

# Esperto Universitario

## Social Media Branding



**tech** università  
tecnologica

## Esperto Universitario Social Media Branding

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

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-social-media-branding](http://www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-social-media-branding)

# 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

La presenza digitale è diventata cruciale nell'era odierna, quindi è necessario avere una strategia di marchio personale ben sviluppata per garantire la visibilità del marchio in un panorama sempre più competitivo. Questa qualifica affronta la necessità di creare una strategia di marchio personale nel mondo digitale, concentrandosi su reti come Instagram, Twitter, Facebook e TikTok. Questo programma tratta punti chiave come la strategia di visibilità e *Engagement* sulle piattaforme sociali o il Personal Branding su LinkedIn. La qualifica si basa sulla metodologia pedagogica *Relearning*, che promuove l'apprendimento autonomo attraverso la ripetizione diretta dei concetti, essendo progettato al 100% online.



Fusce luctus, metus non  
mollis laoreet, nisi mi  
laoreet ex, non sceleris-  
que ipsum quam ac est.



uspendisse tempus sollicitudin mi, quis euismod sapien hendrerit vel.



Nam eu nisl sed nunc interdum bibendum. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.

“

*Per rendere più prezioso il tuo profilo di comunicatore, incorpora le più recenti strategie di Social Media Branding nella tua pratica quotidiana”*

Oggi la presenza sui social media è fondamentale per qualsiasi azienda o marchio che voglia avere successo sul mercato. I social network sono un canale di comunicazione con milioni di utenti e potenziali clienti e uno strumento fondamentale per costruire l'immagine e la reputazione di un marchio. È sempre più necessaria la figura di un esperto di *Social Media Branding*.

L'Esperto Universitario in *Social Media Branding* è un programma accademico specializzato che fornisce a giornalisti e comunicatori le conoscenze e gli strumenti necessari per progettare ed eseguire una strategia di *Branding* efficace sui social network. Questo programma è pensato per i professionisti che desiderano migliorare il proprio profilo lavorativo e acquisire competenze in ambito digitale, coprendo tutti i concetti essenziali del *Branding* e del social media marketing fino alle metriche per la misurazione dei risultati. Verranno analizzate storie di successo in vari settori.

Il vantaggio è che questo programma è al 100% online, con una metodologia di insegnamento flessibile e personalizzata che si adatta alle esigenze di ogni studente. Gli iscritti assimileranno più rapidamente ogni singolo concetto grazie al *Relearning* e saranno in grado di avviare la propria carriera accedendo alle risorse didattiche in qualsiasi momento della giornata.

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

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Social Media Branding
- ♦ Contenuti grafici, schematici e assolutamente 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
- ♦ Particolare 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 portatile provvisto di connessione a internet



*Distinguiti in un settore chiave padroneggiando tutte le metriche per la misurazione delle prestazioni”*

“

*Progetta le strategie più avanzate per aumentare la visibilità del tuo marchio”*

Il personale docente del programma comprende professionisti del settore, 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.

*Migliora le tue competenze per aumentare l'Engagement consultando diagrammi interattivi dinamici, video dettagliati o facendo esercizi di autovalutazione.*

*Una qualifica essenziale se si vuole costruire una solida rete di contatti su LinkedIn.*



# 02

## Obiettivi

L'Esperto Universitario in Social Media Branding consentirà agli studenti di sviluppare le competenze essenziali per costruire e gestire la presenza di un marchio sui social media. Al termine del programma, il professionista sarà in grado di sviluppare un'efficace strategia di *Social Media Branding*, generando contenuti di alta qualità che rappresentino i valori del marchio o interagendo con le comunità online. Il comunicatore si distinguerà in ambito digitale e potrà offrire un valore aggiunto alla propria azienda o impresa.



“

*Diventa un punto di riferimento nella costruzione del marchio attraverso reti come Instagram, Tiktok, Twitter o Facebook”*



## 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 e engagement su Instagram, Twitter, Facebook e TikTok

- ♦ Determinare l'importanza del marchio personale 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 social 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 distingue dalla massa
- ♦ Identificare i tipi di contenuti che hanno il maggiore impatto sul pubblico di LinkedIn come base per la creazione di contenuti di valore e rilevanti 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 marchio personale 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. KPI Impatto del marchio personale: metriche per misurare i risultati e storie di successo multisettoriali

- ♦ Comprovare la relazione tra influenza personale e personal branding
- ♦ Identificare le buone pratiche di personal branding
- ♦ 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 del marchio personale



*Raggiungi i tuoi obiettivi e sviluppa strategie efficaci per ottimizzare il tuo profilo LinkedIn”*

# 03

## Direzione del corso

Il personale docente di questa opportunità accademica è composto da specialisti attivi con una vasta esperienza nel campo del Social Media Branding. Ognuno di loro ha alle spalle un'eccellente carriera professionale in vari settori, dalla produzione di contenuti alla gestione di comunità online. Gli studenti avranno l'opportunità di specializzarsi con rinomati esperti del settore e riceveranno una guida per perfezionare le loro competenze in questa disciplina.





“

*Non esitare e iscriviti per beneficiare delle lezioni di un'equipe di esperti di Social Media Branding”*

## Direzione



### Dott.ssa Vázquez Viaño, Laura María

- ◆ Direttrice Marketing e Strategia Digitale presso Torres y Carrera
- ◆ Direttrice dei Servizi alla Clientela 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 Publicidad 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 di Barcellona
- ◆ Docente presso lo IEBS
- ◆ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche. Doppio Premio Straordinario di Fine Laurea dalla Xunta de Galicia e dall'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
- ◆ 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**

- ◆ Ruolo: 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
- ◆ Gestione della 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

# 04

## Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Social Media Branding è stato progettato per fornire ai professionisti gli strumenti essenziali del Branding nei social media e per dare loro una visione completa della sua applicazione nell'ambiente attuale. Questo corso si compone di diversi moduli incentrati su elementi strategici, sviluppo del messaggio, concettualizzazione dei contenuti, ottimizzazione del profilo LinkedIn e misurazione dei risultati. Tutto questo in un corso accademico condensato in 450 ore.



“

*Iscriviti ora per accedere al piano di studi di Social Media Branding più aggiornato e completo del mercato”*

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

- 1.1 *Social Media Branding*: Rilevanza per il personal branding
  - 1.1.1. Ruolo del personal branding nei social media
  - 1.1.2. Piattaforme di gestione online: Diffusori del marchio personale
  - 1.1.3. I pilastri di una buona strategia di personal branding 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 personal branding
- 1.3. Social Media Branding
  - 1.3.1. Sviluppo di un piano di social media per il personal branding.
  - 1.3.2. Identificare gli obiettivi del personal branding 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. Uso di 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. Uso 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. Uso di 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 Misurazione e analisi dei risultati su TikTok

**Modulo 2. Personal Branding su LinkedIn. Strategie di Visibilità e 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

**Modulo 3. KPI Impatto del marchio personale: Metriche per misurare i risultati e storie di successo multisettoriali**

- 3.1. KPI del marchio personale: Applicazioni
  - 3.1.1. Definizione e importanza della creazione di KPIS.
  - 3.1.2. Tipi di KPI e indicatori chiave per misurare il successo del marchio personale
  - 3.1.3. Il ruolo della visione e del posizionamento del marchio personale nei KPI
- 3.2. Selezionare i KPI giusti per misurare il successo del tuo marchio personale
  - 3.2.1. Variabili per selezionare i KPI rilevanti nella strategia del marchio personale
  - 3.2.2. Identificazione degli obiettivi del marchio personale: Definizione degli obiettivi di personal branding per stabilire i KPI appropriati
  - 3.2.3. Definizione delle priorità dei KPI in base agli obiettivi e ai traguardi stabiliti
- 3.3. Tipi di KPI tangibili per il Personal Branding
  - 3.3.1. Analisi dei KPI di prossimità
  - 3.3.2. Analisi dei KPI di interazione
  - 3.3.3. Analisi dei KPI di conversione
- 3.4. Tipi di KPI "intangibili" per il marchio personale
  - 3.4.1. Analisi dei KPI di reputazione
  - 3.4.2. Analisi dei KPI di influenza
  - 3.4.3. Analisi dei KPI di credibilità
- 3.5. Il marchio personale nell'influenza
  - 3.5.1. La figura dell'influencer. Tipi di influencer
  - 3.5.2. Approccio all'influencer marketing
  - 3.5.3. Vantaggi, scelta e KPI
- 3.6. Interpretare i KPI: monitoraggio, misurazione e ottimizzazione
  - 3.6.1. Monitoraggio: implementazione di un sistema di monitoraggio e misurazione dei KPI per il marchio personale
  - 3.6.2. Misurazione: Interpretazione dei dati
  - 3.6.3. Ottimizzazione: aspetti da valutare per adattare la strategia in base ai KPI
  - 3.6.4. Raccomandazioni finali





- 3.7. Caso di studio: il marchio personale negli imprenditori e nei liberi professionisti
  - 3.7.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.7.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.7.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 3.8. Analisi del caso: personal branding su Influencer
  - 3.8.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.8.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.8.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 3.9. Analisi del caso: marchio personale negli sportivi
  - 3.9.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.9.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.9.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
- 3.10. Analisi del caso: personal branding nei professionisti dipendenti
  - 3.10.1. Caso 1: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.10.2. Caso 2: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche
  - 3.10.3. Caso 3: Presentazione, analisi della strategia digitale e delle buone pratiche



*Analizza casi di studio molto interessanti con i quali potrai stabilire le basi per una strategia digitale ottimale”*

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

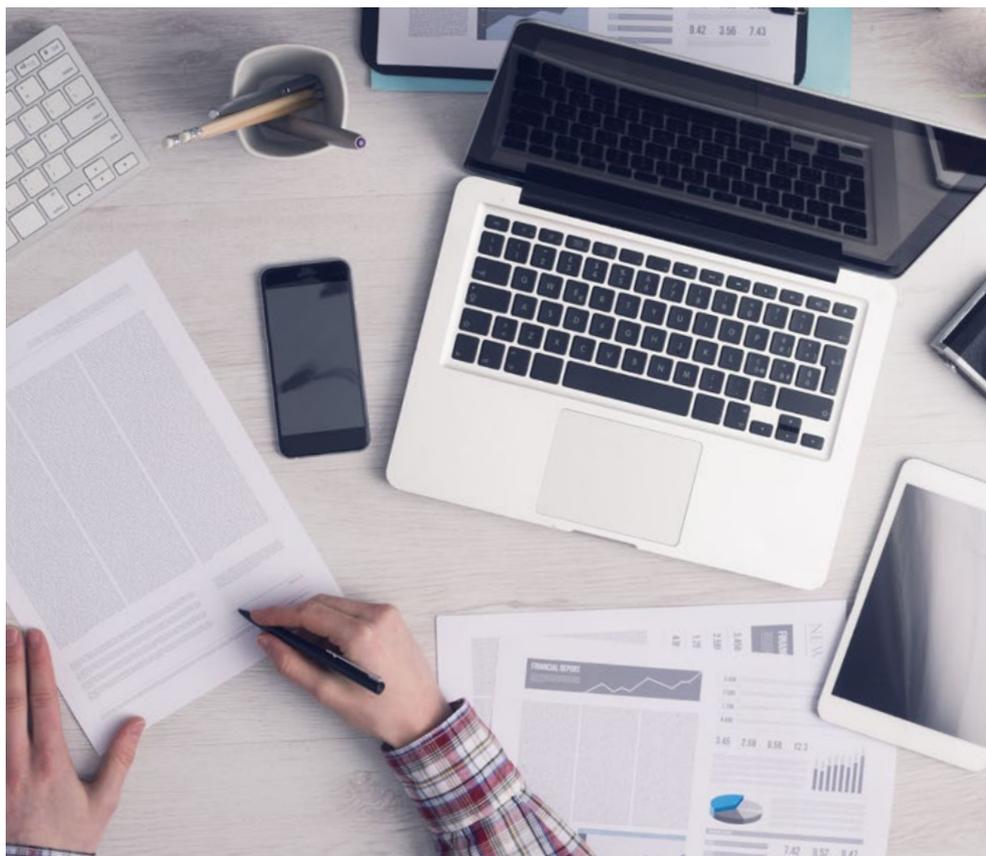
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*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.

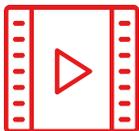
*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.*

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.



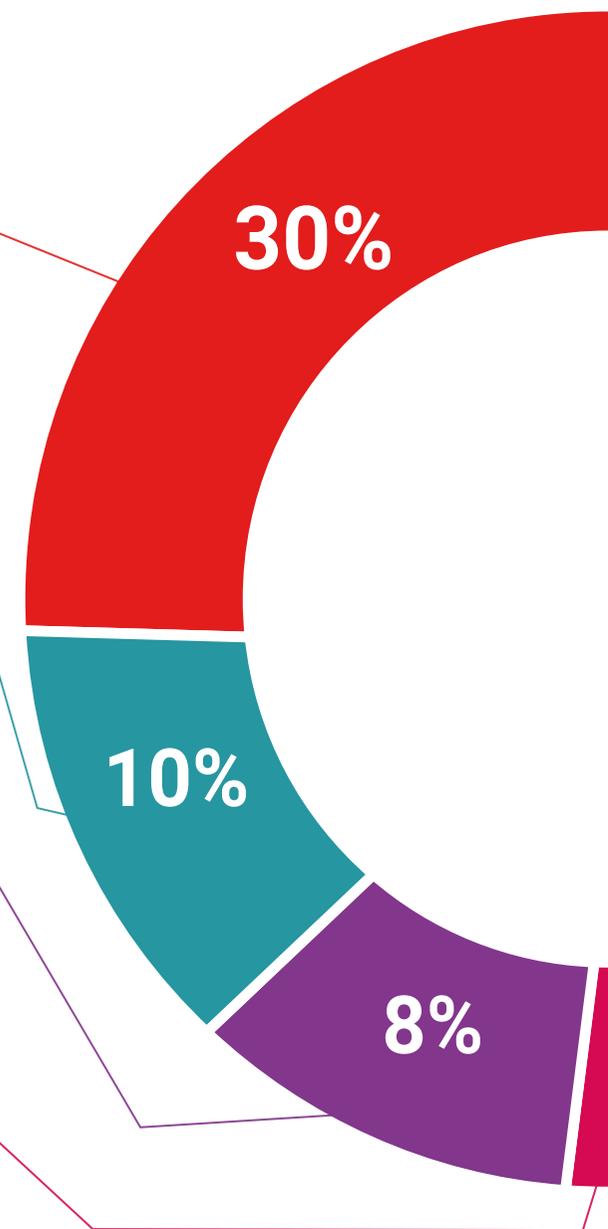
#### Pratiche di competenze e competenze

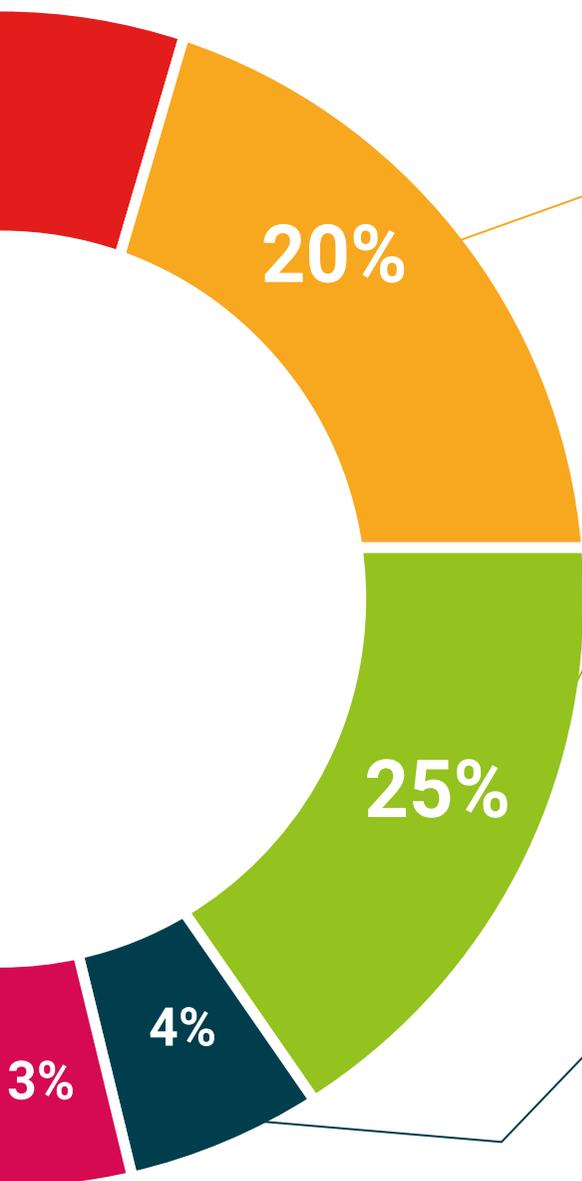
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### 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 Social Media Branding 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 Social Media Branding** 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 Social Media Branding**

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**  
**Social Media Branding**

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

# Esperto Universitario

## Social Media Branding

