agli utenti nuovi modi di comunicare, vendere, partecipare e scambiare conoscenze. Grazie ai social network, e in modo veloce, multidirezionale e ravvicinato, le aziende che vendono prodotti o servizi possono promuoverli, così come analizzare come vengono visti dagli utenti e rispondere alle richieste e alle domande che hanno riguardo a quell'azienda.

In questa sfera digitale è fondamentale anche l'uso dei social network, che hanno segnato una rivoluzione nel modo in cui le organizzazioni si relazionano tra loro. Questo programma aiuterà gli studenti a conoscere il vero potenziale dei social media per le aziende, a creare un piano strategico e a capire come funzionano le piattaforme e gli strumenti più importanti attualmente in uso. Inoltre, grazie a questo programma, gli studenti acquisiranno conoscenze relative alla reputazione online, ai blog e alla figura del *Community Manager* come responsabile della generazione della massima reputazione dell'azienda.

Un compendio di conoscenze necessarie per una corretta pianificazione dei mezzi pubblicitari che segnerà un prima e un dopo nel percorso di preparazione dei professionisti, aiutandoli ad accedere a posizioni professionali di grande rilievo nei dipartimenti pubblicitari delle aziende.

Questo **Esperto Universitario in Pianificazione dei Media Pubblicitari** 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 portatile provvisto di connessione a internet
- ♦ Banche di documentazione complementare disponibili permanentemente



Aggiorna le tue conoscenze in questo campo e diventa maggiormente efficace nella tua pratica quotidiana"

“

Un programma di alto livello accademico che ti permetterà di aprire nuove strade al tuo progresso professionale"

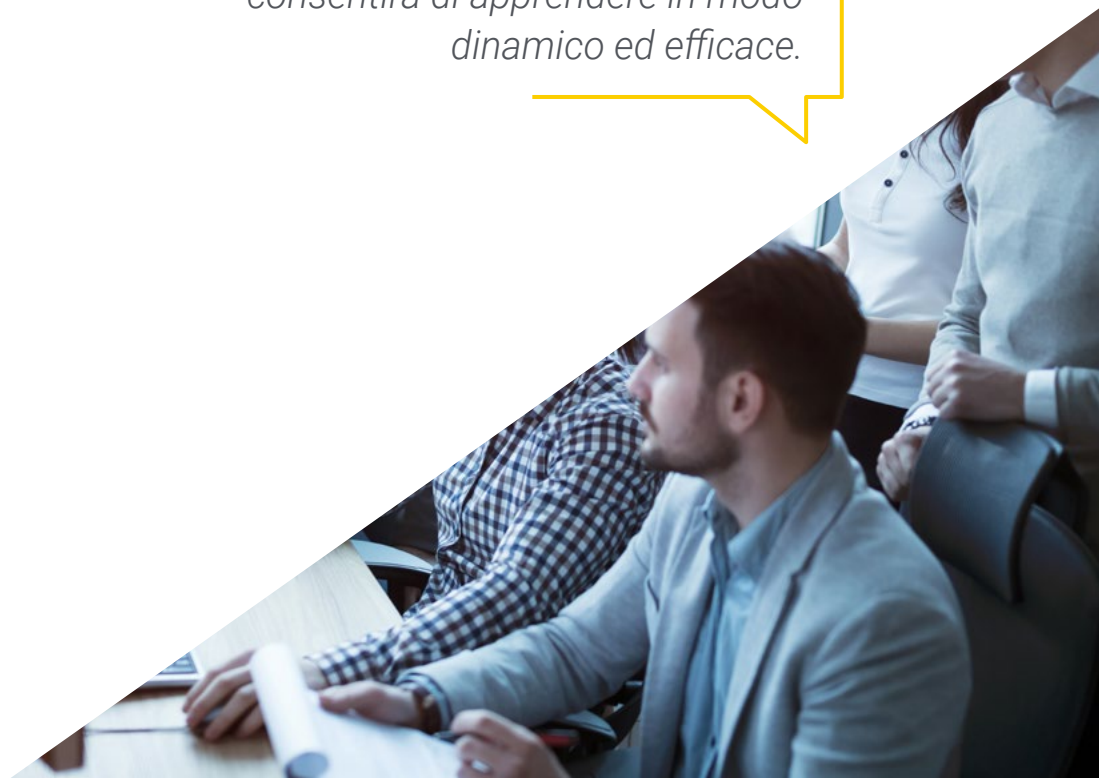
Il personale docente di questo programma è composto da professionisti provenienti da diversi ambiti legati alla disciplina. Ciò consente a TECH di raggiungere l'obiettivo di aggiornamento accademico stabilito. Un organico multidisciplinare di professionisti esperti in diversi settori, in grado di trasmettere 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. Elaborato da un team multidisciplinare di esperti di e-learning, il programma integra gli ultimi progressi della tecnologia educativa. Lo studente potrà così studiare con una serie di strumenti multimediali comodi e versatili, che gli daranno l'operatività di cui ha bisogno per studiare.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi. Un approccio che concepisce l'apprendimento come un processo eminentemente pratico. Al fine di raggiungere questo obiettivo in modalità remota, useremo la *telepratica* Grazie all'aiuto di un innovativo sistema di video interattivo e del *Learning From an Expert*, gli studenti potrà acquisire le conoscenze come se si stessero confrontando con il contesto reale. Un concetto che permetterà di integrare e assimilare l'apprendimento in modo più realistico e permanente.

Un Esperto Universitario che ti consentirà di lavorare con successo nella pianificazione dei mezzi pubblicitari, con la solvibilità di un professionista di alto livello.

L'innovativa metodologia didattica di questo Esperto Universitario ti consentirà di apprendere in modo dinamico ed efficace.

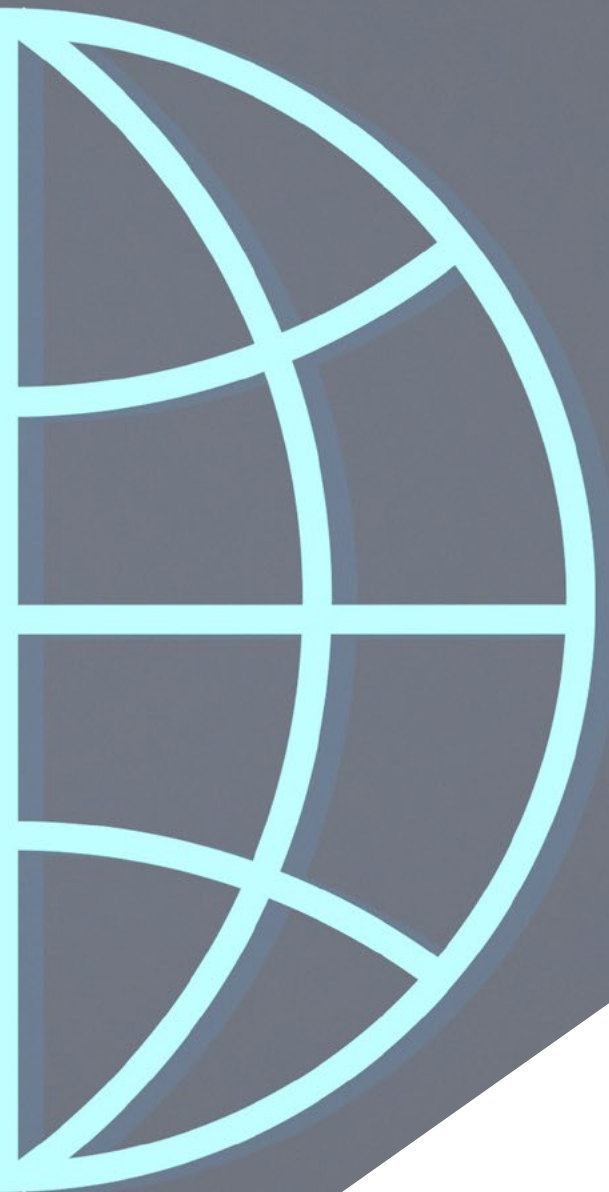


02

Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario è quello di preparare professionisti altamente qualificati per l'esperienza lavorativa, fornendo loro le competenze necessarie per avere successo in questo campo. Un obiettivo integrato, inoltre, in modo globale, dalla promozione dello sviluppo umano che pone le basi per una società migliore, aiutandoli ad accedere a un livello di competenza e controllo molto più elevato. Un obiettivo che, in pochi mesi, lo studente sarà in grado di raggiungere, grazie a un programma di alta intensità e precisione.





“

Se desideri ampliare la tua preparazione nella pianificazione dei media pubblicitari, questo Esperto Universitario ti aiuterà a raggiungerla in modo confortevole”



Obiettivi generali

- ♦ Acquisire le conoscenze necessarie per realizzare un'adeguata comunicazione pubblicitaria utilizzando gli strumenti digitali più avanzati
- ♦ Essere in grado di effettuare un'adeguata pianificazione dei media pubblicitari, con cui determinare i media da utilizzare in azienda





Obiettivi specifici

Modulo 1. Identità aziendale

- ♦ Conoscere i fondamenti della pubblicità e i soggetti coinvolti nel processo di creazione della pubblicità
- ♦ Riconoscere e identificare i profili professionali dei professionisti della pubblicità, nonché le principali funzioni e i requisiti che devono soddisfare per il loro sviluppo professionale
- ♦ Gestire la comunicazione istituzionale in ogni circostanza anche negli episodi di crisi in cui il messaggio è allineato agli interessi dei diversi *stakeholders*
- ♦ Gestire la comunicazione di qualsiasi evento legato alla comunicazione aziendale
- ♦ Creare l'immagine aziendale di qualsiasi ente a partire da uno qualsiasi dei suoi attributi

Modulo 2. Social network e *community management*

- ♦ Comprendere l'importanza di internet nel ruolo di ricerca e gestione delle informazioni nel campo della pubblicità e delle pubbliche relazioni, oltre che nella sua applicazione a situazioni specifiche
- ♦ Avere la capacità di analizzare, elaborare, interpretare, elaborare e strutturare la comunicazione digitale
- ♦ Consentire allo studente di analizzare e ottimizzare l'uso dei nuovi canali di comunicazione e delle strategie dei media digitali da parte dei professionisti della pubblicità e delle relazioni pubbliche
- ♦ Comprendere l'importanza dei social media e dell'e-mobile come rivoluzione del marketing e sostenere e utilizzare questi strumenti per raggiungere gli obiettivi pubblicitari e di pubbliche relazioni

Modulo 3. Pianificazione dei media pubblicitari

- ♦ Saper applicare le variabili di analisi della pianificazione dei media pubblicitari
- ♦ Elaborare un piano media per un'agenzia pubblicitaria o un centro media
- ♦ Saper gestire l'acquisto dei media e dei mezzi pubblicitari



*Un'opportunità unica per
ampliare le tue possibilità
nel mercato del lavoro"*

03

Struttura e contenuti

Questo programma completo di TECH Università Tecnologica condurrà gli studenti ai più alti standard di qualità professionale e di successo nel campo della pianificazione dei media pubblicitari, e lo farà grazie a un programma altamente aggiornato con i principali sviluppi del settore. Un programma molto ben strutturato che permetterà agli studenti di autogestire i propri studi e di compiere un intenso percorso accademico fondamentale per la loro futura carriera.



“

Un programma didattico di alto livello accademico che si distingue dal resto delle offerte presenti sul mercato per l'elevato livello di aggiornamento e qualità”

Modulo 1. Identità aziendale

- 1.1. C'era una volta la strategia
 - 1.1.1. Storia della strategia
 - 1.1.2. Applicazione della strategia ad altre discipline sociali
 - 1.1.3. Riconoscimento scientifico della strategia
- 1.2. Pensiero strategico
 - 1.2.1. La dimensione strategica
 - 1.2.2. Che cos'è un piano strategico?
 - 1.2.3. Struttura
- 1.3. Comunicazione strategica vs. Classi strategiche
 - 1.3.1. Caratteristiche della comunicazione strategica
 - 1.3.2. Strategie di comunicazione
 - 1.3.3. Tipi di strategie
- 1.4. Esecuzione del processo di pianificazione pubblicitaria
 - 1.4.1. Storia della pianificazione pubblicitaria
 - 1.4.2. Cosa fa un *planner*?
 - 1.4.3. Il planner nel processo di lavoro dell'agenzia
 - 1.4.4. Gestione e pianificazione degli account
- 1.5. Modello generale di sviluppo del lavoro
 - 1.5.1. Ordine dell'inserzionista
 - 1.5.2. Processo strategico
 - 1.5.3. Consulenza strategica
- 1.6. Media convenzionali
 - 1.6.1. Transizione agli ambienti sociali
 - 1.6.2. Media ibridi
 - 1.6.3. Internet
 - 1.6.4. Caso *Orbyt*
- 1.7. Pianificazione nei media digitali
 - 1.7.1. Momento della decisione di acquisto
 - 1.7.2. Posizionamento sul web
 - 1.7.3. Formati
 - 1.7.4. Strategie di brand
 - 1.7.5. Misurazione
 - 1.7.6. Commercio elettronico e sociale



- 1.8. Piano strategico in 7 fasi
 - 1.8.1. Analisi della marca
 - 1.8.2. Identificazione del *target*
 - 1.8.3. Definire gli obiettivi
 - 1.8.4. Identificare la proposta di valore differenziale della marca
 - 1.8.5. Scegliere i canali di comunicazione
 - 1.8.6. Creare il calendario della campagna
 - 1.8.7. Analisi e misurazione dei risultati
- 1.9. Pianificazione futura
 - 1.9.1. Passato
 - 1.9.2. Presente
 - 1.9.3. Futuro
- 1.10. Pubblico
 - 1.10.1. Fasce d'orario di ascolti televisivi
 - 1.10.2. *Prime time* in TV
 - 1.10.3. Gpr
- 2.4. Cultura aziendale
 - 2.4.1. Che cos'è la cultura aziendale?
 - 2.4.2. Fattori che intervengono nella cultura aziendale
 - 2.4.3. Funzioni della cultura aziendale
 - 2.4.4. Tipi di cultura aziendale
- 2.5. Responsabilità sociale d'impresa e reputazione aziendale
 - 2.5.1. RSI: concetto e applicazione aziendale
 - 2.5.2. Linee guida per l'integrazione della RSI nelle imprese
 - 2.5.3. Comunicazione della RSI
 - 2.5.4. Reputazione aziendale
- 2.6. L'identità visiva aziendale e il *Naming*
 - 2.6.1. Strategie di identità visiva aziendale
 - 2.6.2. Elementi di base
 - 2.6.3. Principi di base
 - 2.6.4. Elaborazione del manuale
 - 2.6.5. Il *Naming*

Modulo 2. Identità Aziendale

- 2.1. L'importanza dell'immagine per l'impresa
 - 2.1.1. Che cos'è l'immagine aziendale?
 - 2.1.2. Differenze tra identità aziendale e immagine aziendale
 - 2.1.3. Dove si può manifestare l'immagine aziendale?
 - 2.1.4. Situazioni di cambiamento dell'immagine aziendale. Perché ottenere una buona immagine aziendale?
- 2.2. Tecniche di ricerca in immagine aziendale
 - 2.2.1. Introduzione
 - 2.2.2. Lo studio dell'immagine aziendale
 - 2.2.3. Tecniche di ricerca dell'immagine aziendale
 - 2.2.4. Tecniche qualitative di studio delle immagini
 - 2.2.5. Tipi di tecniche quantitative
- 2.3. Audit e strategia d'immagine
 - 2.3.1. Che cos'è il controllo delle immagini?
 - 2.3.2. Linee guida
 - 2.3.3. Metodologia dell'audit
 - 2.3.4. Pianificazione strategica
- 2.7. Immagine e posizionamento del marchio
 - 2.7.1. Le origini dei marchi
 - 2.7.2. Che cos'è un marchio?
 - 2.7.3. La necessità di costruire un marchio
 - 2.7.4. Immagine e posizionamento del marchio
 - 2.7.5. Il valore dei marchi
- 2.8. Gestione dell'immagine attraverso la comunicazione di crisi
 - 2.8.1. Piano di comunicazione strategico
 - 2.8.2. Quando tutto va male: la comunicazione di crisi
 - 2.8.3. Casi
- 2.9. L'influenza delle promozioni sull'Immagine Aziendale
 - 2.9.1. Il nuovo panorama dell'industria pubblicitaria
 - 2.9.2. Il Marketing promozionale
 - 2.9.3. Caratteristiche
 - 2.9.4. Rischi
 - 2.9.5. Tipi e tecniche promozionali

- 2.10. Principali social network
 - 2.10.1. YouTube: il secondo motore di ricerca più grande di internet
 - 2.10.2. Elementi principali
 - 2.10.3. La pubblicità
 - 2.10.4. YouTube Analytics
 - 2.10.5. Casi di successo
 - 2.10.6. Instagram e Pinterest. Il poter dell'immagine
 - 2.10.7. Instagram
 - 2.10.8. Casi di successo
 - 2.10.9. Pinterest
- 2.11. I Blog e il marchio personale
 - 2.11.1. Definizione
 - 2.11.2. Tipologie
- 2.12. Strumenti per il community manager
 - 2.12.1. Monitoraggio e programmazione. Hootsuite
 - 2.12.2. Strumenti specifici per ogni social network
 - 2.12.3. Strumenti per l'ascolto attivo
 - 2.12.4. Strumenti di abbreviazione delle URL
 - 2.12.5. Strumenti per la generazione di contenuti

Modulo 3. Comunicazione di Marketing Integrato

- 3.1. Pubblicità *Below the Line*
- 3.2. Marketing diretto e interattivo
- 3.3. Tecniche di marketing nei punti vendita
- 3.4. Importanza delle relazioni pubbliche
- 3.5. Trend del *Branded Entertainment Marketing*
- 3.6. Strategia Comunicazione online
- 3.7. Parametri di comunicazione digitale
- 3.8. Importanza dei social network
- 3.9. Targeting efficace e strumenti per i social media
- 3.10. Vantaggi del Mobile Marketing





“

*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.



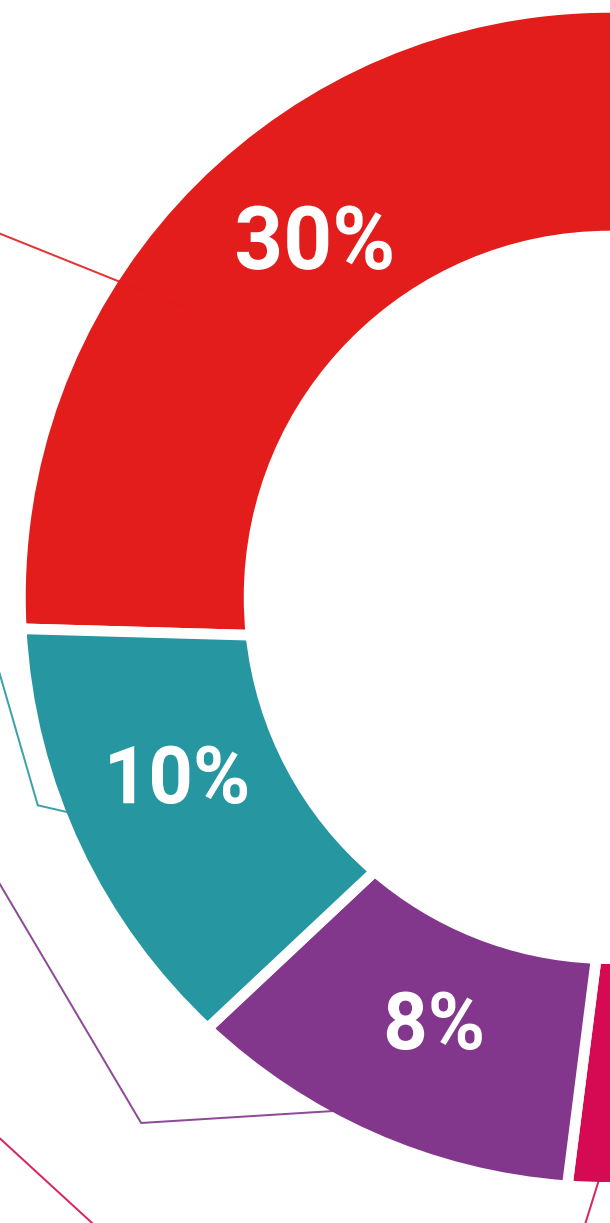
Pratiche di competenze e competenze

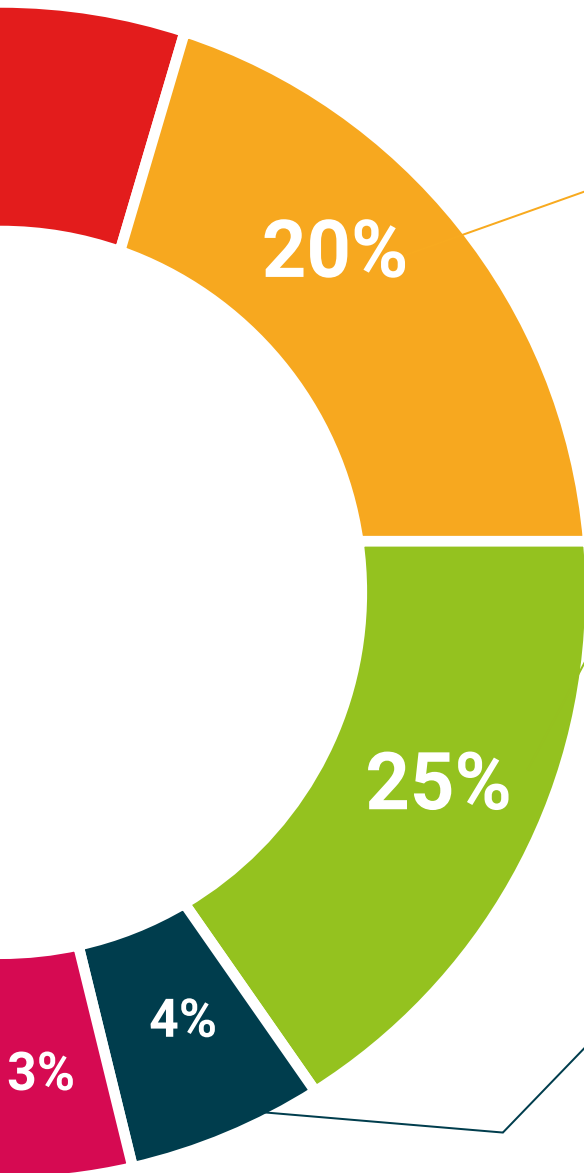
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 Pianificazione dei Media Pubblicitari 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 Pianificazione dei Media Pubblicitari** 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 Pianificazione dei Media Pubblicitari**

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
Pianificazione dei
Media Pubblicitari

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

Esperto Universitario

Pianificazione dei
Media Pubblicitari

